

# SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



AFFILIATED TO BANKURA UNIVERSITY

SESSION : 2022-23

PROJECK WORK

NAME - MANDIRA SEN

SUBJECT - BENGALI (HONS)

SEMESTER - 2nd. SEM

ROLL - 553

STUDENT ID - 1192200450

UID NO - 22191101014

Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist.-Bankura

... 1854 ...

... 1800 ...

For the better instruction of the junior civil servants of the company' (गर्ला माहितीचे इतिहास - मजुरी गनु राम)

□ ... 1854 ...

□ ...

- 1802- ...
1802- ...









# SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



NAME :- MAMONI MAJI  
SUBJECT :- BENGALI (HONS)  
SEMESTER :- 2 ND SEM  
ROLL NO :- 551  
STUDENT ID :- 1192201033  
UID NUMBER :- 22191101033

Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist. Bankura











# SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



Internal assessment 2023

Project work

4th sem Hons

বাংলা রচনা শক্তির নৈপুণ্য

AHBNG-405-SEC-2

10

Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O., Saltora, Dist.-Bankura

Name: Sudip Mondal

UID: 21191101040

Roll no: 43

Sem: 4th

Subject: Bengali



ত্রি-দাবদাহ-কলে-চু-চি-আবহ-ফারিয়া-অসী-অশাম-কলে-কাল-  
চি-লেখ-।

অতি,  
অসী,  
কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কাল-কো-বা-কু-কো-

বিশ্ব-ত্রি-দাবদাহ-কলে-চু-চি-আবহ-

অশাম,

অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
দ্বিতীয়-অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-। অ-ত্রি-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-।

এই-অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-। এই-অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-। এই-অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-। এই-অশাম-কলে-কাল-কো-মে-অ-মে-মারী-কলে-  
কলে-।



ବିନୟବାହାଣୀ,  
ଜାତନାମ = ସୁକାନ୍ତ = ଅକ୍ଷୟ = ଦୀପ୍ତି  
ସୁଧୀୟ = ଅକ୍ଷୟ  
ଦ୍ୱିତୀୟ = ବସନ୍ତ  
ପୁତ୍ର = ଲେଖିକାଙ୍କ  
କାଳୀକା = ମୃତ୍ୟୁ - 43  
କାଳୀକା = ଲେଖିକା = ଲେଖିକାଙ୍କ

ତାରିଖ - 24/05/2023

# SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



Internal assessment 2023

Project work

4th sem Hons

বাংলা রচনা শক্তির নৈপুণ্য

AHBNG-405-SEC-2

10

Name:

Priya Chakraborty

UID:

21191101033

Roll no:

27

Sem:

4th

Subject:

Bengali

Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist. Bankura



## ১। শূন্য অংশগুলির সূত্র :-

নির্দিষ্ট ভাষায় শূন্য কল্পনা করা যায় বা শূন্যের মূল অংশগুলির  
প্রক্রিয়ায় শূন্য ভাষায় মূল অংশগুলি বা শূন্য চিহ্ন।

- ১) শূন্য চিহ্ন শূন্য করার আগে আন্তর্লিপিটো অন্তর্ভুক্ত অক্ষর  
যেখানে করে আছে নিচে হয়।
- ২) বাক্যের মূল অংশগুলি শূন্য চিহ্নের অর্থ অন্যভাবে প্রকাশ লক্ষ্য। (ইউরোপ  
শূন্য বাক্যের অর্থ একান্ত দৃষ্টি। (বাংলা অক্ষরগুলি নির্ধারিত বাক্য  
অনুসারে)।
- ৩) অনেক শব্দের বিকল্প বাক্য চালু আছে। যেমন - আলি - পল্লী  
অপসি - অপসী, শরিত - শরিত ইত্যাদি। তবে বাংলায় শব্দ লেখার  
বিকল্প বাক্যের যেটি ব্যবহার করেছেন সেই বাক্যেরই অর্থ বাক্যে  
অনুসৃত হবে। যেমন :- 'পল্লী' বাক্য লেখা হলে তাৎপর্য ওই শব্দটি  
ব্যবহার হয়েছে তাৎপর্য ওই 'পল্লী' বাক্য ব্যবহৃত হবে। কোথাও পল্লী  
আবার কোথাও পল্লী অর্থকর্মী চলবে না।
- ৪) শূন্য ২ চিহ্ন - যে বাক্যে শূন্যকরণ জড়িত বাক্যে যতিচিহ্নের  
ব্যবহার, ঠিকভাবে প্যারাগ্রাফ বা অনুচ্ছেদের আশ, দুই লাইনের মাঝে প্লেজ  
বা ইংরেজি অর্থ, দুই শব্দের মাঝে প্লেজ বা ইংরেজি বাক্য  
ইত্যাদি চিহ্ন প্রয়োগে শূন্যকরণের আশেপাশে থাকতে হয়।
- ৫) শূন্য চিহ্ন - যে চিহ্নগুলির আশে সুধারিত হওয়া ও অর্থে বাক্য  
অর্থবাহী। চিহ্নগুলি প্রয়োগের অনুসারে বাক্যে ব্যবহার করতে  
হয়।
- ৬) অর্থ শূন্যের মাঝে বা অন্যদিকে অংশগুলি শূন্যকরণের মাঝে  
হয়।
- ৭) কল্পনার তিনবার শূন্য অংশগুলি করে প্রয়োগ। প্রয়োগের  
অতিরিক্ত অংশগুলি করে হতে পারে।



VIII) দক্ষ পুষ্টি বিচার শক্ত্যক পুষ্টি যন্ত্রণালয় বৈজ্ঞানিক তথ্যপ্রতিষ্ঠা ও  
 অবিভাজী শক্ত শয়। তালি মই জাভানোর পুষ্টি দক্ষ, অধিক পুষ্টি  
 বিচারক বৈজ্ঞানিক শূন্যই শূন্যশূন্য।

পুষ্টি অংশবিনেত চিহ্ন :

**চিহ্ন**

**অর্থ**

○

কুৎসিত।

(X)

অক্ষয় শক্ত্যক বদল।

#

শক্ত্যক কুৎসিত দেওয়া।

∇

মূল তথ্যই শক্ত্যক গেলে।

H ∇

অক্ষয় অক্ষয় হওয়া লেখা শক্ত্যক  
 গেলে।

~ স্বাস্থ্য/অক্ষয়

স্বাস্থ্যদিক শক্ত্যক।

~ স্বাস্থ্য/স্বাস্থ্য

স্বাস্থ্যদিক শক্ত্যক।

অক্ষয় অবিভাজন

≠ anima / ≠ (A) (a)

শক্ত্যক বদলাতে শক্ত্যক।

Y স্বাস্থ্য ল শ  
 Y

শক্ত্যক বীচ মই গেলে।

∴ ∴

অক্ষয়কালোর বদল  
 করা বদল।

5

10

লাইন বৈজ্ঞানিক শক্ত্যক গেলে।  
 অক্ষয়কালোর করা অক্ষয়।

MP

শক্ত্যক বৈজ্ঞানিক গেলে।

∞ লাফ লে

শক্ত্যক চিহ্ন বদলাতে শক্ত্যক।

∞ ∞

- ১
- ২
- ৩
- ৪
- ৫
- ৬
- ৭
- ৮
- ৯
- ১০
- ১১
- ১২
- ১৩
- ১৪
- ১৫



# SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE

## INTERNAL ASSESSMENT 2023 PROJECT WORK

Name :- Sunita Karmakar

Semester- 6

Sub:- Bengali

Roll No. :- 11

Regd. No.: 05456 of 2020-21

Course Id- AHBNG-603 DSE-3

Course Title- মধ্যযুগের বাংলা সাহিত্য

20  
Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
PO- Saltora, Dist.-Bankura

রাড়ের জাতীয় কাব্য হিসেবে ঘনরাম চক্রবর্তীর 'বর্মমঞ্জি' কাব্যের মাধ্যমে বিচার করে।

⇒ "যেতি মীচ ফুলে ফুল জাতীতে ফুঁয়ড়  
কেহ না পরাম করে মোকে বলে রাড়?"

রুড় কবরম ফুঁয়ড়দের দেশ বলেই যৌদ্ধদের নাম রাড় হয়েছে - মনুষ্যটি মনুষ্য। আজ সেই রাড় বাঙালির মর্মে হলে ঘনরাম চক্রবর্তীর বর্মমঞ্জি কাব্য।

১) আঞ্চলিক মর্মে: - রাড় বাঙালির দক্ষিণে বলে বর্মমঞ্জি কাব্যে আছে রাড়ের জনময়ের কথা। কাব্যের কেন্দ্রীয় চরিত্র নাও সেনের রাজধানি ছিল ময়নাগড়, তখনকার শহর থেকে প্রায় ২৬ কিমি দূরে। পশ্চিম বাঙালীর পক্ষে অবশিষ্ট জেড়। বঙ্গবাহিনী ও বর্মসৈন্যের মুখে জেড়ে পোড়ে দেওয়ার জন্য হত খন্দ খাওয়া করে এখন তার মাথা মখে পড়েছে রাড় বাঙালির জনময়। "কামিনীদি পারিয়ে হত হুমা এটি ব্রহ্মপুর / বিড়ে যান্নি মাহুলে হু মা / কামিনীজোড়া কাম্পুরে / জনী-বামে ঠান্নি হু / বিষ্ণুপুরে মেবে গিব উমা।"

২) রাড় অঞ্চলের ইতিহাস: - রাড় অঞ্চলের নানা উল্লেখ বর্মমঞ্জি কাব্যে বিস্তৃত। এ-কাব্যের নায়ক নাও সেন ইতিহাসিক চরিত্র। কারণ তার নাম বাঙালি মুক্তিযোদ্ধাদের মধ্যে দেউল আছে, এর কাছে নাও সেনের কবুর নামে এক পুকুর আছে। সে অঞ্চলের জোমেরা ২৩ই ফেব্রুয়ারি ওই পুকুরে স্থান করে, দু-জাতী কালুখীরের তর্ক করে।





SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



SALTORA \* BANKURA

10

PROJECT WORK  
INTERNAL ASSESSMENT 2023



Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist. Bankura

STUDENT NAME :- SANDIP MONDAL

ROLL NO :- 526 SEMESTER- VI 3<sup>RD</sup> YEAR

SUBJECT:- BENGALI

COURSE ID - APBNG-604 SEC-4

COURSE TITLE- বিজ্ঞাপনের ভাষা ও চলচ্চিত্রের ভাষা

UID-2019/201050.



বিজ্ঞাপনের ভাষা সময়ের সাথে সাথে কীভাবে বদলে  
যে তার একটি রূপরেখা নির্মাণ করো।

এই রচনা শুরু করার আগে দু'টি (অনিবার্য)  
সীমাবদ্ধতার কথা উল্লেখ করে নেওয়া ভালো। প্রথমটি  
নৈব্যক্তিক। দ্বিতীয়টি ব্যক্তিক।

এক বিজ্ঞাপনের 'ভাষা' বলতে কী বোঝায়, তা স্বর্ষ লিখিত  
স্বদিত লোকের অর্ধারে প্রকাশ করা অসম্ভব। কারণ, 'বিজ্ঞাপন'  
দুটি লিখক স্বেচ্ছামর্ধ্যের অংশে আচ্ছন্ন নয়। আর, দীর্ঘকালের  
তা দৃশ্য-শ্রাব্য মাধ্যমে হাজির। এমনকী, তা মোক্ষও এক  
স্বপ্ন এলিয়ে অর্ধনা-ইন্টার অ্যাকটিভ জাতের দেওয়া-নেওয়া  
ফিরিয়ে দেওয়ার বাঁচে উন্নীত। সুতরাং, বিজ্ঞাপনের ভাষা  
বললে স্রেফ লিখিত লোকই ভাবনাকে সীমিত রাখা কঠিন।  
অনুচিতও বাটে। সুতরাং, এই বিশেষ অংকটি নৈব্যক্তিক।

দুই, যদি লিখিতস্বদিত লোকই মোক্ষোচনের অবলম্বন হয়।  
তখন সমস্যা এই যে এমন একটি দূরপ্রসারী এবং  
বহুমাত্রিক বিষয়ের ঐতিহাসিক যাত্রাপথ এ রচনার সুনির্দিষ্ট  
পরিমার্গ স্থটিয়ে আনা, অসম্ভব অসম্ভব পক্ষে অসম্ভব। অতএব,  
এ অংক চরিত্রে ব্যক্তিক।

এ দুটি সমস্যার কথা কল্পনা করে অতঃপর বিজ্ঞাপনের  
ভাষা কিয়দ কিছু নিবেদন। বহুসংস্কৃত আধুনিকত লক্ষ্যক্রিয়াই  
হয়ে থাকে। পুতোলের কারনাগী হয়ে বলতে পারি, পুজেনীয়  
পাঠকজন কেয়দবি স্মারক করবেন।

অনুক্রমিক অথবা অক্রমিক নামে দুটি ব্যাখ্যানরীতি

ভাষাতত্ত্ব সুবিদিত। বিশদে নিয়ে এক্ষেত্রে লাত নেই বটে, কিন্তু  
 মাদ্রা কথাটি এই জন্যই বলা নেওয়া যেতে পারে যে এই বাঁচাটি  
 রচনার ক্ষেত্রে সবুসী কালন কাজে লাগবে। 'ডায়ালেক্টিক' অর্থে  
 এই আলোচনা যা আলোচ্যকে বিষয়কে কালনের সাহায্য প্রক্রিতে  
 উপলব্ধি করে। কীভাবে (এবং কেন) সমস্যার 'অঙ্ক' বা 'বদলা' (বা  
 'বদলা' না), তা-ই হয় আলোচনার অবলম্বন। অর্থাৎ 'প্রিন্সিপাল'  
 অর্থে 'সমকালিক'। সমস্যাবিন্দুটি একই রইল, 'পার্ট' যেতে পারে দু'ন,  
 'দেখা' যেতে পারে কীভাবে (এবং কেন) একই 'সময়কালে' বিভিন্ন (বা  
 বিভিন্ন) রূপে দেখা দিচ্ছে সে বিষয়।

এই রচনার ক্ষেত্রে আমরা 'প্রিন্সিপাল' বাঁচাটিই অবলম্বন করতে  
 চাই। কেন চাই, তা উল্লিখিত দ্বিতীয় দ্বীকারোক্তিটি থেকে স্পষ্ট। অর্থাৎ,  
 উল্লিখিত পরিধিরে যেতি বিদ্যুত একটি ভাবনাকে প্রকাশের ক্ষেত্রে কতিনত  
 প্রকাশ।

আলোচনার দু'ন - পরিধিটি নির্দিষ্ট করে বিস্তৃত করা যাক।  
 একটি বিশেষ দিনের আংবাদপত্রে প্রকাশিত বিভিন্ন বিজ্ঞাপনকে কেন্দ্র করে  
 চর্চাটি চাড়ে উঠবে। কিন্তু ২৬ ডিসেম্বর ২০১৫ তারিখে 'এই সময়'  
 পত্রিকায় যে সব বিজ্ঞাপন প্রকাশ পেয়েছিল, সেগুলো প্রথম পাঠ্য  
 থেকে শুরু করে শেষ পৃষ্ঠা 'শুধু' বিবিধ 'মোটের' বিজ্ঞাপনই থাকবে  
 অর্থাৎ।



এই সময় এর প্রথম পাতায় দুটি বড়ো ডিক্সে বিজ্ঞাপন।  
একটি হিরে অন্যটি যৌন অঙ্কনতার দাওয়াই। হীরকের বিজ্ঞাপনটি  
ইংরেজি ভাষায়। অন্যটি বাংলা। বিজ্ঞাপনে কী আছে, সে আলোচনা  
আমি দুটি খুব উল্লেখযোগ্য বিষয় জ্ঞান করা ভালো প্রথমত,  
হীরের বিজ্ঞাপনটি বাংলায় নয়, যদিও কানজটি বাংলা। কেন নয়, তা  
জানা করার বিষয়। দ্বিতীয়ত, যৌন অঙ্কনতার দাওয়াইয়ের বিজ্ঞাপনটি  
প্রথম পাতায় কেন, তাও ভাবা উচিত।

হীরের কথায় পরে আসা যাবে, আমি যৌন- (অ) অঙ্কনতার  
বিষয়টি দেখা যাক। এই জাতীয় অঙ্কনতা যেমন, তেমনই এই  
বীরের দাওয়াইয়ের বিজ্ঞাপনও যেদিনের কিছু নয়। দীর্ঘকালই এই  
জাতীয় চিকিৎসাকর্মের বিজ্ঞাপন ~~কর~~ কর্তব্য জন-পরিমারে হাজির  
জন-পরিমার, ইংরেজি পরিভাষায় 'পাবলিক প্লেস' শব্দবন্ধটি একত্রে  
দ্বিমাত্রিক। অংবাদপত্র নিশ্চিত ভাবেই জন-পরিমার। মেবার, রাডুয়ার্টে  
। স্টেশনে কোচনারও জন পরিমার। এই জাতীয় বিজ্ঞাপন, অনেক  
অঙ্কনকে আমেও, মূলত এই বীরের কোচনারের দেওয়ালে  
মর্জ থাকত। ছোট ছোট হ্যান্ডবিলের আকারে ছাপা, কাগজের  
আনও তেমন উন্নত জোরের নয়, মূদ্রণ তখৈবচ। এখনও তাদের মেয়ানে  
দেয়া যায়। ডিটিপি মূলত হওয়ায় ছাপার মান খুব উন্নত, যদিও অন্য  
যানা বিষয়গুলো এখনও ধ্বংস কায়দায়। <sup>এ</sup>মর্জ হ্যান্ডবিলের আকারে  
খুব বিজ্ঞাপনের অম্পূর্ণ উপাধুপনার মর্বে এক বীরের ছাপনীয়তার  
অধ্যয়ন দ্বর্ষ। মেন, বড়ো হরফে উঠে আসতে পারছে না বলেই ওইভাবে  
চারাপোদ্দা কায়দায় বাণী প্রবানের কোশল। রাডুয়ার্টেও দেখা যেত

বিভিন্ন ল্যাম্পপোস্টের নামে, একেবারে মোই লেভেল এ, চক্কু মর্দাপ, এই জাতীয় হ্যান্ডবিল আঁটা এগুনও যায়।

সেই সব বিজ্ঞাপন যদি সেই ক্ষুদ্রাকার দক্ষা থাকে, 'সর্বোচ্চ' উঠে আছে অংকাদপত্রের প্রথম পাতায় ও তখন বঁরা যেতে পারে না, জনমানুষের সমীপে একটি পরিবর্তন হয়েছে। যা ছিল অস্বাভাবিক, তাকে প্রকাশ্যে আমরা ব্যাপারে আর 'দ্বৈব' মত বাঁধা থাকে না। যখন অক্ষয়তার বিবিধ চিকিৎসার এমত প্রকাশ্যে দর্শন হালো না হারান, তাতে কখনো শ্রমিকদের সুকুমার হস্তিগণের উৎসাহে সাওয়ার সম্ভাবনা কত দূর, এমন সব আলোচনা নিতান্ত অগতীত।

যে সময় মোবাইল পর্নোগ্রাফি অতীব সুলভ ও চাইলে কেহের জিহতে যে সব চিত্র ও কথা নিতান্ত 'ইমোর মোইজ ওনলি' হয়ে মুঠোফোনে প্রকাশ করতে পারে, সে কালবেলায় 'জানি কিন্তু বলব না' জাতির জ্যাঠামহাজায়ের বাড়াই নিরাক্ষ হবেন। চি সেই নিরাক্ষ বা আমরা দোলাচল অবশ্য এ ক্ষেত্রে আলোচনার বিষয়টি নয়, কখনো এই যে কালীন ও অকালীনের মাঝে যে অমাজ-স্বীকৃত বেড়া-অংকাদপত্র। পাতা যার একটি বড়ো মাপের প্রকাশ্যেই 'সেই ডানারঘাটের স্থানকে বদলেছে দেব। সুতরাং 'ইন্দ্রিয় ক্ষুদ্র ও বাঁকা' বলে যে প্রকৃতি, যেটি ধুদে ধুদে হরফের হ্যান্ডবিল আকর্ষণ উঠে মোমাছে ব্রডকিট-এর পাতাজোড়া বিজ্ঞাপনে। অল্পের ছবিতে হস্ত পুরুষ এবং অতুল্য নারী। এর বাহ্য।





কিছু ব্যয় নেন নির্দিষ্ট বাগিচা কী ও বেল। কার্যক্রমে যদি বিশেষ  
মকটি লক বদলে যে জায়গায় (উদ) অম্বাছে প্রকাশ্যে অনুষ্ঠান  
যে অপ্রকাশ্যে (বহুল ভাবে) প্রচলিত (তথা, উপভোগ্য) কার্যক্রম  
কি বাসিয়ে দেওয়া হয়, তা হলে বাংলা চিঠি লায়ক প্রবল জনপ্রিয়  
বসামান্না থেকে তার আর তরাত্ত থাকে না বিশেষ।

অবশ্য, এই বিশেষ বয়নের বিজ্ঞাপনের ডায় (দৃশ্য ও পার্থ মিলায়)  
মন একটি কাল করেছ; যা সাক্ষরিকই অধুতধ্বব। আর্থিক  
যা যায়, বিজ্ঞাপনের ডায় মুদ্রিত পুং-স্বাসিত। নিষ্ক-নিরপেক্ষতা  
রদুান, যে ডায় যোগ্যমান চলে, তা মুদ্রিত পুরুষের, পুরুষের  
রা এবং পুরুষের জন্য। এমনকী, যখন হুই ফাঁদের মতো কোনও  
নিরপেক্ষ পরিষেবার কথা আসে, তেখানেও অসামান্য নাম  
করলেও পুরুষটিকেই ফাঁদগ্রহীতা হিসাবে দেখানো হয়। অল্প  
নী-অন্যন জিয়ন্ত 'প্রপ' ব্যক্তি কিছু নয়।

এ হলে পরিষ্কৃতিতে বিভিন্ন গণমাধ্যম, বিশেষত মুদ্রণ মাধ্যমে  
বিবি, প্রতিবর্ষিক পণ্যের বিজ্ঞাপন যা করলে, তা বর্তমান বঙ্গীয়  
নয়ংসুতির পরিষেবে যুগান্তকারীই বলা চলে। নারীকে পুং-কামনার  
কল্পন হিসেবে প্রতিষ্ঠিত করাই কার্যক্রমে এক বয়নের রীতি,  
যে নারীকে যেমন কামনারময়ী হিসেবে দেখানো হয়, আর্থিক  
ই ব্যক্ত কামনা নারীদের জুগ হিসাবে কদাপি আসে না, বরং  
দায় হিসাবে আসে বলাই অধুত। এমন, ডায় বা ফলনায়িকা  
সেবে, বিভিন্ন চুবিতে যাদের আয়মন হাটে, বা হালফিল।



আইটেম গার্ল'। নারীদেহটি যে যৌনকুম্ভার অর্ধাং, তা নিয়ে  
অসংযুক্তির কোনও সংজ্ঞা নেই, তবে সেই যৌনতা ততক্ষণই  
হলো, যতক্ষণ তা অব্যক্ত, পুরুষ-অধীন। যে মুহূর্তে নারীটি  
তার কামনাকে অধীন অস্তা প্রকাশ করে পুরুষের কাছে তার  
অব্যক্ত যৌন দাবিটি পেশ করল, তৎক্ষণাৎ সে অমর জলচলন নয়।  
ভ্রম, মোহা এবং অবিলম্বে পরিশ্রম।

তখন একটি পরিস্থিতিতে এই অব বিজ্ঞাপন খুব দৃষ্ট ভাষায়  
কম্বাই জানতে চাইল যে, সেই কামনাময়ীকে তৃপ্ত করা পুরুষের  
ততব্য। অরামরি বিজ্ঞাপনের ভাষা থেকেই উঠে এল সেই বস্তু।  
নারী যেখানে নিচুই নিম্নে যৌনদাসী নয় আর, বরং সে অক্রিয়  
এং কামতাড়িত এবং সেই দাবিটি পেশ করাই তার কোনও দ্বিধা  
নাই। সে কামজর্জর, সুতরাং রতিসুখের তার প্রাপ্য। ২৬ ডিসেম্বর  
এই সময়'-এর অন্তিম পাতায় সেই নারীর ছবি, অল্পে অল্পে  
কটি ক্ষেত্র কমিউনিফিকেশন। বড়ো এক নয়, বরং তাতে স্বনি  
নাই অঙ্গত। 'উফ'। একটি যৌনতৃপ্ত নারীর গভীর জীতকার।  
এক কাতকের দ্বিতীয় দক্ষকটির মর্দাভাণে বিজ্ঞাপনের ভাষা সেই  
মর্ত নারীকেই আমলে এনে দিল। পুরুষের জন্য স্যান্ডনার মতো  
উইল কিছু বড়িকা ও তেল, যা সেখানে লাকি পুরুষ পুরুষও জিরি  
জনের গোয়াব বাবা নেই।

যার প্রত্যেক অক্ষর এর বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপনটি হিরে। বিজ্ঞাপন  
 যা যেকোনো ক্ষেত্রে চলবে এ পনের জেগা ব্যাক। সমস্যাটিকে  
 বিজ্ঞাপনটি জেনি সচেতন, সুতরাং অন্য অর্থ জেনি বন্ধ। যাঁরা  
 বেজি মাঠে অক্ষর বা এলিফ্যান্ট, এ বিজ্ঞাপন তাঁদের জন্য নয়  
 তাই বীরে নিতে হবে। বরং উদ্দিষ্ট জেগা তাঁরাই, যাঁরা ইংরেজী ভাষী,  
 চিকিৎসক না হলেও ইংরেজি মাঠে অড়জড়। এক্ষেত্রে বিজ্ঞাপনের  
 মানেই অর্থ যাচ্ছে একটি নিমিত্ত অর্থীকরণ। অর্থাৎ উচ্চবিত্ত  
 ব্যক্তি, তাঁদের অল্পে যোগাযোগের আবিষ্কার, এজন্যই ছাত্র মন্ডলবাসী  
 ইংলা ভাষী অর্থী বরং সেই জেনিটি মুখ্যত ইংরেজি নিউর। তাই,  
 ইংলা ভাষী কানজে বিজ্ঞাপন দিতে নিমিত্ত অর্থী অর্থী অর্থী অর্থী  
 ভাষী অনুবাদ করার কথা ভাবল না। ফলত, উপাত্তাদেব  
 ম অর্থীটি বদ পড়ে জল, তারা অর্থীতে ওই অর্থীতে কাছে  
 অর্থীত্বীন। তাদের অর্থীটি অর্থীতে করলে তারা অর্থীতে করত  
 ত বিজ্ঞাপনটিকে বাংলায় এল এতে অর্থীতে অর্থীতে করে ইংলা  
 ম। যে অর্থী হল না, কারণ সেই জেনিটির কাছে এল একটি  
 অর্থীতে মতো বিও অর্থীতে, যে কথা বিজ্ঞাপনদাতারা মনেই  
 জানত না।

একই অর্থী ইংরেজি ভাষার প্রয়োগ নিয়ে এল অর্থীতে  
 একটি অর্থী মন্ডলবাসী যাকে বলা অর্থীতে অর্থীতে, সেই অর্থীতে অর্থী  
 মর্থাৎ যাঁরা এ বিজ্ঞাপনের উদ্দিষ্ট, তাঁরা অর্থীতে, এলি-এলি  
 কে অর্থীতে। বিজ্ঞাপন ইংরেজি ভাষা তাদের সেই অর্থীতে



সামাজিক মেবদ্যানকেই স্বেচ্ছিক আন্দোলন। যে বিজ্ঞাপনের কাপিতে  
সে অক্ষর লেখা 'ইট' অ অম লং আর্নি টু বিকাম দ্য ওয়ান';  
মধ্যে অতি বিক্ষিপ্ত এই পণ্যটির ইংরেজি। এর বস্তাকরণ  
ই এক এবং অ-দ্বিতীয়ের বোঝা স্কুল করতে পারত। অক্ষরের  
মধ্যে বসে, নিতান্তই নিজস্ব স্কুলের জোরে যাঁরা পোলাদা, গুঁরা  
ফল, বিমল, কমল বা ইন্দুজিতের আঙুরে বা ফুলে অম্বলকরণ?  
শুধু রাং কাপিটি ইংরেজিতেই রইল।

মনে রাখা উচিত, বাংলা বিজ্ঞাপন প্রকৃতিরই ডাঙাই দ্বিভাষিক।  
যে কিছু মূলত ডাঙারই কারণে। প্রকৃতির দুর্বল অনুবাদের ফলে  
মূল ইংরেজি কাপিটির যে বাংলা রূপটি হয়, তার সিনট্যাক্স  
কবারে বিলিতি। ওই দিনই 'এই অম্বল' - এর সেরা সেরা সেরা  
তায় স্যাপ ডিল - এর বিজ্ঞাপনটি দেখা যেতে পারে। ওয়াকআউটের  
জ্ঞাপন, কিছু পণ্য সেখানে বিক্রয় দ্রুমে পাওয়া যাচ্ছে, চটপটে  
বুনি কিনে ফেলার কার্টুইন সৌন্দর্য দেওয়ার জন্যই বিজ্ঞাপনটি  
সিঁটি।

কাপিটি এরকম : উপরে ইংরেজিতে লেখা # Best of 2015  
তার নীচে যাতে আছে এ বছরের বেস্ট (sic) অর্থাৎ প্রত্যেক  
অম্বল'।

কোন লাইনটি এ রকম : 'এদের নিজের বাসাতে কাঁপিয়ে পড়ুন  
জই!' বোকাই যাচ্ছে, ইংরেজিতে যা ছিল, তাকে সেরা অক্ষরিক  
অর্থ গ্রহণ করেছেন অনুবাদক, বক্তার আশ্রয় হলে তাকে বাংলায়

কাজ করার ঘাটিলিটুকু করতে চাননি।

অসমানে করার প্রয়োজন ছিল না হতো, কারণ এ বিক্রাপনে  
নিতাই ইংরেজি লোকের ছড়াছড়ি। হ্যাশট্যাগ না হয় ইংরেজিই  
ওয়া হয়েছে, তার অনুবাদের কোনও প্রয়োজন পড়ে না। তা  
হ্যাশট্যাগ অর্থীনা সোচ্চারিত খিড়িয়াতে একটি চিহ্নও বটে,  
তার একটি নিজস্ব দৃশ্যমত বর্ণা আছে, যা অনুবাদের প্রয়োজনও  
না।

কিন্তু 'বেস্ট অেলিং প্রোডাক্ট'?

ঘটনা এই যে 'বেস্ট অেলিং' শব্দকবন্ধটি অর্থীনা একটি বাংলা লেবেল  
নয়। 'অর্থীনা' বিক্রয় বলে একটি অনুবাদ করা যায় বটে, কিন্তু  
অর্থীনা তার ব্যবহার এমনকী স্থিতিস্থাপন বললেও কিছু বাড়ি বলা  
ব্যবহার নিয়মিত ভাবে হলে কী হত, জ্বলতে এতখানি ঘাটিলিটুকু  
নত কিনা, তা বলা কঠিন, কিন্তু অসমানে অ-ব্যবহার বড়ীয়  
কবন্ধটি কবন্ধের ঘুর্ষ অর্জিত হিহোবে প্রতিষ্ঠিত। তাই,  
রেজিই অর্থী।

একই কথা কি 'ক্যান্ডার চিকিৎসা' শব্দকবন্ধের ক্ষেত্রেও বলা  
লে? নাতলে ওই দিনই নয় এর পাশায় একটি সুপারস্কেআলিটি  
অসাতালের কপিও কেন লেখা হবে, ~~ক~~ সামগ্রিক ক্যান্ডার কেয়ারের  
কানা একটাই? 'সামগ্রিক' এর অতো একটি ভারী, কিন্তু এ ক্ষেত্রে  
অর্থীনা শব্দ যদি এল, তা হলে ক্যান্ডার:- এর ফলে 'কেয়ার' কেন?  
ক্যান্ডার কেয়ার' না বলে 'ক্যান্ডার চিকিৎসা' বললে কি বিষয়টির  
কিছুই অর্থ পক্ষ পেল, নাকি অর্থও জ্বলমান থাকত কোনও?



কার্যত দু'টির একটিও নয়। তবে 'কেয়ার' শব্দটির ব্যবহারে  
 চলচল যে একধরনের অস্বাভাবিকতা এসেছে, তা অনস্বীকার্য।  
 মূল্য কারণ কিন্তু বাংলা শব্দটির অস্বাভাবিকতা নয়, বরং জনতার  
 'কেয়ার', এবং 'অনুমান' 'ক্যান্সার কেয়ার' শব্দবন্ধটির  
 ক্ষয় পরিচিতি। বিজ্ঞাপন সেই উদ্দেশ্যেই ব্যবহার করতে  
 যায় প্রতিবন্ধী জনতার কানে হুলনাই বেশি। ফলে, বিজ্ঞাপনটি  
 সেই অস্বাভাবিক 'রিকল ড্যান্স'ও বেশি। অতঃপর সেই ইংরেজি  
 যে বাংলা বিজ্ঞাপনে ঠাঁই করে নেবে, তাতে আমরা বিদ্যায়  
 ই বা থাকতে পারে।

এমন একটি সিদ্ধান্তের দিকে, অতঃপর, এগোলো কি অস্বাভাবিক  
 যে স্বর্ষ্যবিও বাঙালি দৈনন্দিন জীবনেই দ্বিভাষিক হয়ে পড়েছে?  
 ই, বিজ্ঞাপনেও অনেক অস্বাভাবিক ইংরেজি স্থলির রহস্যমা। সোনের  
 ম্যডিক বাঙালি শব্দটির সোনে একটি বিশেষণ ব্যবহার করা হয়েছে।  
 স্বর্ষ্যবিও'। ভাষার ব্যাপারে স্বর্ষ্যবিশ্বের এই বিলিতি চাল শুরু যে  
 অস্বাভাবিক ছিলদের স্বর্ষ্যই আবার তা নয়, অংখ্যানয় স্থলমানদের  
 তও তা অস্বাভাবিক। বাঙাল্যাবেই-খ্রিস্টান অস্বাভাবিকের কথাটি উল্লেখ  
 করলেও চলে, কারণ তাঁদের ক্ষেত্রে এই অস্বাভাবিক বিলিতি  
 ক্ষতি অনেক বেশি করেই আকার এবং আত্মাহিকতার অঙ্গ।

পরিভাষায় যাকে 'কেয়ারলিফটায়ার' বলে, 'পাঠক' শব্দটি ব্যবহারের  
 সোনে এখানে তা উল্লেখ করা জরুরি। যেহেতু রোগ হয়ও। অস্বাভাবিক  
 বাদপত্র তো বটেই। পাঠককে নিজস্ব একদানা চাঁচে ওবার সোলাসি  
 জিন অং বাদপত্র দীর্ঘকাল সোনেই গ্যন করেছে।

প্রথম আঙ্গির অন্য বাংলা সংবাদপত্রগুলোর মতোই এই সময়-  
পাঠকবর্গও সুদৃঢ় বাঙালি স্বয়ংবিভূতমাজ। এই পাঠকবর্গই যদি  
মিলে দ্বিভাষিক হয়, তা হলে বিজ্ঞাপনেরই বা বতাদের  
চলিচ্ছিমায়িক হবে না কেন? এবং চারপাশে একটু ভাবলে দেখা  
যাবে শুরুর 'এই সময়' নয়, বিভিন্ন বাংলা সংবাদপত্রের বিনোদন  
ভাগে যে লেখা জুলো থাকে, সেখানে ইংরেজি লেখার ছড়াছড়ি।  
কম্বলসিরাই যে সব রচনার উদ্দিষ্ট পাঠক, এবং তাদের  
যা যে হেতু ক্রমশ আরও বেশি করে ইংরেজি, এমনকী  
ইংরেজি প্রায়শই রোমান হরফে লেখা, তাই সেখানে যে ইংরেজি  
লেখা থাকবে, এমনকী বাংলাটাও খুব স্পষ্ট হবে, সেখানে  
কয়েক ইংরেজি মিনটোয় ছোটখাটো সেটের মধ্যে ইংরেজির  
ময়ময় বাংলা লেখা বাবে, তাই দ্বিভাষিক থেকে।

তবে বাংলা যে একবারে লেই, এমন নয়। কখনও কখনও থাকে  
না, এবং তার টান সুদৃঢ় স্বতন্ত্র। অর্থাৎ বাংলা অসচে  
তারই প্রত্যেক হিসাবে যেন ক। যা কিছু বঙ্গজীবনে ছিল, এখন আর  
; সেখানকারি বিদ্যমান। এখন টান পড়েছে স্মৃতির জিকলে।  
জ্ঞাপনে বাংলা ভাষা দেখা দিচ্ছে; লোকায়ত বাঁচে, কখনও  
বার রবি ঠাকুরের উদ্ভূতি অহ। বিজ্ঞাপন জানিয়ে দিচ্ছে, কোথায়  
লে থাকেন সুড়িহনে - পাটিআমট - বড়িখুজো। পয়লা বৈশাখ বা  
জয় দক্ষিণী লাত্যাদ এই জাতীয় বিজ্ঞাপনে সংবাদপত্র চললাপ হয়ে  
। সেবার স্নানে থাকেই বিজ্ঞাপন জানান দেয়, কোন সমবাসনে  
ট বিজনে রবি ঠাকুরের স্নানের স্মরণ একেবারে অস্পষ্টমাত্রের জ্ঞান  
উঠবে।



যাঁও তত্ত্বের পরিধিমা জানলে বলা চলে, সিমুলেশন। এখানে  
ই আছে, যা বাস্তবিক পক্ষে নেই। তবে, এই যে প্রতিদ্বন্দ্বি  
ত হল, সেই বা কম যায় কীভাবে? অন্তত বিজ্ঞাপনের অম্মার  
উঠলে তা বলতেই হবে যে এরাও এক বীরনের বাস্তবতা  
করে, যাকে চেনা অর্থে অত্য বলা কঠিন, অম্মার অ অত্যও  
মূল না।

অম্মার বীর্যাক কি এই বিজয়া দক্ষিণী বা পয়লা বৈশাখেই যেঅ  
পন রোমান হরফে বাংলা লেখে, তারাও তা নির্মাণ করে  
ত এক দো- গুঁম্বালা পরিচর। "Ami sab buahle Jaai tuao  
i na bangla maarey kol" বলে যদি কোনও বিজ্ঞাপনের  
লাইন থাকে তখন কোন সিদ্ধান্তে পৌঁছাবেনা হবে - বাংলা  
নে স্মৃত না সিদ্ধান্ত?

এমনতরো অম্মারো নানা বিচিত্র ফ্যাক্টা দেখে দিতে পারে  
অপনের ডাক্ষার কল্পা হু ললে। তই, 'অর্ধিক অম্মার কী' জাচ্ছে  
টি বাক্য জম্বড়ে অম্মে যাওয়াই ভালো  
নীয়া সার্চক্সন বেয়াদবি ম্মাফ কর্ব্বন।

SALTORA NETAJI CENTENARY COLLEGE



SALTORA \* BANKURA

10

PROJECT WORK  
INTERNAL ASSESSMENT 2023



Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist. Bankura

STUDENT NAME :- SANDIP MONDAL

ROLL NO :- 526 SEMESTER- VI 3<sup>RD</sup> YEAR

SUBJECT:- BENGALI

COURSE ID - APBNG-604 SEC-4

COURSE TITLE- বিজ্ঞাপনের ভাষা ও চলচ্চিত্রের ভাষা

UID-2019/201050.



বিজ্ঞাপনের ভাষা সময়ের সাথে সাথে কীভাবে বদলে  
যে তার একটি রূপরেখা নির্মাণ করো।

এই রচনা শুরু করার আগে দু'টি (অনিবার্য)  
সীমাবদ্ধতার কথা উল্লেখ করে নেওয়া ভালো। প্রথমটি  
নৈব্যক্তিক। দ্বিতীয়টি ব্যক্তিক।

এক বিজ্ঞাপনের 'ভাষা' বলতে কী বোঝায়, তা স্বর্ষ লিখিত  
স্বদিত লোকের অর্ধারে প্রকাশ করা অসম্ভব। কারণ, 'বিজ্ঞাপন'  
স্বদিত লিখক স্বদেশস্বার্থের অংশে আচ্ছন্ন নয়। আর, দীর্ঘকালের  
তা দৃশ্য-শ্রাব্য মাধ্যমে হাজির। এমনকী, তা মোক্ষও এক  
স্বপ্ন এলিয়ে অর্ধনা-ইন্টার অ্যাকটিভ জাতের দেওয়া-নেওয়া  
ফিরিয়ে দেওয়ার বাঁচে উন্নীত। সুতরাং, বিজ্ঞাপনের ভাষা  
বললে স্রেফ লিখিত লোকই ভাবনাকে সীমিত রাখা কঠিন।  
স্বদিতও বাটে। সুতরাং, এই বিশেষ অংকটি নৈব্যক্তিক।

দুই, যদি লিখিতস্বদিত লোকই মোক্ষোচনের অবলম্বন হয়।  
তখন সমস্যা এই যে এমন একটি দুরপ্রসারী এবং  
স্বদেশস্বার্থিক বিষয়ের ঐতিহাসিক যাত্রাপথ এ রচনার সুনির্দিষ্ট  
স্বদিতের স্মৃতিয়ে আনা, অসম্ভব অসম্ভব পক্ষে অসম্ভব। অতএব,  
এ অংকটি চরিত্রে ব্যক্তিক।

এ দুটি সমস্যার কথা কল্পনা করে অতঃপর বিজ্ঞাপনের  
ভাষা কিয়দ কিছু নিবেদন। বহুসংখ্যক আর্ধারনত লক্ষ্যক্রিয়াই  
হয়ে থাকে। পুতোলের কারনাগারী হয়ে বলতে পারি, স্বদেশস্বার্থিক  
স্বদেশস্বার্থিক কেয়দবি স্মারক করবেন।

অনৈব্যক্তিক মোক্ষ জয়ক্রমিক নামে দুটি ব্যাখ্যানরীতি

ভাষাতত্ত্ব সুবিদিত। বিশদে নিয়ে এক্ষেত্রে লাত নেই বটে, কিন্তু  
 মাদ্রা কথাটি এই জন্যই বলা নেওয়া যেচিত কারণ সেই বাঁচাটি  
 রচনার ক্ষেত্রে সবুশী কালন কাজে লাগবে। 'ডায়ালেক্টিক' অর্থে  
 এই আলোচনা যা আলোচ্যকে বিষয়কে কালনের সাহায্য প্রেক্ষিতে  
 উপলব্ধ করে। কী ভাবে (এবং কেন) সমস্যার 'অঙ্ক' বা 'বদলা' (বা  
 'বদলা' না), তা-ই হয় আলোচনার অবলম্বন। অর্থাৎ 'প্রিন্সিপাল'  
 অর্থে 'সমকালিক'। সমস্যাবিন্দুটি একই রইল, 'পার্ট' যেতে পারে দু'ন,  
 'দেখা' যেতে পারে কী ভাবে (এবং কেন) একই 'সময়কালে' বিভিন্ন (বা  
 বিভিন্ন) রূপে দেখা দিচ্ছে সে বিষয়।

এই রচনার ক্ষেত্রে আমরা 'প্রিন্সিপাল' বাঁচাটিই অবলম্বন করতে  
 চাই, তা উল্লিখিত দ্বিতীয় দ্বীকারোক্তিটি থেকে স্পষ্ট। অর্থাৎ,  
 উল্লিখিত পরিধিরে যেতি বিদ্যুত একটি ভাবনাকে প্রকাশের ক্ষেত্রে কৃত্রিমত  
 রক্ষণ।

আলোচনার দু'ন - পরিধিটি নির্দিষ্ট করে বিদ্যুত বলা যাক।  
 একটি বিশেষ দিনের আংবাদপত্রে প্রকাশিত বিভিন্ন বিজ্ঞাপনকে কেন্দ্র করে  
 চর্চাটি চাড়ে উঠবে। কিন্তু ২৬ ডিসেম্বর ২০১৫ তারিখে 'এই সময়'  
 পত্রিকায় যে সব বিজ্ঞাপন প্রকাশ পেয়েছিল, সেগুলো প্রথম পাঠ্য  
 থেকে স্মরণ করে শেষ পৃষ্ঠা 'ক' বিবিধ 'মোটের' বিজ্ঞাপনই থাকবে  
 অর্থাৎ।



এই সময় এর প্রথম পাতায় দুটি বড়ো ডিক্সে বিজ্ঞাপন।  
একটি হিরে অন্যটি যৌন অঙ্কনতার দাওয়াই। হীরকের বিজ্ঞাপনটি  
ইংরেজি ভাষায়। অন্যটি বাংলা। বিজ্ঞাপনে কী আছে, সে আলোচনা  
আমি দুটি খুব উল্লেখযোগ্য বিষয় জ্ঞান করা ভালো প্রথমত,  
হিরের বিজ্ঞাপনটি বাংলায় নয়, যদিও কানজটি বাংলা। কেন নয়, তা  
জানার বিষয়। দ্বিতীয়ত, যৌন অঙ্কনতার দাওয়াইয়ের বিজ্ঞাপনটি  
প্রথম পাতায় কেন, তাও ভাবা উচিত।

হিরের কথায় পরে আসা যাবে, আমি যৌন- (অ) অঙ্কনতার  
বিষয়টি দেখা যাক। এই জাতীয় অঙ্কনতা যেমন, তেমনই এই  
বীরনের দাওয়াইয়ের বিজ্ঞাপনও যেদিনের কিছু নয়। দীর্ঘকালই এই  
জাতীয় চিকিৎসাকর্মের বিজ্ঞাপন ~~কর~~ কর্তব্য জন-পরিমারে হাজির  
জন-পরিমারে, ইংরেজি পরিভাষায় 'পাবলিক প্লেস' শব্দবন্ধটি একত্রে  
দ্বিমাত্রিক। অংবাদপত্র নিশ্চিত ভাবে জন-পরিমারে। মেবার, রাডুয়ার্টে  
। স্টেশনে কোচনারও জন পরিমারে। এই জাতীয় বিজ্ঞাপন, অনেক  
অঙ্কনকে আমেও, মূলত এই বীরনের কোচনারের দেওয়ালে  
মুদ্রিত থাকত। ছোট ছোট হ্যান্ডবিলের আকারে ছাপা, কাগজের  
আনও তেমন উন্নত জোরের নয়, মুদ্রণ তখৈবচ। এখনও তাদের মেয়ানে  
দেয়া যায়। ডিটিপি মূলত হওয়ায় ছাপার মান খুব উন্নত, যদিও অন্য  
যানা বিষয়গুলো এখনও পূর্বদৃষ্টি কায়দায়। আটা হ্যান্ডবিলের আকারে  
খুব বিজ্ঞাপনের অম্পূর্ণ উপাঙ্গুপনার মর্মে এক বীরনের ছাপনীয়তার  
অধ্যয়ন দৃষ্টি। মেন, বড়ো হরফে উঠে আসতে পারছে না বলেই ওইভাবে  
চারারোপ্তা কায়দায় বাণী প্রবানের কোশল। রাডুয়ার্টেও দেখা যেত

বিভিন্ন ল্যাম্পপোস্টের নামে, একেবারে মোই লেভেল এ, চক্কু মর্দাপ, এই জাতীয় হ্যান্ডবিল আঁটা এগুনও যায়।

সেই সব বিজ্ঞাপন যদি সেই ক্ষুদ্রাকার দকা থাকে, 'সর্বোচ্চ' উঠে আছে অংকাদপত্রের প্রথম পাতায়। তখন বঁরা যেতে পারে না, মনমানসের সম্বন্ধে একটি পরিবর্তন হয়েছে। যা ছিল অস্বাভাবিক, তাকে প্রকাশ্যে আমরা ব্যাপারে আর 'দ্বৈব' মত বারী থাকে না। যখন অক্ষয়তার বিবিধ চিকিৎসার এমত প্রকাশ্যে দর্শন হালো না হারান, তাতে কখনো শ্রমাকর্মিত সুকুমার হস্তিগণের উৎসাহে সাওয়ার সম্ভাবনা কত দূর, এমন সব আলোচনা নিতান্ত অর্থহীন।

যে সময় মোবাইল পর্নোগ্রাফি অতীব সুলভ। চাইলে কেহের জি মতিতে যে সব চিত্র ও কথা নিতান্ত 'ইমোর মোইজ ওনলি' হয়ে মুঠোফোনে প্রকাশ করতে পারে, সে কালবেলায় 'জানি কিন্তু বলব না' জাছের জ্যাঠামহাজায়ের বাড়াই নিরাক্ষ হবেন। চি সেই নিরাক্ষ বা আমরা দোলাচল অবশ্য এ ক্ষেত্রে আলোচনার বিষয়টি নয়, কখনো এই যে কালীন ও অক্ষয়তার মাঝে যে অমাজ-স্বীকৃত বেড়া-অংকাদপত্র। পাতা যার একটি বড়ো মাপের প্রকাশ্যেই 'সেই ডানারঘাটের স্থানকে বদলে দেবে। সুতরাং 'ইন্ডিয়ান ক্লব ও বঁকা' বলে যে প্রকৃতি, যেটি ধুদে ধুদে হরফের হ্যান্ডবিল আকর্ষণ উঠে আছে ব্রজাতি-এর পাতাজোড়া বিজ্ঞাপনে। অল্পের ছবিতে হস্ত পুরুষ এবং অতুল্য নারী। এর বাহ্য।





কিছু ব্যয় নেন নির্দিষ্ট বাগিচা কী ও বেল। কার্যক্রমে যদি বিশেষ  
মকটি লক বদলে যে জায়গায় (উদ) অম্বাছে প্রকাশ্যে অনুষ্ঠান  
যে অপ্রকাশ্যে (বহুল ভাবে) প্রচলিত (তথা, উপভোগ্য) কার্যক্রম  
কি বাসিয়ে দেওয়া হয়, তা হলে বাংলা চিঠি লায়ক প্রবল জনপ্রিয়  
বস্তুমান্য থেকে তার আর তমাত হাকে না বিশেষ।

অবশ্য, এই বিশেষ বয়নের বিজ্ঞাপনের ডামা (দৃশ্য ও পার্থ মিলায়)  
মন একটি কাল করেছ; যা সাক্ষরিকই অধুতম্ব। আর্থিক  
যা যায়, বিজ্ঞাপনের ডামা মুদ্রিত পুং-স্বাস্থিত। নিষ্ক-নিরপেক্ষতা  
রদুান, যে ডামায় যোগাযোগ চলে, তা মুদ্রিত পুরুষের, পুরুষের  
রা এবং পুরুষের জন্য। এমনকী, যখন হুই ফাঁদের মতো কোনও  
দল নিরপেক্ষ পরিষেবার কথা আছে, তেখানেও অসামান্য নাম  
করলেও পুরুষটিকেই ফাঁদগ্রহীতা হিসাবে দেখানো হয়। অল্প  
দী-অন্যন জিয়ন্ত 'প্রপ' ব্যক্তি কিছু নয়।

এ হলে পরিষ্কৃতিতে বিভিন্ন গণমাধ্যম, বিশেষত মুদ্রণ মাধ্যমে  
বিবি, প্রতিবর্ষিক পণ্যের বিজ্ঞাপন যা করলে, তা বর্তমান বঙ্গীয়  
নামঃ ক্ষুতির পরিষেবে যুগান্তকারীই বলা চলে। নারীকে পুং-কামনার  
ক্ষুদ্র হিমেবে প্রতিষ্ঠিত করাই কার্যক্রমে এক বয়নের রীতি,  
যে নারীকে যেমন কামনাময়ী হিসেবে দেখানো হয়, আর্থিক  
ই ব্যক্ত কামনা নারীটির জুগ হিসাবে কেদাপি আছে না, বরং  
দায় হিসাবে আছে বলাই অসম্ভব। যেমন, ডামা বা ফলনামিকা  
সেবে, বিভিন্ন চুবিতে যাদের আয়মন আছে, বা হালফিল।



আইটেম গার্ল'। নারীদেহটি যে যৌনকুম্ভার অর্ধাঙ্গ, তা নিয়ে  
অসংযুক্তির কোনও সংজ্ঞা নেই, তবে সেই যৌনতা ততক্ষণই  
হলো, যতক্ষণ তা অব্যক্ত, পুরুষ-অধীন। যে মুহূর্তে নারীটি  
তার কামনাকে অধীন অস্তা প্রকাশ করে পুরুষের কাছে তার  
অব্যক্ত যৌন দাবিটি পেশ করল, তৎক্ষণাৎ সে অঙ্গ জলচলন নয়া  
ভ্রমতা, মোংরা এবং অবিলম্বে পরিণত।

তখন একটি পরিদৃষ্টিতে এই অব বিজ্ঞাপন খুব দৃষ্ট ভাষায়  
কম্বাই জানতে চাইল যে, সেই কামনাময়ীকে তৃপ্ত করা পুরুষের  
কর্তব্য। অরামরি বিজ্ঞাপনের ভাষা থেকেই উঠে এল সেই বক্তব্য।  
নারী যেখানে নিচুকাই নিম্নিয় যৌনদাসী নয় আর, বরং সে অক্রিয়  
এং কামতাড়িত এবং সেই দাবিটি পেশ করাই তার কোনও দ্বিধা  
নাই। সে কামজর্জর, সুতরাং রতিমুখ্য আর তার প্রাপ্য। ২৬ ডিসেম্বর  
এই সময়'-এর অন্তিম পাতায় সেই নারীর ছবি, অল্পে অল্পে  
কটি ক্ষেপে কমিউনিফিকেশন। বড়ুত এক নয়, বরং তাতে স্বনি  
নাই অঙ্গত। 'উফু'। একটি যৌনতৃপ্ত নারীর গভীর জীতকার।  
এক কাতকের দ্বিতীয় দক্ষকটির মর্ষাভাণে বিজ্ঞাপনের ভাষা সেই  
মর্ত নারীকেই আমলে এনে দিল। পুরুষের জন্য স্যান্ডনার মতো  
উইল কিছু বড়িকা ও তেল, যা সেখানে লাকি পুরুষ পুরুষও জিরি  
জ্বলের ঘোয়াব বাবা নেই।

যার প্রত্যেক অক্ষর এর বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপনটি হিরে। বিজ্ঞাপন  
 যা যেকোনো ক্ষেত্রে চলবে এ পনের জেগা ব্যাক। সমস্যাটিকে  
 বিজ্ঞাপনটি জেনি সচেতন, সুতরাং অন্য অর্থ জেনি বন্ধ। যাঁরা  
 বেজি মাঠে অক্ষর বা এলিফ্যান্ট, এ বিজ্ঞাপন তাঁদের জন্য নয়  
 তাই বীরে নিতে হবে। বরং উদ্দিষ্ট জেগা তাঁরাই, যাঁরা ইংরেজী ভাষী,  
 চিকিৎসক না হলেও ইংরেজি মাঠে অড়জড়। এক্ষেত্রে বিজ্ঞাপনের  
 মানেই অর্থ যাচ্ছে একটি নিমিত্ত অর্থীকরণ। অর্থাৎ উচ্চবিত্ত  
 ব্যক্তি, তাঁদের অল্পে যোগাযোগের আবিষ্কার, এজন্যই ছাত্র মন্ডলবাসী  
 ইংলা ভাষী অথবা বরং সেই জেনিটি মুখ্যত ইংরেজি নিউর। তাই,  
 ইংলা ভাষী কানজে বিজ্ঞাপন দিতে নিমিত্ত অংক্লিষ্ট অংক্লিষ্ট অংক্লিষ্ট  
 ভাষায় অনুবাদ করার কথা ভাবল না। ফলত, উপাত্তাদেব  
 ম অংক্লিষ্ট বদ পড়ে জল, তারা অমানে ওই অংক্লিষ্ট কাচে  
 অক্ষিৎহীন। তাদের অক্ষিৎহীন অক্ষিৎহীন করলে তারা চেম্বা করত  
 ত বিজ্ঞাপনটিকে বাংলায় এল এগে অমারো সুকোথী করে জলা  
 ম। যে চেম্বা হল না, কারণ সেই জেনিটির কাছে এল একটি  
 ক্রমের মতো বিও অমছে, যে কথা বিজ্ঞাপনদাতারা মনেই  
 স্থানত না।

একই অক্ষর ইংরেজি ভাষার প্রয়োগ নিয়ে এল অমরও  
 একটি বেজি মন্ডলবাসী যাকে বলে অক্ষিৎহীন অক্ষিৎহীন, সেই অক্ষিৎহীন  
 মর্থাৎ যাঁরা এ বিজ্ঞাপনের উদ্দিষ্ট, তাঁরা স্থানত, এলি-ভেলির  
 কে দেয় অমলাদা। বিজ্ঞাপন ইংরেজি ভাষা তাদের সেই অক্ষিৎহীন



সামাজিক মেবদ্যানকেই সৌকৃতি আনাল। যে বিজ্ঞাপনের কাপিতে  
সে অক্ষর লেখা 'ইট' অ অম লং আনি টু বিকাস দ্য ওয়ান';  
মখানে অতি বিলিফুতাই পণ্যটির ইংরেজি। এর বস্তাকরণ  
ই এক এবং অ-দ্বিতীয়ের বোঝা স্কুলে করতে পারত। অক্ষরের  
মখানে বসে, নিতান্তই নিজস্ব স্কুলের জোরে যাঁরা পোলাদা, গুঁরা  
ফল, বিম্বল, কমল বা ইন্দুজিতের আঙ্কেই বা ফুলে অম্বলকিত?  
শু রাং কাপিটি ইংরেজিতেই রইল।

মনে রাখা উচিত, বাংলা বিজ্ঞাপন প্রকৃতিরত ডাঙেই দ্বিতীয়ের  
র কিছু মূলত ডাঙারত বারনে। প্রকৃতির দুর্বল অনুবাদের ফলে  
ফল ইংরেজি কাপিটির যে বাংলা কপিটি হয়, তার সিনট্যাক্স  
কবারে বিলিতি। ওই দিনই 'এই সময়'-এর সেরা সেরা সেরা  
তায় স্ক্র্যাপ ডিল - এর বিজ্ঞাপনটি দেখা সেরা পারে। ওয়াকসাইটের  
জ্ঞাপন, কিছু পণ্য সেরানে বিক্রেত দামে পাওয়া যাচ্ছে, চটপটে  
গুনি কিনে ফেলার কার্টুইন সেরা দেওয়ার জন্যই বিজ্ঞাপনটি  
মিত।

কাপিটি এরকম : উপরে ইংরেজিতে লেখা # Best of 2015  
তার নীচে যাতে তমছে এ বছরের বেস্ট (sic) সেরা সেরা সেরা  
অম্বল'।

লেখা লাইনটি এ রকম : 'এদের নিজের বাসাতে কাঁপিয়ে পড়ুন  
জই!' বোকাই যাচ্ছে, ইংরেজিতে যা ছিল, তাকে সেরা অক্ষরিক  
অর্থ গ্রহণ করেছেন অনুবাদক, বস্তাকর আরও সেরা সেরা বাংলায়

কাজ করার ঘাটিলিটুকু করতে চাননি।

অসমানে করার প্রয়োজন ছিল না হতো, কারণ এ বিক্রাপনে  
নিতাই ইংরেজি লোকের ছড়াছড়ি। হ্যাঙ্গট্যান না হয় ইংরেজিই  
ওয়া হয়েছে, তার অনুবাদের কোনও প্রয়োজন পড়ে না। তা  
হ্যাঙ্গট্যান অর্থাৎ মোক্ষ্যান্ডন ইতিয়াতে একটি চিহ্নও বটে,  
তার একটি নিজস্ব দৃশ্যমত বর্ণা আছে, যা অনুবাদের প্রস্তু ওঠে

কিন্তু 'বেস্ট অেলিং প্রোডাক্ট'?

ঘটনা এই যে 'বেস্ট অেলিং' শব্দকবন্ধটি অর্থাৎ একটি বাংলা লেবেল  
নিত। 'অর্থবিক বিক্রয় বনে একটি অনুবাদ করা যায় বটে, কিন্তু  
অর্থবিক্রে তার ব্যবহার এমনকী স্থিতিস্থায় বনেও কিছু বাড়ি বনা  
ব্যবহার নিয়মিত ভাবে হলে কী হত, জ্বলতে এতখানি ঘাটিলিটুকু  
নত কিনা, তা বনা কঠিন, কিন্তু অসমানে অ-ব্যবহার বস্তুর  
কবন্ধটি কবন্ধেরে ঘুরে অর্থাৎ হিসেবে প্রতিষ্ঠিত। তাই,  
রেজিই অর্থাৎ।

একই কথা কি 'ক্যান্ডার চিকিৎসা' শব্দকবন্ধের ক্ষেত্রেও বনা  
লে? নান্নলে ওই দিনই নয় এর পাশায় একটি সুপারস্ট্রাকচারিটি  
অসাতালের কপিও কেন লেখা হবে, যা সামগ্রিক ক্যান্ডার কেয়ারের  
কানা একটাই? 'সামগ্রিক' এর অর্থো একটি ভারী, কিন্তু এ ক্ষেত্রে  
অর্থবিকী শব্দ যদি এল, তা হলে ক্যান্ডার:- এর ফলে 'কেয়ার' কেন?  
ক্যান্ডার কেয়ার' না বলে 'ক্যান্ডার চিকিৎসা' বনেলে কি বিষয়টির  
রুপে অর্থ পক্ষ পত, নাকি অর্থো জ্ঞানমাল থাকত কোনও?



কার্যত দু'টির একটিও নয়। তবে 'কেয়ার' শব্দটির ব্যবহারে  
 চলতে যে একধরনের অস্বস্তি এসেছে, তা অনস্বীকার্য।  
 মূল্য কারণ কিন্তু বাংলা শব্দটির অস্বস্তি নয়, বরং জনতার  
 'কেয়ার', এবং 'অনুমান' 'ক্যান্সার কেয়ার' শব্দবন্ধটির  
 সঠিক পরিচিতি। বিজ্ঞান সেই উদ্দেশ্যেই ব্যবহার করতে  
 যার প্রতিবিধি জনতার মনে স্থান নেই বেশি। ফলে, বিজ্ঞানপন্থী  
 সেই শব্দবন্ধের বিরুদ্ধে গ্যালুও বেশি। অতঃপর সেই ইংরেজি  
 যে বাংলা বিজ্ঞানে স্থান নেই করে নেবে, তাতে আমরা বিদ্যায়  
 ই বা থাকতে পারে।

এমন একটি সিদ্ধান্তের দিকে, অতঃপর, এতটুকু বি অস্বস্তিক  
 যে স্বর্ষ্যবিও বাঙালি দৈনন্দিন জীবনেই দ্বিভাষিক হয়ে পড়েছে?  
 ই, বিজ্ঞানেও অনেক অস্বস্তি ইংরেজি শব্দটির রহস্যমা। সোনের  
 ম্যডিকে বাঙালি শব্দটির সোনে একটি বিশেষণ ব্যবহার করা হয়েছে।  
 স্বর্ষ্যবিও'। ভাষার ব্যাপারে স্বর্ষ্যবিওর এই বিলিতি চাল শুরু যে  
 অস্বস্তিক হিন্দুদের স্বর্ষ্যবিওর তা নয়, অংগ্যাময় স্থানমানদের  
 তও তা অস্বস্তি। বাঙাল্যাবেই খ্রিস্টান অস্বস্তিকের কথাটি উল্লেখ  
 করলেও চলে, কারণ তাঁদের ক্ষেত্রে এই অস্বস্তিক বিলিতি  
 ক্ষুতি অনেক বেশি করেই আকার এবং আত্মাহিকতার অঙ্গ।

সরিভাসায় যাকে 'কেয়ারলিহাসায়' বলে, 'পাঠক' শব্দটি ব্যবহারে  
 মনে এখানে তা উল্লেখ করা জরুরি। যেহেতু রোগ হয়ও। অস্বস্তি  
 বাদপত্র তো বটেই। পাঠককে নিতান্ত একদলটা চাঁচে ওবার আমলত  
 জিন অং বাদপত্র দীর্ঘকাল সোনেই গ্যন করেছে।

প্রথম আঙ্গির অন্য বাংলা সংবাদপত্রগুলোর মতোই এই সময়-  
পাঠকবর্গও সুদৃঢ় বাঙালি স্বয়ংবিভূতমাজ। এই পাঠকবর্গই যদি  
মিলিত হয়ে দ্বিভাষিক হয়, তা হলে বিজ্ঞাপনেরই বা বতাদের  
চলচ্চিত্রময়িক হবে না কেন? এবং চারপাশে একটু ভাবলে দেখা  
যাবে যে 'এই সময়' নয়, বিভিন্ন বাংলা সংবাদপত্রের বিনোদন  
ভাগে যে লেখা জুলো থাকে, সেখানে ইংরেজি লেখার ছড়াছড়ি।  
কম্বলসিরাই যে সব রচনার উদ্দিষ্ট পাঠক, এবং তাদের  
যা যে হেতু ক্রমশ আরও বেশি করে ইংরেজি, এমনকী  
ইংরেজি প্রায়শই রোমান হরফে লেখা, তাই সেখানে যে ইংরেজি  
লেখা থাকবে, এমনকী বাংলাটাও খুব স্পষ্ট হবে, সেখানে  
কয়েক ইংরেজি মিনটোয়া ছোটখাটো সেটাই রেখে দেয়া ইংরেজির  
মধ্যয় বাংলা লক্ষ্য বসে যাবে, তাই দ্বিভাষিক থেকে।

তবে বাংলা যে একবারে লেই, এমন নয়। কখনও কখনও থাকে  
না, এবং তার টান সুদৃঢ় স্মৃতিশীল। অর্থাৎ বাংলা অসচে  
তারই প্রত্যক্ষ হিঁসাবে যেন ক। যা কিছু বঙ্গজীবনে ছিল, এখন আর  
; সেখানকারি বিদ্যমান। এখন টান পড়েছে স্মৃতির জিকলে।  
জ্ঞাপনে বাংলা ভাষা দেখা দিচ্ছে; লোকায়ত বাঁচে, কখনও  
বার রবি ঠাকুরের উদ্ভূতি অহ। বিজ্ঞাপন জানিয়ে দিচ্ছে, কোথায়  
লে থাকেন সুড়িহনে - পাটিআমট - বড়িখুজো। পয়লা বৈশাখ বা  
জয়া দশমী লাত্যাদ এই জাতীয় বিজ্ঞাপনে সংবাদপত্র চললাপ হয়ে  
। সেবার স্নানে থাকেই বিজ্ঞাপন জানান দেয়, কোন সমবাসনে  
ট কিলনে রবি ঠাকুরের স্নানের স্মরণ একেবারে অসপাদমাত্রের জ্ঞান  
উঠবে।



যাঁও তত্ত্বের পরিধিমা জানলে বলা চলে, সিমুলেশন। এখানে  
ই আছে, যা বাস্তবিক পক্ষে নেই। তবে, এই যে প্রতিদ্বন্দ্বি  
ত হল, সেই বা কম যায় কীভাবে? অন্তত বিজ্ঞাপনের অম্মার  
উঠলে তো বলতেই হবে যে এরাও এক বীরনের বাস্তবতা  
করে, যাকে চেনা অর্থে অত্য বলা কঠিন, অম্মার অ অত্যও  
মূল না।

অম্মার বীর্যাক কিওই বিজয়া দক্ষিণী বা পয়লা বৈশাখেই যেঅব  
পন রোমান হরফে বাংলা লেখে, তারাও তো নির্মাণ করে  
ত এক দো- গুঁম্বালা পরিচর। "Ami sab buahle Jaai tuao  
i na bangla maarey kol" বলে যদি কোনও বিজ্ঞাপনের  
লাইন থাকে তখন কোন সিদ্ধান্তে পৌঁছাবেনা হবে - বাংলা  
নে স্মৃত না সিদ্ধান্ত?

এমনতরো অম্মারো নানা বিচিত্র ফ্যাক্টা দেখা দিতে পারে  
অপনের ডাক্ষার কল্পা হু ললে। তর্ক, 'অর্ধিক অম্মার কী' জাচ্ছে  
টি বাক্য জম্বড়ে অম্মে যাওয়াই ভালো  
নীয়া সার্চক্সন বেয়াদবি ম্মাফ কর্বন।

# ***Saltora Netaji Centenary College***



**AFFILIATED TO BANKURA UNIVERSITY**

**INTERNAL ASSESSMENT, 2022-2023**

*Name : MAMPI ACHARJEE*

*Roll No- 706*

*UID No- 19191101012*

*Semester- vi*

*Sub: BENGALI(HONS,DSE-3)*

*Course Title: মধ্যযুগের বাংলা সাহিত্য*

*Couse Code : AHBNG-603-DSE-3*

*Teacher's Signature*

*আমিত বসু*

Department of Bengali  
Saltora Netaji Centenary College  
P.O. Saltora, Dist.-Bankura





... ...  
... ...  
... ...  
... ...

... ...  
... ...  
... ...  
... ...  
... ...

... ...  
... ...  
... ...  
... ...  
... ...

... ...  
... ...  
... ...  
... ...

... ...  
... ...  
... ...  
... ...  
... ...



ଅର୍ଥସୂତ୍ରରେ ବିଷୟ ଓ ସୂତ୍ର ସମ୍ବନ୍ଧରେ ଉଲ୍ଲେଖ କରାଯାଇଛି।

ଏହାକୁ କିମ୍ପାସାଧାରଣ ନାମ ଦିଆଯାଇଛି, ଯାହାକି ଇତିହାସିକ ଉପାଦାନର ସମୀକ୍ଷାକୁ ଅନୁସାରେ  
ଅନୁସନ୍ଧାନ ଇତିହାସିକ ଉପାଦାନରୁ ଉତ୍ପନ୍ନ ହେଉଥିବା ଇତିହାସିକ ସମୀକ୍ଷା ଉପରେ  
ଅଧିକାରୀ ହୋଇଥିବା ଉପାଦାନରୁ ଉତ୍ପନ୍ନ ହେଉଥିବା ଇତିହାସିକ ସମୀକ୍ଷା  
ଅନୁସନ୍ଧାନ ନାମ- ଶିକ୍ଷା ଓ ଉପାଦାନ - ଉପାଦାନ, ଉପାଦାନ, ଉପାଦାନ ଇତ୍ୟାଦି  
ଅନୁସନ୍ଧାନ ଉପରେ ଉପାଦାନର ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ

ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ  
ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ ଉପାଦାନ

