

অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় নৈতিকতা

-- সাজ্জাদ আলম খান

বিজনেস এডিটর: যমুনা টেলিভিশন

সাবেক সাধারণ সম্পাদক:

ঢাকা রিপোর্টার্স ইউনিটি (ডিআরইউ) এবং ইকনোমিক রিপোর্টার্স ফোরাম (ইআরএফ)

সারসংক্ষেপ

বিকাশমান ধারায় ধাবমান অর্থনৈতিক সাংবাদিকতা। বাংলাদেশের রেডিও, টেলিভিশন, সংবাদপত্র, অনলাইন বার্তা সংস্থায় এখন বিশেষ গুরুত্ব বহন করছে। পৃথকভাবে রেডিও, টেলিভিশন আর অনলাইনে প্রচার হচ্ছে অর্থনৈতিক সংবাদ। আর সংবাদপত্রে থাকে বিশেষ পাতা। এক সময় বাজেট কাভার, ব্যাংক-বীমা-আর্থিক প্রতিষ্ঠানের বিজ্ঞপ্তি আর সরকারি-বেসরকারি কোম্পানির উন্নয়নমূলক সংবাদ প্রচার হতো। এখন পরিস্থিতির পরিবর্তন হয়েছে- পণ্য বাজার পরিস্থিতি, পুঁজিবাজার, মুদ্রাবাজার, বাজেট, বার্ষিক উন্নয়ন কর্মসূচি, রাজস্ব আহরণ, সঞ্চয়ের নানামুখি পণ্য, ব্যাংকিং ব্যবস্থা, ক্ষুদ্রঋণ কার্যক্রম, সমবায়ভিত্তিক তৎপরতা, উন্নয়ন প্রকল্পসহ নানা বিষয়ে সংবাদ পরিবেশিত হচ্ছে। অনুসন্ধানী সাংবাদিকরা প্রকাশ করছেন ব্যাংক ও আর্থিক প্রতিষ্ঠানের লুটপাটের নানা কাহিনী। অদক্ষতা আর অদূরদর্শিতার মূল্য পরিশোধে ব্যয় আর দুর্ভোগ বাড়াচ্ছে যাপিত জীবনে। ব্যাপ্তিক আর সামষ্টিক অর্থনীতির চিত্র তুলে ধরতে গণমাধ্যমে চলে রীতিমতো প্রতিযোগিতা।

আর এসব সংবাদ যারা প্রস্তুত করেন, তারা উন্নত নৈতিকতার অধিকারী হবেন- এমন প্রত্যাশা রয়েছে বোদ্ধা মহলে। কোন ধরণের উপহার বা সুবিধা নিলে স্বার্থের দ্বন্দ্ব দেখা দিতে পারে। এ বিষয়টি যেন সাংবাদিকরা ধারণ করেন, তার প্রত্যাশা রয়েছে পাঠক মহলে। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় যুক্তদের সাংবাদিকতার অন্যান্য শাখার মতোই আচরণবিধি মেনে চলতে হয়। কিন্তু নৈতিকতা ও আচরণবিধি এক নয়। নৈতিকতা আইন দ্বারা সূত্রায়িত করা যায় না। কারও সুপারিশে এটা মেলে না। কেউ এটা চাপিয়ে দিতে পারে না। প্রতিটি সংবাদমাধ্যম জনগণের প্রতি দায়বদ্ধ থাকে। তারা ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের জন্য সুবিধা এনে দিতে পারে কিংবা এর বিপরীতটা করতে পারে। একজন ব্যক্তির ভাবমূর্তি মারাত্মকভাবে ক্ষুণ্ণ করতে পারে কিংবা কাউকে সমাজের কাছে বড় করে তুলতে পারে। এ কারণেই ভুল পথে চললে কিংবা উদ্দেশ্যমূলক কিছু করা হলে সেটা নিয়ে প্রশ্ন ওঠে। এখানেই নীতি ও নৈতিকতার বিষয় তাৎপর্যপূর্ণ।

উন্নত দেশগুলোর ব্যবসায় সাংবাদিকদের ক্ষেত্রে যে সব নৈতিকতার কথা বলা হয়, তার অনেকটাই বাংলাদেশে প্রয়োগ করা করা চ্যালেঞ্জের ব্যাপার। এখানে কারও বাড়িতে গেলে আপ্যায়নের রেওয়াজ আছে। সাংবাদিক সম্মেলনে আমন্ত্রণ জানালে কেবল চা নয়, অন্য খাবারও দিতে হয়। এ অবস্থায় সাংবাদিক কী করবেন? বিজ্ঞাপনের ওপর সংবাদ মাধ্যমের নির্ভরতা ব্যাপক। কোনো প্রতিষ্ঠানের সম্পর্কে নেতিবাচক প্রতিবেদন প্রকাশিত হলে বিজ্ঞাপন মেলে না। সংবাদপত্র ও টেলিভিশন বিজ্ঞাপনদাতাদের কাছে জিম্মি। এ অবস্থায় সাংবাদিক কিংবা তার প্রতিষ্ঠান নৈতিকতা কতটা ধরে রাখতে পারবে?

ভঙ্গুর এবং অস্থির এই নীতিমালা মেনে জীবীকার স্বার্থে কৌলশী অবস্থান গ্রহণের মাধ্যমে নৈতিক চর্চার বিকল্প এই মুহূর্তে আর নেই। সাংবাদিকতার সাথে নীতি-নৈতিকতার সম্পর্ক অবিচ্ছেদ্য। এককথায়- এই পেশা বৃহৎ জনগোষ্ঠীকে নীতি-নৈতিকতার সাথে যতোটা সম্পৃক্ত করে ততোটা অন্য কোনো পেশায় সম্ভব কিনা- ভেবে দেখতে হবে। #

অর্থনৈতিক সাংবাদিকতা কী?

আমাকে যদি সংবাদপত্র বিহীন রাষ্ট্র এবং রাষ্ট্র বিহীন সংবাদপত্র, এই দুয়ের মধ্যে বেছে নিতে বলা হয়, তাহলে আমি অবধারিত ভাবে পরেরটি বেছে নিবো। যুক্তরাষ্ট্রের অন্যতম প্রতিষ্ঠাতা ও সাবেক প্রেসিডেন্ট টমাস জেফারসনের এমন মন্তব্যে ফুটে উঠেছে সাংবাদিকতার গুরুত্বের বিষয়টি। সাংবাদিকতা হল বিভিন্ন ঘটনাবলী, বিষয়, ধারণা, ও মানুষ সম্পর্কিত প্রতিবেদন তৈরি ও পরিবেশন, যা দিনের গুরুত্বপূর্ণ সংবাদ এবং সমাজে প্রভাব বিস্তার করে। একজন সাংবাদিক এই যোগাযোগের বন্ধন তৈরি করেন সময়ের সাথে সময়ের। এ কারণে সাংবাদিকতা দায়িত্বশীল পেশা। সংবাদকে বলা হয় ইতিহাসের প্রথম খসড়া। আজ যা খবর, আগামীকাল তা ইতিহাস। একজন সত্যিকারের সাংবাদিক মন যা চায়, তা লিখতে পারেন না। কারণ তিনি আইন ও বিবেকেরও উর্ধ্বে নন। দায়-দায়িত্ব তাকে বহন করা ছাড়াও সংবাদ মাধ্যমের উপর ওপরও এসে পড়ে। সে জন্য একজন সাংবাদিককে সব সময় সতর্ক থাকতে হয়।

আর অর্থনৈতিক সাংবাদিকতা হচ্ছে, সাংবাদিকতার এমন একটি শাখা যা ব্যবসায়, অর্থনৈতিক ও আর্থিক কার্যক্রমের খোঁজ-খবর দেয়। ঘটনা প্রবাহের বিশ্লেষণ করে থাকে। সেটা হতে পারে, স্থানীয়, আঞ্চলিক ও জাতীয় পরিসরে। বিশ্ব পরিসরে হবারও সুযোগ থাকে। যেখানেই ব্যবসায় বা অর্থনৈতিক কার্যক্রম, সেখানেই সংবাদ। প্রতিটি মানুষকে জীবন-জীবিকার জন্য অর্থকড়ি লেনদেন করতে হয়; মুদি দোকান থেকে নিত্যপ্রয়োজনীয় দ্রব্যাদি কেনাকাটা, গ্যাস-পানি- বিদ্যুতের বিল পরিশোধ, বাসে ভাড়া গোনা, আয়কার রিটার্ন দাখিল বা মোবাইলে ফ্লেক্সিলোড করা, বিকাশ বা রকেটের মতো মোবাইল ব্যাংকিংয়ের সুবিধা কাজে লাগিয়ে অর্থ পাঠানো এগুলো সবই অর্থনৈতিক বিষয়। এমনকি, অবকাঠামো উন্নয়ন অর্থাৎ সড়ক, বন্দর, সেতু নির্মাণ, গ্যাসের সংযোগ, বিদ্যুত খাতে বিনিয়োগ, এগুলোও অর্থনীতির কার্যক্রমে জড়িয়ে আছে। তাই অর্থনৈতিক সাংবাদিকতার পরিধি বেশ বড়, এর ক্যানভাস অনেক দূর বিস্তৃত। কেবল আর্থিক বা বাণিজ্যিক বিষয়াদি নয়, এর সঙ্গে জড়িত বিভিন্ন পেশা ও শ্রম, বাজেট ও উদ্যোগ, ব্যাষ্টিক ও সামষ্টিক অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ড, আর্থিক লেনদেন, ব্যাংক, বীমা, শেয়ার মার্কেট, পণ্য বাজারজাতকরণ ও বিপণন, বাজার দর, পাইকারি ও খুচরা বিক্রি, কর্পোরেট অর্থায়ন; অর্থাৎ বড় শিল্প-কারখানা থেকে ক্ষুদ্র ও কুটির শিল্প কিংবা কারখানার শ্রমিক-মালিক সম্পর্কের মতো নানাবিধ বিষয় এর সঙ্গে সম্পর্কিত।

তবে এতো গুরুত্বপূর্ণ হওয়া সত্ত্বেও বিশ শতকের শুরুর দশক পর্যন্ত সাংবাদিকতা চর্চায় অর্থনৈতিক সাংবাদিকতার বিষয়টি কমই মনোযোগ পেয়েছে। বাংলাদেশও ব্যতিক্রম নয়। বিশ্বব্যাপী সাংবাদিকতায় মূল আগ্রহের বিষয় ছিল তখন রাজনীতি, সাহিত্য ও পাবলিক অ্যাফেয়ার্স। বেসরকারি উদ্যোগের খবর সংবাদমাধ্যমে স্থান পেতো না বললেই চলে। ইউরোপ ও যুক্তরাষ্ট্রের মতো পুঁজিবাদী দেশের সংবাদ মাধ্যমে শ্রমিক সংগঠনের কোনো খবর থাকতো না। আর থাকলেও তাদের অবস্থান থাকতো প্রান্তিক পর্যায়ে; শ্রমিক স্বার্থ-দাবির খবর সংবাদ মাধ্যমে এমনভাবে উপস্থাপন করা হতো যে, শ্রমিক সংগঠন ও তাদের নেতাদের মনোভঙ্গি ছিল শক্রভাবাপন্ন। দু-দুটি মহাযুদ্ধের পর এশিয়া, ইউরোপ ও আমেরিকাসহ বিশ্বব্যাপী মূল্যস্ফীতি, অর্থনৈতিক মন্দা আর বড় বড় শ্রমিক অসন্তোষ সৃষ্টি হয়; এসবের ফলে বিশ্বব্যাপী এমন ধারণা তৈরি হয় যে, 'বিজনেস ইজ এভরিবডি'জ বিজনেস; যেমন তা মালিকের, তেমনি তা শ্রমিকের, ম্যানেজার ও কর্মচারীর, পরিবারের উপার্জনক্ষম ব্যক্তি থেকে কর্পোরেট প্রতিষ্ঠানের কর্ণধার বিজনেস সবার জন্যই প্রাসঙ্গিক হয়ে ওঠে।

কেলি মেকব্রাইড এবং টম রোজেনটিল (২০১৪) মন্তব্য করেছেন, সাংবাদিকতায় বর্তমানে যে সমস্যা প্রকট হয়ে দেখা দিয়েছে, তা হচ্ছে সত্য উদঘাটন করা এবং তা যথাযথভাবে নিশ্চিত হওয়া। বর্তমানে সোশ্যাল মিডিয়ার কারণে অনেক সময় সত্য জানা সহজ হয়ে পড়েছে। আবার তা অনুদঘাটিত ও অসত্য থেকেও যেতে পারে।

নৈতিকতা

নৈতিকতাকে একটি আদর্শিক মানদণ্ড বলা যেতে পারে যা বিভিন্ন অঞ্চলের সামাজিকতা, ঐতিহ্য, সংস্কৃতি প্রভৃতির মানদণ্ডের উপর ভিত্তি করে গড়ে ওঠে। নীতি হলো ন্যায়- অন্যায় ও ভালো-মন্দের ধারণা। বিজ্ঞানমনস্ক হিসেবে আমরা যুক্তি ও বাস্তবতার নিরিখে কীভাবে নৈতিকতার সংজ্ঞা নির্ণয় করতে পারি। নৈতিক শিক্ষা ও মূল্যবোধ মানবজীবনকে সৌন্দর্যমণ্ডিত করে তোলে। বিশ্বের কল্যাণকর বিষয়গুলোর অন্যতম নির্ণায়ক হলো নৈতিকতা। সাধারণের কাছে মূল্যবোধ ও নৈতিকতার পার্থক্য নজরে পড়ে না। মূল্যবোধ সামাজিকভাবে নির্দিষ্ট আবর্তে বিদ্যমান। যা শুধু স্থানভেদে পরিবর্তিত হয়। পারিপার্শ্বিক এবং সামাজিক অবস্থানের ওপর মানুষের নৈতিকতা ও মূল্যবোধ নির্ভরশীল। মূল্যবোধ মানুষের ইচ্ছানির্ভর।

অর্থনৈতিক সাংবাদিকতা ও নৈতিকতা:

স্বচ্ছ ও পুনর্নির্মাণ তৈরির পাশাপাশি নৈতিকতার ব্যাপারে সতর্ক থাকতে হবে। অনেক সময় সাংবাদিকদের নানা ধরনের উপহার ও উপঢৌকন দেওয়া হয়, এমনকি বিদেশ সফরের প্রস্তাব আসে; এসব বিষয় সযত্নে এড়িয়ে চলা প্রয়োজন। কোন

ধরণের উপহার বা সুবিধা নিলে স্বার্থের দ্বন্দ্ব দেখা দিতে পারে। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় নৈতিকতা প্রসঙ্গে ওয়েব সাইটে এমন অভিমত তুলে ধরেছে, ইন্টারন্যাশনাল জার্নালিস্ট নেটওয়ার্ক

প্রত্যেক সাংবাদিক সত্যের সন্ধানে ব্যাপৃত থাকে এবং মানুষের কাছে সত্য তুলে ধরে। সাংবাদিকতার ইতিহাসে দেখা যায়, অসৎ প্রতিবেদন কারও চরম সর্বনাশ করেছে, সুনাম নষ্ট করেছে। সাংবাদিকরা যেন স্বচ্ছ থাকে, সত্য তুলে ধরে, উদ্দেশ্যপ্রণোদিত হয়ে কিছু না করে এটাই কাম্য। নৈতিকতা অর্থনৈতিক সাংবাদিকতার অবিচ্ছেদ্য অংশ। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় যুক্তদের সাংবাদিকতার অন্যান্য শাখার মতোই আচরণবিধি মেনে চলতে হয়। কিন্তু নৈতিকতা ও আচরণবিধি এক নয়। নৈতিকতা আইন দ্বারা সূত্রায়িত করা যায় না। নৈতিকতা হচ্ছে ন্যায়পরায়নতা, সততা ও শুদ্ধতা; যার তাগিদ আসে কারও ভেতর থেকে। এ যেন অন্তরআত্মার ডাক শুনতে পাওয়া। কারও সুপারিশে এটা মেলে না। কেউ এটা চাপিয়ে দিতে পারে না। আমরা মানুষকে ভাল কিংবা মন্দ করতে পারি না। আমরা কেবল তাদের কার্যক্রমে প্রভাবিত করতে পারি। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় যুক্তরা কোনো না কোনো প্রতিষ্ঠানে কাজ করেন।

অনেক প্রতিষ্ঠান আচরণবিধি তৈরি করে দেয়। এতে নীতি ও নৈতিকতার কথাও থাকে। কী করবে এবং কী করবে না, সেটা বলা থাকে। এ ক্ষেত্রে মনে রাখা চাই, ব্যক্তি অর্থাৎ সাংবাদিকের পাশাপাশি প্রতিষ্ঠানের নৈতিক অবস্থান গুরুত্বপূর্ণ। সংবাদপত্র কিংবা বেতার বা টেলিভিশন কর্তৃপক্ষ যদি সঠিক নৈতিক অবস্থানে না থাকে, তাহলে কর্মীদের নিয়ন্ত্রণ করাও কঠিন হয়। এটা মনে রাখতে হবে, নৈতিকতা মূলত ব্যক্তিগত যদিও প্রতিষ্ঠানের সংশ্লিষ্টতা থাকে। কিন্তু আচরণবিধি তৈরি করে প্রতিষ্ঠান।

কেন নীতি ও নৈতিকতা গুরুত্বপূর্ণ

প্রতিটি সংবাদমাধ্যম জনগণের প্রতি দায়বদ্ধ থাকে। তারা ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের জন্য সুবিধা এনে দিতে পারে কিংবা এর বিপরীতটা করতে পারে। একজন ব্যক্তির ভাবমূর্তি মারাত্মকভাবে ক্ষুণ্ণ করতে পারে কিংবা কাউকে সমাজের কাছে বড় করে তুলতে পারে। এ কারণেই ভুল পথে চললে কিংবা উদ্দেশ্যমূলক কিছু করা হলে সেটা নিয়ে প্রশ্ন ওঠে। এখানেই নীতি ও নৈতিকতার বিষয় তাৎপর্যপূর্ণ। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতা কেবল প্রতিবেদন প্রকাশ কিংবা ফিচার তৈরি নয়। এর সঙ্গে নীতি-নৈতিকতাও জড়িত। আর এ পরীক্ষায় যিনি উত্তীর্ণ হতে পারেন তার ওপর পাঠক-দর্শক এবং ব্যবসায় সংশ্লিষ্ট নানা মহলের আস্থা সৃষ্টি হয়। ধরা যাক, একজন অর্থনৈতিক সাংবাদিক বাংলাদেশ ব্যাংক কিংবা অর্থমন্ত্রণালয়ের একজন শীর্ষ কর্মকর্তার বেশ আস্থাভাজন। তার কাছ থেকে নিয়মিত অর্থনীতির খবরাখবর মেলে। এর কোনো কোনোটা স্কুপ হয় এবং তার সুনাম বৃদ্ধি করে। এদের কারও গুরুতর অনিয়মের খবর পাওয়া গেল। এ অবস্থায় সংশ্লিষ্ট সাংবাদিক কী করবেন? তিনি কি বিষয়টি চাপা দিয়ে রাখার চেষ্টা করবেন?

তিনি কি উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষকে বিষয়টি জানাবেন? আরেকভাবেও বিষয়টি দেখা যেতে পারেন। একজন রিপোর্টার স্টক এক্সচেঞ্জে তালিকাভুক্ত একটি কোম্পানির ভেতরের খবর নিয়মিত জানতে পারে। কাজের সূত্রে

তিনি এমন কিছু তথ্য জানলেন যা থেকে ধারণা করা যায় যে আগামীতে কোম্পানির শেয়ারের দাম বেড়ে যেতে পারে। তিনি কি নিজে ওই কোম্পানির কিছু শেয়ার কিনে রাখবেন? তিনি কি সহকর্মী ও নিকটজনদের এ কোম্পানির শেয়ার কিনে রাখতে কৌশলে পরামর্শ দেবেন? অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় যুক্ত থাকলে এ ধরনের পরিস্থিতির মুখোমুখি হতেই হবে। বাংলাদেশসহ বিশ্বের বিভিন্ন দেশে সাংবাদিকরা সমাজে গুরুত্বপূর্ণ ব্যক্তি হিসেবে চিহ্নিত হন। তাদের পরিচিতির গন্ডি বেশ বড় এবং সমাজের নানা স্থানে তারা স্বাচ্ছন্দ্যে বিচরণের সুযোগ পান। তাদের কাছে নানা ধরনের তথ্য আসে এবং তা থেকে কখনো কখনো লাভবান হওয়ার সুযোগ থাকে। তারা ক্ষমতাবান রাজনীতিক এবং শীর্ষস্থানীয় ব্যবসায়ীদের সঙ্গে ওঠাবসা করেন এবং এ সূত্রেও বদলে

যেতে পারে নিজের ভাগ্য। তিনি কি এ সুযোগ গ্রহণ করবেন? না-কি সাংবাদিকতার উচ্চ নীতি ও নৈতিকতার প্রতি অনুগত থাকবেন? নোবেলজয়ী মিলটন ফ্রিডম্যান (২০০২) মন্তব্য করেছেন, মুক্ত বাজার অর্থনীতি এবং ব্যবসায় সামাজিক দায়বদ্ধতার ক্ষেত্রে নিয়ম মেনে খেলার মধ্যে থাকতে হবে। ফ্রিডম্যানের এ বক্তব্যে স্পষ্ট হয়ে উঠে তিনি অর্থনীতিতে নৈতিকতা ও সামাজিক দায়বদ্ধতার পক্ষে। যা অর্থনৈতিক সাংবাদিকতার ক্ষেত্রেও গুরুত্বপূর্ণ।

অনেক সাংবাদিকের সরকারের উচ্চ মহলে, মন্ত্রী ও সচিব পর্যায়ে যাতায়াত থাকে। ঘনিষ্ঠ সম্পর্কও গড়ে ওঠে। এ সুবিধা কাজে লাগিয়ে কেউ হয়তো নিজের এলাকায় উন্নয়ন প্রকল্প বাস্তবায়ন করেন। সাংবাদিক এটা করছেন জনকল্যাণে। কিন্তু যিনি সুবিধা দিচ্ছেন, তিনি ব্যক্তিগত তহবিল থেকে এটা করছেন না। সরকারের অর্থ কাজে লাগাচ্ছেন। তবে যার মাধ্যমে এ অর্থ ব্যয় করা হচ্ছে, সেই সাংবাদিকের কাছে ফেবার চাইতে পারেন তার কিংবা মন্ত্রণালয় সম্পর্কে কোনো নেতিবাচক খবর যেন প্রকাশ বা প্রচার না হয় সে বিষয়টি দেখতে বলতে পারেন। এ অবস্থায় সাংবাদিক কী করবেন?

এখানেই আস্থার প্রশ্ন আসে। আপনার ওপর থেকে যদি কর্তৃপক্ষের, সর্বোপরি পাঠক-দর্শক-শ্রোতার আস্থা চলে যায় তাহলে বিশ্বাসযোগ্যতা থাকবে না। নৈতিকতার চ্যালেঞ্জে জয়ী হতে না পারলে গুণে-মানে সেরা সাংবাদিক হওয়ার স্বপ্নও পূরণ হবে না। আপনাকে যেমন খবরের পেছনে ছুটতে হবে নিষ্ঠা ও আন্তরিকতার সঙ্গে, যেমনভাবে খবরটি সংবাদপত্র বা টেলিভিশনে উপস্থাপন করতে হবে সহজ-সরল কিন্তু আকর্ষণীয় ভাষায়, তেমনি সততা হতে হবে প্রশ্নাতীত। আপনি নিজের বিবেকের কাছে স্বচ্ছ থাকবেন এবং প্রতিমুহূর্তে জবাবদিহি করে যাবেন। আর নিজেকে দায়বদ্ধ মনে করবেন সমাজের কাছে।

ফেলোশীপে সতর্কতা:

বিভিন্ন করপোরেট প্রতিষ্ঠান, বাণিজ্য সংগঠন, আন্তর্জাতিক ঋণ প্রদানকারী সংস্থা, স্থানীয় প্রতিষ্ঠান, গবেষণা সংস্থা, এমনকি পেশাজীবী প্রতিষ্ঠানও অনেক সময় সংবাদ মাধ্যমের কর্মীদের জন্যে ফেলোশীপ প্রদানের ঘোষণা দিয়ে থাকে। আর এসব ফেলোশীপের জন্যে আবেদন করে থাকেন সাংবাদিকরা। বাণিজ্য বিষয়ক যারা সাংবাদিকতা করেন, তাদের জন্যে যত্রতত্র ফেলোশীপে জড়িয়ে পড়া নিয়ে তৈরি হয়ে থাকে নানা প্রশ্ন। বলা হচ্ছে, করপোরেট প্রতিষ্ঠান বা বাণিজ্য সংগঠনগুলো মূলত ফেলোশীপ প্রদান করে থাকে, তাদের স্বার্থ সংশ্লিষ্ট বিষয়গুলোকে তুলে ধরার জন্যে। আর্থিক প্রণোদনায় পরিচালিত এ ধরনের ফেলোশীপ পেলে, সাংবাদিকদের বেশ কয়েকটা রিপোর্ট তৈরি করে ছাপানো বা প্রচার করতে হয়। যে কারণে মনোনীত সাংবাদিককে তার উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের অনুমোদনের ভিত্তিতে ফেলোশীপের জন্যে মনোনীত করেন সংশ্লিষ্ট প্রতিষ্ঠান বা সমিতি। এ সংক্রান্ত বেশিরভাগ রিপোর্টে দেখা যায়, প্রাতিষ্ঠানিক স্বার্থ সংশ্লিষ্ট প্রতিবেদন তৈরি হয়ে থাকে। যাতে ভোক্তা বা নিয়ন্ত্রক সংস্থার বিষয়গুলো অনেক সময় উপেক্ষিত থাকে। পুঁজির সাধারণ ধর্ম অনুসারে মূলত সংশ্লিষ্টের স্বার্থ রক্ষা করে থাকে। সংবাদমাধ্যম মূলত গণমানুষের স্বার্থ রক্ষাকে প্রাধান্য দিয়ে থাকে। তাই এ ক্ষেত্রে বিষয়টি উপেক্ষিত হতে পারে। তবে ফেলোশীপের বিষয়ে রিপোর্টারের কাছেই প্রস্তাব আসে, তা নয়। নীতি নির্ধারকরা এ বিষয়ে কথা বলে থাকেন রিপোর্টারের সাথে। তখন এটি থেকে নিজেকে সরিয়ে বা গুটিয়ে নেওয়া যায় না। এ ধরনের পরিস্থিতিতে সবসময় কৌশলী হয়ে পেশাদারীত্বের ছাপ রাখতে সচেষ্ট থাকা উচিত। কোনভাবেই যেন পাঠক-দর্শকের কাছে মনে না হয়, এটি এক ধরনের এমবেডেড স্টোরি। তবে পেশাজীবী সমিতি বা গবেষণা সংস্থার ফেলোশীপ ভিন্নমাত্রার হয়ে থাকে।

সেনশনাল জার্নালিজম

শব্দ চয়নের ক্ষেত্রে সতর্ক না থাকলে, বিভ্রান্তি তৈরির সুযোগ তৈরি হয়। অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় দেখা যায়, বিভিন্ন উন্নয়ন সহযোগীদের দৃষ্টিভঙ্গি তুলে ধরতে, উদ্বেগ- উৎকণ্ঠা বা তাগিদের বিষয়টি উল্লেখ করা হয়। এসব সংস্থা নিজস্ব রীতি মেনেই সরকারের অর্থনৈতিক পদক্ষেপের সমালোচনা করে থাকে। আবার বিশ্বব্যাংক বা আইএমএফ তাদের প্রতিনিধিদল পাঠিয়ে পর্যলোচনা করে থাকে আর্থিক ব্যবস্থাপনার। এসব ক্ষেত্রে এসব সংস্থার নাম প্রকাশে অনিচ্ছুক কোন প্রতিনিধির উদ্ধৃতি দিয়ে, উদ্বেগ প্রকাশের খবর তৈরি করা হয়। এক ধরনের উত্তেজনা তৈরি করতে বা সংবাদের ভালো ট্রিটমেন্ট পেতে এ ধরনের শব্দ চয়ন করা বলে মনে করেন অনেক সাংবাদিক। অথবা দৈনন্দিন সংবাদে বিশ্লেষকের বক্তব্য ছাড়াই রিপোর্টার নিজেই জুড়ে দেয় অভিমত। যা নিয়ে বিভ্রান্তি তৈরির সুযোগ থাকে যথেষ্ট। অথবা সরকারের কোন এক কর্মকর্তার ব্যক্তিগত অভিমত বিবেচনায় তৈরি করা হয় রিপোর্ট। পরবর্তীতে সরকারের সিদ্ধান্ত চূড়ান্ত হলে, দেখা যায় ওই বিষয়ে করা রিপোর্টটা যথার্থ নয়। এরপর আবারও তৈরি করা হয়, যে কারণে পাণ্টে গেল সিদ্ধান্ত। অর্থাৎ রিপোর্টার তার দুর্বলতা এড়িয়ে যেতে এ ধরনের রিপোর্ট করে থাকে। তাতে নতুন করে তৈরি হয় ধোয়াশা। এসব বিষয় এড়িয়ে যাওয়া প্রয়োজন।

পরিসংখ্যান বিভ্রান্তি

অর্থনৈতিক সংবাদ সমৃদ্ধ করতে পরিসংখ্যান ব্যবহারের বিকল্প নেই। এমন ক্ষেত্রে হালনাগাদ তথ্য- উপাত্ত ব্যবহার করতে হয়। কিন্তু অনেক সময় দেখা যায়, সুবিধাজনক তথ্য- উপাত্ত ব্যবহার করছেন রিপোর্টার। আমাদের বাজেট বক্তব্যে দেখা যায়, তুলনা করার সুবিধা বিবেচনায় এনে একেক বছরের তথ্য- উপাত্ত ব্যবহার করা হচ্ছে। এতে অনেক সময় সরকারের বিশেষ উদ্দেশ্য হয়ত ধরা পড়ে। ধরুন বিনিয়োগের চিত্র তুলে ধরতে, কোন রিপোর্টার হয়ত ব্যবহার করছেন অর্থবছরের পরিসংখ্যান আর কেউবা ব্যবহার করছেন বর্ষ পঞ্জিকার তথ্য। আর এই দুই সময়ের ফারাক বিবেচনায় নিয়ে রিপোর্টটি তৈরি হয় পরস্পর বিরোধী অবস্থান থেকে। হালনাগাদ তথ্য গোপন করার বিশেষ উদ্দেশ্য থাকে, যা পাঠক বা দর্শকে অনেক গোলক ধাধায় ফেলে দেয়।

সাংবাদিক যখন বিনিয়োগকারী:

সাংবাদিক অনেক সময় বিনিয়োগকারির ভূমিকায় অবতীর্ণ হয়ে থাকে। অনেক ক্ষেত্রে বিনিয়োগকারির সহযাত্রীও হয়ে উঠেন কোন কোন সাংবাদিক। সাংবাদিকতার সুবাদে সমাজের উচ্চস্তরে যোগাযোগ সুযোগ গড়ে উঠে তাদের। নীতি নির্ধারকদের সাথেও তৈরি হয় সখ্যতা। আর সরকারের মধ্যম স্তরের নির্বাহীদের সাথে থাকে আন্তরিক সম্পর্ক। এর সুবাদে স্পর্শকারতর তথ্য অনেক সময় এসে যায় রিপোর্টের কাছে। শুধু বিজনেস রিপোর্টারাই এসব তথ্য পান, তা নয়। জ্বালানি, টেলিকম, তথ্য প্রযুক্তি খাতের রিপোর্টারও পেয়ে থাকেন তথ্য। যা অনেক মূল্য সংবেদনশীল বলে বিবেচিত হয়ে থাকে। নিজে পুজিবাজারে বিনিয়োগকারি হলে, এর সুফল তিনি নিজেই নিতে পারেন। আর তা ন হলে, বিনিয়োগকারীর সহযাত্রী হিসাবে তথ্য দিয়ে বাজারকে প্রভাবিত করার চেষ্টা চালাতে পারেন। এ ধরনের অনৈতিক কাজে বরাবরই ক্ষতি হয় ব্যবসার স্বাভাবিক পরিবেশ। অথবা বাজার প্রভাবিত সম্পর্কিত মনগড়া তথ্যে তৈরি করা রিপোর্টও নানা প্রশ্নের জন্ম দিয়ে থাকে। ঢাকায় মূলত এ ধরনের অপবাদ রয়েছে, পুজিবাজার সংশ্লিষ্ট রিপোর্টারদের কারো কারো বিরুদ্ধে। অন্য বিটেও এ ধরনের সুযোগ কম নেই। ধরণ, ব্যাংক বিটে যিনি কাজ করেন, তারতো আগেই ধারণা তৈরি হয়ে থাকে, কোন কোন ব্যাংক মুনাফায় এগিয়ে থাকবে। বা পুজিবাজারে তালিকাভুক্ত জ্বালানি খাতের তথ্যতো সংশ্লিষ্ট বিটের রিপোর্টারের কাছে আসবে। এক্ষেত্রে সরকারি কোম্পানিগুলো সংবেদনশীল তথ্য প্রকাশ করতে বেশ সময় নিতে হয়। সিদ্ধান্ত কার্যকরের আগেই তা রিপোর্টের হাতে এসে যায়। এতে তিনিও সুবিধা নিতে পারেন। অনিতা এ এ্যালন (২০০৪) মন্তব্য করেন, যে সাধারণ মানুষের সত্য জানার অধিকার আছে। তারা

অনেক ক্ষেত্রে মিথ্যা সংবাদের শিকার হয়ে থাকেন। যারা অসৎ ব্যক্তি, তারা জেনে শুনে আইন লঙ্ঘন করে এবং সামাজিক সহযোগিতাকে বিনষ্ট করে। তার এ বক্তব্য থেকে সুপষ্ট অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় সততা ও নৈতিকতা রক্ষা করে কাজ করা উচিত। এতে ধোকাবাজী বন্ধ করা যাবে।

প্রতিবাদ না ছাপানো

বিভিন্ন সংবাদের প্রতিবাদ আসে। সংবাদপত্র, বেতার ও টেলিভিশনে ভুল তথ্য প্রকাশিত হলে; ও প্রচারিত হতে পারে। এতে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান এর প্রতিবাদ জানিয়ে থাকে। সেই প্রতিবাদপত্রও গুরুত্ব সহকারে

প্রকাশ বা প্রচার করতে হয়। কিন্তু অনেক ক্ষেত্রে দেখা যায় সংবাদপত্র তা প্রকাশ করছে না। টেলিভিশনগুলো

বেশিরভাগ ক্ষেত্রে তা করে না। এতে প্রতিবাদ বিজ্ঞপ্তি প্রকাশ করা হয়। এটি কি নৈতিকতা পরপন্থী নয়। কোনো ব্যক্তি সম্পর্কে রাজনৈতিক, আর্থিক, আয় কর বা অন্যান্য বিষয়ে অভিযোগ সংক্রান্ত খবর প্রকাশিত হলে সেই অভিযুক্ত ব্যক্তির বক্তব্য অবশ্যই রিপোর্টের সঙ্গে থাকতে হবে। ঐ ব্যক্তির বক্তব্য ছাড়া ঐ সংবাদ প্রকাশ হতে পারে না। কিন্তু ঢাকার বহু পত্রিকা অভিযুক্ত ব্যক্তির বক্তব্য ছাড়াই প্রায়শ বিভিন্ন অভিযোগ সংবলিত খবর প্রকাশিত হচ্ছে।

সত্য গোপনের অধিকার আছে কী?

সত্য প্রকাশের অধিকার আছে সাংবাদিকের। সত্য প্রকাশে তিনি হবেন অবিচল। কিন্তু সাংবাদিক কি তথ্য গোপন করবেন? তথ্য বিকৃত করবেন? অবশ্যই না। এ পেশায় আসতে তাকে নিবন্ধিত হতে হয় না। তাই তথ্য বিকৃতি কিংবা তথ্য গোপন করার জন্য তার নিবন্ধন বাতিলের প্রশ্ন আসে না। সমাজ তার কাছ থেকে অনেক বেশি দায়িত্বশীল আচরণ আশা করে। সত্য প্রকাশে তাকে অন্যদের চেয়ে অনেক বেশি ধৈর্যশীল এবং বস্তুনিষ্ঠ হতে হয়।

বিজ্ঞাপন বনাম ব্যবসায় সাংবাদিকতা

বিজ্ঞাপনের দ্বারা কোনো পণ্য, সেবা বা কোম্পানির প্রচার করা হয়। এখানে প্রতিপক্ষের দিকটি বলার সুযোগ থাকে না। কেবল সংশ্লিষ্ট পণ্য বা প্রতিষ্ঠানের ইতিবাচক দিকটি তুলে ধরা হয়। ভারসাম্য রক্ষার বিষয় থাকে না। কিন্তু অর্থনৈতিক সাংবাদিকতায় ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের প্রতি পক্ষপাতিত্ব থাকতে পারে না। সাংবাদিকদের একক নয়, বরং অনেক সূত্র ও উৎসের তথ্য নিতে হয়। পুনঃভাবে চিত্র তলে ধরতে হয়। এমনকি সব প্রতিপক্ষের বক্তব্য দিতে হয়। ইতিবাচক কিংবা নেতিবাচক কোনো কিছু বাদ দেওয়া চলে না। জনগণের কাছে যেন মনে হয়, সাংবাদিক একটি ভারসাম্যপূর্ণ চিত্র তুলে ধরেছেন।

কী করবেন? কী করবেন না

১. সব তথ্য যাচাই করুন।
২. দ্রুত প্রতিবেদন দিতে হবে, তবে বিকৃত ও অসম্পূর্ণ তথ্য-উপাত্ত দিয়ে প্রতিবেদন লেখা চলবে না।
৩. কাউকে ভুলভাবে উদ্ধৃত করা যাবে না।
৪. সূত্র সুনিশ্চিত করে উল্লেখ করুন। তথ্য হালনাগাদ করুন।
৫. তথ্য পেতে অনৈতিক পথ অনুসরণ বা প্রতারণার আশ্রয় নেবেন না।
৬. অনুমাননির্ভর হবেন না। ধারণার বশবর্তী হয়ে কিছু বলবেন না।

৭. তথ্য বিকৃত করা চলবে না। অপছন্দের তথ্য ব্যবহার থেকে বিরত হবেন না।

৮. তথ্যের উৎসের স্বীকৃতি দিতে হবে। কৃতজ্ঞতা প্রকাশ করতে হবে। এমনকি প্রতিদ্বন্দ্বী প্রকাশনার

তথ্য নিলেও উল্লেখ করা চাই।

নোবেলজয়ী অমর্ত্য সেন (১৯৮৯) মন্তব্য করেছেন, কল্যাণ অর্থনীতিতে আরও সম্প্রসারিত করা দরকার। যাতে অন্তঃস্থ নৈতিকতা এবং আধুনিক নৈতিক শিক্ষার মাধ্যমে অর্থনীতিবিদদের সঙ্গে গভীর সম্পর্ক গড়ে উঠতে পারে। আসলে নৈতিকতা বজায় রেখেই সাংবাদিকতা করা বাঞ্ছনীয়।

এনরন কেলেঙ্কারি

যুক্তরাষ্ট্রের এনার্জি জায়ান্ট এনরন এক সময় ফুলেফেপে উঠেছিল। বাজারে তাদের এক একটি শেয়ারের দাম ২০০০ সালে ৯০.৫৬ ডলারে উঠেছিল। কিন্তু এক সময় ধস নামল। তারা তথ্য গোপন করেছিল। এ কাজে তাদের সহায়তা করেছিল অডিট কোম্পানি। কিন্তু সাংবাদিকদের সম্পর্কেও অভিযোগ, তারা এ বিষয়টি ধরতে আন্তরিকভাবে চেষ্টা করেনি। সিকিউরিটিজ এক্সচেঞ্জ কমিশন তদন্ত শুরু করে। কোম্পানির ব্যবসায়ের ধস নামে। কোম্পানিটিকে দেউলিয়া ঘোষণা করা হয়। শেয়ারের দাম নেমে আসে মাত্র ২৮ সেন্টে। প্রশ্ন ওঠে সাংবাদিকরা বছরের পর কেন কেন লিখল, এনরনের মতো ভাল কোম্পানি আর হয় না? বাংলাদেশের বিভিন্ন কোম্পানির শেয়ারের দাম ওঠানামা করে। কোনো কোনো শেয়ারের দাম অস্বাভাবিক ওঠানামা করে। এটা কেবল ভাল ব্যবসার জন্য? ভাল ডিভিডেন্ট দেবে বলে? না-কি কারসাজি আছে আছে? এ সব হচ্ছে দেখার বিষয়।

ইথিকাল জার্নালিজম প্রসঙ্গে নিউইয়র্ক টাইমস

২০০৪ সালের সেপ্টেম্বরে তারা নিউজ ও সম্পাদকীয় পাতার জন্য হ্যান্ডবুক তৈরি করে। এতে বলা হয়, সাংবাদিকরা তথ্য দিতে আপত্তি জানানো কিংবা গোপন সংবাদ প্রদানে অসহযোগিতাকারী ব্যক্তির ভাবমূর্তি ক্ষুণ্ণ হয় এমন কিছু করবে না। আবার সহযোগিতার জন্য কাউকে বিশেষ কভারেজ দিতে পারবে না। সোর্সের সঙ্গে (বিশেষ করে নির্দিষ্ট বিটের ক্ষেত্রে) এমন ব্যক্তিগত সম্পর্ক গড়ে তোলা যাবে না, যাতে তাকে বিশেষ সুবিধা দিতে হয়। এটাও মনে রাখতে হবে, সোর্স কিন্তু তার স্বার্থ হাসিল করার জন্য নিউইয়র্ক টাইমস এর সুনাম ব্যবহার করতে চায়। সাংবাদিকদের বিশেষভাবে সোর্সের সঙ্গে রোমান্টিক সম্পর্কের বিষয়ে সতর্ক করা হয়েছে।

কোনো সাংবাদিক এমন কোনো কোম্পানির শেয়ার কেনাবেচা করতে পারবে না কিংবা তাদের সঙ্গে আর্থিক সম্পর্কে জড়াতে পারবে না যাদের নিয়ে প্রতিবেদন বা লেখা প্রকাশিত হবে। যেমন, কোনোবুক এডিটর কোনো প্রকাশনা সংস্থায় বিনিয়োগে করতে পারবে না। স্বার্থ বিষয়ক রিপোর্টার কোনো ওষুধ কোম্পানিতে বিনিয়োগ করতে পারবে না। পেন্টাগন প্রতিবেদক কোনো প্রতিরক্ষা সংক্রান্ত কোম্পানিতে বিনিয়োগ করবে না।

নিউইয়র্ক টাইমস বিশেষ ক্ষেত্রে সোর্সের জন্য অর্থ ব্যয় করে। যেমন, সোর্সকে খাওয়ানো কিংবা যাতায়াতের ব্যয় বহন। কোনো কোনো পরিস্থিতিতে সংবাদ-সোর্স খাবার খেতে অনুরোধ করে। এটা এড়িয়ে যাওয়া হয়ত কঠিন। কোনো কোম্পানির বস হয়ত কোম্পানির ব্যক্তিগত ডাইনিং রুমে ডিনারের আমন্ত্রণ জানাতে পারে। তবে সম্ভব হলে এ জন্য যে বিল হয়, সাংবাদিক সেটা প্রদানের ইচ্ছা প্রকাশ করবে। সাংবাদিক সম্মেলনে চা বা কফি খেতে দোষের কিছু নেই। তবে মধ্যাহ্ন ভোজ বা ব্রেকফাস্টের মতো আয়োজনের ক্ষেত্রে সতর্ক থাকতে হবে।

বাংলাদেশের ক্ষেত্রে বলা যায়, এফবিসিসিআই, ঢাকা চেম্বার বা বিজিএমইএ-এর মতো প্রতিষ্ঠানের সাংবাদিক সম্মেলনে দুপুরে খাওয়ানোর আয়োজন থাকলে সাংবাদিক কী করবেন?

সেখানে খাওয়ানো হলে কিংবা উপহার দিলে প্রতিবেদক কি নিজের মতো করে লিখতে পারবেন? সাংবাদিকরা বিশেষ অবস্থা ব্যতিরেকে বিমানের টিকেট বা হোটেলে থাকার আমন্ত্রণ গ্রহণ করবেন না। বিশেষ অবস্থা যেমন, কোনো বৈজ্ঞানিক অভিযান কিংবা বিকল্প নেই এমন পরিস্থিতি। তবে ব্যতিক্রম হতেই পারে। যেমন, কোনো করপোরেট বস সাক্ষাৎকার প্রদানের জন্য তাদের নিজস্ব বিমানে চলাচলের সময়টি ব্যবহার করতে চান। তবে এ ধরনের বিশেষ পরিস্থিতি বিষয়ে সাংবাদিক উর্ধ্বতন কর্তৃপক্ষের সঙ্গে আলোচনা করবেন।

যাদের খবর প্রকাশ করা হবে কিংবা যাদের বিষয়ে সম্পাদকীয় কলামে লেখা হবে কিংবা হতে পারে তাদের কাছ থেকে কোনো উপহার গ্রহণ করা যাবে না। তবে কোম্পানির লোগো যুক্ত ক্যাপ কিংবা মগ অথবা ২৫ ডলার (৪ হাজার টাকা) বা তার কম মহাল্যের কিছু হলে ব্যতিক্রম হতে পারে। উপহার প্রত্যাখানের সময় মনে

রাখতে হবে সেটা যেন বিনয়ের সঙ্গে করা হয়। তবে সর্বসাধারণের জন্য উন্মুক্ত কোনো উপহার হলে সেটা ভিন্ন কথা। প্রতিষ্ঠানের কোনো সাংবাদিক লাভজনক উদ্দেশ্যে আয়োজিত কোনো অনুষ্ঠানে বক্তব্য রাখবেন না

কিংবা এ ধরনের কোনো কার্যক্রমে যুক্ত হবেন না।

বিজনেস উইকের আচরণবিধি

বিজনেস উইক একটি মর্যাদাসম্পন্ন সাময়িকী। তারা সাংবাদিকদের নৈতিকতা বিষয়ে একটি আচরণবিধি তৈরি করেছে। প্রতি বছর সেখানে কর্মরত প্রত্যেককে স্বাক্ষর করতে হয়। সর্বশেষ ২০০৯ সালের ২ ডিসেম্বর এ আচরণবিধি হালনাগাদ করা হয়। এখানে তার অংশবিশেষ তুলে ধরা হলো।

বাংলাদেশসহ বিশ্বের যে কোনো প্রান্তের সাংবাদিকদের জন্যই তা অনুকরণীয় হতে পারে। বিজনেস উইকের যাত্রা শুরু ১৯২৯ সালে। পত্রিকাটি মনে করে, সমাজে তারা যথেষ্ট স্বাধীনতা ভোগ করে। আর এ স্বাধীনতা নিয়ে আসে কিছু দায়িত্ব। তারা যা প্রকাশ করে তার জন্য অবশ্যই জবাবদিহিতা থাকা চাই। অন্যথায় হারিয়ে যাবে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ সম্পদ পাঠক, অনলাইন দর্শক, দর্শক ও শ্রোতাদের আস্থা। তাদের কাছে যেসব তথ্য উপস্থাপন করা হয় এবং যে ব্যাখ্যা- বিশ্লেষণ রাখা হয় তার গুরুত্ব কমে যেতে থাকবে কিংবা এমনকি কমে যাবে। বিজনেস উইক বিশ্বাস করে তাদের ভবিষ্যৎ নির্ভর করে এই আস্থা সংরক্ষণ ও বাড়িয়ে চলার ওপর। এজন্য সাংবাদিকের সততা ও নিষ্ঠা থাকতে হবে সর্বোচ্চ মাত্রায়।

সংগৃহীত তথ্য হতে হবে নির্ভুল, সংগ্রহ করা হবে সৎ উপায়ে এবং উপস্থাপনে থাকবে পক্ষপাতহীনতা সততা। সাংবাদিকদের পেশাগত আচরণ হতে হবে অনতিক্রম্য এবং ব্যক্তিগত আচরণ থাকবে সমালোচনার উর্ধে। বিজনেস উইক তার সম্পাদকীয় নীতিমালার সঙ্গে বিজ্ঞাপন এবং অন্যান্য ব্যবসায়িক কার্যক্রম পৃথক রাখে। প্রকৃতপক্ষে এখানে তুলে রাখা হয়েছে একটি অদৃশ্য দেয়াল, যাতে একের দ্বারা অন্যের কার্যক্রম প্রভাবিত না হয়। সাংবাদিক বা সম্পাদক তাদের প্রতিবেদন বা গ্রাফিকস তৈরি করেন তার সম্পাদকীয় মান অনুযায়ী। যারা বিজ্ঞাপন দেয় এবং দেয় না তাদের মধ্যে কোনো পার্থক্য টানা হয় না। বিজনেস উইক কাউকে আনুকূল্য দেখায় না কিংবা কারও প্রতি বিরূপ মনোভাব পোষণ করে না। কোম্পানি কিংবা ব্যক্তি সবার ক্ষেত্রেই এটা প্রযোজ্য। কেউ বিজ্ঞাপন দিতে রাজী না হলে তার সম্পর্কে নেতিবাচক খবর প্রকাশ চলবে না। বিজনেস উইক তথ্যের নির্ভুলতার প্রতি সর্বোচ্চ গুরুত্ব প্রদান করে থাকে। খবরের সঙ্গে যে ব্যাখ্যা- বিশ্লেষণ উপস্থাপন করা হয় হয়, তা অবশ্যই হতে হবে যুক্তিপূর্ণ। সংবাদ-সূত্রের সঙ্গে যাদের সরাসরি সম্পর্ক এবং অন্য যেসব সম্পাদকীয় কর্মী রয়েছেন তাদের হতে হয় সত্যনিষ্ঠ।

প্রতিষ্ঠান হিসেবে বিজনেস উইকের কঠিন সম্পূর্ণ নিরপেক্ষ। তারা কোনো রাজনৈতিক প্রার্থী বা দলকে সমর্থন দেয় না। অর্থনীতিতে তারা কোনো পণ্য নয়। রাজনীতি, অর্থনীতি, সমাজ নীতি সব বিষয়ে তারা নিজস্ব বিচার- বিশ্লেষণ দ্বারা পরিচালিত হয়।

বিজনেস উইক তাদের প্রতিবেদনের সঙ্গে সংশ্লিষ্ট ব্যক্তি, কোম্পানি ও প্রতিষ্ঠানের মত তুলে ধরার সুযোগ দেয়। এমনকি তা যদি প্রতিবেদনের মূল ভাবনার পরিপন্থীও হয়, সেটা তুলে ধরা হয়। কেউ কোনো প্রতিবেদন বিষয়ে অভিযোগ করলে তা দ্রুততার সঙ্গে এবং গুরুত্ব দিয়ে অনুসন্ধান করা হয়। যদি দেখা যায়, প্রতিবেদনের বক্তব্য যথার্থ তাহলে বিজনেস উইক অভিযোগকারী যেই হোক না কেন নিজের বক্তব্য থেকে এক চুলও সরে আসে না। আর যদি ভুল প্রমাণিত হয় তাহলে দ্রুত সংশোধনী দেয়া হয় এবং উপযুক্ত অন্যান্য পদক্ষেপ নেয়া হয়। সাংবাদিকরা সাক্ষাৎকার থেকে প্রাপ্ত যাবতীয় বক্তব্য ও উদ্ধৃতি ব্যবহার করতে পারেন। তাদেরকে অবশ্যই সূত্র যথাযথভাবে চিহ্নিত করতে হবে। ‘নাম প্রকাশ করা যাবে না’ তথ্য পাওয়ার জন্য এটাও গ্রহণযোগ্য। তবে বিজনেস উইকের এটা পছন্দের তালিকায় থাকে না। একক সূত্রের ওপর নির্ভর না করাই কাম্বিন্ড। এতে বিভ্রান্তির সুযোগ থাকে। কেউ পরিকল্পিতভাবে ভুল পথেও নিয়ে যেতে পারে।

বাংলাদেশ প্রেস কাউন্সিলের আচরণ বিধি

বাংলাদেশ সংবাদপত্র, সংবাদ সংস্থা এবং সাংবাদিকদের জন্য অনুসরণীয় আচরণবিধি, ১৯৯৩ (২০০২ সালে

সংশোধিত) প্রেস কাউন্সিল অ্যাক্ট, ১৯৭৪-এর ১১ : (বি) ধারা অনুযায়ী সংবাদপত্র, সংবাদ সংস্থা এবং

সাংবাদিকদের জন্য অনুসরণীয় আচরণ বিধিতে বলা হয়েছে-

১. জাতিসত্তা বিনাশী এবং দেশের স্বাধীনতা, সার্বভৌমত্ব, রাষ্ট্রীয় অখণ্ডতা ও সংবিধান বিরোধী বা পরিপন্থী কোনো সংবাদ অথবা ভাষ্য প্রকাশ না করা;

২. মুক্তিযুদ্ধ, মুক্তিযুদ্ধের আদর্শ ও অর্জনকে সম্মুন্নত রাখা এবং এর বিরুদ্ধে প্রচারণা থেকে বিরত থাকা;

৩. জনগণকে আকর্ষণ করে অথবা তাদের ওপর প্রভাব ফেলে এমন বিষয়ে জনগণকে অবহিত রাখা একজন

সাংবাদিকের দায়িত্ব। জনগণের তথা সংবাদপত্রের পাঠকগণের ব্যক্তিগত অধিকার ও সংবেদনশীলতার প্রতি

পূর্ণ সম্মানবোধসহ সংবাদ ও সংবাদভাষ্য রচনা ও প্রকাশ করা;

৪. সংবাদপত্র ও সাংবাদিকের প্রাপ্ত তথ্যাবলির সত্যতা ও নির্ভুলতা নিশ্চিত করা;

৫. বিশ্বাসযোগ্য সূত্র থেকে প্রাপ্ত তথ্য কোনোরূপ শাস্তির ঝুঁকি ছাড়াই জনস্বার্থে প্রকাশ করা। এ ধরনের জনস্বার্থে প্রকাশিত সংবাদ যদি সং উদ্দেশ্য প্রণোদিত হয়ে থাকে এবং প্রাপ্ত তথ্য যৌক্তিকভাবে বিশ্বাসযোগ্য বিবেচিত হয়, তবে এ ধরনের প্রকাশিত সংবাদ থেকে উদ্ভূত প্রতিকূল পরিণতি থেকে সাংবাদিককে রেহাই দেয়া;

৬. গুজব ও অসমর্থিত প্রতিবেদন প্রকাশের পূর্বে সেগুলোকে চিহ্নিত করা এবং যদি এ সব প্রকাশ করা

অনুচিত বিবেচিত হয়, তবে সেগুলো প্রকাশ করা থেকে বিরত থাকা;

৭. যে সকল সংবাদের বিষয়বস্তু অসাধু এবং ভিত্তিহীন অথবা যেগুলোর প্রকাশনায় বিশ্বাস ভঙ্গের আশংকা আছে, সে সকল সংবাদ প্রকাশ না করা;

৮. সংবাদপত্র ও সাংবাদিক বিতর্কিত বিষয়ে নিজস্ব মতামত জোরালোভাবে ব্যক্ত করার অধিকার রাখেন,

কিংবা এরূপ করতে গিয়ে :

- (ক) সত্য ঘটনা এবং মতামতকে পরিচ্ছন্নভাবে প্রকাশ করা;
- (খ) পাঠককে প্রভাবিত করার উদ্দেশ্যে কোনো ঘটনাকে বিকৃত না করা;
- (গ) মূলভাষ্যে অথবা শিরোনামে কোনো সংবাদকে বিকৃত না করা বা অসাধুভাবে চিহ্নিত না করা;
- (ঘ) মূল সংবাদের ওপর মতামত পরিচ্ছন্নভাবে তুলে ধরা।

৯. কুৎসামূলক বা জনস্বার্থ পরিপন্থী না হলে বাহ্যত ব্যক্তি বিশেষের স্বার্থবিরোধী হলেও যথাযথ কর্তৃপক্ষ স্বাক্ষরিত যে কোনো বিজ্ঞাপন সংবাদপত্রে প্রকাশের অধিকার সম্পাদকের আছে। কিন্তু এরূপ বিজ্ঞাপনের প্রতিবাদ করা হলে সম্পাদককে তা' বিনা খরচে মুদ্রণের ব্যবস্থা করা;

১০. ব্যক্তি অথবা সম্প্রদায়বিশেষ সম্পর্কে তাদের বর্ণ, গোত্র, জাতীয়তা, ধর্ম অথবা দেশগত বিষয় নিয়ে অবজ্ঞা বা মর্যাদা হানিকর বিষয় প্রকাশ না করা। জাতীয় ঐক্য সমুন্নত রাখার লক্ষ্যে সাম্প্রদায়িকতাকে কঠোরভাবে নিরুৎসাহিত করা;

১১. ব্যক্তিবিশেষ, সংস্থা, প্রতিষ্ঠান অথবা কোনো জনগোষ্ঠী বা বিশেষ শ্রেণীর মানুষ সম্পর্কে তাদের স্বার্থ ও সুনামের ক্ষতিকর কোনো কিছু যদি সংবাদপত্র প্রকাশ করে তবে পক্ষপাতহীনতা ও সততার সাথে সংবাদপত্র বা সাংবাদিকের উচিত ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠান/ সংস্থাকে দ্রুত এবং সংগত সময়ের মধ্যে প্রতিবাদ বা উত্তর দেয়ার সুযোগ প্রদান;

১২. প্রকাশিত সংবাদ যদি ক্ষতিকর হয় বা বস্তুনিষ্ঠ না হয়, তবে তা' অবিলম্বে প্রত্যাহার, সংশোধন বা

ব্যাখ্যা করা এবং ক্ষেত্রবিশেষে ক্ষমা প্রার্থনা করা;

১৩. জনগণকে আকর্ষণ করে অথচ জনস্বার্থ পরিপন্থী চাঞ্চল্যকর মুখরোচক কাহিনীর মাধ্যমে পত্রিকা

কাটতির স্বার্থে রুচিহীন ও অশালীন সংবাদ এবং অনুরূপ ছবি পরিবেশন না করা;

১৪. অপরাধ ও দুর্নীতি প্রতিরোধের লক্ষ্যে সংবাদপত্রের যুক্তিসংগত পক্ষ অবলম্বন করা;

১৫. অন্যান্য গণমাধ্যমের তুলনায় সংবাদপত্রের ব্যাপ্তি ও স্থায়িত্ব তুলনামূলকভাবে বেশি; এ কারণে যে সাংবাদিক সংবাদপত্রের জন্য লিখবেন তিনি সূত্রের বিশ্বাসযোগ্যতা ও সংবাদের সত্যতা সম্পর্কে বিশেষভাবে সাবধান থাকা এবং ঝুঁকি এড়ানোর জন্য সূত্রসমূহ সংরক্ষণ করা;

১৬. কোনো অপরাধের ঘটনা বিচারাধীন থাকাকালীন সব পর্যায়ে তার খবর ছাপানো এবং মামলা বিষয়ক প্রকৃত চিত্র উদঘাটনের জন্য আদালতের চূড়ান্ত রায় প্রকাশ করা সংবাদপত্রের দায়িত্বের মধ্যে পড়ে। তবে বিচারাধীন মামলার রায় প্রভাবিত হতে পারে, এমন কোনো মন্তব্য বা মতামত প্রকাশ থেকে চূড়ান্ত ঘোষণার আগ পর্যন্ত সাংবাদিককে বিরত থাকা;

১৭. সংবাদপত্রে প্রকাশিত প্রতিবেদনের সাথে প্রত্যক্ষভাবে সম্পর্কিত পক্ষ বা পক্ষসমূহের প্রতিবাদ সংবাদপত্রটিতে সমগুরুত্ব দিয়ে দ্রুত ছাপানো এবং সম্পাদক প্রতিবাদলিপির সম্পাদনাকালে এর চরিত্র পরিবর্তন না করা;

১৮. সম্পাদকীয়ের কোনো ভুল তথ্যের দ্বারা ক্ষতিগ্রস্ত পক্ষ যদি প্রতিবাদ করে, তবে সম্পাদকের নৈতিক দায়িত্ব হচ্ছে একই পাতায় ভুল সংশোধন করে দুঃখ প্রকাশ করা;

১৯. বিদ্বেষপূর্ণ কোনো খবর প্রকাশ না করা;

২০. সম্পাদক কর্তৃক সংবাদপত্রের সকল প্রকাশনার পরিপূর্ণ দায়িত্ব স্বীকার করা;

২১. কোনো দুর্নীতি বা কোনো ব্যক্তির বিরুদ্ধে আর্থিক বা অন্য কোনো অভিযোগ সংক্রান্ত প্রতিবেদন তৈরি করার ক্ষেত্রে প্রতিবেদকের উচিত ঘটনার সত্যতা সম্পর্কে সাধ্যমতো নিশ্চিত

হওয়া এবং প্রতিবেদককে অবশ্যই খবরের ন্যায্যতা প্রতিপন্ন করার মতো যথেষ্ট তথ্য যোগাড় করা;

২২. প্রতিবাদ হয়নি এমন দায়িত্বশীল প্রকাশনা খবরের উৎস হতে পারে, তবে পুনঃমুদ্রণ করা হয়েছে নিছক এই অজুহাতে কোনো সাংবাদিক কোনো সাংবাদিকের কোনো খবর সম্পর্কে দায়িত্ব না এড়ানো;

২৩. সমাজের নৈতিক মূল্যবোধের অধঃপতন তুলে ধরা সাংবাদিকের দায়িত্ব, তবে নারী-পুরুষ ঘটিত অথবা

কোনো নারী সংক্রান্ত প্রতিবেদন প্রকাশের ক্ষেত্রে একজন সাংবাদিকের অতিরিক্ত সাবধানতা অবলম্বন করা;

নৈতিকতা ও আচরণ বিধি বিশ্লেষণ করলে বোঝা যায়, একজন সাংবাদিক ঘটনা দ্বারা প্রভাবিত হবেন না। তবে ঘটনা সম্পর্কে সংবেদনশীল থাকবেন। নিজেকে একটি নিরপেক্ষ জায়গায় রেখে ঘটনাকে বিশ্লেষণ করবেন। ঘটনা বিচার করবেন যুক্তি ও কারণ দিয়ে; আবেগ দিয়ে নয়। অনেক সময় চোখের সামনে যা দেখছি, তা ঘটনার প্রকৃত কারণ নাও হতে পারে। চুলচেরা বিশ্লেষণই একজন সাংবাদিককে সত্যসন্ধানী হিসেবে গড়ে তুলতে পারে।

বাংলাদেশে জন্য কি প্রয়োজ্য?

উন্নত দেশগুলোর ব্যবসায় সাংবাদিকদের ক্ষেত্রে যে সব নৈতিকতার কথা বলা হয়েছে, তার কতটা বাংলাদেশে প্রয়োগ করা যাবে? এখানে কারও বাড়িতে গেলে আপ্যায়নের রেওয়াজ আছে। হতদরিদ্র মানুষের ঘরে কেউ গেলেও আর কিছু না হোক পানি খেতে দেয়। দু'জন বন্ধু হোটেল খেতে গেলে একজনে অপরকে খাওয়ায়। সাংবাদিক সম্মেলনে আমন্ত্রণ জানালে কেবল চা নয়, অন্য খাবারও দিতে হয়। দুপুর হলে লাঞ্চার আয়োজন করতে হয়। এ অবস্থায় সাংবাদিক কী করবেন? বিজ্ঞাপনের ওপর সংবাদ মাধ্যমের নির্ভরতা ব্যাপক। কোনো প্রতিষ্ঠানের সম্পর্কে নেতিবাচক প্রতিবেদন প্রকাশিত হলে বিজ্ঞাপন মেলে না। বলা হয়, সংবাদপত্র ও টেলিভিশন বিজ্ঞাপনদাতাদের কাছে জিম্মি। এ অবস্থায় সাংবাদিক কিংবা তার প্রতিষ্ঠান নৈতিকতা কতটা ধরে রাখতে পারবে?

এই যখন অবস্থা, তখন রাষ্ট্র নৈতিকতা চর্চায় সাংবাদিক সমাজের পাশে দাড়াতে পারে। জোরালো অবস্থান নিতে পারে সাংবাদিক সংগঠন; কিন্তু রাজনৈতিক বা আঞ্চলিক বিভাজনে জড়িয়ে আছেন সাংবাদিক সমাজ। সেজন্যে বাংলাদেশ বার কাউন্সিল বা ইন্সটিটিউট অব চার্টার এ্যাকাট্যান্ট অব বাংলাদেশ, আইসিএবি'র মতো ভূমিকা রাখার সুযোগও তৈরি হচ্ছে না। একটি শক্তিশালী আইনী কাঠামোর মাধ্যমে বিদ্যমান প্রতিষ্ঠানকে শক্তিশালী করা যেতে পারে। যেখানে নৈতিকতা চর্চা করার সময় যাতে আইনী সুরক্ষা মেলে। এই সময় আমাদের সম্পাদকীয় নীতির অস্থিরতার পথ চলতে হচ্ছে। বেশিরভাগ ক্ষেত্রে এই নীতি বেশ পরিবর্তন শীল।

ভঙ্গুর এবং অস্থির এই নীতিমালায় মেনে জীবীকার স্বার্থে কৌলশী অবস্থান গ্রহণের মাধ্যমে নৈতিক চর্চার বিকল্প এই মূহুর্তে আর নেই। সাংবাদিকতার সাথে নীতি-নৈতিকতার সম্পর্ক অবিচ্ছেদ্য। বলতে গেলে প্রতিটি মুহূর্তেই এ পেশায় নীতি-নৈতিকতার ব্যাপারটি মাথায় রাখতে হয়। কী লিখতে যাচ্ছি- কী লিখবো- কতোটুকু লিখবো- কাকে কী প্রশ্ন রাখবো- কখন করবো অথবা কাউকে কোনো 'ফেবার' করা হচ্ছে কিনা কিংবা কাউকে কোনোভাবে বঞ্চিত করা হচ্ছে কিনা বা কারও ব্যক্তিস্বার্থে গণস্বার্থকে এড়িয়ে যাওয়া হচ্ছে কিনা - এসব প্রশ্ন এ পেশায় একবারেই আটপৌরে ব্যাপার। এককথায়- এই পেশা বৃহৎ জনোগোষ্ঠীকে নীতি-নৈতিকতার সাথে যতোটা সম্পৃক্ত করে ততোটা অন্য কোনো পেশায় সম্ভব কিনা- ভেবে দেখতে হবে! তাই সাংবাদিকতায় নীতি-

নৈতিকতা মেনে চলা মানে হচ্ছে এই পেশার মর্যাদা ও জনকল্যাণমুখী চরিত্রকেই আরও সমৃদ্ধ করা। #

লেখক: বিজনেস এডিটর: যমুনা টেলিভিশন

সাবেক সাধারণ সম্পাদক:

ঢাকা রিপোর্টার্স ইউনিটি (ডিআরইউ) এবং ইকনোমিক রিপোর্টার্স ফোরাম (ইআরএফ)

তথ্য সূত্র:

১. ব্যবসায় সাংবাদিকতা: অজয় দাশগুপ্ত ও রোবায়ত ফেরদৌস, শ্রাবণ প্রকাশনী, ঢাকা
২. বিষয়: সাংবাদিকতা; পার্থ চট্টোপাধ্যায়- লিপিকা , কলকাতা, ভারত
৩. মানুষ মাধ্যম ও যোগাযোগ; উইলবার শ্রাম, বাংলা একাডেমী, ঢাকা,
৪. আচরণ বিধি; বাংলাদেশ প্রেস কাউন্সিল
৫. উইকিপিডিয়া
৬. Dow Jones Code of Ethics
6. Thomson Reuters Code of Ethics
7. American Business Code of Ethics
8. The Press Council of Indias norms of journalistic conduct
9. Ethical Journalism, New York Times
10. The Guardians Editorial Code
11. The New Ethics of Journalism, principal of 21st century, Kelly McBride & Tom Rosentiel, Sage Publishers.
12. Capitalism & freedom, Milton Friedman, University of Chicago press
13. Icfj, Journalism ethics- The Global debate
14. Cheating the Big mistake; in the new ethics, Anita L Allen, Miramax Book
15. On ethics & Economics, Amartya K. Sen, Wiley Blackwell