

ভিডিও গেমের জেডার ধারণার উপস্থাপন ও শিশু-কিশোরদের মধ্যে অসংবেদনশীল সামাজিকীকরণ

রোবায়ত ফেরদৌস*
সজীব সরকার**

সারসংক্ষেপ : শিশু-কিশোরদের বিনোদনের উপকরণ হিসেবে ভিডিও গেমের ব্যবহার বা জনপ্রিয়তা গত কয়েক বছরে বৃদ্ধি পেয়েছে। প্রযুক্তিগত উৎকর্ষের কারণে অধিকতর মিথস্ক্রিয়ামূলক (ইন্টারঅ্যাকটিভ) হয়ে ওঠায় ব্যবহারকারীদের (video game players) কাছে এসব গেম আরও আকর্ষক হয়ে উঠেছে। এর ফলে এসব গেমের উপস্থাপিত চরিত্রগুলো জনপ্রিয় সংস্কৃতির (popular culture) ধারায় শিশু-কিশোরদের কাছে 'আইকন' হয়ে দেখা দিয়েছে। এ কারণে এসব গেমের দৃশ্যায়িত ঘটনা ও উপস্থাপিত চরিত্রের প্রভাব এর ব্যবহারকারীদের মনোজগতে গুরুত্বপূর্ণ প্রভাব ফেলে, যা তাদের সামাজিকীকরণের সার্বিক প্রক্রিয়ার একটি উল্লেখযোগ্য অনুষঙ্গ। পৃথিবীর বিভিন্ন দেশে পরিচালিত গবেষণায় দেখা গেছে, ভিডিও গেমগুলো শিশু-কিশোরদের মধ্যে 'নারী' ও 'পুরুষ' সম্পর্কে ভুল ও প্রথাগত (স্টেরিওটাইপড) ধারণা তৈরি করে। এছাড়া যেসব গেমের কেন্দ্রীয় চরিত্র (protagonist) নারী, তার চেয়ে যেসবের কেন্দ্রীয় চরিত্র পুরুষ — সেসব গেম বেশি বিক্রি হয়। এসব গবেষণায় দেখা গেছে, ব্যবহারকারীরা গেমের মূল চরিত্র বা 'ভিলেনদের' অতি-মাত্রায় আত্মসী আচরণ পছন্দ ও প্রত্যাশা করে। এর পাশাপাশি যেসব গেমের নারীদের 'যৌনসামগ্রী' (sexulized object) হিসেবে দেখানো হয়, সেসব গেমও শিশু-কিশোরদের কাছে বেশ চাহিদাসম্পন্ন। সার্বিকভাবে দেখা যায়, যেসব গেমের যৌনতা ও সহিংসতার (violence) উপকরণ বেশি সেগুলো অন্যান্য গেমের তুলনায় বেশি জনপ্রিয়। বর্তমান প্রবন্ধে ভিডিও গেমগুলোতে উপস্থাপিত যৌনতা ও সহিংসতার চিত্রের সঙ্গে শিশু-কিশোরদের মনোজগতে বৈষম্যমূলক ও ভ্রান্ত জেডার ধারণা উৎপাদনের কোনো সম্পর্ক রয়েছে কি না তা প্রাসঙ্গিক কিছু তথ্য ও তত্ত্ব পর্যালোচনার মাধ্যমে দেখার চেষ্টা করা হয়েছে। এজন্যে প্রাসঙ্গিক তথ্য ও তত্ত্বসমূহের পর্যালোচনার জন্যে আধেয় বিশ্লেষণ (content analysis) পদ্ধতি অনুসরণ করা হয়েছে।

মূল প্রত্যয়সমূহ : ভিডিও গেম, গেমিং অ্যানথুজিয়াস্ট, স্টেরিওটাইপ, মিডিয়া টেক্সট, সেক্স রোল, ভায়োলেন্স, সেক্সিজম ইত্যাদি।

* অধ্যাপক, গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়।

** সহকারী অধ্যাপক, জার্নালিজম, কমিউনিকেশন অ্যান্ড মিডিয়া স্টাডিজ বিভাগ, স্টেট ইউনিভার্সিটি অব বাংলাদেশ।

ভূমিকা

১৯৭০-এর দশকে (মূলত পশ্চিমা) বাজারে প্রথম ভিডিও গেম আসার পর থেকে বর্তমান পর্যন্ত আধেয় বা বিষয় (কনটেন্ট) থেকে শুরু করে জনপ্রিয় সংস্কৃতিতে এর ভূমিকা উল্লেখযোগ্যভাবে বদলে গেছে। এই পরিবর্তনের মধ্যেই নারী ও পুরুষ সম্পর্কে এসব গেমের ভ্রান্ত, অবৈজ্ঞানিক, বৈষম্যমূলক ও কিছু ক্ষেত্রে বিদ্বেষমূলক দৃশ্য বা ধারণার উপস্থাপন শিশু-কিশোরদের মনোজগতে নারী-পুরুষের ভ্রান্ত আবহ বিনির্মাণ করে। প্রযুক্তির আধুনিকায়নের বদৌলতে ব্যবহারকারীদের কাছে এসব গেম ক্রমেই জীবন্ত ও তাই বেশি আকর্ষণীয় হয়ে উঠেছে, ফলে এসব গেমের প্রদর্শিত সেসব ভ্রান্ত ধারণাও তাদের কাছে বেশি গ্রহণযোগ্য ও বিশ্বস্ত হয়ে উঠেছে। শুরুর দিকে ভিডিও গেমের নারীর উপস্থাপন কম ছিল, এমনকি কম্পিউটারে ব্যবহৃত কণ্ঠও ছিল পুরুষের (Braun and Giroux, 1989)। পরবর্তী সময়ে যখন ভিডিও গেমের নারী চরিত্রের ব্যবহার শুরু হলো, তখন সেখানে নারীকে মূলত 'পীড়িত সুন্দরী' (ড্যামসেলস ইন ডিসট্রেস) হিসেবেই চিত্রিত করা হয়েছে; উদাহরণ হিসেবে বলা যেতে পারে মারিও ব্রাদার্সের 'প্রিন্সেস টোডস্টুল'-এর কথা (Dietz, 1998)। ১৯৯০-এর দশকের মাঝামাঝি থেকে শেষ পর্যন্ত এসব গেমের স্টেরিওটাইপড ধ্যান-ধারণা অধিক হারে যুক্ত হয়েছে। ওই সময়ে 'টোম রেইডার' গেমটির আবির্ভাব ঘটে যার জনপ্রিয় অ্যাকশন চরিত্র লারা ক্রফট তখন থেকেই বিতর্কের কেন্দ্রে রয়েছে; কেননা তার শরীরী আবেদন শেষ পর্যন্ত তাকে একটি যৌনসামগ্রী করে তোলে (Mikula, 2003)।

গণমাধ্যম ও সেক্সিজম বিষয়ে প্রাসঙ্গিক তত্ত্ব

নিয়মিত দর্শকদের মনোজগতে টেলিভিশন অনুষ্ঠানগুলোর প্রভাব নিয়ে গবেষণার পর Gerbner তাঁর Cultivation তত্ত্ব প্রস্তাব করেন। এখানে তিনি দাবি করেন, টিভি অনুষ্ঠানগুলো বাস্তবতাকে হুবহু তুলে ধরে না বরং বাস্তবতার কিছুটা বিকৃতি ঘটিয়ে তা দর্শকদের সামনে উপস্থাপন করে। এতে নিয়মিত দর্শকদের মনে বাস্তব জগৎ বা পরিপার্শ্ব সম্পর্কে ভুল ও নেতিবাচক ধারণা তৈরি হয়। Gerbner-এর মতে, গণমাধ্যমের বার্তা দর্শকের মনোজগতে তিনটি উপায়ে প্রভাব ফেলে : যা ঘটছে তা কীভাবে ঘটছে সেটি দেখানো, ঘটনা বা বিষয়গুলোর ব্যাখ্যা হাজির করা এবং এ সম্পর্কে আমাদের করণীয় বাতলে দেওয়া (Gerbner, 1999)। তিনি দেখান, নিয়মিতভাবে দীর্ঘ সময় ধরে সহিংস টিভি অনুষ্ঠান দেখার ফলে দর্শকরা সেটিকে বাস্তব জগতের প্রকৃত প্রতিফলন হিসেবে ভাবতে শুরু করে।

Bandura তাঁর Social Cognitive Theory-তে মানুষের সামাজিক শিক্ষণের ওপর সংকেত বা প্রতীকের (symbol) বেশ প্রভাব রয়েছে বলে দাবি করেন (Bandura, 2001)। উদাহরণ হিসেবে তিনি দেখিয়েছেন, জেডার পরিচয় ও সহিংসতার মতো

বিষয় শিশুরা গণমাধ্যমে উপস্থাপিত চরিত্রগুলো দ্বারা প্রভাবিত হয়ে সেভাবেই শিখে থাকে (Bandura and Bussey, 2004)।

দুটি তত্ত্বেই দেখানো হয়েছে যে, অসত্য বা কল্পিত চরিত্র ও সংকেত বাস্তব জগৎ সম্পর্কে মানুষের বোঝাপড়া ও সে অনুযায়ী ভাবনা বা আচরণের বিষয়টিকে বেশ প্রভাবিত করে।

অন্যদিকে Ambivalent Sexism Theory (Glick and Fiske, 1996, 1999; Glick et al., 2004)-তে বলা হয়েছে, সমাজের মৌল কাঠামোর মধ্যেই ক্ষমতার একটি অসম বিন্যাস (power hierarchy) রয়েছে, যেখানে পুরুষ সবল ও নারী দুর্বল। এই তত্ত্বে বলা হচ্ছে, সমাজের সদস্যরা প্রত্যেকেই নারী ও পুরুষ — উভয়েরই প্রতি একই সাথে ‘উদার’ ও ‘হিংসাত্মক’ — এই দুই ধরনেরই মনোভাব পোষণ করে, যেখানে ক্ষমতার পার্থক্য, জেন্ডারের পার্থক্য (জেন্ডার রোল বা ভূমিকা ও স্টেরিওটাইপ) এবং বিষয়কামী সম্পর্ক — এই বিষয়গুলো অন্তর্ভুক্ত থাকে (Glick et al., 2004)। এসবের মধ্যে পুরুষের প্রতি উদার দৃষ্টিভঙ্গির মধ্যে রয়েছে : পুরুষেরা সুশৃঙ্খল ও মর্যাদাসম্পন্ন; আর পুরুষের প্রতি হিংসাত্মক দৃষ্টিভঙ্গি হলো এরকম : পুরুষেরা দাঙ্কিক, বিবেকহীন ও আক্রমণাত্মক। অন্যদিকে নারীর প্রতি উদার দৃষ্টিভঙ্গির মধ্যে কিছু স্টেরিওটাইপ ধারণা রয়েছে : নারীরা উষ্ণ ও মনোরম; আর নারীর প্রতি হিংসাত্মক দৃষ্টিভঙ্গির মধ্যে রয়েছে : নারীরা দুর্বল ও আজ্ঞানুবর্তী বা অনুগত। বিষয়কামী সম্পর্কের ক্ষেত্রে নারীকে পুরুষের কামনা ও ভোগের বস্তু হিসেবে ধরে নেওয়া হয়, যেখানে নারীর অস্তিত্ব শুধু পুরুষের প্রয়োজন মেটানোর জন্যেই; এখানে নারীর নিজের যৌন চাহিদা বা কামনার স্বীকৃতি দেওয়া হয় না। বিশেষজ্ঞরা মনে করেন, গণমাধ্যমগুলো জেন্ডার, ক্ষমতা ও নারী-পুরুষ সম্পর্ক নিয়ে ‘সেক্সিস্ট’ তথা বৈষম্যমূলক ও ভ্রান্ত ধারণা উপস্থাপন করে, যা গণমাধ্যমের অডিয়েন্সের মনোজগতেও সমরূপ ধারণা প্রোথিত করে। ১৬টি দেশের পুরুষদের ওপর পরিচালিত এক গবেষণায় (Glick et al., 2004) দেখা গেছে, ওইসব দেশের গণমাধ্যমে উপস্থাপিত নারী-পুরুষের মধ্যকার জেন্ডার-অসমতামূলক ধারণা ওইসব দেশের পুরুষদের মনোভাবেও প্রকাশ পেয়েছে। তারা মনে করেছে, স্বাভাবিকভাবেই পুরুষ কিছুটা উগ্র ও শক্তিশালী এবং নারীরা দুর্বল। ওই গবেষণায় ওইসব দেশের সমাজ-কাঠামোতেও এই জেন্ডার অসমতা দেখা গেছে; যেমন : সেখানে নারীদের ক্রয়ক্ষমতা কম, সেখানকার কর্মজীবী নারীরা অপেক্ষাকৃত কম মর্যাদার পদে আসীন এবং নারীদের মধ্যে শিক্ষা ও সাক্ষরতার হার কম। একই ধরনের অন্য গবেষণায় (Agars, 2004) দেখানো হয়েছে, কর্মক্ষেত্রে স্টেরিওটাইপ ধারণার কারণে নারীদের পেশাগত উন্নয়ন ও অগ্রগতি বাধাগ্রস্ত হয়।

Hegemonic Masculinity Theory (Connell, 1987)-তে বলা হয়েছে, ‘পৌরুষ’ ও ‘নারীত্ব’ — এই দুটি ধারণা স্বাধীনভাবে নয় বরং সবসময় পরস্পর আপেক্ষিকভাবে নির্মিত হয়। এখানে বলা হয়েছে, ‘পৌরুষ’ সম্পর্কে সমাজের প্রচলিত ধারণা হলো : এতে ক্ষমতা, আত্মসী মনোভাব, বৈষয়িক সাফল্য ও যৌনতার ওপর

নিয়ন্ত্রণ — এই বিষয়গুলো অন্তর্ভুক্ত থাকে; যদিও অনেক পুরুষের পক্ষেই বাস্তবে এগুলোর সব অর্জন সম্ভবপর হয় না। অর্থাৎ এটি সমাজের প্রথাগত একটি ধারণামাত্র। অন্যদিকে ‘নারীত্ব’ বিষয়টিকে আরও জোরালো করা হয় এ ধরনের ধারণা নির্মাণের মাধ্যমে যে, নারীদের অস্তিত্বই হলো তারা পুরুষের যৌন সুডুসুড়ি ও তা মেটানোর খোরাক, পুরুষের সন্তান জন্মদান ও লালনের যন্ত্র এবং পুরুষের সেবাদাসী হিসেবে। এই তত্ত্বে দাবি করা হয়েছে, গণমাধ্যমের আধেয় (মিডিয়া টেক্সট) প্রতিদিনের স্বাভাবিক বাস্তবতাকে তুলে না ধরে বরং নারী ও পুরুষ সম্পর্কে সমাজে বিদ্যমান পুরুষতান্ত্রিক ধ্যান-ধারণা চিত্রায়িত করে, যার মধ্যে অপরিহার্যভাবে ব্যবসা, প্রশাসন ও শয্যায় নারীর ওপর পুরুষের কর্তৃত্বের বিষয়টি রয়ে যায় (Connell, 1987)। এই তত্ত্বে বলা হয়েছে, মিডিয়া টেক্সট বাস্তবতার বিপরীতে ‘পৌরুষ’ ‘নারীত্ব’ সম্পর্কে ভ্রান্ত ধারণা জাঁকজমকের সাথে উপস্থাপন করে, যার ফলে এই টেক্সটের মাধ্যমে সৃষ্ট মিথ অডিয়েন্সের মনোজগতে বাস্তবতারই প্রতিফলন হিসেবে উপলব্ধ হয়। আর অডিয়েন্স ওই মিথকেই সত্য মেনে নিয়ে সেভাবেই আচরণ করে।

গণমাধ্যমে জেন্ডারের প্রতিফলন : ‘হাইপার-ম্যাসকুলিনিটি’ ও ‘হাইপার-ফেমিনিনিটি’ নির্মাণ

জনপ্রিয় সংস্কৃতির যে ধারা ও চর্চায় এখনকার শিশু-কিশোররা অভ্যস্ত তাতে ভিডিও গেম একটি খুব সাধারণ ও অপরিহার্য উপকরণ। যারা উচ্চমাত্রায় বা অতিরিক্ত রকম নিয়মিতভাবে এসব গেম খেলায় অভ্যস্ত বা আসক্ত তাদের ‘গেমারস’ বা ‘গেইমিং অ্যানথুসিয়াস্ট’ হিসেবে আখ্যা দেওয়া হয়। গেমাররা নিজেদের জন্যে আলাদা ওয়েবসাইট, ব্লগ, ম্যাগাজিন — এ ধরনের প্লাটফর্ম ব্যবহার করে। তারা নিয়মিতভাবে এসব গেমের প্রতিযোগিতা ও কনফারেন্সসহ নানা আয়োজন করে। এভাবে তারা নিজেদের একটি পৃথক জগৎ তৈরি করেছে, যা সমাজের মূলধারার সংস্কৃতির ভেতরে এক ধরনের ‘সাব-কালচার’ বা উপ-সংস্কৃতির উদ্ভব ঘটিয়েছে। এর মাধ্যমে গেমারদের জীবনে ভিডিও গেইমিং-এর ব্যাপকতা সহজেই অনুধাবন করা যায়। গেমার শিশু-কিশোরদের মধ্যে যারা ছেলে, ভিডিও গেম হলো তাদের অবসর কাটানোর অন্যতম গুরুত্বপূর্ণ অনুষঙ্গ ও প্রতিদিনের আলাপচারিতার একটি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় (Lewin, 2006) আর তাদের অ্যাকাডেমিক পারফরম্যান্স প্রায়শই দুর্বল হয় (Anderson and Dill, 2000; Lewin, 2006)। যারা গেমার নয়, তারা তাদের সহপাঠী, বন্ধু ও মিডিয়া থেকে এ বিষয়ে ধারণা পেয়ে থাকে।

এ প্রেক্ষাপটে নানা দেশে এ বিষয়ে গবেষণা পরিচালিত হয়েছে যেখানে ভিডিও গেমগুলোতে বৈষম্যমূলক জেন্ডার উপস্থাপন ও এর নেতিবাচক প্রভাব পরিলক্ষিত হয়েছে। যেমন : Scharrer (2004) দেখিয়েছেন, ভিডিও গেমের আধেয় ও বার্তা গেমারদের মনোজগতে ‘হাইপার-ম্যাসকুলিনিটি’ ও ‘হাইপার-ফেমিনিনিটি’র ধারণা

তৈরি করে। ‘হাইপার-ম্যাসকুলিনিটি’ বা ‘অধি-পৌরুষের’ (তথাকথিত পুরুষালি বৈশিষ্ট্যের অতিরঞ্জন) ধারণার মধ্যে রোম্যান্টিক সঙ্গীর সঙ্গে আগ্রাসী যৌন আচরণ, শারীরিক সহিংসতা, বিপদ বা ঝুঁকি ও অ্যাডভেঞ্চারের প্রতি অনিবার্য আকর্ষণকে এখানে পুরুষের সহজাত ও তাই স্বাভাবিক বৈশিষ্ট্য হিসেবে মনে করা হয়। অন্যদিকে ‘হাইপার-ফেমিনিনিটি’ বলতে ‘মেয়েলি’ বৈশিষ্ট্যের অতিরঞ্জনকে বোঝানো হয়েছে, যেখানে পুরুষের ওপর নারীর নির্ভরশীলতা, আত্মনুবর্তিতা বা বশ্যতা ও যৌনতাকে নারীত্বের মৌল ও অপরিহার্য উপকরণ হিসেবে তুলে ধরা হয় (Scharrer, 2004)।

Scharrer (2005) ৯৩ জন কলেজছাত্রের (গড় বয়স ২০) ওপর একটি গবেষণা করেন যেখানে তিনি গবেষণাধীন ছাত্রদের নানা রকমের টিভি অনুষ্ঠান দেখতে বলেন। এসব অনুষ্ঠানের মধ্যে ‘The Sopranos’ নামের একটি সহিংস টিভি অনুষ্ঠানও ছিল। গবেষণায় ওই অনুষ্ঠানটি দেখার সঙ্গে দর্শকদের মধ্যে ‘হাইপার-ম্যাসকুলিন’ ধারণাগুলোকে বিশ্বাস ও গ্রহণ করার সম্পর্ক পাওয়া গেছে। যেমন : ওই নির্দিষ্ট ধরনের সহিংস অনুষ্ঠানের দর্শকরা দৃঢ়ভাবে মনে করেছে, সহিংসতা খুবই রোমাঞ্চকর, উপভোগ্য ও পুরুষালি বিষয় এবং এর বিপরীতে যারা ওই ধরনের অনুষ্ঠান দেখেনি তারা ওই ধরনের ধারণা বা মনোভাব তুলনামূলক কম প্রকাশ করেছে। এ গবেষণা মিডিয়ায় সহিংসতার উপস্থাপন ও অডিয়েন্সের ওপর এর প্রভাব সংক্রান্ত তাত্ত্বিক আলোচনার ক্ষেত্রে বেশ প্রাসঙ্গিক (Anderson et al., 2003; Anderson and Bushman, 2001; Anderson and Dill, 2000)।

অন্যান্য গবেষণায় দেখা গেছে, গণমাধ্যমে শারীরিক সৌন্দর্যের উপস্থাপন অডিয়েন্সকে দারুণভাবে প্রভাবিত করে (Dohnt & Tiggemann, 2006; Tiggemann and McGill, 2004) এবং কিছু ক্ষেত্রে তাদের মধ্যে অতিরিক্ত মাত্রায় ডায়েট বা আত্মহত্যার মতো ধ্বংসাত্মক আচরণকে উদ্বুদ্ধ করে (Thomsen et al., 2002)। ‘হাইপার-ম্যাসকুলিনিটি’র মতো স্টেরিওটাইপ ধারণার কারণে পুরুষ অডিয়েন্সের মধ্যে অতিরিক্ত ব্যায়াম ও স্টেরয়েড ব্যবহারের মাধ্যমে পেশিবহুল হওয়ার প্রবণতা বাড়ছে (Smolak and Stein, 2006)। Harrison (2003) দেখিয়েছেন, এখনকার মিডিয়া নারীর সৌন্দর্যকে লিকলিকে কিন্তু বাকবহুল (curvaceously thin) শরীরে সীমাবদ্ধ করেছে। গড়ে ২০ বছর বয়সী ও কলেজপড়ুয়া ২৩১ জন ছাত্র-ছাত্রীর ওপর গবেষণা করে তিনি দেখিয়েছেন, নারীর নির্মেদ পাতলা শরীরকেই নারী ও পুরুষ উভয়েই সৌন্দর্যের আদর্শ মাপকাঠি মনে করে এবং ওই ধরনের শরীর পেতে প্রয়োজনে শল্যচিকিৎসাকেও তারা স্বাভাবিক ও দরকারি মনে করে।

Kenrick and Gutierrez (1980) কলেজ-ছাত্রদের ওপর গবেষণা করে দেখিয়েছেন, মিডিয়া ‘আদর্শ নারী’র যে ইমেজ তৈরি করেছে তাতে তারা স্বাভাবিকদর্শনা মেয়েদের অপেক্ষাকৃত কম আকর্ষণীয় মনে করে। একই ধরনের অন্য একটি গবেষণায় (Gutierrez et al., 1999) ১৯০ জন কলেজ শিক্ষার্থীর (৯১ জন

ছাত্রী ও ৯৯ জন ছাত্র) ওপর মিডিয়া নির্মিত সৌন্দর্যের ধারণার প্রভাব পরখ করা হয়; এতে দেখা গেছে, মেয়েরা তথাকথিত ‘আদর্শ সুন্দরী’ না হওয়ার কারণে হীনমন্যতায় ভোগে এবং নিজেদের আদর্শ সঙ্গী হওয়ার উপযুক্ত মনে করে না। অন্যদিকে ছেলেরা নিজেদের মধ্যে মানবিক গুণাবলির পরিবর্তে শারীরিক সৌন্দর্য ও সক্ষমতাকেই বেশি গুরুত্বপূর্ণ মনে করেছে। এ থেকে গবেষকেরা সিদ্ধান্তে পৌঁছান, মিডিয়া নির্মিত সৌন্দর্যের আদর্শের সঙ্গে নিজেদের সাযুজ্য না থাকায় অডিয়েন্সের সামাজিক গ্রহণযোগ্যতার ভাবনা ক্ষতিগ্রস্ত হয়।

পুরুষ বনাম নারী : সম্পর্ক ও মিথস্ক্রিয়ার নানা মাত্রা

গবেষকরা নারী ও পুরুষের মধ্যকার সম্পর্ক ও পরস্পর মিথস্ক্রিয়ার ওপর গণমাধ্যমের প্রভাবের প্রমাণ পেয়েছেন। উদাহরণ হিসেবে বলা যায়, অতিরিক্ত মাত্রায় টিভি অনুষ্ঠান দেখার ফলে নারী-পুরুষের মধ্যকার সম্পর্ক নিয়ে ভ্রান্ত ধারণা জন্ম নেয় এবং যৌন হয়রানির মতো ঘটনার গ্রহণযোগ্যতা তৈরি হয় (Ward, 2002)। একইভাবে, যেসব অনুষ্ঠানে যৌনতার অনুষঙ্গ বেশি থাকে সেগুলো দেখার ফলে সমাজ-নির্ধারিত স্বাভাবিক বয়সের আগেই ছেলে-মেয়েরা যৌনতায় সক্রিয় হয়ে ওঠার প্রবণতা বাড়ে (Brown et al., 2006)। তবে এ প্রবণতা মেয়েদের তুলনায় ছেলেদের মধ্যে বেশি দেখা যায়। গবেষণায় দেখা গেছে, গণমাধ্যমের যেসব আধেয়তে নারীকে ‘যৌন সামগ্রী’ হিসেবে উপস্থাপন করা হয়, সেগুলো দেখার পর পুরুষ দর্শকদের মধ্যে ধর্ষণ সমর্থনের মনোভাব তৈরি হয় (Lanis and Covell, 1995)।

এ গবেষণাগুলোর প্রতিটিতেই গবেষকরা দেখেছেন, সহিংস ভিডিও গেমগুলোতে যেখানে নারীর ওপর পুরুষের আধিপত্য ও যৌন সহিংসতাকে নারীর জন্যে আকাঙ্ক্ষিত ও উপভোগ্য করে দেখানো হয়েছে, গেমাররা পরবর্তী সময়ে ‘নারীরা গোপনে ধর্ষিত হতে চায়’ এবং ‘নারীদের ধর্ষণ করাই উচিত, তারা এরই উপযুক্ত’ – প্রচলিত এইসব মিথকে সত্য বলে ভেবেছে। যারা এ ধরনের গেম অতি মাত্রায় আসক্ত তারা এসব গবেষণায় নারী ও পুরুষের ভূমিকা নিয়ে অনেক বেশি পুরনো ও অবৈজ্ঞানিক ধ্যান-ধারণা প্রকাশ করেছে; যেমন : তারা মনে করেছে, নারীরা পেশাজীবনে দক্ষ হতে পারে না, নারীদের মধ্যে নেতৃত্বের গুণাবলি ও দক্ষতা নেই যা পুরুষের রয়েছে, নারীদের বেশি ব্যক্তিস্বাধীনতার দরকার নেই এবং নারীদের কাজ হচ্ছে পুরুষের অনুগত থাকা (Dill et al., 2005)।

এখনকার ভিডিও গেমগুলো যৌনতার প্রতি অসংবেদনশীল দৃষ্টিভঙ্গি তুলে ধরে এবং নারীর প্রতি সহিংসতাকে গৌরবান্বিত বিষয় ও নারীকে পণ্য হিসেবে উপস্থাপন করে (Walsh et al., 2002)। উদাহরণ হিসেবে অন্যতম ব্যবসাসফল গেম *Grand Theft Auto (GTA)* সিরিজের কথা বলা যায়, যেখানে নারী চরিত্রগুলোকে মূলত ‘যৌনকর্মী’ (prostitutes) ও পুরুষদের হিংস্র খুনি (violent thugs) হিসেবে দেখানো হয়েছে।

এই গেমের গল্পে প্রতিষ্ঠা করা হয়েছে যে, একজন পুরুষ চাইলেই একজন যৌনকর্মীর সঙ্গে শারীরিক সম্পর্ক স্থাপন করতে পারে ও তারপর মেয়েটিকে খুন করে যৌনতার বিনিময়ে তাকে দেওয়া অর্থ আবার সে ফিরিয়ে নিতে পারে। এই গেমের সেক্সিজমের যেসব দৃষ্টান্ত রয়েছে তার মধ্যে উল্লেখযোগ্য আরেকটি বিষয় হলো, গেমটি এমনভাবে প্রোথাম করা হয়েছে যেখানে এর অন্যতম জনপ্রিয় নারী চরিত্র (Candy Sux) একজন পর্ন স্টার এবং সেসহ অন্য যৌনকর্মীরা পুরুষের দ্বারা আক্রান্ত বা আঘাতের শিকার হলে স্বয়ংক্রিয়ভাবেই প্রতিক্রিয়া জানায় এই বলে : 'রুঢ়তাই আমার ভালো লাগে' (I like it rough)। এছাড়াও গেম কনফারেন্সগুলো যখন বিভিন্ন দেশে হয় তখন বাস্তবের নারীদের (যারা তথাকথিত সুন্দরী ও যৌনাবেদনময়ী) অর্থের বিনিময়ে নিয়োগ দেওয়া হয়; তারা গেমগুলোতে উপস্থাপিত 'উত্তেজক' সাজ-পোশাকে ভিডিও গেমগুলোর নারী চরিত্রগুলোর প্রতিনিধিত্ব করে। পুরুষ গেমাররা তাদের সঙ্গে ফটোসেশন করে যা এসব কনফারেন্সের অন্যতম আকর্ষণ। Xena : Warrior Princess ও Lara Croft : Tomb Raider অত্যন্ত জনপ্রিয় দুটি ভিডিও গেম যা থেকে পরবর্তী সময়ে টিভি সিরিজ ও চলচ্চিত্র নির্মিত হয়েছে। এ দুটি গেমের কেন্দ্রীয় নারী চরিত্রকে 'অ্যাকশন ফিগার' হিসেবে দেখানো হলেও তাদের অবয়ব বা দেহের গঠনশৈলী ও পোশাককে প্রচলিত পুরুষতান্ত্রিক দৃষ্টিভঙ্গিতে যা যৌন আকর্ষণমূলক, সেভাবেই তাদের চিত্রিত করা হয়েছে।

ভিডিও গেমের জেভার রূপায়ণ-বিষয়ক গবেষণাসমূহের সাধারণ সাযুজ্য

সংশ্লিষ্ট গবেষণাগুলোতে দেখা গেছে, সবচেয়ে বেশি ব্যবসাসফল বা জনপ্রিয় গেমগুলোতে নারী ও পুরুষের ভূমিকাকে স্টেরিওটাইপ ধ্যান-ধারণার ভিত্তিতে নির্মাণ করা হয়েছে। এসব গেমের নারী-পুরুষকে অনবরত সেক্সিস্ট দৃষ্টিভঙ্গি থেকে দেখা হয়েছে। সুনির্দিষ্ট করে বলা যায়, এসব গেমের নারী চরিত্রগুলোকে পণ্য ও পুরুষের যৌনতার উপকরণ হিসেবে বারবার উপস্থাপন করা হয়েছে এবং গল্পের বা প্রসঙ্গের প্রয়োজন ছাড়াই বারবার তাদের স্বল্পতম পোশাকে পর্দায় দেখানো হয়েছে। পাশাপাশি দেখা যায়, পুরুষ চরিত্রগুলোকে প্রায় সর্বাত্মক ও সর্বত্রই আধাসী, হিংস্র ও আক্রমণাত্মক রূপে তুলে ধরা হয়েছে। অর্থাৎ নারীকে 'মেয়েলি সৌন্দর্যের' বেডাজালে আটকে ফেলা হয়েছে, যেখানে 'উত্তেজক' পোশাক, অঙ্গভঙ্গি ও আচরণ এবং পুরুষের বশ্যতা স্বীকার করাকেই সৌন্দর্যের মাপকাঠি হিসেবে প্রতিষ্ঠা করা হয়েছে। অন্যদিকে দৃঢ়তা, রুঢ়তা, উগ্রতা, আক্রমণাত্মক মনোভাব ও পেশিবহুলতার বিষয়টিকে নারী থেকে আলাদা করে কেবল পুরুষের বিষয় বা 'পৌরুষের' অনুষঙ্গ হিসেবে দেখানো হয়েছে (Dietz, 1998)। নারী চরিত্রগুলোকে এসব গেমের যৌনসামগ্রী, সহিংসতার শিকার বা 'ভিকটিম' ও নিষ্ক্রিয় (passive) হিসেবে চিত্রায়িত করা হয়েছে। বিশেষ করে নিষ্ক্রিয় বা প্যাসিভ হিসেবে তুলে ধরার মাধ্যমে নারীদের মূলত কম মর্যাদাসম্পন্ন, দুর্বল ও অনুগত হিসেবে দেখানোর চেষ্টা করা হয়েছে — বিদ্যমান সমাজব্যবস্থায় যা নারীকে

আসলে মানবের বা অপূর্ণাঙ্গ মানুষ (less than human) হিসেবে প্রতিষ্ঠার একটি কৌশল; আর নারীর এমন নেতিবাচক ইমেজ নির্মাণের অর্থ হলো, নারীর প্রতি সহিংসতাকে সমর্থন করা (Kilbourne and Jhally, 2000)। এর বিপরীতে পুরুষদের প্রতিনিয়তই সহিংস, আধাসী ও সাহসী হিসেবে প্রতিষ্ঠা করা হয়েছে (Dill et al., 2005; Donnerstein and Berkowitz, 1981; Vega and Malamuth, 2007)। এসব গেমের ঘটনো হয়েছে এই যে জেভার অসংবেদনশীল বা সেক্সিস্ট রূপায়ণ, যেমন : অস্ত্রের ব্যবহারকে বীরোচিত বা নায়কোচিতভাবে তুলে ধরা তথা সশস্ত্র সহিংসতাকে মহিমাম্বিত করা ও নারীকে 'সৌন্দর্যের আধারমাত্র' হিসেবে দেখানো (Dietz, 1998), রোগা-পাতলা শরীরে অস্বাভাবিক উঁচু বুক ও নিতম্বকে নারীর সৌন্দর্যের আদর্শ হিসেবে দেখানো (Harrison, 2003) এবং পুরুষ বলতে আদতে 'অধি-পৌরুষের' বৈশিষ্ট্য (hyper-masculine male) আরোপ করা (Scharer, 2004 & 2005) — এই বিষয়গুলো গেমারদের মনোজগতে নারী-পুরুষের স্বাভাবিক সম্পর্ক, আচরণ ও জেভার ভূমিকার পরিবর্তে সেক্সিস্ট তথা অবৈজ্ঞানিক ও ভ্রান্ত ধারণা উৎপাদন করে।

উপসংহার

Dietz (1998) দেখিয়েছেন, নারীর প্রতি সহিংস আচরণ ও সেক্সিস্ট ধারণা প্রদর্শনকারী গেমগুলো যুগে যুগেই সবচেয়ে বেশি ব্যবসাসফল। Dill et al. (2005) তাদের গবেষণায় দেখিয়েছেন, কম্পিউটারের জন্যে তৈরি করা গেমগুলোর মধ্যে যেগুলো সবচেয়ে বেশি জনপ্রিয় ও ব্যবসাসফল হয়েছে সেগুলোতে সহিংসতা ও যৌনতার উপকরণ প্রচুর পরিমাণে বিদ্যমান। Beasley ও Collins-Standley (2002) Nintendo ও PlayStation-এর জন্যে নির্মিত গেমগুলোতে উপস্থাপিত জেভার ভূমিকা ও বিশেষত পোশাক পরিধানের ধরন বিশ্লেষণ করে দেখিয়েছেন, নারীদের প্রায় সবসময়ই স্বল্পতম পোশাকে হাজির করা হয়; এছাড়া এসব গেমের নারী চরিত্রগুলো বড় ও উঁচু বক্ষদেশের অধিকারী এবং তারা মূলত যৌনসামগ্রী। Signorielli ও Bacue (1999) তাদের গবেষণায় দেখিয়েছেন, মিডিয়ায় নারীর আদর্শ উপস্থাপনের ভিত্তি হলো স্বীকৃতি, সম্মান ও মর্যাদা। তাদের মতে, 'স্বীকৃতি' হলো বাস্তবতার ভিত্তিতে নারীর নিয়মিত ও প্রতিনিধিত্বমূলক উপস্থাপন এবং 'সম্মান ও মর্যাদা' হলো স্টেরিওটাইপ তথা প্রথাগত চিন্তাধারার বাইরে সমাজে নারীর ভূমিকার বহুমাত্রিক রূপায়ণ। তবে লক্ষণীয় হলো, এসব সংজ্ঞার কোনোটিই ভিডিও গেমের নারীর আদর্শ উপস্থাপনকে স্পষ্টভাবে ব্যাখ্যা করে না। এজন্যে ভিডিও গেমসহ জনপ্রিয় সংস্কৃতির অন্যান্য দর্শনযোগ্য মাধ্যমে জেভার ইস্যুর রূপায়ণ। ও উপস্থাপন বিষয়ে আরও গবেষণার প্রয়োজন রয়েছে। এটি এজন্যে যে, দৃশ্যকল্প (visual element) মানুষ সহজে বুঝতে পারে, সহজে মনে রাখতে পারে এবং স্মৃতি থেকে সহজে পুনরুদ্ধার করতে পারে বলে মানব-মনে এর

প্রভাবকে মিডিয়ার অন্যান্য টেক্সট থেকে বেশি শক্তিশালী বলে মনে করা হয় (Cowan, 2002)। একইভাবে ভিজুয়াল ইমেজ যেহেতু একটি শক্তিশালী টেক্সট তাই এ ধরনের টেক্সট সহজেই মানুষের মনোজগতে জেন্ডার ইস্যুতে স্টেরিওটাইপ বা ছকবদ্ধ, পুরনো ও ভ্রান্ত ধারণা উৎপাদনে বেশ কার্যকর (Crawford and Unger, 2004)। ফলে ভিডিও গেম-এর মতো ভিজুয়াল মাধ্যমে যখন জেন্ডার-অসংবেদনশীল ও অন্যান্য সেক্সিস্ট ধারণা দৃশ্যায়িত হয় তখন সেটি মানুষের মনের ভেতরে বাস্তবতার প্রতিফলন হিসেবেই অনুভূত হয়। এ কারণে ভিডিও গেমের আধেয় ও আধার নিয়ে অধিকতর গবেষণার প্রয়োজন। কেননা গবেষণার মাধ্যমে এ বিষয়ে সার্বিক ধারণা লাভ করা ছাড়া সেক্সিস্ট ও জেন্ডার অসংবেদনশীল ধারণা বিবর্জিত একটি সমাজ প্রতিষ্ঠার স্বপ্ন বাস্তবায়ন করা সম্ভব হবে না।

উল্লেখ-খপঞ্জি

- Agars, M. (2004). Reconsidering the effects of stereotypes on the advancement of women in organizations. *Psychology of Women Quarterly*, 28, 103-111.
- Anderson, C. A., Berkowitz, L., Donnerstein, E., Huesmann, L. R., Johnson, J. D., Linz, D. et al. (2003). The influence of media violence on youth. *Psychological Science in the Public Interest*, 4(3), 81-110.
- Anderson, C. A. & Bushman, B. J. (2001). Effects of violent video games on aggressive behavior, aggressive cognition, aggressive affect, physiological arousal, and prosocial behavior: A metaanalytic review of the scientific literature. *Psychological Science*, 12, 353-359.
- Anderson, C. A. & Dill, K. E. (2000). Video games and aggressive thoughts, feelings, and behavior in the laboratory and in life. *Journal of Personality and Social Psychology*, 78, 772-790.
- Bandura, A. (2001). Social cognitive theory of mass communication. *Media Psychology*, 3, 265-299.
- Bandura, A. & Bussey, K. (2004). On broadening the cognitive, motivational, and sociostructural scope of theorizing about gender and functioning: Comment on Martin, Ruble, and Szkrybalo. *Psychological Bulletin*, 130, 691-701.
- Beasley, B. & Standley, T. C. (2002). Shirts vs. skins : Clothing as an indicator of gender role stereotyping in video games. *Mass Communication and Society*, 5, 279-293.
- Braun, C. & Giroux, J. (1989). Arcade video games : Proxemic, cognitive and content analyses. *Journal of Leisure Research*, 21, 92-105.
- Brown, J. D., L'Engle, K. L., Pardun, C. J., Guo, G., Kenneavy, K & Jaskson, C. (2006). Sexy media matter : Exposure to sexual content in music, movies, television, and magazines predicts black and white adolescents' sexual behavior. *Pediatrics*, 117, 1018-1027.

- Connell, R. W. (1987). *Gender and power*. Stanford, CA : Stanford University Press.
- Cowan, G. (2002). Content analysis of visual materials. In M. W. Wiederman & B. E. Whitley (Eds.), *Handbook for conducting research on human sexuality*. London : Lawrence Erlbaum.
- Crawford, M. & Unger, R. (2004). Images of women and men. In M. Crawford & R. Unger (Eds.), *Women and gender : A feminist psychology*. New York : McGraw Hill.
- Dietz, T. L. (1998). An examination of violence and gender role portrayals in video games : Implications for gender socialization and aggressive behavior. *Sex Roles*, 38, 425-442.
- Dill, K. E., Gentile, D. A., Richter, W. A. & Dill, J. C. (2005). Violence, sex, race and age in popular video games : A content analysis. In E. Cole & J. Henderson Daniel (Eds.), *Featuring females : Feminist analyses of the media*. Washington, DC : American Psychological Association.
- Dohnt, H. & Tiggemann, M. (2006). The contribution of peer and media influences to the development of body satisfaction and self-esteem in young girls : A prospective study. *Developmental Psychology*, 42, 929-936.
- Donnerstein, E. & Berkowitz, L. (1981). Victim reactions in aggressive erotic films as a factor in violence against women. *Journal of Personality and Social Psychology*, 41, 710-724.
- Gerbner, G. (1999). The stories we tell. *Peace Review*, 11(1), 9-15.
- Glick, P. & Fiske, S. T. (1996). The ambivalence toward men inventory. *Psychology of Women Quarterly*, 23, 519-536.
- Glick, P. & Fiske, S. T. (1999). The ambivalent sexism inventory : Differentiating hostile and benevolent sexism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 491-512.
- Glick, P., Fiske, S. T., Masser, B., Manganelli, A. M., Huang, L., Castro, Y. R. et al. (2004). Bad but bold : Ambivalent attitudes toward men predict gender inequality in 16 nations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 86, 713-728.
- Gutierrez, S. E., Kenrick, D. T. & Partch, J. J. (1999). Beauty, dominance, and the mating game : Contrast effects in self-assessment reflect gender differences in mate selection. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 1126-1134.
- Harrison, K. (2003). Television viewers' ideal body proportions : The case of the curvaceously thin woman. *Sex Roles*, 48, 255-264.
- Kenrick, D. T. & Gutierrez, S. E. (1980). Contrast effects and judgments of physical attractiveness : When beauty becomes a social problem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 38, 131-140.
- Kilbourne, J. (writer/editor) & Jhally S. (director/producer). (2000). *Killing us softly 3: Advertising's image of women* [videorecording]. (Available in the Media Education Foundation website).
- Lanis, K. & Covell, K. (1995). Images of women in advertisements : Effects on attitudes related to sexual aggression, *Sex Roles*, 32, 639-649.

- Lewin, T. (2006 July 9). The new gender divide : At colleges women are leaving men in the dust. *New York Times*. Retrieved on May 22, 2017, from <http://www.nytimes.com>.
- Mikula, J. (2003). Gender and videogames : The political valency of Lara Croft, continuum. *Journal of Media & Cultural Studies*, 17, 79-87.
- Scharrer, E. (2004). Virtual violence : Gender and aggression in video game advertisements. *Mass Communication and Society*, 7, 393-412.
- Scharrer, E. (2005). Hypermasculinity, aggression and television violence : An experiment. *Media Psychology*, 7, 353-376.
- Signorielli, N. & Baccus, A. (1999). Recognition and respect : A content analysis of prime-time television characters across three decades. *Sex Roles*, 40, 527-544.
- Smolak, L. & Stein, J. (2006). The relationship of drive for muscularity to sociocultural factors, self-esteem, physical attributes gender role, and social comparison in middle school boys. *Body Image*, 3, 121-129.
- Thomsen, S. R., Weber, M. M., & Brown, L. B. (2002). The relationship between reading beauty and fashion magazines and the use of pathogenic dieting methods among adolescent females. *Adolescence*, 37(145), 1-18.
- Vega, V. & Malamuth, N. M. (2007). Predicting sexual aggression : The role of pornography in the context of general and specific risk factors. *Aggressive Behavior*, 33, 104-117.
- Walsh, D., Gentile, D. A., VanOverbeke, M. & Chasco, E. (2002). Media Wise video game report card. Retrieved on June 14, 2017 from http://www.mediafamily.org/research/report_vgrc_2002-2.shtml.
- Ward, L. M. (2002). Does television exposure affect emerging adults' attitudes and assumptions about sexual relationships? Correlational and experimental confirmation. *Journal of Youth and Adolescence*, 31(1), 1-15.