দৈনিক বাংলা

২২/৪/৮০

শিশুদের উপর পরিবার পরিকল্পনা প্রচারণার প্রভাব

স্কুল-শিশুদের উপর পরিবার পরিকল্পনা সম্পর্কিত প্রচারের কি প্রভাব পড়ে সে সম্পর্কে একটি গবেষণা রিপোর্ট সদ্য অনুষ্ঠিত বাংলাদেশ মনোবিজ্ঞান সমিতির জাতীয় সম্মেলনে পেশ করা হয়। এই রিপোর্টের শিরোনাম ছিল 'গণমাধ্যমে প্রচারিত পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ক বিজ্ঞাপনের ফলে বিদ্যালয়গামী শিশুদের উপর প্রতিক্রিয়ার নমুনা।'

ঢাকা শহরের চারটি মাধ্যমিক বিদ্যালয়ের সপ্তম, অষ্টম ও নবম শ্রেণীর ১৫০ জন ছেলেমেয়ের এক বিশেষ পদ্ধতিতে সাক্ষাৎকার নিয়ে নিবন্ধকার জনাব নাজমুল হক দেখান যে, এইসব প্রচারণার ফলে তাদের মধ্যে তিন ধরণের প্রতিক্রিয়া সৃষ্টি হয়। যেমন জ্ঞানগত প্রতিক্রিয়া (ক্যানিটিভ রি-এ্যাকশন), অনুভূতিমূলক প্রতিক্রিয়া (এ্যাফেকটিভ রিএ্যাকশন) এবং আচরণমূলক প্রতিক্রিয়া (কোনাটিভ রিএ্যাকশন)। জ্ঞানগত প্রতিক্রিয়ার মধ্যে ছেলেমেয়েদের পরিবার পরিকল্পনা সম্পর্কে জ্ঞান ও বিশ্বাস অন্তর্ভুক্ত। যেমন ফলাফল থেকে দেখা যায় যে, অধিকাংশ ছেলেমেয়েই মনে করে যে, পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ক বিজ্ঞাপনগুলি দেখা বা শোনা ভাল (যেমন নবম শ্রেণী ৭৫%, অষ্টম শ্রেণী ৭৪% এবং সপ্তম শ্রেণী ৫৫%)। তাছাড়া নবম শ্রেণীর ৬৩%, অষ্টম শ্রেণীর ৫৬% এবং সপ্তম শ্রেণীর ২৪% ছেলেমেয়ে সপ্তম শ্রেণীর ২৪% ছেলেমেয়ে উল্লেখ করে যে তাদের বয়সী ছেলেমেয়েদের পরিবার পরিকল্পনা বিষয়ে জ্ঞান শিক্ষা করা উচিত। বাংলাদেশের কোন ব্যক্তির কতটি সন্তান থাকা উচিত তার জবাবে প্রত্যেকেই মোটামুটি দুটি সন্তানের কথা বলেছে। তারা আরও জানায় যে, কারো যদি বেশি সন্তান হয় তবে তাদের পরিবার পরিকল্পনা ব্যবস্থা গ্রহণ করা উচিত। এ মত দিয়েছেন সপ্তম, অষ্টম ও নবম শ্রেণীর যথাক্রমে ৯২%, ৯৩% ও ৬০% ছাত্রছাত্রী। তাছাড়া নবম শ্রেণীর ২৯% ভাগ ছেলেমেয়ে জন্মনিয়ন্ত্রণ পদ্ধতি গ্রহণের কথাও উল্লেখ করে বিশেষভাবে।

অনুভূতিমূলক প্রতিক্রিয়ার মধ্যে পরিবার পরিকল্পনা প্রচারণার প্রতি ছেলেমেয়েদের প্রত্যক্ষ আগ্রহ, এর প্রতি অনুভূতি এবং নিজেদের ভবিষ্যৎ পরিবারের আকার সম্বন্ধে আকাংক্ষা অন্তর্ভুক্ত। এখানে দেখা যায় যে, নীচের শ্রেণীর চাইতে ওপরের শ্রেণীর ছেলেমেয়েরা এসব প্রচারণার প্রতি বেশি মনোযোগ দেয়। (সপ্তম, অষ্টম ও নবম শ্রেণী যথাক্রমে ১৩%, ৩৭% ও ৪১%) তবে প্রত্যেক শ্রেণীরই প্রায় এক-তৃতীয়াংশ ছাত্রছাত্রী এগুলি দেখতে লজ্জাবোধ করে থাকে। এই ফলাফলের মধ্যে লক্ষণীয় ব্যাপার হল যে, নিজেদের ভবিষ্যৎ পরিবারের আকার সম্বন্ধেও তারা প্রায় দুই ছেলেমেয়ের কথাই বলেছে (যেমন গড়ে সপ্তম ও অষ্টম শ্রেণী ২.১৮ নবম শ্রেণী ২.১০)।

আচরণমূলক প্রতিক্রিয়ার মধ্যে জনাব নাজমুল হক লক্ষ করেন যে অষ্টম ও নবম শ্রেণীর প্রায় অর্ধেকেরও বেশি ছেলে (যথাক্রমে ৫২% ও ৫৫%) গোপনে নিজেদের মধ্যে এই বিষয়ে আলাপ-আলোচনা করে থাকে। তবে সপ্তম শ্রেণীর শিশুদের মধ্যে এই আচরণ খুবই কম (মাত্র ৮%)। এখানে প্রশ্ন রাখা হয়েছিল যে তারা জন্মনিয়ন্ত্রণের কোন উপকরণ দেখেছে কিনা? সপ্তম শ্রেণীর প্রায় এক-তৃতীয়াংশ, অষ্টম শ্রেণীর দুই-তৃতীয়াংশ এবং নবম শ্রেণীর সাতান্ন শতাংশ ছেলেমেয়ে হ্যাঁ বাচক জবাব দেয়। যারা এসব উপকরণ দেখেছে তাদের প্রায় এক-তৃতীয়াংশ লুকিয়ে লুকিয়ে দেখেছে। সামান্য সংখ্যক ছেলেমেয়ে বাজার থেকে কিনে ও বড়দের কাছ থেকে চেয়ে নিয়েও দেখেছে। আরো একটি মজার তথ্য এই অংশে পাওয়া যায়। তা হলো সবার মধ্যে প্রায় এগারো ভাগ ছেলেমেয়ে (পৃথকভাবে সপ্তম থেকে নবম শ্রেণী পর্যন্ত যথাক্রমে ৩%, ১৩% ও ২১%) তাদের বন্ধু বা বন্ধুসম কাউকে পরিবার পরিকল্পনা গ্রহণের পরামর্শও দিয়েছে।

পরিসংখ্যান দিক থেকেও জনাব হক এই তিন প্রকার প্রতিক্রিয়ার মধ্যে একটি সুস্পষ্ট ধনাত্মক সম্পর্ক নির্ণয় করে দেখান। তাছাড়া আরও একটি বিষয় লক্ষ্য করা যায় যে, বয়স্ক ছেলেমেয়েদের মধ্যে এই প্রতিক্রিয়া অপেক্ষাকৃত কম-বয়স্ক ছেলেমেয়েদের চাইতে বেশি হয়ে থাকে এবং জ্ঞানগত প্রতিক্রিয়া ও আচরণমূলক প্রতিক্রিয়ার চাইতে বেশি হয়।