



তথ্য ও ভাবনার আদান-প্রদান যে প্রক্রিয়ার মাধ্যমে সংঘটিত হয় তাই হল জ্ঞাপন। মানব সমাজ ও জীবজগতে প্রতিনিয়ত এই জ্ঞাপন ঘটছে। বেঁচে থাকার জন্য যেমন দরকার জল ও খাদ্য, ঠিক তেমনি মানুষের চাহিদা, ভালবাসা, আনন্দ, দুঃখ ও বেদনার অনুভবের প্রকাশের জন্য জ্ঞাপনের প্রয়োজন। দেহের ভঙ্গিমায়, মুখের কথায়, গানের সুরে, লেখায়, ছবিতে প্রতিনিয়ত ঘটে চলেছে এই জ্ঞাপন। জীবজগতেও প্রাণিকুল শারীরিক ও শব্দের মাধ্যমে ভাব প্রকাশ করছে। কুকুরের ডাক, পাখীর কলরবের মধ্যে নিহিত আছে এই জ্ঞাপন।

জ্ঞাপনের ইংরাজি হল কমিউনিকেশন (communication)। লাতিন শব্দ কমিউনিস (communis) থেকে এসেছে। কমিউনিস কথার অর্থ সাধারণ। কেউ যখন কোন অনুভব, ভাবনা ও প্রতিক্রিয়া প্রকাশ করে তখন তার প্রাথমিক উদ্দেশ্য হল ঐ প্রকাশকে সাধারণগ্রাহ্য করে তোলা। একজন বলছে, আরেকজন শুনছে। যিনি বলছেন তাঁর কথা যিনি শুনছেন তিনি যদি সঠিকভাবে উপলব্ধি করেন তাহলেই সাধারণগ্রাহ্যতা প্রতিষ্ঠিত হয়। অর্থবহ হয়ে ওঠে তথ্য ও ভাব বিনিময় প্রক্রিয়া। Denis Mc Quail বলেছেন জ্ঞাপন প্রক্রিয়ার মাধ্যমে সাধারণগ্রাহ্যতার প্রসার হয় (communication is a process which increases commonality)।

সংস্কৃত সাহিত্যেও সাধারণীকরণের কথা বলা হয়েছে। এটি পুরোপুরি সামাজিক প্রক্রিয়া। সহৃদয় মানুষের সংস্পর্শে আসলেই এই প্রক্রিয়া কাজ করবে। সহৃদয়

জ্ঞাপনের সংজ্ঞা

জ্ঞাপন কী তা অনুধাবন করতে গিয়ে বিশেষজ্ঞরা বিভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে জ্ঞাপনকে পর্যালোচনা করেছেন। বৈজ্ঞানিক দৃষ্টিভঙ্গী ও বিশ্লেষণের মাধ্যমে জ্ঞাপনের চরিত্রকে তুলে ধরেছেন। এঁদের উপলব্ধিতে রয়েছে বৈচিত্র, সিদ্ধান্তে তারতম্য। কিন্তু সকলের উদ্দেশ্য এক, জ্ঞাপন বিষয়টিকে বোঝা।

Bernard Berelson এবং Leonard Berkowitz বলেছেন জ্ঞাপন হল প্রতীকের সাহায্যে তথ্য, আবেগ, ভাবনা ও দক্ষতার প্রেরণ (Communication is the transmission of information, ideas, emotions, skills etc. by use of symbol)। প্রতীকের মাধ্যমে যে যোগাযোগ গড়ে ওঠে তাকে জ্ঞাপন বলে অভিহিত করেছেন তাঁরা। ভাষায়, চিত্রে, সুরের মধ্য দিয়ে মানুষ মানুষের কাছে তথ্য, ভাবনা, আবেগ ও অভিজ্ঞতাকে পৌঁছে দিচ্ছে।

John C Merrill and Ralph L. Lowenstein জ্ঞাপনকে দ্বিমুখী রাস্তা বলে চিহ্নিত করেছেন। যাওয়া আসা দুইই ঘটছে জ্ঞাপন ক্রিয়ায়। অংশগ্রহণকারীরা তথ্য ও ভাবনার আদান-প্রদানের মধ্য দিয়ে মূর্ত করে তুলছে জ্ঞাপনকে। বক্তা যেমন শ্রোতার কাছে বার্তা পৌঁছে দেয়, তেমনি শ্রোতার কাছ থেকে প্রতিবার্তা ফিরে আসে বক্তার কাছে।

Colin Cherry-র ভাষায় জ্ঞাপন হল উদ্দীপনা প্রেরণ এবং প্রত্যুত্তর সৃষ্টির প্রক্রিয়া (communication is the transmission of stimuli and the evocation of response)। শুধুমাত্র বার্তা বিনিময় দিয়ে জ্ঞাপন হয় না। প্রেরক যে বার্তা গ্রাহকের কাছে পাঠাচ্ছে তা অবশ্যই উদ্দীপনা সৃষ্টি করবে। গ্রাহক যদি উদ্দীপিত হয় তাহলেই তাঁর মধ্যে প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি হবে এবং এই প্রতিক্রিয়াই তৈরি করবে প্রত্যুত্তর। Colin Cherry জ্ঞাপন ক্রিয়ায় মানবিক উপাদানের ওপর গুরুত্ব আরোপ করেছেন। তাঁর মতে উদ্দীপন এবং প্রত্যুত্তরের মধ্যে যে মানবিক উপাদান রয়েছে তাই জ্ঞাপনকে সার্থক করে তোলে।

George Gerbner জ্ঞাপনকে বার্তা বিনিময়ের মধ্য দিয়ে সংঘটিত এক সামাজিক মিথস্ক্রিয়া বলে অভিহিত করেছেন (communication is social interaction through messages)। জ্ঞাপনে বার্তা বিনিময় একটি অপরিহার্য শর্ত। বার্তা বিনিময় হয় প্রতীকের মাধ্যমে। প্রেরক যে প্রতীক ব্যবহার করছেন, গ্রাহক সেই প্রতীকের সঙ্গে আগে থাকতেই পরিচিত। তাই প্রতীকের অর্থ বুঝতে দেরি হয়

না। অর্থ আকার সঙ্গে সঙ্গেই সে উন্নীত হচ্ছে এবং তার প্রতিক্রিয়া বাক্য করছে। এই ভাবেই গড়ে উঠছে তথা এ আকার আদান প্রদান। মানুষ, মন, ইতিহাস এবং রাষ্ট্র ব্যবস্থা পর্যন্ত পরিচালিত হচ্ছে আদান-প্রদান দ্বিধিক জ্ঞাপন। কার্যত এই জ্ঞাপনকে আশ্রয় করেই গড়ে উঠছে সামাজিক আশ্রয়সম্পর্ক। মানুষ, সামাজিক প্রতিষ্ঠান, রাজনৈতিক মন, সরকার ইতিহাসে এই আশ্রয়সম্পর্ক নির্মাণ প্রক্রিয়ার মধ্যে রয়েছে। সম্পর্ক বিন্যাসের মধ্যে দিয়ে ঘটে চলেছে যে সামাজিক মিথস্ক্রিয়া তা সম্পূর্ণভাবে বিরামবিহীন প্রক্রিয়া। বার্তা বিনিময়, ভাষা বিনিময় প্রক্রিয়াও তৈরি করে চলেছে আশ্রয়সম্পর্কের বিন্যাস। এর কোন স্থির রূপ নেই। জন্মগত পরিবর্তনের মধ্য দিয়ে তার নির্মাণ, পুনর্নির্মাণ চলে। জ্ঞাপনকার্যে মানুষের অংশগ্রহণ যত বাড়ে, আশ্রয়সম্পর্কের ক্ষেত্র তত প্রসারিত হয়। পরিণামে সামাজিক মিথস্ক্রিয়াও তীব্র হয়ে ওঠে। সামাজিক পরিবর্তনের গতি বৃদ্ধি পায়।

প্রখ্যাত গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞ Wilbur Schramm বলেছেন জ্ঞাপন সর্বদাই সাধারণগ্রাহতা প্রতিষ্ঠার চেষ্টা করে। কেউ যখন কাউকে কিছু জানায় তখন একজন আরেক জনের সঙ্গে তথ্য, ভাবনা ও দৃষ্টিভঙ্গী ভাগ করে নেয়। দু-জনের পারস্পরিক দেওয়া নেওয়ার মধ্যে রয়েছে এক সাধারণগ্রাহ উপলক্ষি যা দু-জনেই ভাগ করে নিচ্ছে। Schramm-এর ভাষায় "when we communicate, we are trying to establish a commonness with some one. That is, we are trying to share information, an idea, or attitude". এই সংজ্ঞাটিতে জ্ঞাপনের প্রকৃত রূপটি প্রতিভাত হয়েছে। Denis Mc Quail-এর প্রতিধ্বনি করে Schramm-ও বলেছেন communication এর সঙ্গে commonness-এর যোগ রয়েছে এবং এই সম্পর্কের জন্যই জ্ঞাপন অর্থবহ হয়ে উঠছে।

জ্ঞাপনের মধ্যে যুক্ত হয়ে আছে পাঁচটি প্রধান বিষয়। এ গুলি হল প্রেরক (sender), গ্রাহক (receiver), বার্তা (message), মাধ্যম (channel) এবং প্রতিবার্তা (feedback)। শিক্ষক যখন ক্লাসে পড়ান তখন অবশ্যই জ্ঞাপন ঘটছে। শিক্ষক হলেন প্রেরক, ছাত্ররা গ্রাহক, শিক্ষক যা পড়াচ্ছেন তাহল বার্তা, মুখের কথা হল মাধ্যম এবং ছাত্রদের কাছ থেকে তিনি যা জানছেন তা হল প্রতিবার্তা। প্রতিটি বিষয়ই জ্ঞাপনক্রিয়াকে সফল করে তুলছে। এদের প্রত্যেকেরই অবদান রয়েছে জ্ঞাপনক্রিয়ায়। সকলের অবদানের নীট ফল হল একটি জ্ঞাপনক্রিয়া সফলভাবে ঘটছে। সমাজে এই রকম অসংখ্য জ্ঞাপনক্রিয়া ঘটে চলেছে। বিচিত্র তার রূপ, বিভিন্ন তার কার্যধারা। ব্যক্তিগত স্তরে যেমন মানুষের সঙ্গে মানুষের বন্ধুত্ব, টানা পোড়েনের সম্পর্ক গড়ে উঠছে, তেমনি আধুনিক যন্ত্র নির্ভর গণমাধ্যমের

एक बार एक दिन एक बड़ा बूढ़ा आदमी एक बड़ा बूढ़ा आदमी के पास गया और उसने कहा कि मैं बहुत बूढ़ा हूँ और मैं बहुत कम चल पाता हूँ। क्या आप मेरे लिए कुछ कर सकते हैं? आदमी ने कहा कि मैं आपकी मदद कर सकता हूँ।

एक बार एक दिन एक बड़ा बूढ़ा आदमी एक बड़ा बूढ़ा आदमी के पास गया और उसने कहा कि मैं बहुत बूढ़ा हूँ और मैं बहुत कम चल पाता हूँ। क्या आप मेरे लिए कुछ कर सकते हैं? आदमी ने कहा कि मैं आपकी मदद कर सकता हूँ।

एक बार एक दिन एक बड़ा बूढ़ा आदमी एक बड़ा बूढ़ा आदमी के पास गया और उसने कहा कि मैं बहुत बूढ़ा हूँ और मैं बहुत कम चल पाता हूँ। क्या आप मेरे लिए कुछ कर सकते हैं? आदमी ने कहा कि मैं आपकी मदद कर सकता हूँ।

एक बार एक दिन एक बड़ा बूढ़ा आदमी एक बड़ा बूढ़ा आदमी के पास गया और उसने कहा कि मैं बहुत बूढ़ा हूँ और मैं बहुत कम चल पाता हूँ। क्या आप मेरे लिए कुछ कर सकते हैं? आदमी ने कहा कि मैं आपकी मदद कर सकता हूँ।

एक बार एक दिन एक बड़ा बूढ़ा आदमी एक बड़ा बूढ़ा आदमी के पास गया और उसने कहा कि मैं बहुत बूढ़ा हूँ और मैं बहुत कम चल पाता हूँ। क्या आप मेरे लिए कुछ कर सकते हैं? आदमी ने कहा कि मैं आपकी मदद कर सकता हूँ।

সাংস্কৃতিক উন্নয়ন : সংস্কৃতির সঙ্গে সমাজের গভীর সম্পর্ক রয়েছে। সংস্কৃতির বিকাশ ছাড়া সামাজিক অগ্রগতি হতে পারে না। সাহিত্য, সংগীত, নাটক, চিত্রকলা ও চলচ্চিত্র, সংস্কৃতির অনুষঙ্গ। প্রতিটি বিষয়েই জ্ঞাপন নির্ভর। জ্ঞাপনের মধ্য দিয়েই সাহিত্য ও সংগীতচর্চা হয়। নাটক, চিত্রকলা ও চলচ্চিত্র বিকশিত হয়। প্রযুক্তি ও কলাকৌশলগত উন্নয়নের ফলে জ্ঞাপন পদ্ধতিও উন্নত হচ্ছে এবং সুগঠিত ও সুসংহতভাবে ঘটছে সাংস্কৃতিক উন্নয়ন।

সুসংহতি : সমাজের মধ্যে বসবাসকারী বিভিন্ন শ্রেণী ও গোষ্ঠীর মধ্যে তথ্য, চিন্তা-ভাবনা, মতামত ও দৃষ্টিভঙ্গীর আদান-প্রদানের ফলে সমাজে মানুষের মধ্যে পারস্পরিক বোঝাপড়া গড়ে ওঠে। এই বোঝাপড়া সামাজিক সুসংহতি নিয়ে আসতে সাহায্য করে। কোন দেশে যদি জাতিগত, ভাষাগত ও ধর্মগত বৈচিত্র থাকে তাহলে সুসংহতি নিয়ে আসার প্রয়োজন আরও বেশি অনুভূত হয়। ভারতের মত বিশাল দেশে যেখানে বৈচিত্রের পরিমাণ বিপুল, সেখানে সুসংহতির মধ্য দিয়েই একা প্রতিষ্ঠিত হতে পারে। সুসংহতি নিয়ে আসতে জ্ঞাপনের ভূমিকা খুবই তাৎপর্যপূর্ণ। লোকায়ত জীবনে দলগত জ্ঞাপন ও আধুনিক নগর জীবনে গণমাধ্যম তথ্য, দৃষ্টিভঙ্গী ও ভাববিনিময়ের মধ্য দিয়ে যে বোঝাপড়ার বাতাবরণ তৈরি করে, প্রকৃতপক্ষে তা সুসংহতি ও সমন্বয় নিয়ে আসতে সাহায্য করে। আধুনিক গণজ্ঞাপন পদ্ধতি যদি সঠিকভাবে ব্যবহৃত হয় তাহলে মানুষের চেতনারও উত্তরণ ঘটতে পারে। দূর হতে পারে সামাজিক ভেদাভেদ ও সংকীর্ণতা। সমাজ যত আধুনিক হচ্ছে সুসংহতি নিয়ে আসার গুরুত্ব তত বৃদ্ধি পাচ্ছে। কম্পিউটার প্রযুক্তির অস্বাভাবিক অগ্রগতি যেমন তথ্যের বিস্ফোরণ ঘটিয়েছে, ঠিক তেমনি সামাজিক সুসমন্বয় নিয়ে আসার প্রয়োজনকে অনিবার্য করে তুলেছে। শুধুমাত্র তথ্য সংগ্রহ নয়, তথ্যের পর্যাপ্ত ও সঠিক আদান-প্রদানই নবপ্রযুক্তির অন্যতম লক্ষ্য। আধুনিক তথ্য-সমাজে জ্ঞাপনের হাতেই রয়েছে অগ্রগতির চাবিকাঠি।

গণজ্ঞাপন

জ্ঞাপন যখন বহু মানুষের উদ্দেশ্যে করা হয় তখনই ঘটে গণজ্ঞাপন। গণজ্ঞাপনে মাধ্যম হল যন্ত্রনির্ভর। একই বার্তাকে বহু মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে গেলে যন্ত্রের ওপর নির্ভর করা ছাড়া গতি নেই। যেদিন ছাপার মেশিন আবিষ্কার হয়েছিল সেদিনই প্রকৃত অর্থে বাস্তবায়িত হয়েছিল গণজ্ঞাপনের সম্ভাবনা। ফ্রান্সে যখন প্রথম

বাইবেল মুদ্রিত হয়ে এল, মানুষ আবার দিখামে মাদুর ভেদিক বেগেছিল। একই লেখার অসংখ্য প্রতিলিপি তারা আগে কখনও দেখেনি। মুদ্রণ যন্ত্রের জন্যই একই লেখার বহু কপি তৈরি করা সম্ভব হয়েছিল। মুদ্রণযন্ত্র একটি ব্যতীকে বহু মানুষের কাছে পৌঁছে দিতে পেরেছিল। মুদ্রণযন্ত্র যত আধুনিক হয়েছে ছাপার গুণগত মানও তত বৃদ্ধি পেয়েছে। বই, প্যামপ্লেটের পরে এসেছে সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র। বর্তমানে লক্ষ কোটি মানুষের কাছে পৌঁছে যাচ্ছে সংবাদপত্র, সাময়িকপত্র আধুনিক মুদ্রণ ব্যবস্থার কল্যাণে। ছাপাখানার পর এসেছে রেডিও, চলচ্চিত্র। গণজ্ঞাপনে যুক্ত হয়েছে অস্বাভাবিক গতি ও সৈচিত্র। ভৌগোলিক সীমা মুছে ফেলেছে নেতার-তরঙ্গ। প্রকৃত অর্থে দূরকে নিকট করেছে রেডিও। চলচ্চিত্র বিনোদনের সম্ভাবনাকে বিপুল পরিমাণে বাড়িয়ে তুলেছে। চলমান সবাকচিত্র জীবনের বাস্তবতাকে ধরেছে এক অনামান্য দক্ষতায়। অল্প দিনের মধ্যেই সমগ্র বিশ্বের মানুষের মন জয় করতে পেরেছে। সাহিত্য, চিত্রকলা, ফটোগ্রাফী, সংগীত প্রভৃতি শিল্পকলার সম্বন্ধে চলচ্চিত্র হয়ে উঠেছে এক অপরূপ সৃজনশীল প্রক্রিয়া, গণজ্ঞাপনের এক নবরূপান্তর। চলচ্চিত্রের পর এসেছে টেলিভিশন, ভিডিও, একেবারে বিপ্লব ঘটে গেছে গণজ্ঞাপন দুনিয়ায়। দৃশ্য ও শ্রাব্য মাধ্যম হিসেবে টেলিভিশন জয় করে নিয়েছে সমগ্র বিশ্বের সকল গৃহকোণ। মানুষের অবসরের সবটাই কেড়ে নিয়েছে টেলিভিশন। এরপর এসেছে স্যাটেলাইট চ্যানেল ও কেবলটিভি। টেলিভিশনের মাধ্যমে গণজ্ঞাপনের আর এক নবরূপান্তর ঘটেছে। মানুষের পছন্দের সীমানা হয়েছে বহুর বিস্তৃত। শতাব্দিক চ্যালেঞ্জের যেখানে খুশী যাতায়াতের সম্ভাবনা বাস্তবায়িত হয়েছে। শুধুমাত্র রিমোটের বোতাম টিপলেই হল। কেবলটিভিও এনেছে বিপুল পরিবর্তন। আঞ্চলিক চাহিদা মেটাতে এবং মানুষের বিশেষ পছন্দের অনুষ্ঠান প্রচার করতে কেবলের কোন প্রতিদ্বন্দ্বী নেই। গণমাধ্যমের সাম্প্রতিকতম সংযোজন হল কমপিউটার নির্ভর ইন্টারনেট পরিষেবা। মুহূর্তের মধ্যে সারা পৃথিবীকে মুঠোর মধ্যে নিয়ে আসা সম্ভব হয়েছে এই আধুনিক ইন্টারনেট ব্যবস্থার মাধ্যমে।

যতদিন যাচ্ছে যন্ত্রনির্ভর গণজ্ঞাপন আরও বেশি আধুনিক হয়ে উঠবে। প্রসারের সীমা ভৌগোলিক সীমাকে সম্পূর্ণভাবে লঙ্ঘন করেছে। এর সঙ্গে যুক্ত হয়েছে অস্বাভাবিক গতি। সেকেন্ডের মধ্যে কলকাতা থেকে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের কোন প্রান্তের সঙ্গে যোগাযোগ স্থাপন করা যায়। ইন্টারনেটে পড়া যায় বই, কাগজ, দেখা যায় সিনেমা। আধুনিক গণজ্ঞাপন পৃথিবীকে একটি বিশ্বগ্রামে পরিণত করেছে।

গণজ্ঞাপনে বার্তা নির্ধারণ করা হয় যথেষ্ট ডাবনা-চিত্তা করে। পারস্পরিক জ্ঞাপনে বার্তা নির্ধারণ যেমন তাৎক্ষণিক স্বতঃস্ফূর্তভাবে হয়, গণজ্ঞাপনের ক্ষেত্রে সেভাবে হয় না। কী প্রকাশিত হবে অথবা কী সম্প্রচারিত হবে তা নির্ধারণ করার দায়িত্বে থাকেন অভিজ্ঞ ব্যক্তিরা। বিবিধ বিষয় বিবেচনার মধ্যে রেখে তারা বার্তা নির্ধারণ করেন। সংবাদ, সম্পাদকীয়, বেতার কথিকা, টেলিভিশন টক শো প্রভৃতি গণজ্ঞাপনের ক্ষেত্রে বার্তা নির্ধারণ প্রক্রিয়ার সঙ্গে যুক্ত হয়ে থাকে পরিকল্পিত চিন্তা-ভাবনা।

গণজ্ঞাপনের আরেকটি বৈশিষ্ট্য হল বার্তার নৈর্ব্যক্তিকতা। বিপুল পাঠক, শ্রোতৃমণ্ডলী ও দর্শককুলের কাছে সংবাদপত্র, রেডিও ও টেলিভিশন বার্তা পৌঁছে দিচ্ছে। বার্তা এমনভাবে তৈরি করা হচ্ছে যাতে সবার প্রয়োজন মেটে। গ্যারি গুমপার্ট (Gary Gumpert), রবার্ট ক্যাথকার্ট (Robert Cathcart) বলেছেন গণজ্ঞাপনের বার্তার লক্ষ্য হল 'সাঁর প্রয়োজন তাঁরই উদ্দেশ্যে বার্তা প্রেরিত হচ্ছে'— বার্তা নৈর্ব্যক্তিক এই কারণে যে প্রেরক ও গ্রহীতা, দুজনেই পরস্পরের অচেনা (to whom it may concern—it is impersonal in the sense that either or both the sender and the consumer are anonymous)। সংবাদপত্রে বন্ধন সংবাদ ছাপা হয় তখন ধরে নেওয়া হয় সাঁদের প্রয়োজন তাঁরা পড়বেন। রেডিও ও টেলিভিশনের ক্ষেত্রেও একই কথা প্রযোজ্য। বিপুল শ্রোতা ও দর্শক সংখ্যার জন্য অনুষ্ঠান প্রচারিত হয়। সাঁদের ভালো নাগে তাঁরা শোনে এবং দেখে। পারস্পরিক জ্ঞাপনে এক দলগত জ্ঞাপন কিহ সাঁদের উদ্দেশ্যে বার্তা প্রেরিত হচ্ছে তাঁদের পরিচিত প্রেরক জানেন। ফোন বন্ধু বন্ধুকে চেনে এবং শিক্ষক ছাত্রের চেনে।

অপর একটি উল্লেখযোগ্য বৈশিষ্ট্য হল গণজ্ঞাপন প্রতিবার্তা তৎক্ষণাৎ পাঠের ক্ষমতা। কিহ পারস্পরিক ও দলগত জ্ঞাপনের ক্ষেত্রে প্রতিবার্তা সঙ্গে সঙ্গেই পাঠের ক্ষমতা। বন্ধুর কথা শুনে ছেলের কী প্রতিক্রিয়া হয় তা সহজেই জানতে পারেন বন্ধু। একই ভাবে এক বন্ধু জানতে পারেন অপর বন্ধুর প্রতিক্রিয়া কথবার্তা চলার সময়। একজন আত্মকল্পনের কাছ থেকে তাৎক্ষণিক প্রতিবার্তা পাচ্ছে। দলগত জ্ঞাপনেও তাড়াতাড়ি প্রতিবার্তা পাওয়া যায়। কিহ গণজ্ঞাপন প্রতিবার্তা জানতে দেরি নাহে। সংবাদপত্রে চিত্রপত্রের মাধ্যমে যে প্রতিবার্তা পাওয়া যায় পত্রিকার কাছ থেকে তা সোতে কয়েকদিন বেড়ি হয়। রেডিও, টেলিভিশনের ক্ষেত্রে প্রতিবার্তা পেতে দেরি নাহে। আজকাল রেডিও ও টেলিভিশন কিছু অনুষ্ঠানে সঙ্গে সঙ্গে প্রতিবার্তা পাবার চেষ্টা হচ্ছে।

কিন্তু তা স্বতন্ত্রই সঙ্গে সঙ্গে পাওয়া যায় না। টেলিফোনে লাইম পাওয়া যায় না এবং সবাই একসঙ্গে প্রতিবার্তা জানাতে পারে না।

গণজ্ঞাপন ঘটে একটি নির্দিষ্ট সামাজিক পরিমণ্ডলের মধ্যে। গণমাধ্যমের মাধ্যমেই গণজ্ঞাপন বাস্তবায়িত হয়। যে কোন গণমাধ্যমই হল সামাজিক প্রতিষ্ঠান যা কোনভাবেই সামাজিক পরিমণ্ডলকে অস্বীকার করতে পারে না। সামাজিক মূল্যবোধ, নীতিবোধ, আশা-আকাঙ্ক্ষা নিয়ে তৈরি হয় এই সামাজিক পরিমণ্ডল। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের সংবাদপত্র ও টেলিভিশন মার্কিন সামাজিক পরিবেশের মধ্যেই কাজ করে। ভারতের সংবাদপত্র, টেলিভিশন ও চলচ্চিত্র ভারতীয় সামাজিক পরিমণ্ডলের মধ্যে বিকশিত হয়। সমাজ দর্শন, মূল্যবোধ গভীরভাবে প্রভাবিত করে গণজ্ঞাপনক্রিয়াকে।

গণজ্ঞাপন যেহেতু প্রযুক্তি নির্ভর প্রক্রিয়া, প্রযুক্তি ও কলাকৌশলের অগ্রগতির ফলে তাই গণজ্ঞাপনের ক্ষেত্রও খুব দ্রুত প্রসারিত হচ্ছে। মুদ্রণ যন্ত্র আবিষ্কারের পর বই ছাপা ও সাময়িক পত্র এবং সংবাদপত্র প্রকাশের মধ্যে গণজ্ঞাপন সীমাবদ্ধ ছিল। এরপর এসেছে রেডিও। রেডিও সম্প্রচার গণজ্ঞাপনের সীমানা বহুদূর প্রসারিত করেছিল। সিনেমা আবিষ্কৃত হবার পর গণজ্ঞাপনের ক্ষেত্র হয়েছে আরও বিস্তৃত। টেলিভিশন আসার পর গণজ্ঞাপনের চরিত্রই বদলে গেছে। সমাজ জীবনকে গভীরভাবে প্রভাবিত করেছে টেলিভিশন। উপগ্রহ প্রযুক্তির আবির্ভাবে সম্প্রচার ব্যবস্থায় যেমন এসেছে বৈচিত্র্য, তেমনি যুক্ত হয়েছে অস্বাভাবিক গতি। গণজ্ঞাপনের সীমানা একেবারে আকাশ ছুঁয়েছে। আধুনিক প্রযুক্তির অগ্রগতির ফলে গণজ্ঞাপনের সীমানা বিশ্বজোড়া, এবং সমগ্র জনজীবনে তার প্রভাব পরিব্যপ্ত। গণজ্ঞাপনকে এড়িয়ে চলা আজ কোনভাবেই সম্ভব নয়।

গণজ্ঞাপনের কাজ : গণজ্ঞাপনের মূল কাজ তিনটি—তথ্য সরবরাহ করা, শিক্ষিত করা এবং বিনোদনের উপকরণ যোগানো। তথ্য সরবরাহের মধ্যে নিহিত আছে পরিবেশের প্রতি সজাগ দৃষ্টি (surveillance of the environment)। শুধুমাত্র তথ্য সরবরাহ করলেই হয় না। তথ্যকে ব্যাখ্যা করাও গণমাধ্যমের কাজ। গণমাধ্যম বিশেষজ্ঞরা বলেন তথ্যের ব্যাখ্যা ও আচরণের নির্দেশের (interpretation of information and prescription for conduct) মধ্য দিয়ে শিক্ষিত করার প্রক্রিয়া বাস্তবায়িত হয়। আধুনিক গণমাধ্যম সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দিচ্ছে বিনোদনের ওপরে। রেডিও, টেলিভিশন ডিডিও ও চলচ্চিত্রের প্রধান উদ্দেশ্যই হল বিনোদনের ক্ষেত্রকে

সম্বন্ধসম্বন্ধিত করা। গণমাধ্যমের কার্যধারার দিকে দৃষ্টিপাত করলে দেখা যাবে বিনোদনের ওপরই সর্বাধিক গুরুত্ব দেওয়া হচ্ছে। আধুনিক গণজ্ঞাপনের কার্যধারা আরও বেশি জটিল হয়ে উঠেছে। কার্য বিন্যাসের রূপরেখা আরও বিস্তৃত হচ্ছে এবং সামাজিক প্রেক্ষিত অনুযায়ী গণজ্ঞাপনের কার্যধারাতেও নৈচিত্র্য আসছে। বর্তমানে গণজ্ঞাপনের কার্যগুলিকে এইভাবে বর্ণনা করা যায় :

তথ্য (Information) : এটা গণজ্ঞাপনের প্রাথমিক কাজ। গণমাধ্যম প্রতিনিম্নে আমাদের বিপুল তথ্য সরবরাহ করছে। সংবাদে, বিভিন্ন রচনায় ও প্রবন্ধে, রেডিও কথিকায়, টেলিভিশন সংবাদ ও সাফাৎকারে বিভিন্ন তথ্য থাকে। তথ্য নিবিধ বিসয়ে আমাদের অবহিত করে এবং বিসয়ের সারমর্ম বুঝতে সাহায্য করে। বর্তমান পরিস্থিতি ও সামাজিক পরিমণ্ডলকে বুঝতে তথ্য ছাড়া গতি নেই। রাজনীতি, অর্থনীতি, সমাজ-সংস্কৃতি, খেলাধুলা প্রভৃতি যে কোন বিসয় জানতে সর্বদাই তথ্যের ওপর নির্ভর করতে হয়।

ব্যাখ্যা (interpretation) : গণমাধ্যম তথ্য পরিবেশনের সঙ্গে সঙ্গে ব্যাখ্যাও করে। একটি বিসয়কে তথ্য দিয়ে জানা যায়। তবে সঠিক ব্যাখ্যা বিসয়টিকে বুঝতে সাহায্য করে। আর্থ-সামাজিক ও রাজনৈতিক পরিস্থিতি জটিল হয়ে ওঠার ফলে ব্যাখ্যার প্রয়োজনীয়তাও বৃদ্ধি পেয়েছে। সরকারের আর্থিক নীতিতে যদি কোন পরিবর্তন হয় তাহলে শুধুমাত্র তথ্য দিয়ে তা বোঝা যায় না। তথ্যের সঙ্গে ব্যাখ্যা থাকলে ঐ নীতির গুরুত্ব ও তাৎপর্য বুঝতে পাঠকের সুবিধা হয়। শুধুমাত্র সংবাদপত্র নয়, রেডিও, টেলিভিশনও যথাসম্ভব ব্যাখ্যা সহ তথ্য সরবরাহ করার চেষ্টা করে। পরিবেশ সম্পর্কে, স্বাস্থ্যবিধি সম্পর্কে মানুষকে সঠিকভাবে অবহিত করতে ব্যাখ্যার প্রয়োজন।

বিনোদন (entertainment) : গণজ্ঞাপনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ কাজটি হল বিনোদন। বর্তমানে বৈদ্যুতিন মাধ্যম বিনোদনমূলক অনুষ্ঠানই বেশি প্রচার করে। রেডিওতে গান শুনে, নাটক শুনে মানুষের চিত্তবিনোদন হয়। আর টেলিভিশনের প্রতি মানুষের যে দুর্নিবার আকর্ষণ তার মূলে আছে বিনোদন। সিরিয়াল, নাচগানের অনুষ্ঠান, চলচ্চিত্র দেখে মানুষ আনন্দ পায়, উপভোগ করে। চলচ্চিত্রের প্রধান উদ্দেশ্যই হল মানুষকে বিনোদন উপহার দেওয়া। হলিউডের ছবি মূলত বিনোদনমূলক ছবি। বোসাইতে তৈরি হিন্দি ছবি বিনোদনের ওপরই সর্বাধিক গুরুত্ব দেয়।

ঐতিহ্যের হস্তান্তর (transmission of heritage) : গণজ্ঞাপনের একটি উল্লেখযোগ্য কাজ হল সামাজিক ঐতিহ্য ও সাংস্কৃতিক উত্তরাধিকারকে এক প্রজন্ম থেকে আরেক প্রজন্মের কাছে পৌঁছে দেওয়া। সংবাদপত্র, রেডিও, টেলিভিশন ও চলচ্চিত্র তাদের নিজ নিজ উপস্থাপনার মধ্য দিয়ে মানুষের কাছে পৌঁছে দিচ্ছে ঐতিহ্যের উত্তরাধিকার। যে শিল্পভাবনা, সমাজ-দর্শন ও মূল্যবোধ প্রতিফলিত হচ্ছে গণমাধ্যমের বিষয়বস্তুতে তা ঐতিহ্যের হস্তান্তর ঘটাতে সাহায্য করে।

ঐক্যমত স্থাপন (consensus) : তথ্য দিয়ে, ব্যাখ্যা করে গণমাধ্যম মানুষের মধ্যে ঐক্যমত স্থাপনের চেষ্টা করে। সংবাদপত্রে, রেডিওতে ও টেলিভিশনে বিভিন্ন মতামত, ব্যাখ্যাসহ আলোচনা পড়ে, শুনে এবং দেখে মানুষ নিজেদের মতামত তৈরি করে। যেমন পরিবেশ সচেতনতা, রাজনৈতিক পরিস্থিতি, নারীদের অধিকার রক্ষা বিষয়ে ঐক্যমতে আসতে পারে। গণতান্ত্রিক ধ্যান-ধারণা এই ঐক্যমতের ওপরই গড়ে ওঠে। কোন বিষয়ে ঐক্যমত স্থাপন জনমত গঠনের প্রাথমিক পর্যায় বলে অভিহিত হয়। বিভিন্ন মানুষের মতামতে ঐক্য না আসলে জনমত গঠিত হতে পারে না।

বিজ্ঞাপন (advertisement) : আধুনিক ব্যবসা-বাণিজ্যের অপরিহার্য অঙ্গ হল বিজ্ঞাপন। চাহিদা সৃষ্টি করতে, বাজার তৈরি করতে বিজ্ঞাপনের ওপর নির্ভর করা ছাড়া উপায় নেই। বিজ্ঞাপন প্রচারিত হয় গণমাধ্যমের মাধ্যমে। সংবাদপত্র, রেডিও, টেলিভিশন বিপুল পরিমাণ বিজ্ঞাপন প্রকাশ করছে। বিজ্ঞাপনদাতারা বিজ্ঞাপন বার্তাকে মানুষের কাছে দ্রুত সফলভাবে পৌঁছে দেবার জন্য সুচিন্তিত ভাবে মাধ্যম নির্বাচন করছে। এর জন্য তাঁরা খরচও করছে প্রচুর। প্রকৃতপক্ষে গণমাধ্যমের অস্তিত্ব অনেকটাই নির্ভর করছে বিজ্ঞাপনের ওপরে। বিজ্ঞাপন থেকে যে আয় হয় সেটাই হল গণমাধ্যমের প্রধান আয়। সুতরাং বিজ্ঞাপন প্রকাশ করার জন্যই সকল গণমাধ্যমই উৎসাহী। বলা যেতে পারে এই কাজ সম্পন্ন করার জন্য গণমাধ্যম সর্বদাই নিজেদের মধ্যে প্রতিযোগিতা করছে। কে বেশি বিজ্ঞাপন প্রচার করবে সেটাই প্রধান বিবেচ্য। বিজ্ঞাপন মানেই বাণিজ্যিক সফলতা।

উন্নয়ন (development) : উন্নয়নের সঙ্গে গণমাধ্যমের যোগ রয়েছে। আর্থ-সামাজিক উন্নয়নে গণমাধ্যম উল্লেখযোগ্য ভূমিকা গ্রহণ করতে পারে। উন্নয়নশীল দেশে গণমাধ্যমকে আর্থ-সামাজিক উন্নয়নের কাজে ব্যবহার করার চেষ্টা করা হচ্ছে। পরিকল্পনার মাধ্যমে লক্ষ্যমাত্রা নির্ধারণ করে উন্নয়নের পথে অগ্রসর হবার প্রয়াস নেওয়া হয়। এই কাজে গণজ্ঞাপন সাহায্য করতে পারে। এশিয়া আফ্রিকার

