

ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় পত্রিকা ॥ সংখ্যা ১০৪ ও ১০৫ (যুক্ত), সেপ্টেম্বর ২০২৪

ISSN: 2411-9059, e-ISSN: 3006-3078 DOI : <http://dx.doi.org/10.62296/DVP/10405/009>

মাধ্যমিক বিদ্যালয় ও মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতা - বাংলাদেশ পরিপ্রেক্ষিত

এ এস এম আসাদুজ্জামান*

Abstract: Digital media is popular among young users with the rapid popularisation of smartphones and wider internet accessibility, in line with the government's aim of achieving the envisioned 'Digital Bangladesh'. Along with positive effects of such media, many problems arise from their uninformed use, causing confusion among users as to which information to trust and how to differentiate truth from misinformation and disinformation. By adopting a mixed-method design, the digital literacy of sixth to ninth grade students (N=2400) of 16 schools and 8 madrasahs located in eight divisions of Bangladesh was examined. In the cross-sectional survey the students were interviewed, while the FGDs of their parents and teachers were conducted. Students' access, use and competency, their ability to analyse digital content, having a critical approach to digital media, creativity in using digital media and their knowledge of ICT laws were considered as key aspects to assess their digital literacy. Our findings show that urban, high school and male students have a greater degree of digital literacy than rural and semiurban, madrasah and female students respectively. However, a

* সহযোগী অধ্যাপক, গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়

significant number of students were found to be vulnerable to fake news, having no knowledge of the process of news production.

মুখ্যশব্দ: ডিজিটাল মাধ্যম, ডিজিটাল সাক্ষরতা, মাধ্যমিক শিক্ষার্থী, মাদ্রাসা, ভুয়া সংবাদ

১. ভূমিকা

‘ডিজিটাল বাংলাদেশ’ কর্মসূচী চালু হওয়ার পর থেকে প্রথাগত গণমাধ্যমের সাথে সাথে তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি (আইসিটি) যেমন, কম্পিউটার, ইন্টারনেট, মোবাইল ফোন বাংলাদেশে ব্যাপকভাবে প্রসার লাভ করেছে। তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আমাদের ব্যক্তি ও সামাজিক জীবনে ইতিবাচক প্রভাব ফেলার পাশাপাশি কিছু চ্যালেঞ্জও তৈরি করেছে। আইসিটি এবং অন্যান্য ডিজিটাল মিডিয়ার দায়িত্বজ্ঞানহীন এবং অসচেতন ব্যবহার বেশকিছু সমস্যার জন্ম দিচ্ছে। এসব ঘটে মূলত ব্যবহারকারীদের সঠিকভাবে মিডিয়া ব্যবহার করার জন্য প্রয়োজনীয় জ্ঞান ও দক্ষতার অভাবে। Roger Silverstone (2004) মাধ্যম সাক্ষরতা বিষয়ে অন্যতম পথিকৃত পণ্ডিত। তিনি গণতন্ত্রের জন্য প্রয়োজনীয় একটি আদর্শ মিডিয়া সংস্কৃতি প্রতিষ্ঠার জন্য যেকোন দেশে মিডিয়া-শিক্ষিত নাগরিক থাকার গুরুত্বের উপর জোর দেন। বাংলাদেশের মোট জনসংখ্যার একটি উল্লেখযোগ্য অংশ মাধ্যমিক বিদ্যালয়ের শিক্ষার্থী যারা সমাজের একটি গুরুত্বপূর্ণ জনগোষ্ঠী। এদের মধ্যে ডিজিটাল মাধ্যম তথা ইন্টারনেট, সামাজিক মাধ্যম, মোবাইল ফোন বেশ জনপ্রিয়। এই শিশু-কিশোরদের মধ্যে অনেকেই “ডিজিটাল নেটিভ” (Prensky, 2001)। অর্থাৎ খুব ছোট বয়স থেকেই এরা চারপাশে ডিজিটাল মিডিয়া দেখে, এমনকি ব্যবহার করে বড় হচ্ছে যার প্রভাব তাদের আচরণ, চিন্তাভাবনা, মূল্যবোধ এমনকি তাদের সামগ্রিক জীবনাচরণে পড়ে। কিন্তু এরা নতুন প্রযুক্তি বিষয়ে অজ্ঞতার কারণে প্রায়শই এর সর্বোত্তম ব্যবহার করতে ব্যর্থ হয়। অনেক সময়ই তারা অনলাইনে পাওয়া গুজব, ভুল তথ্য (misinformation), অপতথ্য (disinformation), ভুয়া খবর (fake news), ঘৃণামিশ্রিত বক্তব্য (hate speech), বিকৃত, অসম্পূর্ণ তথ্যকে সঠিক বলে মনে করে। এসব তথ্যকে তারা শুধু বিশ্বাসই করে তা নয়; না বুঝে ছড়িয়ে দেয় এবং অন্যের সাথে শেয়ার করে। এতে নানা ব্যক্তিগত ও সামাজিক সমস্যা সৃষ্টি হচ্ছে। এই গবেষণায় মাধ্যমিক বিদ্যালয় এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ‘ডিজিটাল সাক্ষরতা’র (Gilster, 1997) মাত্রা অনুসন্ধান করা হয়েছে। গবেষণার জন্য বাংলাদেশের

আটটি বিভাগের মোট ২৪টি স্কুল এবং মাদ্রাসার ষষ্ঠ থেকে নবম শ্রেণির শিক্ষার্থীদের নির্বাচন করা হয়েছে। এর মধ্যে ১৬টি স্কুল এবং ৮টি মাদ্রাসা গবেষণার জন্য নির্বাচন করা হয়েছে।

২. ডিজিটাল সাক্ষরতা: গবেষণার তাত্ত্বিক কাঠামো

আমাদের জীবনে গণমাধ্যমের সর্বব্যাপী উপস্থিতি অন্য যেকোন সময়ের চেয়ে বেশি পরিলক্ষিত হচ্ছে। গণমাধ্যমের পাশাপাশি অন্যান্য ধরনের মিডিয়ায়ও প্রসার ঘটেছে। নাগরিকদের মিডিয়া ব্যবহার করার প্রবণতাও বেড়েছে। ইন্টারনেটভিত্তিক ‘সাইবার’ জগতে তাদের বিচরণ বাড়ছে। এদের অনেককেই ‘নেটিজেন’ (netizen) বলা হচ্ছে। গত দুই দশক বা তারও বেশি সময় ধরে গণমাধ্যমের ব্যাপক পরিবর্তন হয়েছে। উদাহরণস্বরূপ, আমরা ১৯৯০ এর দশকে যে অ্যানালগ টেলিভিশন দেখতাম তা থেকে আজকের ডিজিটাল ‘স্মার্ট’ টিভি অনেকটাই আলাদা। অধিকাংশ দৈনিক সংবাদপত্র এবং সাময়িকীর অনলাইন সংস্করণ আছে। ত্রিমাত্রিক চলচ্চিত্র সিনেমা দেখার অভিজ্ঞতায় এনেছে আমূল পরিবর্তন। গুয়েব ২.০ এর কল্যাণে আমরা ডিজিটাল মিডিয়া আধেয়ের কেবল নিষ্ক্রিয় ভোক্তা নই; বরং আমরা এখন সক্রিয় ‘উৎপাদক-ভোক্তা’ (prosumer) (Toffler, 1980)। অর্থাৎ আমরা নিজস্ব মিডিয়া আধেয় বা ‘কন্টেন্ট’ (content) তৈরি করে ইন্টারনেটে অন্যের সাথে শেয়ার করি, নিজেও অন্যের বানানো বা শেয়ার করা কন্টেন্ট ব্যবহার করি। সামাজিক মাধ্যমের উত্থান এবং জনপ্রিয়তা বাড়ার সাথে সাথে এ বিষয়ের পণ্ডিতগণ এসকল মাধ্যমের সঠিক ব্যবহারের জন্য সামাজিক মাধ্যম দক্ষতা (social media competence) অর্জনের ওপর গুরুত্ব দেন (উদাহরণস্বরূপ, Xu et al, 2018; Zhu et al, 2018; Zhu et al, 2021)। Boulianne (2015) ও Coleman (2013) এর মতে, “In the last two decades, people increasingly rely on social media to access, communicate and exchange information, rather than on traditional media institutions” [গত দুই দশকে তথ্যে অভিজ্ঞতা, যোগাযোগ এবং তথ্য আদান-প্রদানের জন্য প্রথাগত মিডিয়া প্রতিষ্ঠানের পরিবর্তে মানুষ সামাজিক মাধ্যমের উপর ক্রমবর্ধমানভাবে নির্ভর করছে] (Boulianne, 2015; Coleman, 2013, as cited in Zhu et al, 2021, p. 2)। এভাবেই আমাদের প্রতিদিনকার ব্যবহার্য মিডিয়ার তালিকায় মুদ্রণ মাধ্যম, শব্দ-দৃশ্য (audiovisual) মাধ্যম, টেলিফোনি এবং মিথস্ক্রিয়া মাধ্যম জায়গা করে নিয়েছে। তাই সমাজে তথ্যের কার্যকর ব্যবহার এবং আজীবন শিক্ষার প্রয়োজনীয়তা অনেক বেশি গুরুত্ব পাচ্ছে (Jolls & Thoman, 2008, as cited in

Koltay, 2011-এ উদ্ধৃত)। Koltay (2011) বলেছেন, “The importance of media literacy is justified not only by the quantity of media exposure. The vital role of information in the development of democracy, cultural participation and active citizenship also justifies it” [মাধ্যম সাক্ষরতার গুরুত্ব শুধুমাত্র মাধ্যমের ব্যাপক ব্যবহারের মধ্যেই নিহিত নয়। গণতন্ত্রের উন্নয়ন, সাংস্কৃতিক অংশগ্রহণ এবং সক্রিয় নাগরিকত্বের বিকাশে তথ্যের গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা একে ন্যায্যতা দেয়] (p. 212)। বিশেষ করে জ্ঞান-কর্মী (knowledge worker), যারা তাদের কাজের জন্য ইন্টারনেট এবং কম্পিউটারের উপর ব্যাপকভাবে নির্ভর করে, তাদের জন্য তথ্য তৈরি, তথ্য ব্যবহার এবং তথ্য নিয়ন্ত্রণ করার দক্ষতা অর্জন করা বেশ গুরুত্বপূর্ণ (Hobbs, 2007)।

মাধ্যমের যেমন ভিন্নতা রয়েছে, তেমনি মাধ্যম সাক্ষরতা ধারণার মধ্যেও তারতম্য লক্ষ করা যায়। প্রচলিত প্রত্যয়গুলোর মধ্যে মিডিয়া সাক্ষরতা, কম্পিউটার সাক্ষরতা, সাইবার সাক্ষরতা, ইন্টারনেট সাক্ষরতা, নেটওয়ার্ক সাক্ষরতা, ডিজিটাল সাক্ষরতা, ই-সাক্ষরতা, তথ্য সাক্ষরতা ইত্যাদি জনপ্রিয়। ১৯৯০ দশকে ইন্টারনেট ব্যবহারকারীদের হাইপারটেক্সট পড়া এবং বোঝার ক্ষমতা বোঝাতে ডিজিটাল সাক্ষরতার ধারণাটি প্রয়োগ করা হয়েছিল (Bawden, 2001)। পরবর্তীতে ডিজিটাল সাক্ষরতার সংজ্ঞায় নতুন ধারণা সংযোজিত হয়েছে। কয়েক বছর পরে Bawden (2008) এর দেয়া ডিজিটাল সাক্ষরতার সংজ্ঞায় যে চারটি মূল দক্ষতা উল্লেখ করা হয়েছিল সেগুলো হল: ইন্টারনেটে সঠিকভাবে তথ্য অনুসন্ধান, হাইপারটেক্সট পরিভ্রমণ (navigation), জ্ঞান সমাবেশ (knowledge assembly) ও আধেয়ের মূল্যায়ন। ডিজিটাল সাক্ষরতা বিষয়ে Martin এর সংজ্ঞাটি নিম্নরূপ:

Digital Literacy is the awareness, attitude and ability of individuals to appropriately use digital tools and facilities to identify, access, manage, integrate, evaluate, analyze and synthesize digital resources, construct new knowledge, create media expressions, and communicate with others, in the context of specific life situations, in order to enable constructive social action; and to reflect upon this process. (Martin, 2006, p.16)

অর্থাৎ ডিজিটাল সাক্ষরতা হল ডিজিটাল প্রযুক্তি এবং সুবিধাগুলি যথাযথভাবে ব্যবহার করার ক্ষেত্রে ব্যক্তির সচেতনতা, মনোভাব এবং দক্ষতা। ডিজিটাল সম্পদ সনাক্তকরণ, প্রবেশ, ব্যবস্থাপনা, একীভূতকরণ, মূল্যায়ন, বিশ্লেষণ এবং সংশ্লেষণ, নতুন জ্ঞান তৈরি, মাধ্যমে চিন্তা ও অভিব্যক্তির প্রকাশ এবং অন্যদের সাথে যোগাযোগ করার জন্য ব্যক্তি এই সচেতনতা ও দক্ষতা প্রয়োগ করে। অন্যদিকে, তথ্য সাক্ষরতা মানুষকে প্রয়োজনীয় তথ্য চিনতে সাহায্য করে। শুধু তাই নয়, তথ্যসাক্ষর ব্যক্তি কোন নির্দিষ্ট সমস্যা সমাধানের জন্য তথ্য মূল্যায়ন ও ব্যবহার করতে সক্ষম (ALA, 1989)। অনেকে মাধ্যম সাক্ষরতার একটি সাধারণ (general) সংজ্ঞা দেওয়ার চেষ্টা করেছেন। যেমন, Aufderheide (1992) এর মতে:

A media literate person ... can decode, evaluate, analyze and produce both print and electronic media. The fundamental objective of media literacy is critical autonomy in relationship to all media. Emphases in media literacy training range widely, including informed citizenship, aesthetic appreciation and expression, social advocacy, self-esteem, and consumer competence. (Aufderheide, 1992)

[একজন মাধ্যম সাক্ষর ব্যক্তি ... প্রিন্ট এবং ইলেকট্রনিক মিডিয়ার বার্তার অর্থোদ্ধার, মূল্যায়ন, বিশ্লেষণ এবং উৎপাদন করতে পারেন। মিডিয়া সাক্ষরতার মূল লক্ষ্য হল সব ধরনের মিডিয়ার সাথে ব্যক্তির গুরুত্বপূর্ণ স্বাধীন সম্পর্ক প্রতিষ্ঠা করা। মিডিয়া সাক্ষরতা প্রশিক্ষণে যে বিষয়গুলোর ওপর গুরুত্ব দেয়া হয়েছে তা হল, সচেতন নাগরিকত্ব, নান্দনিক মূল্যায়ন এবং অভিব্যক্তি, সামাজিক ওকালতি, আত্মমর্যাদা এবং ভোক্তা দক্ষতা।]

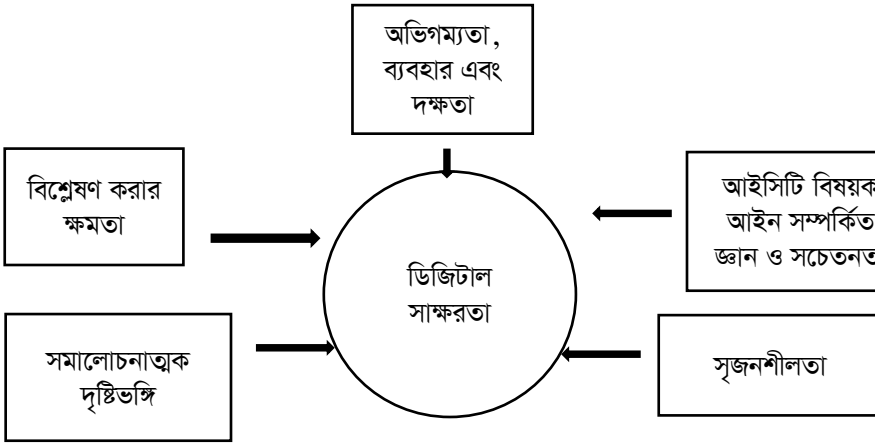
Sonia Livingstone (2004) মনে করেন, আমাদের এমন একটি ধারণাগত কাঠামো প্রয়োজন যা সব ধরনের মাধ্যমের জন্য প্রযোজ্য হবে। তিনি মিডিয়া সাক্ষরতাকে বিভিন্ন ধরনের বার্তায় অভিজ্ঞতা, বার্তার বিশ্লেষণ, মূল্যায়ন এবং বার্তা তৈরি করার ক্ষমতা হিসাবে সংজ্ঞায়িত করেছেন (Aufderheide, 1993; Christ and Potter, 1998, as cited in Livingstone, 2004, p.3-এ উদ্ধৃত)। এই সংজ্ঞাটি আসলে ডিজিটাল সাক্ষরতার মূল বৈশিষ্ট্যগুলিও ধারণ করে। এক্ষেত্রে বাংলাদেশের জাতীয় শিক্ষাক্রম রূপরেখা ২০২১ এ অন্তর্ভুক্ত ডিজিটাল সাক্ষরতার বৈশিষ্ট্যসমূহ প্রাথমিকশিক্ষা। এই রূপরেখায় ডিজিটাল সাক্ষরতাকে শিক্ষার্থীদের মৌলিক দক্ষতার (Foundational skills) অংশ হিসেবে গণ্য

করা হয়েছে। মৌলিক সাক্ষরতা (Literacy & Numeracy) ও ডিজিটাল সাক্ষরতা (Digital Literacy) শিক্ষার্থীদের মৌলিক দক্ষতা তৈরি করতে সাহায্য করে (জাতীয় শিক্ষাক্রম রূপরেখা, ২০২১, পৃ. ২৪)। এই দলিলের অন্য অংশে 'ডিজিটাল দক্ষতা' বিষয়ে আলোচনা করা হয়েছে এবং সেখানে তথ্য ও মিডিয়া সাক্ষরতাকে ডিজিটাল দক্ষতার একটি গুরুত্বপূর্ণ অনুষঙ্গ হিসেবে উল্লেখ করা হয়েছে (পৃ. ২৬)। বিভিন্ন ডিজিটাল প্রযুক্তি কীভাবে কাজ করে সেই প্রক্রিয়া অনুধাবন করে বাস্তব সমস্যা সমাধানে ডিজিটাল প্রযুক্তির কার্যকর ব্যবহার, এবং প্রয়োজনে নতুন ডিজিটাল সমাধান পরিকল্পনা, ডিজাইন ও বাস্তবায়নে যেসকল দক্ষতা প্রয়োজন সেগুলো ডিজিটাল দক্ষতার মধ্যে পড়ে। একইসাথে, বিভিন্ন ডিজিটাল প্রযুক্তির কার্যকারিতা যাচাই করতে পারা, বিভিন্ন প্রয়োজনে দক্ষতার সাথে উপযুক্ত প্রযুক্তির যথাযথ, সৃজনশীল ও দায়িত্বশীল ব্যবহার করতেও ডিজিটাল দক্ষতার প্রয়োজন। Hobbs (2010) একটি পাঁচ-স্তরবিশিষ্ট ডিজিটাল এবং মিডিয়া সাক্ষরতা দক্ষতার (competencies) প্রস্তাব করেছেন: মিডিয়ার বার্তায় অভিজ্ঞতা, বার্তার বিশ্লেষণ, বার্তা তৈরি, বার্তা সম্পর্কে ভাবনা ও পদক্ষেপ গ্রহণ। ইউনেস্কো এর *Global Media and Information Literacy Framework - Country Readiness and Competencies* (2013) নামক প্রকাশনায় মিডিয়া এবং তথ্য সাক্ষরতা (MIL) ধারণাটি কতগুলো দক্ষতার সমষ্টি হিসেবে দেখিয়েছে। প্রদত্ত সংজ্ঞাটি নিম্নরূপ:

MIL is defined as a set of competencies that empowers citizens to access, retrieve, understand, evaluate and use, to create as well as share information and media content in all formats, using various tools, in a critical, ethical and effective way, in order to participate and engage in personal, professional and societal activities (p.29)

[MIL কে সংজ্ঞায়িত করা যায় কিছু দক্ষতার সমষ্টি হিসেবে যা তথ্যে অভিজ্ঞতা, তথ্য পুনরুদ্ধার, তথ্যের অর্থ করা, মূল্যায়ন এবং ব্যবহার করতে নাগরিকদের এক ধরনের ক্ষমতা দেয়। সব ধরনের 'টুল' ব্যবহার করে যেকোন ফরম্যাটের তথ্য এবং মিডিয়া আধেয় তৈরি এবং শেয়ার করার সক্ষমতা দেয়। মিডিয়া ব্যবহারকারীরা ব্যক্তিগত, পেশাগত ও সামাজিক কার্যকলাপে অংশগ্রহণ করার জন্য সমালোচনামূলক, নৈতিক এবং কার্যকরভাবে এই কাজগুলো করে থাকে]। সাক্ষরতার এই সংজ্ঞাগুলি বিবেচনা নিয়ে এই গবেষক ডিজিটাল সাক্ষরতার একটি ধারণাগত কাঠামোর প্রস্তাব করেছেন, যা গবেষণা প্রশ্ন, গবেষণার উদ্দেশ্য

এবং গবেষণার পদ্ধতি তৈরি করতে ব্যবহৃত হয়। তাত্ত্বিক কাঠামোটি ইউনেস্কোর MIL (মিডিয়া অ্যান্ড ইনফরমেশন লিটারেসি) ফ্রেমওয়ার্কের সাথেও সামঞ্জস্যপূর্ণ যা বিভিন্ন পশ্চিমা এবং অ-পশ্চিমা দেশের বাস্তব অবস্থা বিবেচনা করে তৈরি করা হয়েছে। বাংলাদেশে অবস্থিত নির্বাচিত কয়েকটি স্কুল ও মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতার সার্বিক পরিস্থিতি পরীক্ষা করতে গবেষণায় এই কাঠামোটি ব্যবহার করা হয়েছে। কাঠামোর পাঁচটি প্রধান উপাদান নিম্নরূপ:



চিত্র (১): তাত্ত্বিক কাঠামো - ডিজিটাল সাক্ষরতার বিভিন্ন দক্ষতা

১। অভিগম্যতা, ব্যবহার এবং দক্ষতা: অনলাইন সংবাদপত্র থেকে শুরু করে ভার্সুয়াল কমিউনিটি - বিদ্যমান সমস্ত ডিজিটাল মিডিয়াতে অভিগম্যতা থাকা; সক্রিয়ভাবে এবং দক্ষতার সাথে ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহার করা (যেমন, মিথস্ক্রিয় টেলিভিশন, ইন্টারনেট সার্চ ইঞ্জিনের যথার্থ ব্যবহার বা ভার্সুয়াল কমিউনিটিগুলিতে অংশগ্রহণ); বিনোদন প্রাপ্তি, সাংস্কৃতিক কর্মকাণ্ডে অংশগ্রহণ, আন্তঃসাংস্কৃতিক সংলাপে অংশগ্রহণ, শিক্ষণ এবং দৈনন্দিন জীবনের অন্যান্য নানা প্রয়োজনে মিডিয়ার সম্ভাবনাকে আরও ভালভাবে কাজে লাগানো।

- ২। বিশ্লেষণ: ডিজিটাল মিডিয়ার আধেয় বুদ্ধিমত্তার সাথে বিশ্লেষণ করতে সক্ষম হওয়া (উদাহরণস্বরূপ, নানা ধরনের প্রতীক কীভাবে কাজ করে তা বুঝতে পারা, কোন বার্তার রচয়িতা, উৎস ও দৃষ্টিকোন সনাক্ত করতে পারা ইত্যাদি)।
- ৩। সমালোচনামূলক দৃষ্টিভঙ্গি: ডিজিটাল আধেয়ের গুণমান এবং নির্ভুলতা যাচাইয়ের ক্ষেত্রে একটি সমালোচনামূলক দৃষ্টিভঙ্গি থাকা (উদাহরণস্বরূপ, অনলাইন সংবাদের যথার্থতা এবং বিশ্বাসযোগ্যতা মূল্যায়ন করতে পারা, বুদ্ধিমত্তার সাথে সার্চ ইঞ্জিন এবং সরঞ্জামগুলি ব্যবহার করে সামাজিক মাধ্যমের গুঁজব এবং ভুয়া খবর সনাক্ত করা ইত্যাদি)।
- ৪। সৃজনশীলতা: ডিজিটাল মিডিয়া সৃজনশীলভাবে ব্যবহার করা, কারণ মিডিয়া প্রযুক্তির বিবর্তন এবং একটি বিতরণ চ্যানেল হিসাবে ইন্টারনেটের উত্তরোত্তর জনপ্রিয়তা ব্যাপকসংখ্যক মানুষকে এই মাধ্যমটি ব্যবহার করে ছবি, তথ্য এবং আধেয় তৈরি এবং ছড়িয়ে দেওয়ার সুযোগ করে দিয়েছে (উদাহরণস্বরূপ, সামাজিক মাধ্যম ও অ্যাপ ব্যবহার করে যোগাযোগ করা ও নিজের অভিব্যক্তি প্রকাশের প্রয়োজনীয়তা উপলব্ধি করা); এবং
- ৫। তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত আইন সম্পর্কে জ্ঞান ও সচেতনতা: সাইবার-অপরাধ এবং রাষ্ট্রের তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত আইন সম্পর্কে জানা ও সচেতন হওয়া।

৩. গবেষণার উদ্দেশ্য

গবেষণার জন্য নিম্নলিখিত উদ্দেশ্যগুলি নির্ধারণ করা হয়েছে:

- ১। গ্রাম এবং শহর অঞ্চলকে অন্তর্ভুক্ত করে সারা দেশের নির্বাচিত মাধ্যমিক স্তরের শিক্ষার্থীদের (ষষ্ঠ থেকে নবম শ্রেণি পর্যন্ত) মিডিয়ায় অভিজ্ঞতা ও তাদের মিডিয়া ব্যবহারের ধরন অনুসন্ধান করা।
- ২। শিক্ষার্থীরা মিডিয়া আধেয় (content) বিশ্লেষণ, মূল্যায়ন এবং তৈরি করতে কতটা দক্ষতা অনুসন্ধান করা।
- ৩। সংবাদ সম্বন্ধে শিক্ষার্থীদের জ্ঞান এবং তাদের সংবাদ মূল্যায়ন করার সক্ষমতা অনুসন্ধান করা।
- ৪। সাইবার-অপরাধ এবং তথ্য প্রযুক্তি সম্পর্কিত আইন সম্পর্কে শিক্ষার্থীদের জ্ঞান ও সচেতনতা মূল্যায়ন করা।

৪. গবেষণার যৌক্তিকতা

বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে মিডিয়া সাক্ষরতার উপর গবেষণা বিরল। MRDI পরিচালিত একটি সমীক্ষায় (2016) ছোট শিশুদের সংবাদ সাক্ষরতা এবং শিশুদের বিষয়গুলো রিপোর্ট করার ক্ষেত্রে যেসকল নৈতিক দিকের প্রতি লক্ষ্য রাখতে হয় তা অনুসন্ধান করা হয়েছে। গবেষণার একটি উল্লেখযোগ্য ফলাফল হল, শিশুরা সংবাদ যাচাই করার জন্য কিছু দক্ষতা (সাক্ষরতা) প্রয়োগ করেছিল যা তাদের শিখে আয়ত্ত্ব করতে হয় নি (পৃ. ৮)। গবেষণায় “মানসম্পন্ন সংবাদ তৈরিতে মিডিয়ার প্রতিশ্রুতি নিয়ে শিশুদের মধ্যে সম্ভ্রষ্টির অভাব” পরিলক্ষিত হয়েছে (পৃ. ৯)। গবেষণাটির একটি সীমাবদ্ধতা হল, এর মূল বিষয়বস্তু ডিজিটাল সাক্ষরতা বা সামগ্রিকভাবে মিডিয়া সাক্ষরতা নয়, কেবল সংবাদ সাক্ষরতা। যদিও এটি ছয়টি বিভাগীয় শহরকে আওতাভুক্ত করেছিল, কিন্তু জরিপের অন্তর্গত নমুনার আকার ছিল মাত্র ১৪০ জন শিশু (৭০টি ছেলে এবং ৭০টি মেয়ে), যা গবেষণার ফলাফল থেকে সাধারণীকরণের জন্য যথেষ্ট নয়। আরেকটি বেজলাইন জরিপ (Quarmal, Hasan & Sultana, 2018) ঢাকা শহরের একটি মাদ্রাসাসহ ১৬টি স্কুলের শিক্ষার্থীদের মিডিয়া সাক্ষরতার পরিস্থিতি অনুসন্ধান করেছে। গবেষণায় মাধ্যমিক স্তরের কিশোর-কিশোরীদের মিডিয়া অভিজ্ঞতা এবং মিডিয়া ব্যবহারের প্রবণতা বিষয়ে আগ্রহোদ্দীপক ফলাফল পাওয়া গেছে। দেখা গেছে, বেশিরভাগ মাধ্যমিক বিদ্যালয়ের শিক্ষার্থীরা মোবাইল ফোন ব্যবহার করেছে যদিও স্কুলে ফোন আনা এবং ক্লাসে ব্যবহার করা নিষেধ। এছাড়া, শিক্ষার্থীদের সামাজিক মাধ্যমে অভিজ্ঞতা ছিল এবং এদের মধ্যে প্রায় ৫৫ শতাংশ সংবাদের জন্য ফেসবুক ব্যবহার করেছে। জরিপটি আরও দেখায় যে, উত্তরদাতাদের অন্তত ৬৫ শতাংশ সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে। দিনা ও মিনহাজ (২০১৯) তাঁদের গ্রন্থে মিডিয়া সাক্ষরতার বিভিন্ন সংজ্ঞা নিয়ে বিস্তারিতভাবে লিখেছেন। তাঁরা আরও বর্ণনা করেছেন, কেন বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে মিডিয়া সাক্ষরতা প্রয়োজন এবং কাদের জন্য (ব্যক্তি ও গোষ্ঠী) মিডিয়া সাক্ষরতা শেখা গুরুত্বপূর্ণ। কিন্তু বাংলাদেশের প্রেক্ষাপটে মিডিয়া বা ডিজিটাল সাক্ষরতা নিয়ে সম্পাদিত কোনো গবেষণার উল্লেখ তাদের বইয়ে পাওয়া যায় না। বাংলাদেশে মিডিয়া সাক্ষরতা বিষয়ে গবেষণার অভাব আলোচ্য গবেষণাটির যৌক্তিকতা প্রতিষ্ঠিত করে।

এছাড়া বাংলাদেশের অধিকাংশ মাধ্যমিক বিদ্যালয় ও মাদ্রাসায় সরকারি উদ্যোগে তথ্যপ্রযুক্তি (কম্পিউটার, ইন্টারনেট) সরবরাহ করা হয়েছে। এসব শিক্ষা প্রতিষ্ঠানে বিদ্যুৎ সংযোগ রয়েছে, নিয়োগ করা হয়েছে তথ্যপ্রযুক্তি বিষয়ে শিক্ষা দেয়ার জন্য

শিক্ষক/প্রশিক্ষক। তাই, শিক্ষার্থীদের এই সুবিধাগুলো (resources) হাতে কলমে ব্যবহার করার সুযোগ আছে কি না এবং কীভাবে এই সুবিধাগুলির ব্যবহার বা অব্যবহার তাদের ডিজিটাল সাক্ষরতার উপর প্রভাব ফেলছে, তা একটি প্রাসঙ্গিক প্রশ্ন। এই বিষয়গুলিও অনুসন্ধানের জন্য এ ধরনের গবেষণার প্রয়োজন রয়েছে।

৫. গবেষণা প্রশ্ন

নিম্নলিখিত প্রশ্নসমূহ সামনে রেখে মাধ্যমিক বিদ্যালয় এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতা অনুসন্ধান করা হয়েছে:

- ১। বাড়িতে এবং বিদ্যালয়ে বিভিন্ন ধরনের ডিজিটাল মিডিয়ায় (ওয়েব, সোশ্যাল মিডিয়া, মোবাইল ফোন ইত্যাদি) শিক্ষার্থীদের কতটা অভিজ্ঞতা (access) রয়েছে?
- ২। তাদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের উদ্দেশ্য কী এবং এই প্রযুক্তিসমূহ ব্যবহারের সুবিধা বা অসুবিধা কী কী রয়েছে বলে তারা মনে করেছে?
- ৩। ডিজিটাল মিডিয়ার আধেয়/বিষয়বস্তু বিশ্লেষণ ও মূল্যায়ন করতে শিক্ষার্থীরা কতটুকু সক্ষম (যেমন, ডিজিটাল মিডিয়ায় প্রদত্ত তথ্য ও সংবাদ উৎসের সত্যতা এবং বিশ্বাসযোগ্যতা নিরূপণ করা)?
- ৪। ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহার করার সময় শিক্ষার্থীরা কতটা সক্রিয় এবং সৃজনশীল হয় (যেমন, নিজের মতামত প্রকাশের জন্য সোশ্যাল মিডিয়াতে বিতর্কে অংশ নেওয়া, ওয়েব বা সোশ্যাল মিডিয়াতে আধেয় তৈরি এবং সম্পাদনা)?
- ৫। সাইবার-অপরাধ এবং তথ্যপ্রযুক্তি সম্পর্কিত আইন সম্পর্কে শিক্ষার্থীরা কতটা জানে এবং সচেতন?

৬. গবেষণা পদ্ধতি

এই গবেষণাটি মিশ্র পদ্ধতিতে সম্পাদিত। অর্থাৎ, গবেষণায় গুণগত এবং পরিমাণগত - উভয় ধরনের উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছিল এবং উপাত্ত বিশ্লেষণের ক্ষেত্রেও গুণগত এবং পরিমাণগত পদ্ধতি প্রয়োগ করা হয়েছে। বিভিন্ন শ্রেণিভুক্ত শিক্ষার্থীদের কাছ থেকে বাংলায় লিখিত একটি অভিন্ন, কাঠামোবদ্ধ প্রশ্নমালা (structured questionnaire) ব্যবহার করে সাক্ষাৎকার নেওয়া হয়েছে এবং এভাবে পরিমাণগত উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে। এই জরিপ সাক্ষাৎকারের উদ্দেশ্য ছিল শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতার অবস্থা অনুসন্ধান করা। অন্যদিকে, স্কুল ও মাদ্রাসার অভিভাবক ও শিক্ষকদের সাথে একাধিক এফজিডি পরিচালনা করা হয়, যা কিনা

একটি গুণগত উপাত্ত সংগ্রহ পদ্ধতি। জরিপটি ২০১৯ সালের এপ্রিলে এক মাসব্যাপি পরিচালিত হয়েছিল। মূল গবেষণা শুরু করার আগে ঢাকা জেলার ভৌগোলিক সীমানার মধ্যে অবস্থিত একটি স্কুলে একটি প্রাক-পরীক্ষা (pretest) সম্পাদন করা হয়েছিল। প্রাক-পরীক্ষার ফলাফল বিশ্লেষণ করে মূল তথ্য সংগ্রহের জন্য তৈরিকৃত প্রশ্নমালায় কিঞ্চিৎ পরিবর্তন ও সংশোধন করা হয়েছিল। পরিমানগত উপাত্ত SPSS সফটওয়্যার দ্বারা বিশ্লেষণ করা হয়েছে। এফজিডি থেকে সংগৃহীত উপাত্ত গবেষক নিজে কোন সফটওয়্যার এর সাহায্য ছাড়াই গুণগত পদ্ধতি ব্যবহার করে বিশ্লেষণ করেছেন।

গবেষণার প্রধান জনগোষ্ঠী (population) হল বাংলাদেশের সকল মাধ্যমিক বিদ্যালয় ও মাদ্রাসার শিশু এবং কিশোর-কিশোরী। গুচ্ছ দৈবচয়ন (cluster random sampling) পদ্ধতি প্রয়োগ করে ষষ্ঠ, সপ্তম, অষ্টম এবং নবম শ্রেণির পুরুষ ও নারী শিক্ষার্থীদের নির্বাচন করা হয়েছিল। বাংলাদেশের আটটি প্রশাসনিক বিভাগের প্রতিটি থেকে তিনটি শিক্ষা প্রতিষ্ঠানকে (দুটি স্কুল এবং একটি মাদ্রাসা) গবেষণার স্থান হিসেবে বেছে নেওয়া হয়েছে। গবেষণাকালীন প্রাপ্ত তথ্য অনুযায়ী, বাংলাদেশে মোট ১৯,৮৪৮টি মাধ্যমিক (ষষ্ঠ - দশম শ্রেণি) স্কুল এবং ৬,৫৫৩টি দাখিল মাদ্রাসা (মাধ্যমিক স্তরের সমতুল্য) রয়েছে (2017, BANBEIS)। স্পষ্টতই, মাদ্রাসার তুলনায় বিদ্যালয়ের সংখ্যা প্রায় তিনগুণ বেশি। তাই এই গবেষণায় মাদ্রাসার চেয়ে বেশি স্কুল নির্বাচন করা হয়েছে। প্রতিটি বিভাগের তিনটি ভিন্ন জেলা থেকে একটি করে তিনটি প্রতিষ্ঠান নির্বাচন করা হয়েছে। এভাবে ২৪টি জেলা থেকে মোট ২৪টি (৩ X ৮ = ২৪) প্রতিষ্ঠান বেছে নেওয়া হয়েছে, যার মধ্যে ১৬টি মাধ্যমিক বিদ্যালয় এবং ৮টি ছিল দাখিল মাদ্রাসা। প্রতিটি শ্রেণি থেকে ২৫ জন শিক্ষার্থীকে বেছে নেওয়া হয়েছে, এভাবে প্রতি প্রতিষ্ঠানে সাক্ষাৎকারের জন্য ১০০ জন (৪টি শ্রেণী X ২৫ = ১০০) করে শিক্ষার্থী নির্বাচন করা হয়েছে। অতএব, জরিপে অংশগ্রহণ করা মোট শিক্ষার্থীর সংখ্যা ছিল ২,৪০০ (১০০ X ২৪ প্রতিষ্ঠান), যাদের মধ্যে ১৬০০ জন স্কুলের এবং ৮০০ জন মাদ্রাসার শিক্ষার্থী। ত্রুটিপূর্ণ জরিপ প্রশ্নমালা বাদ দেয়ার পর চূড়ান্ত সংখ্যা দাঁড়ায় ২,৩১৪। লিঙ্গভেদে শিক্ষার্থীদের সংখ্যাটি সারণি ১-এ দেখানো হল।

লিঙ্গ	ফ্রিকোয়েন্সি	বৈধ শতাংশ
পুরুষ	১১৯৬	৫১.৭০
নারী	১১১৮	৪৮.৩০
মোট	২৩১৪	১০০

সারণি (১): লিঙ্গ অনুযায়ী শিক্ষার্থীদের মোট সংখ্যা

শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতার বিষয়ে অভিভাবক ও শিক্ষকদের জ্ঞান ও মতামত অনুসন্ধান করতে ১৬ জন অভিভাবক এবং ২৬ জন শিক্ষকের মধ্যে ফোকাস গ্রুপ আলোচনা (FGD) পরিচালিত হয়েছিল। তাদের সন্তান/শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ার ব্যবহার এবং ডিজিটাল সাক্ষরতা সম্পর্কিত বিভিন্ন বিষয়ে তাদের মতামত জানার চেষ্টা করা হয়েছিল। ১৬ জন অভিভাবকের মধ্যে ৮ জন শহরাঞ্চল থেকে এবং বাকি ৮ জন গ্রামীণ এলাকা থেকে এসেছেন। ২৬ জন শিক্ষকের মধ্যে ১৪ জন স্কুল শিক্ষক এবং ১২ জন মাদ্রাসা শিক্ষক। ফোকাস গ্রুপ আলোচনায় অংশগ্রহণকারীদের নির্বাচন করতে উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন পদ্ধতি (purposive sampling method) ব্যবহার করা হয়েছিল।

৭. ফলাফল উপস্থাপনা এবং আলোচনা

তাত্ত্বিক কাঠামোর পাঁচটি উপাদান এবং গবেষণা প্রশ্নসমূহের আলোকে গবেষণায় প্রাপ্ত ফল নীচে উপস্থাপন করা হল।

৭.১ মিডিয়ায় অভিগম্যতা, এর ব্যবহার এবং দক্ষতা

৭.১.১ শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ায় অভিগম্যতা

মিডিয়া অভিগম্যতা বলতে শিক্ষার্থীদের বিভিন্ন মিডিয়ার আধেয় পড়ার, দেখার এবং শোনার সামর্থ্যকে বোঝায়। যেমন, সংবাদপত্রের কোন ফিচার পড়ার কিংবা রেডিওর কোন অনুষ্ঠান শোনার ক্ষমতা। কেউ যদি নিরক্ষর হয়, তাহলে পত্রিকা তার কাছে সহজলভ্য হলেও ঐ ব্যক্তির পত্রিকায় অভিগম্যতা নেই বলতে হবে। বধির মানুষের রেডিওতে অভিগম্যতা থাকে না। যেকোন মিথস্ক্রিয় (interactive) বা সামাজিক মাধ্যমের ক্ষেত্রে এই সংজ্ঞায় আরও দুটি বিষয় যুক্ত হয়। ব্যবহারকারীদের মিথস্ক্রিয়া করার এবং নিজেই আধেয় তৈরি করার সক্ষমতা। যেমন, কম্পিউটারে কোন সফটওয়্যার ব্যবহার, ফেসবুকে কোন ‘স্ট্যাটাস’ দেয়া, ‘হোয়াটসঅ্যাপ’ এ কারো সাথে কথোপকথন করা ইত্যাদি। গবেষণার ফলাফলে দেখা যায়, শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া বা ‘ডিভাইস’ যেমন ব্যক্তিগত কম্পিউটার এবং মোবাইল ফোনে অভিগম্যতা ছিল। ফোকাস গ্রুপ আলোচনায় শিক্ষক এবং অভিভাবকদের কাছ থেকে সংগৃহীত তথ্য এবং গবেষকের নিজস্ব পর্যবেক্ষণ থেকে প্রাপ্ত তথ্যের মাধ্যমে পরে এই ফলাফলের সত্যতা যাচাই করা হয়েছিল। শিক্ষক এবং অভিভাবক উভয়ই বাড়িতে এবং স্কুলে

শিক্ষার্থীদের বিভিন্ন মাত্রার মাধ্যম অভিজ্ঞতার কথা জানিয়েছেন। গবেষকের পর্যবেক্ষণ থেকেও বেরিয়ে এসেছে যে, স্কুল ও মাদ্রাসাগুলোর ল্যাভে কম্পিউটার, কিছু প্রতিষ্ঠানে ইন্টারনেট সংযোগসহ কম্পিউটার ছিল।

ছাত্র ছাত্রীদের বাড়িতে মোবাইল ফোন ব্যবহারের সুযোগ ছিল। ৮৫.৫% শিক্ষার্থীর ইন্টারনেট সংযোগসহ মোবাইল ফোনে অভিজ্ঞতা ছিল। সারণি ২-এ বাড়িতে শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ায় অভিজ্ঞতা দেখানো হল:

মিডিয়া	ফ্রিকোয়েন্সি	বৈধ শতাংশ
মোবাইল ফোন (ইন্টারনেটসহ)	২০৫৩	৮৫.৫
মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট ছাড়া)	১৯৯১	৮১.৩
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ)	১৮২০	৭৫.৮
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)	১৭৮৭	৭৪.৫

সারণি (২): বাড়িতে ডিজিটাল মিডিয়ায় শিক্ষার্থীদের অভিজ্ঞতা

স্কুল ও মাদ্রাসায় শিশুদের অভিজ্ঞতা ছিল শুধুমাত্র কম্পিউটারে। গবেষণার জন্য পরিদর্শন করা হয়েছিল যেসব প্রতিষ্ঠানে তার প্রতিটিতে একটি করে কম্পিউটার ল্যাভ ছিল। তথ্য ও যোগাযোগ বিষয়ে ব্যবহারিক ক্লাসের অংশ হিসেবে শিক্ষার্থীরা এই ল্যাভে ডেস্কটপ কম্পিউটার ব্যবহার করার সুযোগ পেয়েছিল। স্কুল এবং মাদ্রাসায় শিক্ষার্থীদের অভিজ্ঞতা দেখানো হলো সারণি ৩-এ:

মিডিয়া	ফ্রিকোয়েন্সি	বৈধ শতাংশ
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ)	১৭৩২	৭২.২
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)	১৭১৪	৭১.৪

সারণি (৩): স্কুল ও মাদ্রাসায় ডিজিটাল মিডিয়ায় শিক্ষার্থীদের

অভিগম্যতা

দেখা যাচ্ছে, শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ায় অভিগম্যতা বাড়ির তুলনায় স্কুল ও মাদ্রাসায় কম ছিল। এর পেছনে কারণ হলো, দেশে ২০১৭ সালে এক নির্বাহী আদেশে স্কুলের শিক্ষার্থীদের শ্রেণীকক্ষে মোবাইল ফোন নিয়ে প্রবেশ নিষিদ্ধ করা হয়েছে (“Bangladesh bans students”, 2017).

৭.১.২ শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহার

যেসব শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ায় অভিগম্যতা ছিল তাদের বেশির ভাগই বিভিন্ন মাত্রায় এগুলো ব্যবহার করেছে। তবে এর ব্যতিক্রম ফলাফলও দেখা গেছে। কিছু শিক্ষার্থী অভিগম্যতা থাকা সত্ত্বেও মিডিয়া ব্যবহার করেনি। উদাহরণস্বরূপ, যাদের বাড়িতে ইন্টারনেট সংযোগসহ ব্যক্তিগত কম্পিউটার ছিল তাদের ৭১ শতাংশই কম্পিউটার ব্যবহার করেনি। সুতরাং, অভিগম্যতা সব সময় কোন নির্দিষ্ট মিডিয়ার কারো ব্যবহার নিশ্চিত করে না।

সারণি ৪-এ বিভিন্ন শ্রেণীর (category) শিক্ষার্থীদের বাড়িতে ব্যবহৃত মিডিয়ার তালিকা এবং তাদের ব্যবহার (শতকরা হার) দেখানো হল:

ডিজিটাল মাধ্যমে	সার্বিক	এলাকার ধরন		লিঙ্গ		প্রতিষ্ঠানের ধরন		শ্রেণি				
		শহুর	গ্রামীণ	পুরুষ	মহিলা	বিদ্যালয়	মাদ্রাসা	ষষ্ঠ	সপ্তম	অষ্টম	নবম	
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট সহ)	N	১৮২০	১২২১	৫৯৯	৯৩৬	৮২২	১২১৮	৬০২	৩০১	৩৬৭	৪৩৭	৬২৭
	%	২৯.০০	৩২.০০	২২.৭**	৩৫.০	২২.৩**	৩১.৮	২৩.৩**	২৯.৯	২৯.৭	২৭.৯	২৯.৩
ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)	N	১৭৮৭	১১৯২	৫৯৫	৯১১	৮১৫	১১৯৪	৫৯৩	২৯৭	৩৫৪	৪২৫	৬২৫
	%	২৭.৫	২৯.০	২৪.৫*	৩২.৮	২১.৫**	২৯.১	২৪.৫*	২৭.৯	৩২.২	২৫.২	২৭.২
মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট সহ)	N	২০৫৩	১৩৬৬	৬৮৭	১০৩৮	৯৪৫	১৩৭৬	৬৭৭	৩৫১	৪০১	৪৯৩	৭১৪
	%	৬১.৪	৬১.১	৬২.০	৭০.৩	৫২.৭**	৬৮.৬	৪৬.৮**	৫৭.৫	৫৭.৬	৬৩.৫	৬৪.৮*
মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট ছাড়া)	N	১৯৫১	১২৯৭	৬৫৪	৯৭৮	৯০৯	১৩১৫	৬৩৬	৩২৭	৩৯২	৪৬৪	৬৭৮
	%	৬২.৫	৫৯.৮	৬৭.৯**	৬২.৪	৬৩.০	৬২.৫	৬২.৬	৫৮.৪	৬২.৫	৫৮.৮	৬৬.৭*

সারণি (৪): বাড়িতে ডিজিটাল মিডিয়ার তালিকা এবং তাদের ব্যবহার

বিঃ দ্রঃ N = উপাত্ত প্রদানকারী শিক্ষার্থীদের মোট সংখ্যা,
% = প্রতিটি বিভাগে মিডিয়া ব্যবহারকারী শিক্ষার্থীদের অনুপাত (শতাংশে),
* p এর মান < .05, ** P এর মান < .005

সারণি ৪ থেকে দেখা যাচ্ছে, শিক্ষার্থীরা ইন্টারনেটবিহীন ব্যক্তিগত কম্পিউটার সবচেয়ে কম ব্যবহার করেছে বাড়িতে (২৭.৫%)। উল্লেখযোগ্য বিষয় হল, যদিও স্কুলে শিক্ষার্থীদের মোবাইল ফোন ব্যবহার নিষিদ্ধ করা হয়েছে, বেশ কিছু সংখ্যক শিক্ষার্থী এটি প্রায়শই বাড়িতে ব্যবহার করেছে। অনুসন্ধান দেখা গেছে, ২৬৬ জন শিক্ষার্থী প্রতি সপ্তাহে ৩ থেকে ৫ ঘন্টা ইন্টারনেটসহ মোবাইল ফোন ব্যবহার করেছে। সারণি ৪ দেখায়, ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ বা ছাড়া) শিক্ষার্থীদের মধ্যে খুব একটা জনপ্রিয় নয়।

বিভিন্ন চলক (লিঙ্গ, প্রতিষ্ঠানের ধরন, শ্রেণি, অবস্থান) বিবেচনা করে বাড়িতে শিশুদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহার তুলনা করলে আমরা কিছু তাৎপর্যপূর্ণ ফলাফল দেখতে পাই। ২৩.৩% মাদ্রাসার ছাত্র বাড়িতে ইন্টারনেটসহ ব্যক্তিগত কম্পিউটার ব্যবহার করে আর স্কুল শিক্ষার্থীদের ক্ষেত্রে এই হার ৩১.৮%। গ্রামীণ শিক্ষার্থীদের ইন্টারনেটসহ ব্যক্তিগত কম্পিউটার ব্যবহারের হার (২২.৭%) শহুরে শিক্ষার্থীদের (৩২%) তুলনায় কম। অধিকন্তু, নারী শিক্ষার্থীরা (২২.৩%) এটি পুরুষ শিক্ষার্থীদের (৩৫%) চেয়ে কম ব্যবহার করে। এর কারণ হতে পারে, কম্পিউটার এবং ইন্টারনেট গ্রামীণ এলাকার তুলনায় শহরাঞ্চলে বেশি প্রচলিত। এছাড়া লিঙ্গগত গণবোধ ধারণার (stereotype) কারণে মেয়ে শিশুদের সাধারণত ছেলে শিশুদের মতো আইসিটি ব্যবহার করতে উৎসাহিত করা হয় না। বাড়িতে শিশুদের ইন্টারনেট সংযোগহীন ব্যক্তিগত কম্পিউটার ব্যবহারের ক্ষেত্রেও একই ধরনের প্রবণতা দেখতে পাওয়া যায়। এক্ষেত্রে পুরুষ শিক্ষার্থীদের হার ৩২.৮%, আর নারী শিক্ষার্থীদের হার ২১.৫%।

ইন্টারনেট সংযোগসহ মোবাইল ফোন ব্যবহার করার ক্ষেত্রে স্কুল এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের মধ্যে অনেক পার্থক্য দেখা গেছে। ৬৮.৬% স্কুল শিক্ষার্থী এটি ব্যবহার করে, মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ক্ষেত্রে এই হার ৪৬.৮%। মেয়ে শিশুরাও এটি ছেলে শিশুদের তুলনায় কম ব্যবহার করে। ৫২.৭% নারী শিক্ষার্থী ইন্টারনেটসহ মোবাইল ফোন ব্যবহার করে যেখানে

ছেলে শিশুদের মধ্যে এই হার ৭০.৩%। এই ফলাফল থেকে দুটি উপসংহার টানা যেতে পারে: সার্বিকভাবে মাদ্রাসার শিশুরা বিদ্যালয়ের শিশুদের তুলনায় মোবাইল ফোন (ইন্টারনেটসহ) কম ব্যবহার করে এবং মেয়ে শিশুরা ছেলে শিশুদের চেয়ে এই তথ্য প্রযুক্তিটি কম ব্যবহার করে। এছাড়াও, আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ অনুসিদ্ধান্ত হচ্ছে, উভয় লিঙ্গের শিক্ষার্থীদের মধ্যে এই আইসিটি ব্যবহারের প্রবণতা অন্যান্য আইসিটি থেকে অনেক বেশি।

শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের সামগ্রিক চিত্র বিশ্লেষণ করে বলা যায় যে, তারা ইন্টারনেট, কম্পিউটার, মোবাইল ফোন এবং সোশ্যাল মিডিয়ার মত ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহারের দিকে বেশ ঝুঁকছে।

৭.১.৩ শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের কারণ

শিক্ষার্থীরা ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের বিভিন্ন কারণ উল্লেখ করেছে। নিচে শিক্ষার্থীদের বিভিন্ন রকম ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের কারণসমূহ বর্ণনা করা হল:

ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ): আগে উল্লেখ করা হয়েছে, শিক্ষার্থীরা ব্যক্তিগত কম্পিউটার খুব একটা ব্যবহার করে না। যারা ব্যবহার করে তারা জরিপ প্রশ্নের উত্তরে নিচের কারণসমূহ উল্লেখ করেছে: তথ্যের প্রয়োজনে (১৭.৮%), শিক্ষা সংক্রান্ত প্রয়োজনে (১৪.৪%), বিনোদনের চাহিদা মেটাতে (১৪%) এবং যোগাযোগ করার প্রয়োজনে (১০.৯%)।

ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া): শিক্ষার্থীরা নিম্নলিখিত উদ্দেশ্যে ইন্টারনেট ছাড়া ব্যক্তিগত কম্পিউটার ব্যবহার করেছে: বিনোদন (১৩.৪%), তথ্য (১১.২%), শিক্ষা (৯%) এবং যোগাযোগ (৭.১%)।

মোবাইল ফোন (ইন্টারনেটসহ): শিক্ষার্থীরা নিম্নলিখিত উদ্দেশ্যে ইন্টারনেটসহ মোবাইল ফোন ব্যবহার করেছে: যোগাযোগ (৩১%), তথ্য (৩৭.৬%), বিনোদন (২৯.১%) এবং শিক্ষা (২৬.৯%)। এখানে উল্লেখ করা প্রয়োজন যে, মাদ্রাসা শিক্ষার্থীদের মধ্যে ৪০.৬% ইন্টারনেটসহ মোবাইল ফোন ব্যবহার করে না, স্কুল শিক্ষার্থীদের মধ্যে এই হার ২৬.৮%।

মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট ছাড়া): শিক্ষার্থীরা নিম্নলিখিত উদ্দেশ্যে ইন্টারনেট ছাড়া মোবাইল ফোন ব্যবহার করেছিল: যোগাযোগ (৩৬.১%), শিক্ষা (২৬.৯%), বিনোদন (২৩.৪%) এবং তথ্য (১৬.৭%)।

৭.১.৪ শিক্ষার্থীদের সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার

শিক্ষার্থীদের প্রশ্ন করা হয়েছিল, তারা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেছিল কি না। ফলাফল সারণি ৫-এ দেওয়া হল:

আপনি কি সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেন?		সামগ্রিকভাবে	এলাকা		লিঙ্গ **		প্রতিষ্ঠানের ধরন **		ষষ্ঠ
			শহুরে	গ্রামীণ	পুরুষ	নারী	বিদ্যালয়	মাদ্রাসা	
হ্যাঁ	N	১৪৪৫	৮৬২	৪৮৩	৮১৩	৫৯৮	১০৯১	৩৫৪	২৬২
	%	৬১.৪	৬১.৪	৬১.৪	৬৯.১	৫৪.৫	৬৯.২	৪৫.৪	৬০.৯
না	N	৯১০	৬০৬	৩০৪	৩৬৩	৫০০	৪৮৫	৪২৫	১৬৮
	%	৩৮.৬	৩৮.৬	৩৮.৬	৩০.৯	৪৫.৫	৩০.৮	৫৪.৬	৩৯.১
মোট	N	২৩৫৫	১৫৬৮	৭৮৭	১১৭৬	১০৯৮	১৫৭৬	৭৭৯	৪৩০
	%	১০০.০০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০

সারণি (৫): শিক্ষার্থীদের সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার

যারা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেনি, সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার না করার নানা কারণ তারা উল্লেখ করেছে। ৩৩% শিক্ষার্থী জানিয়েছে, তাদের মোবাইল ফোন বা কম্পিউটারের মতো কোনো ডিভাইস ব্যবহার করে সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করার সুযোগ নেই। ১২.৪% শিক্ষার্থী বলেছে, সোশ্যাল মিডিয়া সম্পর্কে তাদের কোনো পূর্ব ধারণা ছিল না। ২৫.৫% শিক্ষার্থী

সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেনি কারণ তাদের সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করার দক্ষতা ছিল না। অভিভাবকদের কাছ থেকে অনুমতি না পাওয়ায় ৪১.৪% শিক্ষার্থী সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করে নি। সারণি ৫ -এ দেখা যাচ্ছে, গবেষণায় অংশগ্রহণকারীদের ৬১.৪% সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে। যারা সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে, তাদের মধ্যে গ্রামীণ, নারী এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের চেয়ে যথাক্রমে শহুরে, পুরুষ এবং স্কুলের শিক্ষার্থীরা বেশি সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে। উঁচু ক্লাসের শিক্ষার্থীরা নিচের শ্রেণির শিক্ষার্থীদের চেয়ে বেশি সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে।

ব্যবহারকারীদের মধ্যে YouTube সবচেয়ে জনপ্রিয় (৭৫.৬%) সামাজিক মাধ্যম। অন্যদিকে, LinkedIn তাদের মধ্যে সবচেয়ে কম জনপ্রিয় (১.৫%)। শিক্ষার্থীরা কোন সোশ্যাল মিডিয়া কতটুকু ব্যবহার করেছে তা সারণি ৬-এ দেখানো হল:

সামাজিক মাধ্যম	সার্বিকভাবে	এলাকা		লিঙ্গ		প্রতিষ্ঠানের ধরন		শ্রেণি				
		শহুরে	গ্রামীণ	পুরুষ	নারী	বিদ্যালয়	মাদ্রাসা	ষষ্ঠ	সপ্তম	অষ্টম	নবম	
												সংখ্যা
ফেসবুক	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
	%	৭৩.০	৭২.০	৭৪.৯	৭৭.২	৬৭.৪	৭০.৪	৮১.১	৬২.৬	৬৭.৫	৭৪.৯	৮০.৪
টুইটার (বর্তমানে)	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
	%	৭৩.০	৭২.০	৭৪.৯	৭৭.২	৬৭.৪	৭০.৪	৮১.১	৬২.৬	৬৭.৫	৭৪.৯	৮০.৪

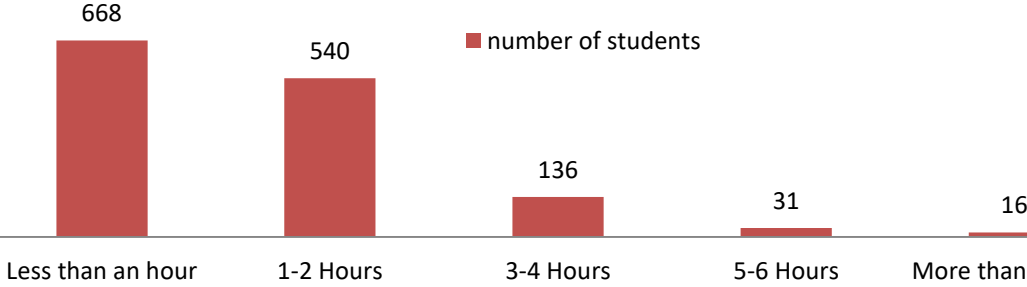
এক্স)	%	১৫.০	১৪.	১৬.	১৮.	৯.৭	১৪.৮	১৫.	৮.০	১১.	১৬.	১৮.
			২	১	৬			০		৭	৮	৯
ইউটিউব	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
			২	৩	৩	৮		৪	২	৩	৫	৫
	%	৭৫.৬	৭৭.	৭২.	৭৬.	৭৪.	৮১.০	৫৯.	৭৫.	৭৭.	৭৪.	৭৭.
			১	৭	৯	৬		০	২	০	০	১
ফ্লিকার	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
			২	৩	৩	৮		৪	২	৩	৫	৫
	%	২.১	২.১	২.১	২.৭	১.২	১.৮	২.৮	১.১	৩.	২.৯	১.৫
									৫			
লিঙ্কডইন	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
			২	৩	৩	৮		৪	২	৩	৫	৫
	%	১.৫	১.৯	০.৮	২.২	০.৭	১.৪	২.০	০.৮	২.৫	১.৬	১.৫
ইমো	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
			২	৩	৩	৮		৪	২	৩	৫	৫
	%	৪২.৬	৪২.	৪৩.	৪৫.	৩৮.	৪৩.৭	৩৯.	৪১.	৪২.	৪৩.	৪২.
			০	৭	১	৮		০	২	০	৫	৭
সব ধরনের ব্লগ	N	১৪৪৫	৯৬	৪৮	৮১	৫৯	১০৯১	৩৫	২৬	২৮	৩১	৫২
			২	৩	৩	৮		৪	২	৩	৫	৫
	%	৩.৮	৪.৭	২.১	৪.৭	২.৭	৩.৭	৪.২	৩.১	৪.৬	৩.	৪.০

											৮	
ভাইবার	N	১৪৪৫	৯৬ ২	৪৮ ৩	৮১ ৩	৫৯ ৮	১০৯১	৩৫ ৪	২৬ ২	২৮ ৩	৩১ ৫	৫২ ৫
	%	৫.৫	৬. ৯	২.৯	৬.৪	৪.৩	৬.১	৩.৭	৪.৬	৫. ৩	৫.১	৬.১
হোয়াটস অ্যাপ	N	১৪৪৫	৯৬ ২	৪৮ ৩	৮১ ৩	৫৯ ৮	১০৯১	৩৫ ৪	২৬ ২	২৮ ৩	৩১ ৫	৫২ ৫
	%	২৮.৬	৩০ .০	২৫. ৭	৩০. ৩	২৬. ৯	২৭.৭	৩২. ৫	২৭. ৯	২৯. ৭	২৮. ৯	২৯. ৫
ইনস্টাগ্রাম	N	১৪৪৫	৯৬ ২	৪৮ ৩	৮১ ৩	৫৯ ৮	১০৯১	৩৫ ৪	২৬ ২	২৮ ৩	৩১ ৫	৫২ ৫
	%	১১.৫	১২. ৪	৯.৭	১৪. ৮	৭.৫	১৩.৫	৫.৪	৫.০	১০. ৬	১৪. ০	১৩. ৫
ম্যাপচ্যাট	N	১৪৪৫	৯৬ ২	৪৮ ৩	৮১ ৩	৫৯ ৮	১০৯১	৩৫ ৪	২৬ ২	২৮ ৩	৩১ ৫	৫২ ৫
	%	৩.৩	৩.৭	২. ৩	৩. ৮	২.৭	৩.৭	২.০	১.৫	৩. ৯	২.৯	৪.০
অন্যান্য	N	১৪৪৫	৯৬ ২	৪৮ ৩	৮১ ৩	৫৯ ৮	১০৯১	৩৫ ৪	২৬ ২	২৮ ৩	৩১ ৫	৫২ ৫
	%	৭.৭	৮. ৫	৬. ০	৯.২	৫.৪	৮.২	৬.২	৪.২	৭.১	৬.০	৯.৯

সারণি (৬): শিক্ষার্থীদের সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার এবং তাদের মাঝে এগুলোর জনপ্রিয়তা
(শতকরা হার)

সাধারণভাবে, বাংলাদেশে ফেসবুক এবং ইউটিউব খুবই জনপ্রিয় দুটি সামাজিক মাধ্যম। এই জনপ্রিয়তার বিষয়টি গবেষণার ফলাফলেও প্রতিফলিত হয়েছে। আরেকটি তাৎপর্যপূর্ণ ফলাফল হচ্ছে, সামাজিক মাধ্যম ব্যবহারকারী হিসাবে শহুরে, পুরুষ, স্কুল এবং উঁচু শ্রেণির শিক্ষার্থীদের সংখ্যা যথাক্রমে গ্রামীণ, নারী, মাদ্রাসা এবং নিচের শ্রেণীর শিক্ষার্থীদের চেয়ে বেশি। এফডিজি থেকে প্রাপ্ত ফলাফলও এই তথ্যের সাথে সঙ্গতিপূর্ণ। শিক্ষকরা শিক্ষার্থীদের সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার সম্পর্কে বিস্তারিত আলোচনা করেছেন। বেশিরভাগ শিক্ষক একমত যে, তাদের শিক্ষার্থীরা সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম, বিশেষ করে ফেসবুক এবং ইউটিউব ব্যবহার করে। তারা সোশ্যাল মিডিয়ায় অভিজ্ঞতা পেতে তাদের বাবা-মা বা বন্ধুদের ফোন ব্যবহার করত। স্কুলে মোবাইল ফোন ব্যবহার নিষিদ্ধ হলেও কয়েকজন শিক্ষার্থী তাদের নিজস্ব ফোন ব্যবহার করেছে। তবে, শিক্ষকদের আলোচনা থেকে এটি স্পষ্ট যে বিষয়টি সবাই জানে। বাবা-মাদের এফডিজির সময় তারাও এই সত্যটি স্বীকার করেছিলেন যে তাদের সন্তানরা বাড়িতে সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করে। শিশুরা মাঝে মাঝে তাদের বাবা-মাকে দেখিয়েছিল তারা সোশ্যাল মিডিয়াতে কী দেখছে বা করছে। একজন অভিভাবক জানিয়েছেন, তার ছেলে একবার ইউটিউবে কার্টুন দেখিয়েছিল, তিনি তা উপভোগও করেছিলেন। এক মা জানান, তার ছেলে বনানীর অগ্নিকাণ্ডের ঘটনা ইউটিউবে দেখিয়েছে। অন্য সময়ে তিনি তাদের আত্মীয়ের সাথে মেসেঞ্জারে কথা বলেছিলেন। তবে মাদ্রাসার শিক্ষকরা একটি বিষয়ের উপর জোর দেন। সেটি হল, তাঁদের শিক্ষার্থীরা ক্যাম্পাসে থাকাকালীন কখনই সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করে নি। তবে তারা মনে করেন, শিক্ষার্থীরা হয়তো বাড়িতে মোবাইল ফোন ব্যবহার করেছিল। চিত্র ২ শিক্ষার্থীদের সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারের দৈনিক গড় সময় দেখায়:

number of students

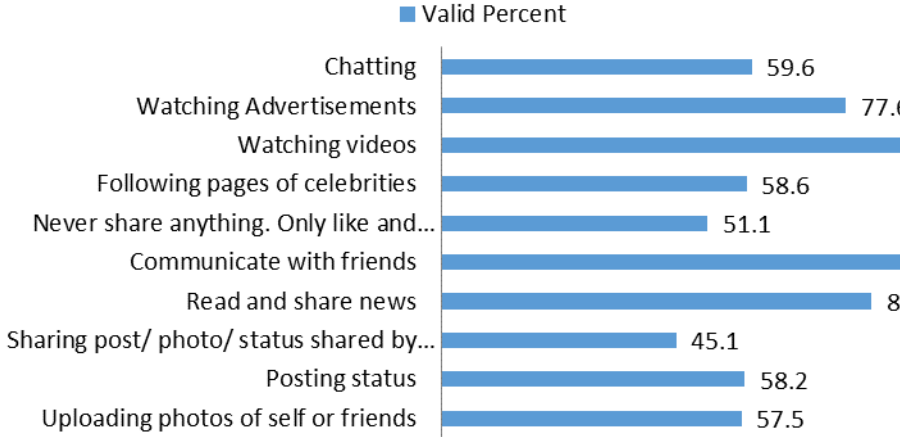


চিত্র (২): শিক্ষার্থীদের সামাজিক মিডিয়া ব্যবহারের ফ্রিকোয়েন্সি (দৈনিক)

চিত্র ২ দেখায়, বেশিরভাগ শিক্ষার্থী (৬৬৮+৫৪০=১২০৮) দৈনিক খুব লম্বা সময় ধরে সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করেনি। অবাক করা বিষয় হচ্ছে কয়েকজন শিক্ষার্থী (১৬) দিনে ৬ ঘন্টারও বেশি সময় সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে! মাধ্যমিক পর্যায়ের শিক্ষার্থীদের জন্য এটি একটি বেশ দীর্ঘ সময়। এমনকি ৩১ জন শিক্ষার্থী দিনে ৫-৬ ঘন্টা সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেছে। এ থেকে দেখা যায় কীভাবে কিছু শিশু ফেসবুকের মতো সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে ভীষণ রকম আসক্ত হয়ে পড়ছে।

সোশ্যাল মিডিয়ায় শিক্ষার্থীরা কী করে? তারা ফটো 'আপলোড' করে, 'স্ট্যাটাস' দেয়, অন্যের 'পোস্ট', ফটো এবং 'স্ট্যাটাস' শেয়ার করে, খবর/তথ্য পড়ে ও অন্যের সাথে শেয়ার করে, বন্ধুদের সাথে যোগাযোগ করে, অন্যের 'পোস্ট' বা ফটোতে লাইক দেয় বা সে সম্পর্কে মন্তব্য করে, সেলিব্রিটিদের অনুসরণ (follow) করে, ভিডিও এবং বিজ্ঞাপন দ্যাখে এবং অন্যদের সাথে 'চ্যাট' করে। চিত্র ৩-এ শিক্ষার্থীদের সামাজিক মিডিয়ায় কার্যকলাপ দেখানো হল:

Activities over Social Media



চিত্র (৩): শিক্ষার্থীদের সামাজিক মিডিয়ার নানা ব্যবহার

লক্ষণীয় যে ভিডিও দেখা (৮৮.৬%) এবং বন্ধুদের সাথে যোগাযোগ করা (৮৮.৩%) সোশ্যাল মিডিয়াতে শিক্ষার্থীদের সবচেয়ে জনপ্রিয় দুটি কাজ। তৃতীয় সর্বাধিক জনপ্রিয় কাজ হল খবর পড়া এবং/অথবা শেয়ার করা (৮২.৫%)। এর অর্থ হল, একটি উল্লেখযোগ্য সংখ্যক শিক্ষার্থীর সামাজিক মিডিয়াতে সংবাদ পড়ার (বা শেয়ার করার) অভ্যাস রয়েছে এবং এ কারণে সঠিক খবরের পাশাপাশি তাদের কাছে ভুয়া সংবাদ পৌঁছে যাওয়ার সম্ভাবনাও অনেক। উল্লেখ্য, বর্তমানে সামাজিক মিডিয়াতেই ভুয়া খবর সবচেয়ে বেশি পাওয়া যাচ্ছে।

৭.১.৫ শিক্ষার্থীদের সোশ্যাল মিডিয়া সম্পর্কে মূল্যায়ন

সোশ্যাল মিডিয়ার উপকারিতা সম্পর্কে শিক্ষার্থীদের মতামত জানতে চাওয়া হলে, তারা 'তথ্য পাওয়ার'কে প্রথম স্থান দেয়। ৮৬.৬% শিক্ষার্থী সোশ্যাল মিডিয়া থেকে প্রয়োজনীয় তথ্য পাওয়ার সুবিধার কথা উল্লেখ করেছে। অন্যান্য উপকারিতাসমূহ যা তারা উল্লেখ করেছে

সেগুলো হল: শিক্ষার উৎস (৬৯.৭%), বন্ধুদের সাথে যোগাযোগ (৬৭.৫%), বিনোদনের উৎস (৬৬.৯%), পরিবার এবং আত্মীয়দের সাথে যোগাযোগ (৬৪.৩%), মতামত প্রকাশ (৪৭.৫%), নিজেকে 'আপডেট' রাখা (২৩.৮%), এবং অন্যান্য (৮%)। সামগ্রিকভাবে, শিক্ষার্থীরা সোশ্যাল মিডিয়াকে যোগাযোগের একটি উৎকৃষ্ট মাধ্যম এবং সেইসাথে সংবাদ, তথ্য এবং শিক্ষার ভাল উৎস হিসাবে মূল্যায়ন করেছে।

শিক্ষার্থীদের মতে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের নানা অসুবিধাও রয়েছে। মোট শিক্ষার্থীর ৭৪.৩% মনে করে, সামাজিক মাধ্যমের কারণে পড়াশোনা ব্যাহত হয়। ৬৮% শিক্ষার্থী সোশ্যাল মিডিয়াকে একটি 'আসক্তি' হিসেবে চিহ্নিত করেছে। শিক্ষকরাও এফজিডিতে সোশ্যাল মিডিয়ার নেতিবাচক দিক নিয়ে আলোচনা করেছেন। তাদের মতে, "ইন্টারনেটের সঠিক ব্যবহার" সম্পর্কে জ্ঞান না থাকার কারণে প্রায়শই শিক্ষার্থীরা দীর্ঘ সময় ইন্টারনেট এবং ফেসবুক ব্যবহার করে। এতে তাদের পড়াশোনায় মারাত্মক ব্যাঘাত ঘটে। দীর্ঘ সময় ধরে সোশ্যাল মিডিয়ায় 'চ্যাট' করার ফলে তারা পড়াশোনায় মনোযোগ দিতে পারে না। শহরে অবস্থিত একটি স্কুলের শিক্ষকরা ছাত্রদের সোশ্যাল মিডিয়া এবং ডিজিটাল 'গেইমে' আসক্ত হওয়ার বিষয়ে তাঁদের আশঙ্কার কথা বলেছেন। তারা জানান, আজকাল শ্রেণীকক্ষে শিক্ষার্থীদের ঘুমন্ত ও ক্লান্ত দেখা যায়। তাঁদের ধারণা, সম্ভবত রাত জেগে ইন্টারনেট ব্যবহার করা এর কারণ।

শতকরা ৬০.৩ ভাগ শিক্ষার্থী মনে করেছে, সামাজিক মাধ্যমে ছড়িয়ে পড়া ভুয়া তথ্য দিয়ে বিভ্রান্ত হওয়ার সুযোগ থাকে। অন্যান্য নেতিবাচক দিক যেগুলো শিক্ষার্থীরা উল্লেখ করেছে তা হল: অ্যাকাউন্ট 'হ্যাক' হওয়া (৪৪.৬%), স্বাস্থ্য ঝুঁকি (৩৯.৬%), অপ্রীতিকর মন্তব্য বা হুমকির শিকার হওয়া (৩৬%), বন্ধুদের মধ্যে জটিলতা তৈরি হওয়া (২৬.৯%), এবং অন্যান্য (৫.৬%)।

৭.১.৬ সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে নিজেকে প্রকাশের গুরুত্ব

সোশ্যাল মিডিয়ার একটি অন্যতম বৈশিষ্ট্য হল, এটি সাধারণ মানুষকে সহজে, কম খরচে ও বাধাহীনভাবে তাদের মতামত ও দৃষ্টিভঙ্গি প্রকাশের সুযোগ দেয়। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের (ফেসবুক, ইউটিউব, ইনস্টাগ্রাম) এই দিকটিকে শিক্ষার্থীরা কীভাবে মূল্যায়ন করে

তা বের করার জন্য জরিপ প্রশ্নপত্রে একটি মন্তব্য দেওয়া হয়েছিল: “সোশ্যাল মিডিয়াতে ব্যক্তিগত চিন্তাভাবনা এবং মতামত প্রকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ”। ফলাফল সারণি ৭-এ দেয়া:

সম্পূর্ণ একমত

আংশিক একমত

একমত নই, ভিন্নমতও নই

আংশিক ভিন্নমত

সম্পূর্ণ ভিন্নমত

মোট

সারণি (৭) : সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে শিক্ষার্থীদের মূল্যায়ন

ফলাফল থেকে দেখা যাচ্ছে, ৫০% শিক্ষার্থী সামাজিক মিডিয়াতে চিন্তাভাবনা এবং মতামত প্রকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করে।

৭.১.৭ ইন্টারনেট ব্যবহার করে সমস্যার সমাধান করা

শিক্ষার্থীরা পড়াশোনা সংক্রান্ত প্রশ্নের উত্তর খোঁজার জন্য ইন্টারনেটের সাহায্য নেয় কি না বা ইন্টারনেটে স্বাস্থ্য সংক্রান্ত সমস্যা, কম্পিউটার বা মোবাইল ফোনের সমস্যা ইত্যাদির সমাধান অনুসন্ধান করে কি না তা জানার জন্য একটি প্রশ্ন রাখা হয়েছিল। ১৬.৩% শিক্ষার্থী উত্তর দিয়েছে যে তারা 'সব সময়' এই কাজটি করে। ৫৪% শিক্ষার্থী সমস্যা সমাধানের জন্য 'মাঝে মাঝে' ইন্টারনেট ব্যবহার করে। আর, ২৯.৭% শিক্ষার্থী কখনোই তাঁদের সমস্যার সমাধান

খুঁজতে ইন্টারনেট ব্যবহার করে না। সুতরাং, মোট উত্তরদাতাদের ৭০.৩% সমস্যা সমাধানের জন্য বিভিন্ন মাত্রায় ইন্টারনেট ব্যবহার করে।

৭.১.৮ কম্পিউটার চালানোর দক্ষতা

“আমার কম্পিউটার চালানোর দক্ষতা আছে” বিবৃতির জন্য প্রশ্নপত্রে শিক্ষার্থীদের তিনটি বিকল্প উত্তর দেয়া হয়েছিল। উত্তরগুলো ছিল: “অনেক দক্ষতা আছে”, “সামান্য দক্ষতা আছে” এবং “কোনও দক্ষতা নেই”। ৫৮.১% শিক্ষার্থী “সামান্য দক্ষতা আছে” বিকল্পটি বেছে নিয়েছিল। ১০.৩% শিক্ষার্থী “অনেক দক্ষতা আছে” নির্বাচন করেছিল। এর অর্থ, ৬৮.৪% শিক্ষার্থীর কম্পিউটার চালানোর দক্ষতা ছিল। বাকি ৩১.৬% শিক্ষার্থীর কম্পিউটার চালানোর সক্ষমতা ছিল না বলা যায়।

৭.২ সমালোচনামূলক দৃষ্টিভঙ্গি

৭.২.১ সোশ্যাল মিডিয়াতে অন্যের পোস্ট শেয়ার করা

শিক্ষার্থীদের প্রশ্ন করা হয়েছিল, তারা সোশ্যাল মিডিয়ায় বন্ধু বা অন্য কারো পোস্ট করা সংবাদ শেয়ার করার আগে ঐ খবরের সত্যতা যাচাই করে কি না। সারণি ৮-এ ফলাফল প্রদর্শন করা হল:

আমি সোশ্যাল মিডিয়া থেকে সংগৃহীত তথ্য যাচাই করি	সার্বিক ভাবে	এলাকা		লিঙ্গ		প্রতিষ্ঠানের ধরন				
		শহুরে	গ্রামীণ	পুরুষ	নারী	বিদ্যালয়	মাদ্রাসা	ষষ্ঠ		
হ্যাঁ	N	১৩৩০	৮২৫	৫০৫	৭০৬	৫৯৫	৯৫০	৩৮০	১৯৫	২
	%	৫৭.৮	৫৪.০	৬৫.৫	৬১.৩	৫৫.৫	৬১.৭	৫০.০	৪৬.৮	৫

না	N	৯৭০	৭০৪	২৬৬	৪৪৬	৪৭৮	৫৯০	৩৮০	২২২	১১০
	%	৪২.২	৪৬.০	৩৪.৫	৩৮.৭	৪৪.৫	৩৮.৩	৫০.০	৫৩.২	৪০.০
মোট	N	২৩০০	১৫২৯	৭৭১	১১৫২	১০৭৩	১৫৪০	৭৬০	৪১৭	৪০০
	%	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০	১০০.০

সারণি (৮): সোশ্যাল মিডিয়াতে শেয়ার করার আগে সংবাদ এর সত্যতা যাচাই

সারণি ৮ থেকে দেখা যাচ্ছে, উত্তরদাতাদের মধ্যে ৫৭.৮% (২৩০০ এর মধ্যে ১৩৩০) হ্যাঁ বোধক উত্তর করেছে। অন্যদিকে, ৪২.২% শিক্ষার্থী (৯৭০ জন) বলেছে যে, সামাজিক মাধ্যমে সংবাদ শেয়ার করার আগে তারা খবরটি যাচাই করে না। সুতরাং, তাদের একটি বড় অংশ সোশ্যাল মিডিয়াতে ভুয়া খবর বা গুজব ছড়াতে সাহায্য করতে পারে, নিজের অজান্তেই। এটা তাদের ডিজিটাল সাক্ষরতার অভাব প্রমাণ করে। এদের মধ্যে যারা সংবাদ শেয়ার করার আগে সত্যতা যাচাই করে তাদের জিজ্ঞাসা করা হয়েছিল কীভাবে তারা তা করে। তাদের উত্তর নিচে উপস্থাপন করা হল:

সংবাদ ঘটনায় জড়িত ব্যক্তি বা সংস্থার মাধ্যমে যাচাই: ২৬% শিক্ষার্থী বলেছে যে তারা এই উপায়ে তথ্য যাচাই করেছে। তার মানে ৭৪% শিক্ষার্থী এই কৌশল অবলম্বন করে নি।

অন্যান্য সংবাদ মাধ্যমে প্রকাশিত সংবাদের সাথে তুলনা করে যাচাই: শুধুমাত্র ১৯.৬% উত্তরদাতা বলেছে যে তারা সত্যতা যাচাই করতে অন্যান্য মিডিয়ার সাথে খবরের তুলনা করেছিল।

বয়োজ্যেষ্ঠ ব্যক্তিদের সাথে সংবাদ/তথ্য সম্পর্কে কথা বলে যাচাই: ৩৯.৮% শিক্ষার্থী তথ্য শেয়ার করার আগে তথ্যের সত্যতা সম্পর্কে বয়োজ্যেষ্ঠদের সাথে কথা বলেছিল।

সুতরাং, এটা বলা যেতে পারে যে শিক্ষার্থীদের একটি বড় অংশ সামাজিক মাধ্যমে তথ্য শেয়ার করার আগে তথ্য যাচাই করে না। তথ্য যাচাই না করার এই প্রবণতা ভুয়া খবর বা অপতথ্য সোশ্যাল মিডিয়ায় দ্রুত ছড়িয়ে দিতে ভূমিকা রাখতে পারে।

৭.২.২ অনলাইন সংবাদ মাধ্যমে শিক্ষার্থীদের আস্থা

প্রশ্নপত্রে এই বিবৃতিটি শিক্ষার্থীদের দেয়া হয়েছিল: “অনলাইন মিডিয়ায় প্রকাশিত সংবাদের বিশ্বাসযোগ্যতা রয়েছে” এবং যথারীতি কয়েকটি বিকল্প উত্তর দেয়া হয়েছিল টিক দেয়ার জন্য। যে ফলাফল বেরিয়ে এসেছে তা নিম্নরূপ:

অনলাইন পোর্টাল: কেবল ১২.৪% শিক্ষার্থী বিবৃতির সাথে সম্পূর্ণ একমত হয়েছিল। ৩২.১% আংশিকভাবে একমত হয়েছিল। বাকিরা একমত হয় নি। তাই বলা যায়, অনলাইন পোর্টালগুলোর প্রকাশিত সংবাদে শিক্ষার্থীদের তেমন আস্থা নেই।

সোশ্যাল মিডিয়া (ফেসবুক, টুইটার ইত্যাদি): ১৬.১% শিক্ষার্থী সম্পূর্ণরূপে এবং ৩১.৮% আংশিকভাবে এই মন্তব্যের সাথে সম্মত। সুতরাং, উত্তরদাতাদের অর্ধেকেরও কম সোশ্যাল মিডিয়ার খবর বিশ্বাসযোগ্য বলে মনে করেছে।

সার্বিকভাবে দেখা যাচ্ছে, অনলাইন সংবাদ মাধ্যমের ওপর শিক্ষার্থীদের তেমন আস্থা নেই।

৭.২.৩ ভুয়া সংবাদের প্রতি শিক্ষার্থীদের প্রতিক্রিয়া

শিক্ষার্থীরা যখন বাস্তব বা সাইবার জগতে ভুয়া খবর/গুজব ছড়িয়ে যেতে দ্যাখে তখন তারা কী করে? ৫৬.৭% শিক্ষার্থী উত্তর দিয়েছে যে তারা এর বিরুদ্ধে প্রতিবাদ করে এবং মুখের কথা বা ইন্টারনেটের মাধ্যমে অন্যদের প্রকৃত সত্য জানতে সাহায্য করে। ২৮.২% উত্তর দিয়েছে যে তারা নিজেরা এটি সম্পর্কে সচেতন থাকে এবং এটি অন্যদের সাথে শেয়ার করে না। মাত্র ১৫.১% বলেছে, তারা এ বিষয়ে কিছু করে না এবং চুপ থাকে। অতএব, বেশিরভাগ শিক্ষার্থী আসলে ইন্টারনেটে ছড়িয়ে পড়া ভুয়া খবর বা গুজব ছড়াতে সাহায্য করে না।

৭.৩ সৃজনশীলতা

৭.৩.১ শিক্ষার্থীদের সৃজনশীল দক্ষতা

শিক্ষার্থীদের প্রশ্ন করা হয়েছিল, ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের সাথে সম্পর্কিত তাদের সৃজনশীলতা আছে কি না। ফলাফল সারণি ৯-এ দেয়া হল:

সৃজনশীল দক্ষতা	হ্যাঁ	না
ফটোশপ বা অন্যান্য অ্যাপ ব্যবহার করে ছবি সম্পাদনা করা	৭১.৪%	২৮.৬%
ভিডিও এডিটিং এবং এতে শব্দ (সাবটাইটেল) যোগ করা	৩৬.৭%	৬২.৪%
গ্রাফিক ডিজাইন	৩২.৮%	৬৭.২%
ভাইরাস থেকে ডিভাইস (ল্যাপটপ, কম্পিউটার, মোবাইল ফোন) রক্ষা করতে জানা	৪৪.১%	৫৫.৯%
ইন্টারনেট ব্যবহার করে একটি ছবির (ফটোগ্রাফ) মূল উৎস খুঁজে বের করতে জানা	৩৮.৭%	৬১.৩%
একটি ফটোতে টেক্সট রেখে মিম তৈরি করা	৩০.২%	৬৯.৮%

সারণি (৯): শিক্ষার্থীদের সৃজনশীল দক্ষতা

সারণি ৯ থেকে দেখা যায়, ৭১.৪% শিক্ষার্থী ফটোশপ বা অন্যান্য অ্যাপ ব্যবহার করে ফটো সম্পাদনা করতে দক্ষ। এর একটি কারণ হতে পারে যে তারা প্রায়শই সোশ্যাল মিডিয়ায় ছবি 'আপলোড' করে। সুতরাং, তাদের ছবি নিয়ে কাজ করার দক্ষতা থাকা দরকার। দেখা গেছে যে গ্রামীণ, মাদ্রাসা এবং নিচের শ্রেণীর শিক্ষার্থীদের তুলনায় যথাক্রমে শহুরে, স্কুল এবং ওপরের শ্রেণিসমূহের শিক্ষার্থীরা সৃজনশীল কাজ করতে বেশি সক্ষম।

৭.৩.২ সোশ্যাল মিডিয়াতে সক্রিয় থাকা

শিক্ষার্থীদের জিজ্ঞাসা করা হয়েছিল যে তাদের আশেপাশের সমস্যাগুলি সম্পর্কে তারা ছবি তুলে বা ভিডিও রেকর্ড করে এবং/অথবা তা নিয়ে লিখে সোশাল মিডিয়াতে প্রচার করে কি না। মাত্র ৬.৬% শিক্ষার্থী লিখেছে যে তারা নিয়মিত এটি করে। ৩৩.৭% শিক্ষার্থী কখনও কখনও এ ধরনের কাজ করে। ৩৮.৭% শিক্ষার্থী জানিয়েছে, কখনই তারা এ কাজ করে না। ফলাফল থেকে দেখা যায়, ২০.৯% শিক্ষার্থীদের জন্য এ বিষয়টি প্রয়োজ্য নয়।

৭.৪ শিক্ষার্থীদের বিশ্লেষণী দক্ষতা

৭.৪.১ অনলাইনে চ্যাট করার সময় প্রতীক ব্যবহার করা

শিক্ষার্থীদের প্রশ্ন করা হয়েছিল যে তারা অনলাইনে মানুষের সাথে 'চ্যাট' করার সময় গ্রাফিক জাতীয় আধেয় (graphical content) বা ইমোজি, স্টিকার, মিম ইত্যাদির মতো প্রতীক (symbol) ব্যবহার করতে পারে কি না বা করেছে কি না। দেখা যাচ্ছে, ৫১.৬% শিক্ষার্থী গ্রাফিক সংশ্লিষ্ট আধেয় ব্যবহার করেছে, যা একটি উল্লেখযোগ্য হার। ফেসবুক এবং হোয়াটসঅ্যাপের মতো সোশ্যাল মিডিয়াতে বেশ কিছু ইমোজি, 'জিআইএফ' এবং স্টিকার রয়েছে। অপেক্ষাকৃত উঁচু হারের ব্যাখ্যায় বলা যায়, হয়তো প্রতিনিয়ত সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহারের মাধ্যমে শিক্ষার্থীরা প্রতীক ব্যবহারে অভ্যস্ত হয়ে পড়েছে।

৭.৪.২ সোশ্যাল মিডিয়াতে অন্যের মন্তব্যের প্রতিক্রিয়া

গবেষণায় অংশ নেয়া শিক্ষার্থীদের প্রশ্ন করা হয়েছিল তাদের সোশ্যাল মিডিয়া পোস্টে অন্য মানুষের মন্তব্য দেখে শিক্ষার্থীরা কী করেছিল। মোট উত্তরদাতাদের মধ্যে ১৮.৭% শিক্ষার্থী (যারা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করে) উত্তর দিয়েছে যে তারা অন্যের মন্তব্য পাওয়ার পরে তাদের লেখাটি সম্পাদনা করেছিল। ১২.৯% শিক্ষার্থী জানায় যে তারা পোস্টটি মুছে ফেলেছিল। ৩৭.২% শিক্ষার্থী কোন ব্যবস্থাই নেয় নি। সবশেষে, ৩১.২% শিক্ষার্থীর জন্য এটি প্রয়োজ্য ছিল না।

৭.৫ তথ্য প্রযুক্তি আইন সম্পর্কে সচেতনতা এবং জ্ঞান

৭.৫.১ শিক্ষার্থীদের তথ্য প্রযুক্তি সংশ্লিষ্ট আইন সম্পর্কে জ্ঞান

তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত রাষ্ট্রীয় আইন সম্পর্কে জ্ঞান থাকা ডিজিটাল সাক্ষরতার আরেকটি নির্ধারক। শিক্ষার্থীরা 'ডিজিটাল নিরাপত্তা আইন' বা 'তথ্য অধিকার আইন'র মতো আইন সম্পর্কে জানে কি না জিজ্ঞাসা করা হলে, ৮৪৮ জন শিক্ষার্থী (৩৭.১%) না-বোধক উত্তর দিয়েছে। ৬২৩ জন (২৭.২%) জানিয়েছে যে তারা শুধু আইনটির নাম জানে। ৫০১ জন (২১.৯%) শিক্ষার্থী আইনের মূল বিষয়বস্তু সম্পর্কে জানে। মাত্র ৩১৬ জন (১৩.৮%) শিক্ষার্থী জানিয়েছে যে তারা আইন সম্পর্কে জানে এবং প্রয়োজনে আইনের সাহায্য নেবে। তাই জরিপে অংশ নেয়া শিক্ষার্থীদের মধ্যে অল্প সংখ্যকই প্রকৃতপক্ষে আইনি ব্যবস্থা নিতে পারে যদি তারা তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত অপরাধ যেমন, সাইবার অপরাধের শিকার হয়।

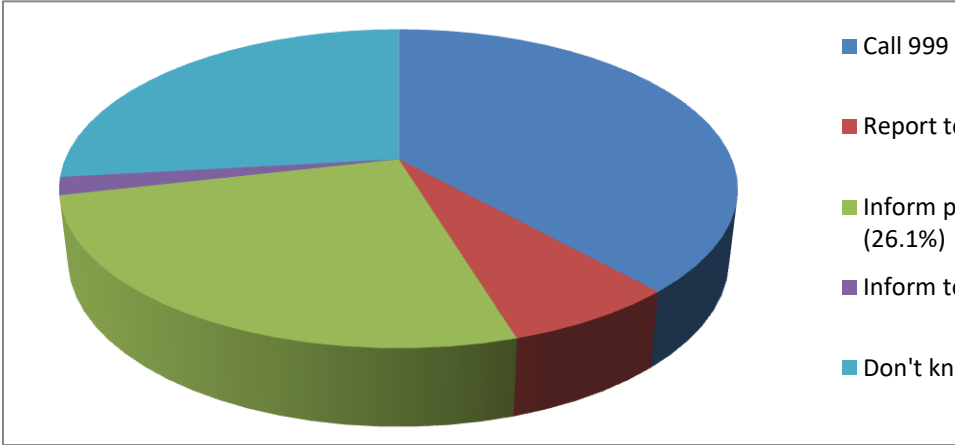
৭.৫.২ সোশ্যাল মিডিয়া বা মোবাইল ফোনে হয়রানির শিকার হওয়া এবং এ বিষয়ে অন্যদের সাথে শেয়ার করা

প্রশ্নপত্রের ২৯ নম্বর প্রশ্নে শিক্ষার্থীদের জিজ্ঞাসা করা হয়েছিল যে তারা কখনও সোশ্যাল মিডিয়া বা মোবাইল ফোনের মাধ্যমে কোন ব্যক্তি কর্তৃক হয়রানির শিকার হয়েছে কি না এবং যদি তাই হয়, তাহলে তারা কার সাথে এ ব্যাপারে তথ্য শেয়ার করেছে। ৩৮.৪% শিক্ষার্থী উত্তর দিয়েছে যে তারা কখনও হয়রানির শিকার হয়নি। ২৪.৫% বলেছে, তাদের হয়রানি করা হয়েছিল এবং তারা তাদের পিতামাতার সাথে বিষয়টি শেয়ার করেছে। অন্যান্য উত্তরদাতা (যারা হয়রানির শিকার হয়েছিল) যাদের সাথে তাদের দুর্ভোগ নিয়ে কথা বলেছিল তারা হল: বন্ধু (১৪.৮%), ভাইবোন (১৩.৪%), সোশ্যাল মিডিয়ার বন্ধু (২.৪%), শিক্ষক (১.৭%), আত্মীয় (০.৯%) এবং অন্যান্য (০.৩%)। ৩.৬% রিপোর্ট করেছে যে তারা হয়রানির শিকার হয়েছে কিন্তু কারো সাথে শেয়ার করে নি। ফলাফলগুলি দেখায় যে শিশুদের একটি বড় শতাংশ (৬১.৬%) সামাজিক মিডিয়া বা তাদের ফোনে অন্য ব্যক্তি কর্তৃক হয়রানির শিকার হয়েছিল। এটি সমাজের একটি অশুভ লক্ষণ।

৭.৫.৩ সোশ্যাল মিডিয়া/মোবাইল ফোনের মাধ্যমে হয়রানির শিকার হলে কী ব্যবস্থা নেওয়া হবে

সমীক্ষা প্রশ্নপত্রের ৩০নং প্রশ্নে শিক্ষার্থীদের জন্য একটি বিবৃতি দেয়া হয়েছিল “আমি এতটুকু জানি যে, কেউ যদি সোশ্যাল মিডিয়াতে হয়রানির শিকার হয়, তাহলে তাকে নিম্নলিখিত

ব্যবস্থা(গুলি) গ্রহণ করতে হবে”। পাঁচটি বিকল্প ব্যবস্থা দেওয়া হয়েছিল। ফলাফল চিত্র ৪-এ একটি পাই চিত্রের মাধ্যমে (শতাংশে) দেখানো হল:



চিত্র (৪): কেউ যদি হয়রানির শিকার হয় তখন তার যে ব্যবস্থা নেয়া উচিত

ফলাফল দেখায় যে ৩৮.৩% শিক্ষার্থী জানে যে অনলাইনে হয়রানির শিকার হলে ৯৯৯ নম্বরে কল করা উচিত। ২৬.১% শিক্ষার্থী লিখেছে যে এই ধরনের পরিস্থিতিতে বাবা-মা/অভিভাবকদের জানানো উচিত। মাত্র ৭% উত্তর দিয়েছে যে ঘটনাটি পুলিশকে জানানো উচিত। ২৬.৮% শিক্ষার্থী কী করতে হবে তা জানে না। একটি ভাল দিক হল, শিক্ষার্থীদের বেশিরভাগই অনলাইনে হয়রানির শিকার হলে কী করতে হবে সে সম্পর্কে অন্তত একটি ব্যবস্থার বিষয়ে জানে।

৭.৬ ফলাফল আলোচনা

ডিজিটাল সাক্ষরতার গুরুত্বপূর্ণ ধারণাসমূহ ব্যাখ্যা করতে সক্ষম একটি তাত্ত্বিক কাঠামো এবং এই কাঠামোর সাথে সঙ্গতিপূর্ণ পাঁচটি গবেষণা প্রশ্ন অনুসরণ করে গবেষণাটি সম্পন্ন করা হয়েছিল। এই কাঠামো এবং প্রশ্নের সঙ্গে প্রাপ্ত ফলাফল মিলিয়ে দেখা আবশ্যিক। জরিপ প্রশ্নের সাহায্যে তাত্ত্বিক কাঠামোয় বর্ণিত শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতার পাঁচ ধরনের দক্ষতা অনুসন্ধান করা হয়েছে: ডিজিটাল মাধ্যমের ব্যবহার, আধেয়ের বিশ্লেষণ, সমালোচনাত্মক দৃষ্টিভঙ্গি থেকে সংবাদের মত আধেয় মূল্যায়ন করার দক্ষতা, সৃজনশীলতা

এবং তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত আইন সম্পর্কে জ্ঞান ও সচেতনতা। যেকোন মাধ্যম ব্যবহারের পূর্বশর্ত হচ্ছে সে মাধ্যমে ব্যক্তির অভিজ্ঞতা। তাই প্রথম গবেষণা প্রশ্ন বিদ্যালয় এবং মাদ্রাসার নির্বাচিত শিক্ষার্থীদের অভিজ্ঞতা কেমন তা দেখার চেষ্টা করেছে। গবেষণার ফলাফলে দেখা যায়, শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া বা 'ডিভাইস' যেমন ব্যক্তিগত কম্পিউটার এবং মোবাইল ফোনে অভিজ্ঞতা ছিল। তবে এক্ষেত্রে শিক্ষা প্রতিষ্ঠান এবং বাড়ির চিত্রটি ছিল ভিন্ন। স্কুল ও মাদ্রাসায় শিশুদের অভিজ্ঞতা ছিল শুধুমাত্র কম্পিউটারে, কিন্তু বাড়িতে তাদের কম্পিউটার ও মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট সংযোগসহ) উভয় মাধ্যমেই অভিজ্ঞতা ছিল। বলা যায়, গত দুই দশকে সরকারের গৃহীত আইসিটি নীতিমালা ও প্রকল্পের বাস্তবায়ন এবং দেশে তথ্যপ্রযুক্তি খাতে ক্রমবর্ধমান পুঁজি বিনিয়োগের (দেশি ও বিদেশি) ফলে সমাজের বিভিন্ন স্তরে তথ্য প্রযুক্তি সহজলভ্য হয়েছে। বলাবাহুল্য, সরকারের প্রথমতঃ রাজনৈতিক ও পরে সামাজিক-অর্থনৈতিক শ্লোগান 'ডিজিটাল বাংলাদেশ' মানুষের মাঝে ডিজিটাল প্রযুক্তি ব্যবহারে প্রেষণা জুগিয়েছে।

দ্বিতীয় গবেষণা প্রশ্নের মাধ্যমে শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহারের প্রকৃতি, উদ্দেশ্য ও ব্যবহার সম্পর্কে তাদের মূল্যায়ন অনুসন্ধান করা হয়েছে। শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের সামগ্রিক চিত্র বিশ্লেষণ করে বলা যায় যে তারা ইন্টারনেট, কম্পিউটার, মোবাইল ফোন এবং সোশ্যাল মিডিয়ার মত ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহারের দিকে বেশ ঝুঁকছে। সার্বিকভাবে, মাদ্রাসার শিশুরা বিদ্যালয়ের শিশুদের তুলনায় মোবাইল ফোন (ইন্টারনেটসহ) কম ব্যবহার করে এবং মেয়ে শিশুরা ছেলে শিশুদের চেয়ে এই তথ্য প্রযুক্তিটি কম ব্যবহার করে। এছাড়াও, আরেকটি গুরুত্বপূর্ণ ফলাফল হচ্ছে, উভয় লিঙ্গের শিক্ষার্থীদের মধ্যে এই আইসিটি ব্যবহারের প্রবণতা অন্যান্য আইসিটি থেকে অনেক বেশি। সুতরাং ভবিষ্যতে সরকার ও অন্যান্য প্রতিষ্ঠান উন্নয়নধর্মী ও সচেতনতামূলক বার্তা, বিশেষ করে যা কিনা তরুণদের উদ্দেশ্যে নির্মিত ও প্রচারিত, এই মোবাইল ফোনের মাধ্যমে তাদের কাছে পৌঁছানোর বিষয়টি গুরুত্বের সাথে বিবেচনা করতে পারে। শিক্ষার্থীরা তথ্য প্রাপ্তি, শিক্ষা, যোগাযোগ ও বিনোদনের জন্য ডিজিটাল মাধ্যম ব্যবহার করেছে। যেহেতু বর্তমানে সামাজিক মাধ্যম শিক্ষাকর্ষের ও তরুণদের মাঝে বেশ জনপ্রিয়, তাই জরিপ প্রশ্নপত্রে এ সম্পর্কিত প্রশ্ন রাখা হয়েছিল। ফলাফল থেকে দেখা যায়, অংশগ্রহণকারীদের ৬১.৪% সামাজিক মিডিয়া ব্যবহার করেছে। যারা সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেছে, তাদের মধ্যে গ্রামীণ, নারী এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের চেয়ে যথাক্রমে শহুরে, পুরুষ এবং স্কুলের শিক্ষার্থীরা বেশি সোশ্যাল

মিডিয়া ব্যবহার করেছে। উঁচু ক্লাসের শিক্ষার্থীরা নিচের শ্রেণির শিক্ষার্থীদের চেয়ে বেশি সোশ্যাল মিডিয়া ব্যবহার করেছে। ব্যবহারকারীদের মধ্যে ইউটিউব সবচেয়ে জনপ্রিয় (৭৫.৬%) সামাজিক মাধ্যম। এর পরেই ফেসবুকের অবস্থান (৭৩%)। যদিও এই গবেষণায় “সামাজিক মাধ্যম দক্ষতা”কে (social media competence - SMC) আলাদা করে ডিজিটাল সাক্ষরতার নির্ণায়ক (determinant) হিসেবে বিবেচনা করা হয় নি, কিন্তু সাম্প্রতিক সময়ে অনেক পণ্ডিত একে বর্তমান সময়ের একটি প্রয়োজনীয় দক্ষতা বলে গুরুত্ব দিয়েছেন (যেমন, Hocevar, Flanagan, & Metzger, 2014; Alber et al., 2015)। ফলাফল থেকে দেখা যায়, শিক্ষার্থীরা সামাজিক মাধ্যম শুধু ব্যবহারই করেনি, এর মূল্যায়নও করেছে। যেমন, ৫০% শিক্ষার্থী সামাজিক মিডিয়াতে চিন্তাভাবনা এবং মতামত প্রকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করে। এছাড়া, মোট উত্তরদাতাদের ৭০.৩% সমস্যা সমাধানের জন্য বিভিন্ন মাত্রায় ইন্টারনেট ব্যবহার করেছে এবং ৬৮.৪% শিক্ষার্থীর কম্পিউটার চালানোর দক্ষতা ছিল। সুতরাং, নির্বাচিত শিক্ষার্থীদের মধ্যে একটি উল্লেখযোগ্য শতাংশের ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহারের দক্ষতা ছিল বলা যায়।

তৃতীয় গবেষণা প্রশ্নের সাহায্যে শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল মিডিয়ার আধেয় বিশ্লেষণ ও মূল্যায়ন করার সক্ষমতা নিরূপণ করার চেষ্টা করা হয়েছে। উপাত্ত বিশ্লেষণ থেকে বেরিয়ে এসেছে, উত্তরদাতাদের মধ্যে ৫৭.৮% সামাজিক মাধ্যমে পাওয়া কোন সংবাদ শেয়ার করার আগে তার সত্যতা যাচাই করেছে। তবে উল্লেখ করা প্রয়োজন, এদের বেশির ভাগ শহরে বসবাসকারী শিক্ষার্থী। অন্যদিকে, অনলাইন পোর্টালগুলোর প্রকাশিত সংবাদে শিক্ষার্থীদের তেমন আস্থা নেই। সম্প্রতি বাংলাদেশে অবাধে অনলাইন পোর্টালের প্রসার ঘটছে, যার অনেকগুলোই সংবাদের নামে প্রায়শই মিথ্যা ও অপতথ্য ছড়াচ্ছে। সুতরাং এই পরিস্থিতিতে গবেষণায় প্রাপ্ত ফলাফল তাৎপর্যপূর্ণ।

চতুর্থ গবেষণা প্রশ্ন দেখার চেষ্টা করেছে ডিজিটাল মিডিয়া ব্যবহার করার সময় শিক্ষার্থীরা কতটা সক্রিয় এবং সৃজনশীল ছিল। ছবি সম্পাদনা ছাড়া বাকি বিষয়গুলোতে তাদের সৃজনশীলতা খুব একটা দেখা যায় নি। গবেষণায় পাওয়া গেছে, গ্রামীণ, মাদ্রাসা এবং নিচের শ্রেণির শিক্ষার্থীদের তুলনায় যথাক্রমে শহুরে, স্কুল এবং ওপরের শ্রেণির শিক্ষার্থীরা সৃজনশীল কাজ করতে বেশি সক্ষম। শতকরা প্রায় ৪০ ভাগ উত্তরদাতা সামাজিক মাধ্যমে সক্রিয় ছিল (৬.৬% নিয়মিত, ৩৩.৭% অনিয়মিত)। আরো দেখা গেছে, ৫১.৬% শিক্ষার্থী অনলাইনে

অন্য মানুষের সাথে ‘চ্যাট’ করার সময় গ্রাফিক জাতীয় আধেয় (graphical content) বা ইমোজি, স্টিকার, মিম ইত্যাদির মতো প্রতীক (symbol) ব্যবহার করেছে, যা একটি উল্লেখযোগ্য হার। তবে সোশ্যাল মিডিয়াতে অন্যের মন্তব্যের প্রতিক্রিয়ায় মাত্র ৩০% এর মত শিক্ষার্থী কোন ব্যবস্থা নিয়েছিল। সুতরাং সক্রিয়তা ও সৃজনশীলতার মানদণ্ডে শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতা খুব বেশি ছিল বলা যায় না।

সবশেষ প্রশ্নের মাধ্যমে শিক্ষার্থীদের তথ্যপ্রযুক্তি সংক্রান্ত বিদ্যমান আইন সম্পর্কিত জ্ঞান ও সচেতনতার স্তর জানার চেষ্টা করা হয়েছে। ফলাফল থেকে দেখা গেল, শিক্ষার্থীদের বেশিরভাগই অনলাইনে হয়রানির শিকার হলে কী করতে হবে সে সম্পর্কে অন্তত একটি ব্যবস্থার বিষয়ে জানে। কিন্তু শিক্ষার্থীদের মধ্যে অল্প সংখ্যকই প্রকৃতপক্ষে আইনি ব্যবস্থা নিতে পারে যদি তারা তথ্য প্রযুক্তি সংক্রান্ত অপরাধ যেমন, সাইবার অপরাধের শিকার হয়। সুতরাং বলা যায়, ডিজিটাল সাক্ষরতার এই দিকটিতে শিক্ষার্থীদের দক্ষতা সন্তোষজনক নয়।

৮. উপসংহার

গবেষক আশা করছেন যে এই ব্যাপক গবেষণার ফলাফল বাংলাদেশ সরকারের পরিকল্পিত ‘ডিজিটাল বাংলাদেশ’ বাস্তবায়নে নীতিনির্ধারকদের সহায়তা করবে। একটি ভবিষ্যত প্রজন্মকে প্রস্তুত করার জন্য সঠিক কর্মপন্থা বেছে নেওয়া যাবে, বিশেষ করে যখন যুব ও কিশোর-কিশোরীদের মধ্য থেকে একটি বৃহৎ জনগোষ্ঠী চতুর্থ শিল্প বিপ্লবের চ্যালেঞ্জ মোকাবেলার জন্য প্রস্তুত হচ্ছে। জাতীয় শিক্ষাক্রম রূপরেখা ২০২১-এ ডিজিটাল সাক্ষরতাকে বিভিন্ন স্তরের শিক্ষার্থীদের মৌলিক দক্ষতার অংশ হিসেবে বিবেচনা করা হয়েছে। একথা স্বীকার্য, বাংলাদেশ প্রাক-প্রাথমিক, প্রাথমিক ও মাধ্যমিক পর্যায়ে শিক্ষার্থীদের মৌলিক সাক্ষরতা (literacy and numeracy) অর্জনে উল্লেখযোগ্য সাফল্য লাভ করেছে। তবে ডিজিটাল সাক্ষরতা অর্জনে এখনও বেশ কিছু চ্যালেঞ্জ রয়েছে। শিক্ষক ও অভিভাবকদের সাথে সম্পাদিত এফজিডি থেকে প্রাপ্ত উপাত্ত ও গবেষকের পর্যবেক্ষণ থেকে এই চ্যালেঞ্জসমূহের বিবরণ নিচে দেয়া হল:

১। বিদ্যালয়ে ও মাদ্রাসায় পর্যাপ্ত সংখ্যক তথ্য-প্রযুক্তির (কম্পিউটার, ইন্টারনেট) অভাব এবং বিদ্যমান তথ্য-প্রযুক্তির ‘আপডেট’ না করা;

২। তথ্য-প্রযুক্তি বিষয়ে দক্ষ শিক্ষকের অভাব;

৩। শিক্ষা প্রতিষ্ঠানসমূহে এ খাতে বাজেটের অভাব;

৪। তথ্য-প্রযুক্তিতে শিক্ষার্থীদের অভিগম্যতার অভাব;

৫। শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল প্রযুক্তি ব্যবহার সম্পর্কে পিতামাতা ও অভিভাবকদের উদাসীনতা, অসচেতনতা ও সঠিক তথ্য না জানা;

৬। শিক্ষার্থীদের মাঝে জেডার, সামাজিক শ্রেণী ও বসবাসের স্থান (যেমন, গ্রাম, শহর) ভেদে ডিজিটাল বৈষম্য বিদ্যমান;

৭। ডিজিটাল মাধ্যমে শিক্ষামূলক ও সৃজনশীল কাজে শিক্ষার্থীদের অনগ্রহ। অন্যদিকে, হাঙ্কা, বিনোদন মূলক আধেয়ের প্রতি তাদের মাত্রাতিরিক্ত আগ্রহ এবং এ ধরনের আধেয় ব্যবহার করে সময়ক্ষেপণ;

৮। শিক্ষার্থীদের জন্য প্রয়োজনীয় ও উপযোগী ডিজিটাল আধেয়ের অভাব, ইত্যাদি।

ভবিষ্যতের গবেষণার জন্য সুপারিশ

১। যদিও এই গবেষণাটি তার পরিধির মধ্যে আটটি বিভাগ (২৪টি জেলা) অন্তর্ভুক্ত করে সারা দেশে মাধ্যমিক বিদ্যালয় ও মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের ডিজিটাল সাক্ষরতা অনুসন্ধান করেছে, সময় এবং বাজেটের সীমাবদ্ধতার কারণে এটি বাংলাদেশের সবগুলো জেলাকে অন্তর্ভুক্ত করে একটি জাতীয় গবেষণা হতে পারেনি। সরকারী পর্যায়ে ভবিষ্যতে এই ধরনের একটি বড় মাপের গবেষণা পরিচালিত হতে পারে।

২। ইংরেজি মাধ্যম স্কুলের শিক্ষার্থীরা এই গবেষণায় অন্তর্ভুক্ত হয় নি। ভবিষ্যতের গবেষণা তাদের ডিজিটাল সাক্ষরতা অনুসন্ধান করতে পারে। এছাড়াও, এটি গবেষকদের বাংলা মাধ্যম, ইংরেজি মাধ্যম এবং মাদ্রাসার শিক্ষার্থীদের মধ্যে ডিজিটাল সাক্ষরতার একটি তুলনামূলক চিত্র পেতে সহায়তা করবে।

৩। ভবিষ্যতের গবেষণা অন্যান্য শ্রেণীর জনসংখ্যা যেমন বাবা-মা, শিক্ষক ইত্যাদির ডিজিটাল সাক্ষরতা অন্বেষণ করতে পারে।

৪। ভবিষ্যতের কোন গুণবাচক গবেষণায় ডিজিটাল সাক্ষরতা সম্পর্কে অজানা তথ্য ও অন্তর্দৃষ্টি পেতে শিক্ষার্থীদের (বা অন্য কোনো জনগোষ্ঠীর) গভীর সাক্ষাৎকার নেওয়া উচিত।

কৃতজ্ঞতা স্বীকার: গবেষণাটি সম্পাদনের জন্য আর্থিক সহায়তা প্রদান করেছে নেদারল্যান্ডের অলাভজনক সংস্থা Free Press Unlimited. আর প্রয়োজনীয় জনসম্পদ (গবেষণা সহায়ক, উপাত্ত সংগ্রাহক, তথ্য বিশ্লেষক) ও লজিস্টিক সহায়তা দিয়ে সাহায্য করেছে প্রকল্প বাস্তবায়ন সংস্থা ঢাকাস্থ South Asia Center for Media in Development

(SACMID). এ দুটো সংস্থা ও বাঅঙ্গগওউ এর নির্বাহী পরিচালক সৈয়দ কামরুল হাসান এর প্রতি গবেষক কৃতজ্ঞ ।

সহায়কপঞ্জি

ALA (1989). Final report. ALA Presidential Committee on Information Literacy. American Library Association, Chicago, IL.

Alber, J.M., Bernhardt, J.M., Stollefson, M., et al. (2015) Designing and testing an inventory for measuring social media competency of certified health education specialists. *Journal of Medical Internet Research*, 17(9), 221–221. DOI: 10.2196/jmir.4943

Aufderheide, P. (1992). *Media Literacy: A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy*. Washington, DC: Aspen Institute. Retrieved from http://www.medialit.org/reading_room/article356.html

BANBEIS (2017). Bangladesh Education Statistics. Retrieved from <http://data.banbeis.gov.bd/>

Bangladesh bans students, teachers from taking mobile phones to classrooms. (2017, Oct. 16). *bdnews24.com*. Retrieved from <https://bdnews24.com/bangladesh/bangladesh-bans-students-teachers-from-taking-mobile-phones-to-classrooms>

Bawden, D. (2001). Information and digital literacies: a review of concepts, *Journal of Documentation*, 57(2), 218–259. DOI: 10.1108/EUM0000000007083

Bawden, D. (2008). "Origins and concepts of digital literacy". In C. Lankshear and M. Knobel (eds.) *Digital Literacies: Concepts, Policies and Practices*. Peter Lang, New York. pp.17–32.

Gilster, P. (1997). *Digital literacy*. Wiley Computer Pub., New York.

Hobbs, R. (2007) *Approaches to Instruction and Teacher Education in Media Literacy*. Retrieved from <http://unesdoc.unesco.org/images/0016/001611/161133e.pdf>

Hobbs, R. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. The Aspen Institute, Washington, D.C. Retrieved from https://mediaeducationlab.com/sites/default/files/Hobbs%2520Digital%2520and%2520Media%2520Literacy%2520Plan%2520of%2520Action_0_0.pdf

Hocevar, K. P., Flanagan, A. J., & Metzger, M. J. (2014). Social media self-efficacy and information evaluation online. *Computers in Human Behavior*, 39, 254–262.

Koltay, T. (2011). The media and the literacies: media literacy, information literacy, digital literacy, *Media, Culture and Society*, 33 (2), 211-221. DOI: 10.1177/0163443710393382

Livingstone, S. (2004). *Media literacy and the challenge of new information and communication technologies* [online]. London: LSE Research Online. Retrieved from <http://eprints.lse.ac.uk/1017>

Martin, A. (2006). "Literacies for the digital age". In A. Martin and D. Madigan (eds.) *Digital Literacies for Learning*. Facet, London, pp.3–25.

MRDI (2016). News Literacy People's Perception. Dhaka: Management and Resources Development Initiative (MRDI). Retrieved from https://mrdibd.org/publications/News_Literacy_in_Bangladesh.pdf

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants, *On the Horizon*, 9(5), 1-6. Retrieved from <https://www.marcprensky.com/writing/Prensky%20-%20Digital%20Natives,%20Digital%20Immigrants%20-%20Part1.pdf>

Quarmal, S.B., Hasan, S.K. & Sultana, A. (2018). Promoting media literacy in Bangladesh: A baseline survey on media literacy among secondary students in Dhaka city. SACMID, Dhaka.

Silverstone, R. (2004). Regulation, media literacy and media civics, *Media, Culture & Society*, 26(3), 440–449, DOI: 10.1177/0163443704042557

Toffler, A. (1980). *The Third Wave*. Bantam Books, New York.

UNESCO (2013). *Global Media and Information Literacy Framework - Country Readiness and Competencies*. UNESCO, Paris.

Xu, S., Yang, H.H., MacLeod, J. & Zhu, S. (2018). Social media competence and Digital citizenship among college students, *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, XX(X), 1-18, DOI: 10.1177/1354856517751390

Zhu, S., Yang, H.H., Xu, S. & MacLeod, J. (2018). Understanding social media competence in higher education: Development and validation of an instrument,

Journal of Educational Computing Research, 0(0), 1-21, DOI: 10.1177/0735633118820631

Zhu, S., Yang, H.H., Wu, D. & Chen, F. (2021). Investigating the relationship between information literacy and social media competence among university students, Journal of Educational Computing Research, 0(0), 1-25, DOI: 10.1177/0735633121997360

দিনা, তাহমিনা হক ও মিনহাজ, রাহাত (২০১৯)। মাধ্যম সাক্ষরতা সাংবাদিকতার প্রথম পাঠ। পলল প্রকাশনী, ঢাকা।

জাতীয় শিক্ষাক্রম রূপরেখা (২০২১)। জাতীয় শিক্ষাক্রম ও পাঠ্যপুস্তক বোর্ড, বাংলাদেশ।

পরিশিষ্ট

বাংলাদেশে মাধ্যমিক পর্যায়ে গণমাধ্যম সাক্ষরতা যাচাই শিক্ষার্থী জরিপ সম্মানিত উত্তরদাতা,
শুভেচ্ছা।

“বাংলাদেশে মাধ্যমিক পর্যায়ে গণমাধ্যম সাক্ষরতা যাচাই শিক্ষার্থী জরিপ” শীর্ষক এই গবেষণায় উত্তরদাতা হিসেবে অংশগ্রহণের জন্য আপনাকে ধন্যবাদ। অনুগ্রহপূর্বক নিচের প্রশ্নগুলোর উত্তর দিন। আমরা আপনাকে নিশ্চিত করছি যে, আপনার গোপনীয়তা রক্ষায় সর্বোচ্চ সতর্কতা অবলম্বন করা হবে।

যাচাইমূলক প্রশ্নাবলীঃ

	হ্যাঁ	না	জানি না	প্রযোজ্য নয়
গবেষণার উদ্দেশ্য সম্পর্কে আপনাকে বলা হয়েছে কি?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
জরিপ পরিচালনাকারী প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে আপনাকে জানানো হয়েছে কি?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

[মনোযোগ সহকারে প্রশ্নপত্রটি পড়বেন, প্রযোজ্য ক্ষেত্রে টিক চিহ্ন, একাধিক টিক চিহ্ন অথবা সংক্ষিপ্ত উত্তর দিবেন]

যোগাযোগ মাধ্যম লভ্যতা ও উপস্থিতি সংক্রান্ত তথ্য

১। নিচের মাধ্যমগুলো আপনার কোথায় ব্যবহারের সুযোগ রয়েছে? এবং প্রত্যেক কলামের নীচে প্রযোজ্য মাধ্যমের পাশে টিকচিহ্ন দিন (একটির বেশি টিক দেয়া যাবে):

বাসায় ব্যবহারের সুযোগ আছে	আপনি ব্যবহার করেন (সপ্তাহে কত ঘন্টা)					
	একেবারেই ব্যবহার করিনা	১-২ ঘন্টা	৩-৫ ঘন্টা	৬-৮ ঘন্টা	৮-১০ ঘন্টা	১০ ঘন্টার বেশি
<input type="checkbox"/> সংবাদপত্র (দৈনিক)						
<input type="checkbox"/> ম্যাগাজিন						
<input type="checkbox"/> বই (পাঠ্য বই এর বাইরে)						
<input type="checkbox"/> রেডিও (রেডিও সেট ও মোবাইলে)						
<input type="checkbox"/> টেলিভিশন (ডিশ লাইনসহ)						
<input type="checkbox"/> টেলিভিশন (ডিশ লাইন ছাড়া)						
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ)						
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)						

<input type="checkbox"/> মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট সহ)						
<input type="checkbox"/> মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট ছাড়া)						
স্কুলে ব্যবহারের সুযোগ আছে	আপনি ব্যবহার করেন (সপ্তাহে কত ঘন্টা)					
	একবারেই ব্যবহারে করিনা	১-২ ঘন্টা	৩-৫ ঘন্টা	৬-৮ ঘন্টা	৮-১০ ঘন্টা	১০ ঘন্টার বেশি
<input type="checkbox"/> সংবাদপত্র (দৈনিক)						
<input type="checkbox"/> ম্যাগাজিন						
<input type="checkbox"/> বই (পাঠ্য বই এর বাইরে)						
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ)						
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)						

২। আপনি কী কী প্রয়োজনে নিম্নোক্ত মাধ্যমগুলো ব্যবহার করেন ? (একটির বেশি টিক দেয়া যাবে)

গণমাধ্যম/মাধ্যম	সাধারণত ব্যবহার করি না	তথ্য পাওয়া	শিক্ষা	বিনোদন	যোগাযোগ করা
-----------------	------------------------------	----------------	--------	--------	----------------

<input type="checkbox"/> সংবাদপত্র (দৈনিক)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> সংবাদপত্র (সাপ্তাহিক)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ম্যাগাজিন	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> বই (পাঠ্য বই এর বাইরে)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> রেডিও (রেডিও সেট ও মোবাইলে)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> টেলিভিশন (ডিশ লাইনসহ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> টেলিভিশন (ডিশ লাইন ছাড়া)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেটসহ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> ব্যক্তিগত কম্পিউটার (ইন্টারনেট ছাড়া)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট সহ)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
<input type="checkbox"/> মোবাইল ফোন (ইন্টারনেট ছাড়া)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

৩। আপনি কার ফোন ব্যবহার করেন ?

- নিজের বাবা-মায়ের ভাই-বোনের বন্ধু-বান্ধবীর
নিকটাত্মীয়-এর দোকান থেকে

৪। আপনি কী ধরনের ফোন ব্যবহার করেন ?

- স্মার্ট ফোন স্মার্ট ফোন না

৫। দৈনন্দিন খবর জানতে আপনি কোন মাধ্যমটি সবচেয়ে বেশি ব্যবহার করেন? (একটির বেশি টিক দেয়া যাবে)

মাধ্যম	কখনোই না	সপ্তাহে ১-২ দিন	সপ্তাহে ৩-৪ দিন	সপ্তাহে ৫-৬ দিন	প্রতিদিন	দিনে কয়েকবার
টেলিভিশনে নিউজ দেখি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
পত্রিকা পড়ি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
রেডিওতে খবর শুনি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
অনলাইন পোর্টালে সংবাদ দেখি বা পড়ি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ফেইসবুকে শেয়ার করা সংবাদগুলো দেখি বা পড়ি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
ইউটিউবে সংবাদ দেখি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
অন্যের কাছ থেকে শুনি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম ব্যবহার সংক্রান্ত

৬। আপনি কি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম যেমন ফেইসবুক, ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম ইত্যাদি ব্যবহার করেন?

হ্যাঁ না

৭। উত্তর “না” হলে, কেন ব্যবহার করেন না? [একাধিক উত্তর হতে পারে]

- মোবাইল, কম্পিউটার বা অন্য কোন ডিভাইসে এগুলো ব্যবহার করার আমার কোন সুযোগ নেই
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে আমার কোন ধারণা নেই
- সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম সম্পর্কে আমি জানি কিন্তু ব্যবহার করা শিখিনি
- আমার পরিবার আমাকে সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করার অনুমতি দেয় না
- অন্যান্য _____

উত্তর “হ্যাঁ” হলে ৮ থেকে ১৫ নম্বর প্রশ্নের উত্তর দিন :

৮। কোন কোন সামাজিক মাধ্যম ব্যবহার করেন? [একাধিক উত্তর হতে পারে]

- | | |
|------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> ফেইসবুক | <input type="checkbox"/> ব্লগ |
| <input type="checkbox"/> টুইটার | <input type="checkbox"/> ভাইবার |
| <input type="checkbox"/> ইউটিউব | <input type="checkbox"/> হোয়াটসঅ্যাপ |
| <input type="checkbox"/> স্লিকার | <input type="checkbox"/> ইন্সটাগ্রাম |
| <input type="checkbox"/> লিঙ্কড-ইন | <input type="checkbox"/> স্ল্যাপচ্যাট |
| <input type="checkbox"/> ইমো | <input type="checkbox"/> অন্যান্য (দয়া করে উল্লেখ করুন) |
-

৯। আপনার প্রথম সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম যেমন ফেইসবুক, ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম এ একাউন্ট খুলতে আপনাকে কে সাহায্য করেছে ?

- বাবা-মা ভাই-বোন বন্ধু-বান্ধবী
নিকটাত্মীয় আমি নিজে খুলেছি
 নিকটবর্তী ডিজিটাল সেন্টারে আমার নিজের একাউন্ট নেই

১০। আপনি আপনার প্রথম সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম যেমন ফেইসবুক, ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম একাউন্টটি কবে খুলেছেন ?

- এক বছরের কম সময় ধরে ১ বছর আগে ১-২ বছর আগে
 ২-৩ বছর আগে
 ৩ বছরের বেশি আগে আমার নিজের একাউন্ট নেই

১১। প্রতিদিন গড়ে কতক্ষণ সময় আপনি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম (যেমন ফেইসবুক, ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম) ব্যয় করেন ?

- এক ঘন্টার কম ১-২ ঘন্টা ৩-৪ ঘন্টা ৫-৬
ঘন্টা ৬ ঘন্টার বেশী

১২। সাধারণত সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে (যেমন, ফেইসবুক, ইউটিউব, ইন্সটাগ্রাম) আপনি কী কী করেন ? [একাধিক উত্তর হতে পারে]

মাধ্যম	কখনোই না	সপ্তাহে ১-২ দিন	সপ্তাহে ২-৪ দিন
নিজের বা বন্ধুদের ছবি আপলোড করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
স্ট্যাটাস/মতামত দেই	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
অন্য কারো শেয়ার করা ছবি/স্ট্যাটাস/ সংবাদের লিঙ্ক শেয়ার করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
খবর পড়ি বা শেয়ার করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
বন্ধুদের সাথে যোগাযোগ করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

নিজে কিছু শেয়ার করি না শুধু অন্যের শেয়ার করা বা আপলোড করা পোস্টে বা ছবিতে লাইক দেই, কमेंট করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
সেলিব্রিটিদের (অভিনেতা, অভিনেত্রী, গায়ক, গায়িকা, খেলোয়াড়) পেইজ ফলো করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ভিডিও দেখি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
বিজ্ঞাপন দেখি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
আড্ডা দিই/ চ্যাট করি	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

১৩। আপনার মতে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে ব্যবহারের সুবিধা কী কী ?

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> তথ্য পাওয়া | <input type="checkbox"/> নিজের মতামত শেয়ার |
| <input type="checkbox"/> বন্ধুদের সাথে যোগাযোগ করা | <input type="checkbox"/> নিজেকে আপডেটেড রা |
| <input type="checkbox"/> পরিবার বা আত্মীয়দের সাথে যোগাযোগ করা | <input type="checkbox"/> পড়াশোনার কাজে ব্যবহ |
| <input type="checkbox"/> বিনোদন পাওয়া | <input type="checkbox"/> অন্যান্য (যদি থাকে) _____ |

১৪। আপনার মতে, সামাজিক যোগাযোগের খারাপ দিক বা অসুবিধা কী কী ?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> আসক্ত হয়ে যাওয়া | <input type="checkbox"/> বন্ধুত্বের সম্পর্কে জটিল |
| <input type="checkbox"/> স্বাস্থ্য ঝুঁকি তৈরী হওয়া | <input type="checkbox"/> অপ্রীতিকর মন্তব্য কিম্বা |
| <input type="checkbox"/> পড়াশোনার ক্ষতি | <input type="checkbox"/> একাউন্ট হ্যাক হওয়া |
| <input type="checkbox"/> মিথ্যা তথ্যে বিভ্রান্ত হওয়া | <input type="checkbox"/> অন্যান্য (যদি থাকে) _____ |

১৫। আপনি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে কি কখনও কোন সমস্যা/হয়রানির শিকার হয়েছেন

?

হ্যাঁ না

উত্তর হ্যাঁ হলে কী ধরনের সমস্যা ?

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> একাউন্ট হ্যাক | <input type="checkbox"/> স্ট্রীমশট বা ছবি দেখিয়ে |
| <input type="checkbox"/> অপ্রীতিকর মন্তব্য | <input type="checkbox"/> ইনবক্সে অপ্রীতিকর ছবি |

আপনার ইচ্ছার বিরুদ্ধে আপনার ছবি শেয়ার

১৬। আপনার বন্ধু কিংবা আপনার বয়সী আপনার আশেপাশের কেউ কি সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের কারণে কোন অসুবিধার সম্মুখীন হয়েছে ?

হ্যাঁ না

উত্তর হ্যাঁ হলে কী ধরনের সমস্যা ?

একাউন্ট হ্যাক

স্ট্রীমশট বা ছবি দেখিয়ে

অপ্রীতিকর মন্তব্য

ইনবক্সে অপ্রীতিকর ছবি

আপনার ইচ্ছার বিরুদ্ধে আপনার ছবি শেয়ার

যোগাযোগ মাধ্যমের প্রয়োগ ও ব্যবহারের দক্ষতা সংক্রান্ত

১৭। আপনার সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমের একাউন্ট এর পাসওয়ার্ড, মোবাইল স্ক্রিন কিংবা ইমেইলের পাসওয়ার্ড আপনি অন্য কারো সাথে শেয়ার করেন ?

হ্যাঁ

মাঝে মাঝে

না

১৮। আপনি তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি আইন, মানহানি আইন, তথ্য অধিকার আইনগুলোর-

শুধু নাম জানেন

এর বিষয়বস্তু জানেন

ব্যবহার জানেন

কিছুই জানেন না

১৯। বিভিন্ন সংবাদ মাধ্যমে পাওয়া খবরের বিশ্বাসযোগ্যতা রয়েছে, এই বক্তব্যের সাথে আমি

ঃ

মাধ্যম	পুরোপুরি একমত	অনেকটা একমত, তবে পুরোপুরি না	একমতও না, ভিন্নমতও না	না
টেলিভিশন	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
সংবাদপত্র	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

রেডিও	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
অনলাইন পোর্টাল	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ফেইসবুক, হোয়াটস অ্যাপ বা অন্যান্য সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
ইউটিউব	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	

২০। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে অন্য কারো পোস্ট করা কোন কিছু শেয়ার করার আগে আপনি কি তা যাচাই করেন ?

- হ্যাঁ না

উত্তর হ্যাঁ হলে, কিভাবে যাচাই করেন? [একাধিক উত্তর হতে পারে]

- ওই সংবাদের সাথে সম্পর্কিত ব্যক্তি বা প্রতিষ্ঠানের মাধ্যমে তা যাচাই করি
 অন্যান্য কয়েকটি সংবাদ মাধ্যমের সংবাদের সাথে তুলনা করি
 আমার চেয়ে বয়সে বড় কারও সাথে কথা বলে জানার চেষ্টা করি

২১। আমি কোন সংবাদ/ছবি শেয়ার (সোশ্যাল মিডিয়ার মাধ্যমে কিংবা নিজের মুখে) করার সময় নিজের মত প্রকাশ করার জন্য নিজের মনের কথা লিখে ক্যাপশান দিই-

- হ্যাঁ না প্রয়োজ্য নয়

২২। কোন সামাজিক কিংবা রাষ্ট্রীয় কিংবা রাজনৈতিক বিষয় নিয়ে সোশ্যাল মিডিয়াতে বিতর্ক তৈরি হলে আমি সে বিতর্কে কমেন্ট /শেয়ার করে অংশ নিই। (যেমন-জাতীয় নির্বাচন, হিরো আলম, রোহিঙ্গা সমস্যা)

- হ্যাঁ না প্রয়োজ্য নয়

২৩। আমি কোন অ্যাপস এ একাউন্ট খোলার সময় এর শর্তাবলি (টার্মস এন্ড কন্ডিশান) না পড়ে এতে যুক্ত (“আই এগ্রি”) হইঃ

- হ্যাঁ না প্রয়োজ্য নয়

২৪। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যমে ফ্রেন্ড কিংবা ফলোয়ার হিসেবে কাউকে যুক্ত করার ক্ষেত্রে আপনি কোন বিষয়টি বিবেচনা করেন?

- কাউকে সরাসরি চিনলে শুধুমাত্র তখনই ফ্রেন্ড/ ফলোয়ার হিসেবে যুক্ত করি
- অনেক মিউচুয়েল ফ্রেন্ড থাকলে তাকে যুক্ত করি
- প্রোফাইল দেখে পছন্দ হলেই যুক্ত করি

২৫। কোন নতুন জায়গা চিনতে না পারলে আমি গুগল ম্যাপ ব্যবহার করি

- সব সময় ব্যবহার করি মাঝেমাঝে ব্যবহার করি একেবারেই ব্যবহার করি না

২৬। পড়াশোনার বিষয়ে কিছু বুঝতে না পারলে কিংবা দৈনন্দিক জীবনে কোন সমস্যার সম্মুখীন হলে (যেমন-শরীরের কোন অংশ কেটে/পুড়ে গেলে, কম্পিউটার/মোবাইলের সামস্যা হলে, ডাক্তারের সাক্ষাৎকারের প্রয়োজন হলে) আমি ইন্টারনেটে সে সমস্যার সমাধান খোজার চেষ্টা করি।

- সবসময় মাঝে মাঝে
- কখনোই না

২৭। কোন সমস্যা (পড়াশোনা কিংবা অন্য দৈনন্দিন সমস্যা) সমাধানে আমি সরকারী ওয়েবসাইট থেকে তথ্য নিয়েছি এবং উপকৃত হয়েছি।

- সবসময় মাঝে মাঝে
- কখনোই না

২৮। নিম্নোক্ত বিষয়গুলোতে আমার দক্ষতা আছে- [একাধিক উত্তর হতে পারে]

ছবি এবং ভিডিও করা	হ্যাঁ	না
ফটোশপ কিংবা অন্য কোন এপ্লিকেশনের মাধ্যমে ছবি এডিট (সম্পাদনা) করা		
ভিডিও সম্পাদনা করে এর মধ্যে শব্দ যোগ করা		
গ্রাফিক্স ডিজাইন করা		
কম্পিউটার/ল্যাপটপ/মোবাইলকে ভাইরাস থেকে রক্ষা করা		

ছবি দিয়ে ইন্টারনেট সার্চ করে ছবির মূল উৎস বের করা		
ছবিতে টেক্সট (লিখা) যোগ করে দিয়ে মিম তৈরি করা		

২৯। সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম বা মোবাইলে কোন রকম হয়রানির শিকার হয়ে থাকলে আপনি তা কার সাথে শেয়ার করেছেন?

- বাবা-মা ভাই-বোন বন্ধু-বান্ধবী শিক্ষক
 আত্মীয়-স্বজন
 সোশাল মিডিয়ার বন্ধু কারো সাথে নয় হয়রানির শিকার হই নি
 অন্যান্য (দয়া করে উল্লেখ কর)

৩০। আমার জানা মতে, সামাজিক যোগাযোগ মাধ্যম বা মোবাইলে কোন রকম হয়রানির শিকার হলে নিচের কাজটি করতে হয়ঃ

- ৯৯৯ নম্বরে ফোন করতে হয় থানায় জানাতে হয় বাবা-মা বা
 অভিভাবককে জানাতে হয় শিক্ষককে জানাতে হয় জানা
 নেই

৩১। আমার কম্পিউটার “অপারেট” করার দক্ষতা আছে

- অনেক দক্ষতা আছে
 কিছুটা দক্ষতা আছে
 একদমই দক্ষতা নেই

৩২। আপনি অ্যাপস স্টোর থেকে কোন সফটওয়্যার ডাউনলোড করেন?

- সব সময় করি
 মাঝে মাঝে করি
 কখনোই নিজে ডাউনলোড করিনি তবে জানি কিভাবে করতে হয়
 এই ব্যাপারে আমার কোন ধারণা নেই

৩৩। কম্পিউটার অথবা মোবাইল ফোন ভাইরাস আক্রান্ত হলে আপনি কি এর সমস্যা সমাধানে যথাযথ পদক্ষেপ নিতে পারেন?

- পারি
- কখনো চেষ্টা করে দেখিনি
- পারিনা
- কখনও এমন সমস্যার সম্মুখীন হইনি

৩৪। আপনি কি ইন্টারনেটে কথা বলার (চ্যাট) করার সময় সাংকেতিক কোন উপাদান যেমন ইমোজি, স্টিকার, মিম ইত্যাদি ব্যবহার করেন ?

- অনেক ব্যবহার করি
- মাঝে মাঝে ব্যবহার করি
- একদমই ব্যবহার করিনা
- প্রয়োজ্য নয়

৩৫। কোন সংবাদ পড়ার কিংবা দেখার পর আপনি কি এর সত্যতা যাচাই করার চেষ্টা করেন ?

- সবসময় জানার চেষ্টা করি
- মাঝেমাঝে জানার চেষ্টা করি
- কখনোই জানার প্রয়োজন অনুভব করিনা

৩৬। বাস্তব জীবনে কিংবা ইন্টারনেটের মাধ্যমে কোন ভুয়া খবর/গুজব ছড়াতে দেখলে আপনি কি করেন ?

- নিজে সচেতন থাকি এবং সেটি অন্য কারও সাথে বলিনা
- প্রতিবাদ করি এবং অন্যকে সত্য জানতে সাহায্য করি (মুখে কিংবা ইন্টারনেটে)
- কিছু করিনা, চুপচাপ থাকি

৩৭। বাংলাদেশে রাজনৈতিক প্রভাবের কারণে সংবাদ কিংবা তথ্যের সত্যতার বিকৃতি ঘটে -

- পুরোপুরি একমত
- অনেকটা একমত, তবে পুরোপুরি না

- একমত ও না, ভিন্নমতও না
- কিছুটা একমত
- একেবারেই একমত না

৩৮। বাংলাদেশে গণমাধ্যমের মালিকানার প্রভাবে সংবাদের সত্যতা বিকৃতি ঘটতে পারে

- পুরোপুরি একমত
- অনেকটা একমত, তবে পুরোপুরি না
- একমতও না, ভিন্নমতও না
- কিছুটা একমত
- একেবারেই একমত না

৩৯। কোন মাধ্যমে সংবাদের উপর রাজনৈতিক প্রভাবের কারণে সংবাদ/তথ্যের বিকৃতি হতে পারে বলে মনে হয়? (একের অধিক উত্তর দেওয়া যাবে)

- টেলিভিশনে
- পত্রিকায়
- অনলাইন নিউজে
- ইউটিউবে
- ফেইসবুক, হোয়াটসআপসহ অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়াতে
- উপরের সবগুলো

৪০। কোন মাধ্যমে যে ব্যক্তি সংবাদ দিচ্ছে তার নিজেস্ব পক্ষপাতমূলক বিশ্বাসের কারণে সংবাদ/তথ্যের বিকৃতি হতে পারে বলে মনে হয়? (একের অধিক উত্তর দেওয়া যাবে)

- টেলিভিশনে
- পত্রিকায়
- অনলাইন নিউজে
- ইউটিউবে
- ফেইসবুক, হোয়াটসআপ সহ অন্যান্য সোশ্যাল মিডিয়াতে
- উপরের সবগুলো

৪১। সোশ্যাল মিডিয়া (ইউটিউব, ফেইসবুক, ইন্সটাগ্রাম ইত্যাদি)-র মাধ্যমে নিজের মনের ভাব এবং মতামত প্রকাশ করা গুরুত্বপূর্ণ -

- পুরোপুরি একমত
- অনেকটা একমত, তবে পুরোপুরি না
- একমতও না, ভিন্নমতও না
- কিছুটা একমত
- একেবারেই একমত না

৪২। সোশ্যাল মিডিয়াতে কোন ছবি, স্ট্যাটাস, ভিডিও কিংবা সংবাদ আপলোড দেওয়ার আগে এটি কে কে দেখতে পাবে তা কি আপনি বিবেচনা করেন?

- সব সময় করি
- মাঝে মাঝে করি
- কখনোই করি না
- প্রয়োজ্য নয়

৪৩। ছবি, ভিডিও বা স্ট্যাটাস বা অন্য যে কোন কন্টেন্ট (উপাদান) আপলোড করার পর সেখানকার অন্যের কন্টেন্ট বিবেচনা করে আপনি কি করেন ?

- কন্টেন্টটি কিছুটা পরিবর্তন করে দিই
- কন্টেন্টটি ডিলিট/ মুছে দিই
- কিছুই করিনা
- প্রয়োজ্য নয়

৪৪। আপনার আশেপাশের কোন সমস্যা নিয়ে আপনি কি ছবি তুলে, ভিডিও করে কিংবা লিখে সোশ্যাল মিডিয়াতে তা প্রচার করেন ?

- সব সময় করি
- মাঝে মাঝে করি
- কখনোই করি না
- প্রয়োজ্য নয়

ক বিভাগঃ উত্তরদাতার পরিচয়

নাম (ঐচ্ছিক) _____

বয়সঃ

লিঙ্গঃ পুরুষ নারী অন্যান্য

স্কুলের/মাদ্রাসার নামঃ _____

শ্রেণিঃ

৬ষ্ঠ শ্রেণি ৭ম শ্রেণি ৮ম শ্রেণি ৯ম শ্রেণি

উত্তরদাতার জনসংখ্যাতাত্ত্বিক ও আর্থসামাজিক অবস্থান সম্পর্কিত তথ্য

আপনার বাবা সবোচ্চ কোন স্তর পর্যন্ত পড়াশোনা করেছেন?

আপনার মা সবোচ্চ কোন স্তর পর্যন্ত পড়াশোনা করেছেন?

আপনার বাবার প্রধান পেশা -

কৃষি ব্যবসা বিদেশে চাকুরী চাকুরী
 দিন মজুর জেলে
 অন্যান্য (উল্লেখ করুন) _____

আপনার মায়ের প্রধান পেশা -

কৃষি ব্যবসা গৃহিণী চাকুরী
 অন্যান্য (উল্লেখ করুন) _____

(আমাদের সময় দেয়ার জন্য
আপনাকে ধন্যবাদ)