

বাংলাদেশে সৃজনশীল বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া : চর্চা ও প্রস্তাবনা
(Acquisition and Editing Process of Creative Book Publishing in Bangladesh: Practice and Prospects)

শেখ জিনাত শারমিন^১
ইপসিতা হাসান অর্পা^২

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p><i>Article history</i> Date of Submission: 28-08-2025 Date of Acceptance: 18-09-2025 Date of Publication: 10-11-2025</p> <hr/> <p><i>Keywords: Book, Publishing, Book acquisition, Editing, Readability, MASAEP Model</i></p>	<p>Publishing a book according to the readers' demand is the major precondition towards success for any publishing house. Acquisition of proper manuscript and ensuring the quality of editing increases the demand of a book, enhances its readability and achieves the readers' satisfaction. This research investigates the acquisition and editing processes of creative books in Bangladesh. Considering the creative publishing houses, who had taken part in Amar Ekushey Book Fair 2024, as population; 30 publishing houses were chosen through purposive sampling for this study. Semi-structured interviews were conducted with the publishers and editors of the publishing houses to collect data for this mixed method research. Besides, 30 sample books were collected from those publishers to analyse the content and editing of the books. The Kipling Method, 4-A theory, P-POSTA Theory and theories of Readability draw the theoretical framework of this study. The analysis shows the current scenario of acquisition and editing process including the strength, weakness and development plans of the creative book publishers in Bangladesh. The study demonstrates the absence of structured process of manuscript acquisition, selection and editing. Market research is unheeded and sometimes the publisher's call is the final decision alone to publish a book. The presence of complete editing department, proper guideline for acquisition and editing, and the number of permanent editors and proof readers are minimal. Comprehensively, the study finds an unstructured and frail scenario of book acquisition and editing in creative book publishing. This research proposes a model named 'MASAEP model' which may provide a proper guideline and structured process for book acquisition and editing in creative publishing industry of Bangladesh.</p>

^১ শেখ জিনাত শারমিন : সহকারী অধ্যাপক, প্রিন্টিং এন্ড পাবলিকেশন স্টাডিজ বিভাগ, ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয়

^২ ইপসিতা হাসান অর্পা : লেখক ও গবেষক

সারসংক্ষেপ

যেকোনো প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের উন্নয়নের প্রথম ও প্রধান শর্ত হলো পাঠকের চাহিদা অনুযায়ী মানসম্পন্ন বই তৈরি করা। আর এর জন্য প্রয়োজন বইয়ের উপযুক্ত আধেয় নির্বাচন ও গুণগত সম্পাদনা নিশ্চিতকরণ। বাংলাদেশে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার স্বরূপ তুলে ধরতে এই গবেষণাটির প্রয়াস গ্রহণ করা হয়েছে। গুণগত ও পরিমাণগত উভয় ধরনের পদ্ধতির সমন্বয়ে পরিচালিত এই গবেষণায় কিপলিং পদ্ধতি, ফোর এ তত্ত্ব, পি-পস্টা তত্ত্ব এবং পাঠোপযোগিতা তত্ত্ব ব্যবহৃত হয়েছে। এক্ষেত্রে ২০২৪ সালের অমর একুশে বইমেলায় অংশগ্রহণকারী বাংলাদেশের সব বেসরকারি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানকে গবেষণা সমগ্রক হিসেবে বিবেচনাপূর্বক এগুলোর মধ্য থেকে উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন প্রক্রিয়ায় ৩০টি নমুনা নির্বাচন করা হয়েছে। নমুনা প্রতিষ্ঠানসমূহের প্রকাশক ও সম্পাদকের সাক্ষাৎকার গ্রহণ এবং প্রকাশিত সৃজনশীল ধারার বইয়ের আধেয় বিশ্লেষণের মাধ্যমে তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে। গবেষণাটিতে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো থেকে প্রকাশিত বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ দিক, সম্পাদনার মান, দুর্বলতা ও উন্নতির উপায় নিয়ে এই গবেষণায় বিস্তারিত বিশ্লেষণ করা হয়েছে। এই গবেষণার ফলাফল সামগ্রিকভাবে দেশের গ্রন্থ প্রকাশনা শিল্পে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার দুর্বল অবস্থাকে নির্দেশ করে। একটি বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সেই বইটির বাজারে চাহিদা সৃষ্টি, পাঠোপযোগিতা বৃদ্ধি ও পাঠকতৃষ্টি অর্জনে প্রভাব বিস্তারকারী অন্যতম প্রধান উপাদান। গবেষণাটি গ্রন্থ প্রকাশনায় প্রাণসম্বলকারী এই উপাদানটির প্রয়োগের বাস্তব চিত্রকে তুলে ধরার চেষ্টা করেছে।

মূলশব্দ: বই, প্রকাশনা শিল্প, আধেয় নির্বাচন, সম্পাদনা, পাঠোপযোগিতা, ম্যাসাইপা মডেল

১. ভূমিকা

জ্ঞান অর্জন ও বিতরণের অন্যতম মাধ্যম হলো বই। বই নির্মাণের অত্যাবশ্যিকীয় ধাপটি হলো বইয়ের জন্য আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা। শুধু বই নয়; ম্যাগাজিন, জার্নাল, সংবাদপত্র, সাময়িকী, প্রতিবেদন, পুস্তিকাসহ যেকোনো প্রকাশনার জন্যই আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রধান ভূমিকা পালন করে। প্রকাশনা খাতের প্রধান চালিকাশক্তি হলো এর আধেয়। আধেয়ের গুণগত মান বৃদ্ধির কৌশল সম্পাদনা। কিন্তু বাংলাদেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে সৃজনশীল ধারার বই প্রকাশের ক্ষেত্রে কীভাবে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার কাজ করা হয়, এ সংশ্লিষ্ট কাজে যথাযথ নিয়ম ও পদ্ধতি অনুসরণ করা হয় কি না, আধেয় ও সম্পাদনার মান কেমন, বইগুলো কতটা পাঠোপযোগী, প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো তাদের বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার উন্নয়নের জন্য কী কী পদক্ষেপ গ্রহণ করেছে, এ নিয়ে তাদের কী ধরনের পরিকল্পনা রয়েছে ইত্যাদি বিষয়ে গবেষণা অপ্রতুল। বাংলাদেশের প্রকাশনা শিল্পের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার উন্নয়নের দিকটি, দীর্ঘদিন ধরে যা অবহেলিত, তা এই গবেষণার মূল কেন্দ্রবিন্দু।

২. গবেষণার প্রেক্ষাপট ও ধারণা

বাংলাদেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো বই, জার্নাল, ম্যাগাজিন ইত্যাদি নানা ধরনের প্রকাশনা নির্মাণ করলেও তাদের প্রধান প্রকাশনা হলো বই। শায়ক (২০১৯) নিঃসন্দেহে বলেছেন, দেশের প্রকাশনা জগৎ আগের চেয়ে অনেক অগ্রসর হয়েছে এবং মানসম্মত বিশুদ্ধ প্রকাশনার প্রতি প্রকাশক-পাঠক

উভয়ের সচেতনতা ও আগ্রহ বেড়েছে। যেকোনো বইয়ের মূল কারিগর লেখক এবং তার সহযোগী হলেন প্রকাশক, সম্পাদক, প্রফ রিডার প্রমুখ ব্যক্তিবর্গ (নাজির, ২০২৩)। সূষ্ঠা ও গঠনমূলক আধেয় ও সম্পাদনার মাধ্যমে বইয়ের গুণগত মান নিশ্চিত করা সম্ভব। এতদসঙ্গেও বাংলাদেশে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সম্পর্কিত গবেষণা উপেক্ষিত। অথচ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর সঠিক আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার উপরেই নির্ভর করেছে প্রকাশনা খাত ও শিক্ষা-শিল্প-সাহিত্যের ভবিষ্যৎ।

২.১ আধেয় নির্বাচনের ধারণা

কোনো নির্দিষ্ট বিষয়ে লেখক কর্তৃক রচিত মূল পাণ্ডুলিপিকেই বইয়ের আধেয় বলা হয়, যেমন- কবিতা, ছোটগল্প, উপন্যাস, ভ্রমণকাহিনী, অনুবাদ, গোয়েন্দা গল্প, বিজ্ঞান কল্পকাহিনী, ভৌতিক রচনা, প্রবন্ধ, জীবনীমূলক, ইতিহাসনির্ভর ও রাজনৈতিক রচনা ইত্যাদি। এ গবেষণায় বইয়ের আধেয় হলো এসব বিষয় নিয়ে রচিত পাণ্ডুলিপি। গবেষণাটিতে বইয়ের আধেয় নির্বাচন বলতে মূলত বই হিসেবে প্রকাশের জন্য নির্দিষ্ট বিষয়ভিত্তিক পাণ্ডুলিপি নির্বাচনকে বোঝানো হয়েছে।

২.২ সম্পাদনা প্রক্রিয়ার ধারণা

বই সম্পাদনা বলতে কোনো রচনাকে ত্রুটিমুক্ত, সৌন্দর্যমণ্ডিত ও পাঠোপযোগী করে প্রকাশ করাকে বোঝানো হয়। সম্পাদনার কাজটি করেন সম্পাদক। বই সম্পাদনা প্রধানত দুই ধরনের, যথা-

১। সাধারণ সম্পাদনা / সার্বিক সম্পাদনা : এই সম্পাদনার কাজটি সাধারণত একটি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের সম্পাদক করে থাকেন। কী ধরনের লেখা প্রকাশ করা হবে তার বিষয় ও শিরোনাম নির্ধারণ করা হয়। অনেক সময় সম্পাদকের নেতৃত্বে এ কাজে ৪-৫ জনের একটি দল থাকে। কোনো নির্দিষ্ট বছরে কোন কোন বিষয়ের কী ধরনের বই প্রকাশ করা হবে তা তারা নির্ধারণ করেন।

২। পাণ্ডুলিপি সম্পাদনা : পাণ্ডুলিপি সম্পাদক বা কপি এডিটর পাণ্ডুলিপি সম্পাদনার কাজ করেন। এখানে আধেয়র বর্ণনা/ভঙ্গি, তথ্যের সত্যতা, সামঞ্জস্যতা, পুনরাবৃত্তি ইত্যাদি যাচাই করা হয়। আধেয় বানান, ব্যাকরণ, বিরামচিহ্ন, ঘটনার পারিপার্শ্বিকতা, ভাষার ব্যবহার ইত্যাদি যাচাই ও সংশোধনপূর্বক শুদ্ধ ও উন্নত করার মাধ্যমে অধিক পাঠোপযোগী করে তোলা হয়।

এছাড়া বই প্রকাশনায় সম্পাদনা পরবর্তী একটি অত্যাবশ্যিক কাজ হলো প্রফ রিডিং। প্রফ রিডিংয়ে মূল পাণ্ডুলিপির সাথে কম্পিউটারে কম্পোজকৃত কপি মিলিয়ে দেখে সাধারণ ভুলগুলো সংশোধন, ফন্টের ব্যবহার, স্পেসিং প্রভৃতি যাচাই করা হয়।

অর্থাৎ সৃজনশীল বইয়ের সম্পাদনা প্রক্রিয়া মূলত তিনটি পর্যায়ে সম্পন্ন হয় যথা- ক. সাধারণ সম্পাদনা, খ. পাণ্ডুলিপি সম্পাদনা ও গ. প্রফ রিডিং।

৩. গবেষণার যৌক্তিকতা, উদ্দেশ্য ও গবেষণা প্রশ্ন

বর্তমানে সামগ্রিক বৈশ্বিক উন্নয়নের একটি অন্যতম কৌশল হলো টেকসই উন্নয়ন লক্ষ্যমাত্রা (এসডিজি)। এসডিজির ১৭টি লক্ষ্যমাত্রার মধ্যে 'লক্ষ্যমাত্রা ৪ - গুণগত শিক্ষা' এর সাথে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সরাসরি সম্পৃক্ত। বাংলাদেশে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা ৮০০-এর

অধিক বলে মনে করা হয় (ফয়েজ, ২০১৮)। প্রতিবছর প্রায় ২০০ কোটির অধিক মূল্যের বই প্রকাশ ও বিক্রি হয়। বই প্রকাশে পরিকল্পনার পাশাপাশি বই সম্পাদনার দুরূহ কাজটিও সমান গুরুত্বপূর্ণ (সুজাত, ২০১৮)। কিন্তু দেশের প্রকাশনার অব্যাহত চর্চায় বিষয়টি এখনও উপেক্ষিত থাকায় শিক্ষাব্যবস্থা ও পাঠকশ্রেণির ওপরে এর নেতিবাচক প্রভাব পড়ছে। প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে পরিকল্পিত আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার প্রয়োজনীয়তা অনস্বীকার্য। এজন্য বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা বিষয়ক গবেষণা যৌক্তিক ও সময়োপযোগী।

এই গবেষণার মূল লক্ষ্য হলো বাংলাদেশে সৃজনশীল ধারার বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সম্পর্কিত বিভিন্ন দিক চিহ্নিতকরণ ও বিশ্লেষণ। গবেষণাটি যেসব উদ্দেশ্য নিয়ে অগ্রসর হয়েছে, সেগুলো হলো :

- বাংলাদেশে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সম্পর্কে সম্যক ধারণা লাভ
- প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার মান বিশ্লেষণ
- উপযুক্ত আধেয় নির্বাচন ও মানসম্পন্ন সম্পাদনার ক্ষেত্রে প্রতিষ্ঠানসমূহ কর্তৃক গৃহীত পদক্ষেপ সম্পর্কে ধারণা অর্জন
- আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার দুর্বল দিকসমূহ চিহ্নিতকরণ এবং সেগুলো নিরসনের জন্য প্রয়োজনীয় সুপারিশমালা প্রদান

এসব উদ্দেশ্যে গবেষণাটিতে যেসব প্রশ্নের উত্তর অনুসন্ধান করা হয়েছে, সেগুলো হলো :

১. বাংলাদেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনায় কাঠামোবদ্ধ প্রক্রিয়া রয়েছে কিনা এবং থাকলে তার চর্চার স্বরূপ কেমন?
২. বইয়ের আধেয় নির্বাচনে প্রধান বিবেচ্য বিষয়সমূহ কী? এক্ষেত্রে বাজার গবেষণা, লেখক ও সম্পাদকের সম্পৃক্ততা কেমন?
৩. প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহে বইয়ের সম্পাদনা সম্পর্কিত নীতিমালা ও এর চর্চা কেমন এবং সম্পাদিত বইগুলোর মানের ক্ষেত্রে তা কীভাবে প্রতিফলিত হয়েছে?
৪. আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর কেমন ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা রয়েছে কিনা এবং সেখানে কোন বিষয়গুলো গুরুত্ব পেয়েছে?

৪. সাহিত্য পর্যালোচনা

বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার চর্চা নিয়ে বাংলাদেশে এর পূর্বে সুনির্দিষ্টভাবে কোনো গবেষণা করা হয়েছে বলে জানা যায়নি। তবে এই বিষয়ের সাথে প্রাসঙ্গিক দেশি-বিদেশি বিভিন্ন বই, প্রবন্ধ ও গবেষণা পর্যালোচনা করা হলো।

প্রকাশনা বিশেষজ্ঞ কামরুল হাসান শায়ক রচিত *পাণ্ডুলিপি* নামক বইয়ে পাণ্ডুলিপি প্রস্তুত, সম্পাদনা ও প্রুফ রিডিং সংক্রান্ত বিভিন্ন গুরুত্বপূর্ণ বিষয়, ধারণা ও কার্যাবলি সম্পর্কে বিস্তারিত ব্যাখ্যা করা হয়েছে। বই প্রকাশের জন্য সর্বপ্রথম শর্তই হলো পাণ্ডুলিপি প্রস্তুত করা (শায়ক, ২০১৮)। তাই সহজে অনুধাবনের জন্য লেখক পাণ্ডুলিপি প্রস্তুত, সম্পাদনা ও প্রুফ রিড নিয়ে বিশদ আলোচনা করেছেন। সব মিলিয়ে বইটিতে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সম্পর্কিত মৌলিক ধারণাসমূহ সমন্বিতভাবে

উপস্থাপন করা হয়েছে। কিন্তু দেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে এসব ধারণার চর্চা কেমন তা জানার জন্য এ সম্পর্কিত গবেষণা পরিচালনা করা প্রয়োজন।

বই প্রকাশে লেখকের প্রস্তুতি শীর্ষক বইয়ে লেখকদের আত্ম-উন্নয়নের লক্ষ্যে পাণ্ডুলিপি রচনার বিভিন্ন কলাকৌশল সম্পর্কে আলোচনা করেছেন লেখক বদিউদ্দিন নাজির। এখানে লেখার অভ্যাস গড়ে তোলা, আধেয় ও লিখনশৈলির মাধ্যমে পাঠক আকর্ষণের উপায়, পাণ্ডুলিপি রচনার ক্ষেত্রে বিপদ বা ঝুঁকিসমূহ, কপিরাইট ও অনুমতিপত্র, লেখক-প্রকাশক চুক্তি সম্পর্কিত বিষয়াবলি তুলে ধরা হয়েছে (নাজির, ২০২৩)। মূলত পাণ্ডুলিপি রচনা সম্পর্কিত বিভিন্ন দিক নিয়েই আলোচনা করা হলেও সম্পাদনার দিকটি আলোচনায় আসেনি।

লেখক ও অধ্যাপক তপন চক্রবর্তী পুস্তক প্রণয়ন ও প্রকাশনার নিয়মাবলি শীর্ষক বইয়ে পাঠ্যবই প্রকাশনার ক্ষেত্রে পাণ্ডুলিপি রচনা, সম্পাদনা ও মূল্যায়নের বিভিন্ন কৌশল সম্পর্কে আলোচনা করেছেন যা শুধু পাঠ্যপুস্তক নয়, সৃজনশীল প্রকাশনার ক্ষেত্রেও প্রযোজ্য (চক্রবর্তী, ২০১৮)। বইটির একটি বড় অংশ জুড়ে পাণ্ডুলিপির রূপরেখা, অধ্যায়ের দৈর্ঘ্য, আকার ও সংগঠন, তথ্যের উপস্থাপন, শব্দ ও বিরামচিহ্নের ব্যবহার, ভাষা, বাক্যগঠন, বানান, চূড়ান্ত পাণ্ডুলিপি মূল্যায়ন ইত্যাদি গুরুত্বপূর্ণ বিষয় সন্নিবেশিত হয়েছে, তবে বাস্তব প্রয়োগের ক্ষেত্র এখানে অনুপস্থিত।

২০২২ সালে প্রকাশিত শেখ জিনাত শারমিনের 'কোভিড-১৯ সামাজিক সংকটে বাংলাদেশে বই বিপণন' শীর্ষক গবেষণা প্রবন্ধে করোনাকালে বাংলাদেশের প্রকাশনা জগতে বই বিপণন সংক্রান্ত বিভিন্ন সমস্যা ও সংকটের চিত্র উঠে এসেছে। শারমিন (২০২২) দেখিয়েছেন করোনাকালে বই উৎপাদন ও বিপণন সংক্রান্ত বিভিন্ন কাজে ইন্টারনেটের ব্যবহার ও অনলাইন নির্ভরতা বহুগুণে বৃদ্ধি পেয়েছে। এসময় পাণ্ডুলিপি সংগ্রহ ও সম্পাদনা থেকে শুরু করে বই বিক্রয় পর্যন্ত প্রতিটি ধাপেই ছিল প্রযুক্তির ছোঁয়া। কোভিড-পরবর্তী সময়ের চিত্র কেমন তা জানতে গবেষণা প্রয়োজন।

বাংলাদেশের প্রকাশনা শিল্পের সমস্যা ও সম্ভাবনা সংক্রান্ত 'দ্য প্রবলেমস অ্যান্ড প্রসপারিটি অব পাবলিশিং হাউজেস অব বাংলাদেশ' শীর্ষক গবেষণায় (Morsheda, 2018) দেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর অন্যান্য নানাবিধ সমস্যার পাশাপাশি একটি অন্যতম সমস্যা হিসেবে পেশাগত দক্ষতার অভাবকে চিহ্নিত করা হয়েছে। এর মধ্যে রয়েছে বই রচনা, আধেয়, সম্পাদনা ও অনুবাদ সংক্রান্ত বিভিন্ন দুর্বলতা। গবেষণাটিতে এসব সমস্যা নিরসনে বই প্রকাশনার পূর্বে পর্যাপ্ত বাজার গবেষণা করার প্রতি ইঙ্গিত দেওয়া হয়েছে। আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনায় বাজার গবেষণার চর্চা কেমন তা জানা প্রয়োজন।

বই প্রকাশনা ও সম্পাদনা বিষয়ক এডিটিং এন্ড পাবলিকেশন বইয়ে লেখক, সম্পাদক ও পাঠকের কার্যাবলি, দায়িত্ব ও পারস্পরিক যোগাযোগকে বেশ গুরুত্ব দেওয়া হয়েছে। বইটিতে লেখক (Montagnes, 1988) একটি প্রকাশনা তৈরির পরিকল্পনা, পাঠক সম্পর্কে ধারণা, পাঠোপযোগিতার নিয়ম ও পাঠোপযোগিতা যাচাইয়ের সূত্র, প্রকাশনা মূল্যায়ন, নানাবিধ বিশেষায়িত প্রকাশনার সম্পাদনা পদ্ধতি ইত্যাদি বিষয় সুস্পষ্টভাবে ব্যাখ্যা করেছেন। বাংলাদেশে এ দিকগুলো কতটা চর্চিত, তা নিয়ে গবেষণার দাবি রাখে।

১৯৯৮ সালে আমেরিকার *জার্নাল অব ম্যানেজমেন্ট হিস্ট্রি*-তে বই প্রকাশনা শিল্পের বিবর্তন নিয়ে প্রকাশিত একটি গবেষণা প্রবন্ধ অনুসারে, বইয়ের মাধ্যমে যেকোনো ধারণাকে একটি সুসংগঠিত রূপ

দেওয়া হয় যা উদ্দিষ্ট পাঠকদের নিকট ধারণা বা বিষয়টিকে উপস্থাপন করে (Keh, 1998)। এছাড়া আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার ক্ষেত্রে প্রকাশনা শিল্পকে নিত্য নতুন বিভিন্ন ঝুঁকি গ্রহণ ও মোকাবিলা করতে হয় এবং সফলতা লাভের জন্য বিভিন্ন মানদণ্ড অনুযায়ী সিদ্ধান্ত নিতে হয়। প্রকাশনা শিল্পে ডিজিটাল প্রযুক্তির প্রভাব সম্পর্কেও গবেষণা প্রবন্ধটিতে আলোচনা করা হয়েছে। গবেষণাটি দুই যুগের বেশি সময় পেরিয়ে বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে কতটা চর্চিত বা পরিবর্তিত হয়েছে, তা দেখার সুযোগ রয়েছে।

‘ডিজিটাল স্কলারলি এডিটিং’ বইয়ে একাডেমিক ও পাণ্ডিত্যপূর্ণ ডিজিটাল বইয়ের সম্পাদনা নিয়ে আলোচনা করা হয়েছে (Driscoll & Pierazzo, 2016)। এখানে ইতালীয় দৃষ্টিকোণ থেকে পাণ্ডিত্যপূর্ণ বইয়ের ডিজিটাল সংস্করণ সম্পাদনার বিভিন্ন রীতি-নীতি ও পদ্ধতি তুলে ধরেছেন। এছাড়াও একটি প্রাচীন ও সাধারণ পাণ্ডুলিপি থেকে কীভাবে বর্তমান সময়োপযোগী বই নির্মাণ করা যায়, তা নিয়েও বইটিতে আলোচনা করা হয়েছে, যা বাংলাদেশের দৃষ্টিকোণ থেকে দেখার সুযোগ রয়েছে।

৫. তাত্ত্বিক কাঠামো

গবেষণাটি পরিচালনায় চারটি তত্ত্বের আশ্রয় নেওয়া হয়েছে। এগুলো হলো : কিপলিং পদ্ধতি, ফোর এ তত্ত্ব (4A Theory), পি-পস্টা তত্ত্ব (P-POSTA Theory) ও পাঠোপযোগিতা তত্ত্ব (Theory of Readability)।

৫.১ কিপলিং পদ্ধতি

কোনো সমস্যার সমাধানে ব্রিটিশ লেখক রুডইয়ার্ড কিপলিং ছয়টি প্রশ্ন বিশদে উত্তর করার চেষ্টা করতেন যা থেকে উত্তরণের উপায় বের হয়ে আসত। সমস্যা সমাধানের এই পদ্ধতিকে কিপলিং পদ্ধতি বলা হয়। প্রশ্নগুলো হলো : কী (What), কেন (Why), কোথায় (Where), কখন (When), কে (Who) ও কীভাবে (How)। ভুলভ্রান্তি কমাতে, দক্ষতা বাড়াতে ও যুতসই সমাধানের জন্য বিভিন্ন খাতে কিপলিং পদ্ধতি অনুসরণ করা হয় (Robecca et al., 2020)।

বই প্রকাশের ক্ষেত্রে আধেয় নির্বাচনের সময়ও কিপলিং পদ্ধতি ব্যবহার করা যেতে পারে। এই প্রশ্নগুচ্ছের ওপর ভিত্তি করে আধেয়র ধরন, মান ও বৈশিষ্ট্য নির্ধারণ করা সম্ভব। যেমন-

১। কী (What) : আধেয়র মূল বিষয়বস্তু কী?

২। কেন (Why) : বইটি কেন প্রকাশ করা হবে?

৩। কোথায় (Where) : কোন স্থানের পাঠকদের জন্য বইটি নির্মিত হবে?

৪। কখন (When) : কখন ও কী উদ্দেশ্যে বইটি প্রকাশ করা হবে?

৫। কে (Who) : বইটির লেখক, সম্পাদক ও উদ্দিষ্ট পাঠক কারা?

৬। কীভাবে (How) : কীভাবে আধেয়টি সম্পাদনা করলে তা সহজ, পাঠকপ্রিয় ও ব্যবসায়িকভাবে সফল হবে?

প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো তাদের আধেয় নির্বাচনের ক্ষেত্রে এসব প্রশ্নের উত্তর জানার চেষ্টা করে কি না, আধেয়র কোন কোন গুণাবলির ভিত্তিতে সেটি নির্বাচন করা হয় প্রভৃতি বিশ্লেষণে তত্ত্বটি সহায়ক।

৫.২ ফোর এ তত্ত্ব (4A Theory)

পাণ্ডুলিপি নির্বাচনে প্রকাশক ও সম্পাদক সাধারণত যে চারটি বিষয়ের দিকে নজর রাখেন, সেগুলোকে একত্রে ফোর এ তত্ত্ব বলা হয়। ইংরেজি ‘এ’ আদ্যাক্ষর বিশিষ্ট চারটি শব্দের পরিভাষা দ্বারা এটি বিন্যস্ত। নাজির (২০২৩) অনুসারে, এই চারটি ‘এ’ হলো :

১। এ ফর অথরশিপ (A for Authorship) : অথরশিপ বলতে মূলত লেখকের জ্ঞান, দক্ষতা, রচনা সম্পর্কে সচেতনতা সম্পর্কিত গুণাবলিকে নির্দেশ করা হয়। অর্থাৎ লেখক তার লেখনির মাধ্যমে পাঠককে যা বোঝাতে চান, তা যথাযথভাবে বোঝানোর জন্য তার সক্ষমতার দিকটি এ পর্যায়ে দেখা হয়।

২। এ ফর অথেনটিসিটি (A for Authenticity) : অথেনটিসিটি হলো আধেয়র মধ্যে উপস্থাপিত তথ্যের সত্যতা, বিশ্বাসযোগ্যতা ও নির্ভরযোগ্যতা। একজন লেখক তার রচনার প্রেক্ষাপট, চরিত্র, ঘটনা, সময়, স্থান, সমাজ-সংস্কৃতি ইত্যাদি সম্পর্কে নির্ভরযোগ্য বর্ণনা দিয়েছেন কিনা তা লক্ষ করা হয়।

৩। এ ফর অ্যাকশন (A for Action) : একটি আধেয় যেসব গুণাবলির কারণে একেবারে প্রথম পৃষ্ঠায় পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণে সক্ষম হয় এবং শেষ পৃষ্ঠা পর্যন্ত পাঠকের মনোযোগ ধরে রাখতে পারে, সেসব গুণাবলিকেই সমন্বিতভাবে অ্যাকশন হিসেবে অভিহিত করা হয়।

৪। এ ফর অথরিটি (A for Authority) : অথরিটি বলতে আধেয় বা পাণ্ডুলিপি রচনার জন্য লেখকের যোগ্যতা, পাণ্ডিত্য, অভিজ্ঞতা ও জনপ্রিয়তা সংক্রান্ত দিকগুলোকে বোঝানো হয়। বই ত্রয়ের সময় পাঠকেরা বইয়ের ফ্ল্যাপে থাকা লেখক পরিচিতি ভালোভাবে লক্ষ্য করেন বিধায় এটিকে প্রকাশকেরা পাঠকের দৃষ্টি আকর্ষণের একটি মোক্ষম অস্ত্র হিসেবে বিবেচনা করেন।

গবেষণাটিতে এই তত্ত্বটি প্রয়োগের মাধ্যমে মূলত দেখা হয়েছে, বাংলাদেশে সৃজনশীল বইয়ের আধেয় নির্বাচনে প্রকাশক ও সম্পাদক ‘ফোর এ’ তত্ত্বের চারটি উপাদানের অন্তর্ভুক্ত বিষয়গুলো যাচাই করছেন কিনা এবং এগুলোর মধ্যে কোন কোন উপাদানকে তারা প্রাধান্য দিচ্ছেন।

৫.৩ পি-পস্টা তত্ত্ব (P-POSTA Theory)

বই সম্পাদনার সমগ্র প্রক্রিয়া ও কার্যাবলি বিশ্লেষণের জন্য উপযোগী একটি তত্ত্ব হলো পি-পস্টা তত্ত্ব। এর উদ্ভাবক জাপানের এডিটোরিয়াল সোসাইটির সাবেক সভাপতি কাকুজাএমোন নুনোকাওয়া। এই তত্ত্ব বই প্রকাশ প্রক্রিয়ার সম্পাদনা সংশ্লিষ্ট কর্মকাণ্ডকে ৬টি বর্ণের সমন্বয়ে গঠিত P-POSTA ফর্মুলার মাধ্যমে ব্যাখ্যা করা হয়েছে। এই ৬টি বর্ণের প্রতিটি দ্বারা তিনটি করে বিষয় প্রকাশ করা হয়েছে। অর্থাৎ তত্ত্বটি সম্পাদনা সম্পর্কিত মোট ১৮টি মৌলিক বিষয় বিশ্লেষণে সক্ষম (মঈনউদ্দিন, ১৯৮৫, পৃ. ৪৯)। বিষয়গুলো সারণি ১-এ দেওয়া হলো।

সারণি ১ – পি-পস্টা তত্ত্ব অনুসারে সম্পাদনা সম্পর্কিত বিষয়

P	P	O	S	T	A
Philosophy (দর্শন)	Policy (নীতিমালা)	Organising (সংগঠন)	Securing the manuscripts (পাণ্ডুলিপি হস্তগত করা)	Technique (আঙ্গিক)	Appeal to readers (পাঠকদের প্রতি আবেদন)
Purpose (উদ্দেশ্য)	Planning (পরিকল্পনা)	Opinion (অভিমত)	Selection (বাছাই)	Timing (সময়সীমা)	Accounting, time and economics (হিসাব- পরীক্ষা, সময় ও অর্থনীতি)
Program (কর্মসূচি)	Preparing the contents (সূচিপত্র প্রণয়ন)	Originality (মৌলিকতা)	Suitable examination (উপযুক্ত পরীক্ষণ)	Teamwork (সহযোগকর্ম)	Authoring (লেখক)

এই তত্ত্বে আলোচিত ১৮টি বিষয় সূষ্ঠা সম্পাদনার জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। বাংলাদেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহ এগুলোকে যথাযথভাবে অনুসরণ করে কিনা এবং বই সম্পাদনায় কোন কোন বিষয়কে অধিক গুরুত্ব দেওয়া হয় তা বিশ্লেষণে এ গবেষণায় পি-পস্টা তত্ত্বটি অত্যন্ত সহায়ক ভূমিকা রেখেছে।

৫.৪ পাঠোপযোগিতা তত্ত্ব (Theory of Readability)

ডিকশনারি অব পাবলিশিং এন্ড প্রিন্টিং অনুসারে, কোনো লেখা পাঠে সহজ বা প্রাঞ্জল হওয়ার যে গুণ, তা পাঠোপযোগিতা (রহমান, ২০১৭)। যেকোনো রচনার অন্তর্নিহিত ভাব সুস্পষ্টভাবে প্রকাশের জন্য তা পাঠোপযোগী ও সহজবোধ্যভাবে উপস্থাপন করা একান্ত আবশ্যিক। Flesch (1949), Gunning (1968) এবং রহমান (২০১৭) অনুসারে, লেখাকে পাঠোপযোগী করার জন্য সহজ ও প্রচলিত শব্দ ব্যবহার করে বিষয় সম্পর্কে সুস্পষ্ট ধারণা প্রদান করতে হবে। ছোট ও সরল বাক্য ব্যবহার আবশ্যিক। এক্ষেত্রে কোনো রচনায় প্রতিটি বাক্যের গড় শব্দসংখ্যা ২০ হলে রচনাটি অধিক পাঠোপযোগী হয়। জটিল শব্দ ব্যবহারের ক্ষেত্রে ৩০বাক্যের একটি টেক্সটে ২০টির কম জটিল শব্দ থাকা উচিত। বানান, ব্যাকরণ ও বিরামচিহ্নের যথাযথ ব্যবহার নিশ্চিত করতে হবে। অনুবাদে বিশেষ সতর্কতা অবলম্বন করতে হবে, যাতে অর্থের পরিবর্তন না ঘটে। সংযোজক শব্দ ও প্রত্যক্ষ উক্তি ব্যবহারের পাশাপাশি পরিভাষা ও অপরিচিত শব্দ ব্যাখ্যা; ফন্টের যথাযথ ও সামঞ্জস্যপূর্ণ ব্যবহারের মাধ্যমে শিরোনাম, উপ-শিরোনাম নির্ধারণের পাশাপাশি সারণি, গ্রাফ, ইলাস্ট্রেশন ইত্যাদি যুক্ত করার মধ্য দিয়ে পাঠোপযোগিতা নিশ্চিত করা সম্ভব।

বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো থেকে সম্পাদিত বইসমূহ কতটা পাঠোপযোগী তা মূল্যায়ন করার জন্য গবেষণাটিতে পাঠোপযোগিতা তত্ত্ব ব্যবহৃত হয়েছে। কারণ পাঠোপযোগিতা মূল্যায়ন ব্যতীত সম্পাদনার মান অনুধাবন করা বেশ কঠিন। তাই তত্ত্বটির মাধ্যমে বই সম্পাদনায় পাঠোপযোগিতা বৃদ্ধির কোন কোন কৌশল কীভাবে অনুসরণ করা হচ্ছে, সেই বিষয়গুলো খতিয়ে দেখা হয়েছে।

৬. গবেষণা পদ্ধতি ও নমুনায়ন

৬.১ গবেষণা পদ্ধতি

গবেষণাটি গুণগত ও পরিমাণগত উভয় ধরনের পদ্ধতির সমন্বয়ে অর্থাৎ মিশ্র পদ্ধতি অনুসরণ করে পরিচালিত হয়েছে। গবেষণাটির জন্য নির্বাচিত ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের তথ্য সংগ্রহ করা হয়েছে দুই ধরনের উৎস থেকে- প্রাথমিক উৎস ও সহায়ক উৎস।

প্রাথমিক উৎসগুলো হলো :

- প্রকাশকদের সাক্ষাৎকার : ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের পরিচালক বা প্রকাশকের আধাকার্টামোগত সাক্ষাৎকার গ্রহণ।
- সম্পাদকদের সাক্ষাৎকার : ৮জন সম্পাদকের নিবিড় সাক্ষাৎকার গ্রহণ।
- বইয়ের আধেয় বিশ্লেষণ : ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান থেকে প্রকাশিত ৩০টি সৃজনশীল বইয়ের আধেয় বিশ্লেষণ ও সম্পাদনা পর্যবেক্ষণ।

সহায়ক উৎসগুলো হলো :

- ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান কর্তৃক প্রকাশিত ক্যাটালগ বা বইয়ের তালিকা
- প্রতিষ্ঠানগুলোর নীতিমালা, কর্মকাণ্ড ও বই বিষয়ক বার্ষিক প্রতিবেদন
- প্রতিষ্ঠানগুলোকে নিয়ে জার্নাল, ম্যাগাজিন বা সংবাদপত্রের প্রতিবেদন
- প্রতিষ্ঠানগুলোর ওয়েবসাইট ও ফেসবুক পেইজ

এসব পদ্ধতি অনুসরণ করে ২০২৪ সালের ১৫ ফেব্রুয়ারি থেকে ২০ মার্চ পর্যন্ত সময়ের মধ্যে গবেষণাটির জন্য প্রয়োজনীয় তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করা হয়েছে। সংগৃহীত তথ্য গুণগত ও পরিমাণগত উভয় পদ্ধতির সমন্বয়ে বর্ণনা, সারণি, লেখচিত্র, চিত্র ইত্যাদির মাধ্যমে উপস্থাপন ও বিশ্লেষণ করা হয়েছে।

৬.২ নমুনায়ন

এই গবেষণায় ২০২৪ সালের অমর একুশে বইমেলায় অংশগ্রহণকারী মূলধারার সব বেসরকারি সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানকে (মোট ৫১৭টি) গবেষণা সমগ্রক হিসেবে বিবেচনা করা হয়েছে। প্রতিষ্ঠানসমূহের সরাসরি কার্যক্রম, বইমেলায় কার্যক্রম, ক্যাটালগ, প্রকাশিত বইয়ের ধরন, বইয়ের সংখ্যা, প্রতিষ্ঠানের আকার, সক্ষমতা, প্রতিষ্ঠাকাল ইত্যাদি পর্যবেক্ষণ করে উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন পদ্ধতির মাধ্যমে বহুল পরিচিত, নবীন-প্রবীণ এবং ছোট, মাঝারি ও বড় মিলিয়ে ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান নির্বাচন করা হয়েছে (সারণি ২)। গবেষণার জন্য নির্বাচিত ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান সমগ্রকের ৫.৭৫% এর প্রতিনিধিত্ব করে।

নমুনায়নের ক্ষেত্রে নবীন ও প্রবীণ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান বাছাইয়ে প্রতিষ্ঠানগুলোর প্রতিষ্ঠাকালকে প্রাধান্য দেওয়া হয়েছে। এখানে ১৯৫০ সাল থেকে ২০২০ সাল পর্যন্ত প্রতিষ্ঠিত প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান রয়েছে। ২০২৪ সালের অমর একুশে বইমেলায় ১ ও ২ ইউনিটের স্টলকে ছোট আকারের, ৩ ও ৪ ইউনিটের স্টলকে মাঝারি আকারের এবং ২৪/২৪ ফুট ও ২০/২০ ফুট আকারের প্যাভিলিয়নকে বড় আকারের

প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান হিসেবে ধরা হয়েছে। সব ধরনের প্রতিষ্ঠানের উপস্থিতি নিশ্চিত করতে নমুনায়নে ছোট, মাঝারি ও বড় আকারের ১০টি করে প্রতিষ্ঠানকে নেওয়া হয়েছে। তথ্য সংগ্রহের সময় প্রতিটি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে দায়িত্বরত ব্যক্তির কাছ থেকে সেই প্রকাশনীর একটি করে নমুনা বই চাওয়ার প্রেক্ষিতে প্রদত্ত বইটিকে গবেষণার নমুনা বই হিসেবে নিয়ে মোট ৩০টি নমুনা আধেয় বিশ্লেষণের জন্য গ্রহণ করা হয়েছে। এছাড়া উদ্দেশ্যমূলক নমুনায়ন পদ্ধতিতে ৮ জন সম্পাদকের নিবিড় সাক্ষাৎকার গ্রহণ করা হয়েছে। এক্ষেত্রে ছোট, বড় ও মাঝারি প্রতিষ্ঠানের দুজন করে ছয় জন সম্পাদক এবং চুক্তিভিত্তিক/অস্থায়ী দুজন সম্পাদককে নমুনা হিসেবে নির্বাচন করা হয়েছে। নমুনা সম্পাদকেরা হলেন ওয়াসি আহমেদ, সঞ্জয় মুখার্জী, আল-মারুফুল ইসলাম, নাহিদ রেদোয়ানা, মিজানুর রহমান সরদার, নজরুল ইসলাম নঈম, রিয়াজুল ইসলাম জুলিয়ান ও হরিপদ দত্ত।

৭. তথ্য উপস্থাপন ও বিশ্লেষণ

৩০টি নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের প্রকাশক বা দায়িত্বরত ব্যক্তির সাক্ষাৎকার, ৮ জন সম্পাদকের নিবিড় সাক্ষাৎকার, সহায়ক উৎসসমূহ এবং নমুনা ৩০টি বইয়ের আধেয় বিশ্লেষণ থেকে প্রাপ্ত তথ্য আলোচনার সুবিধার্থে নিম্নোক্ত পাঁচটি ভাগে উপস্থাপন ও বিশ্লেষণ করা হলো।

- ১। প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহের পরিচিতি এবং আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা
- ২। বিষয়ভিত্তিক বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা
- ৩। বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ দিকসমূহ বিশ্লেষণ
- ৪। সম্পাদিত বইয়ের পাঠোপযোগিতা মূল্যায়ন
- ৫। আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা

৭.১ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহের পরিচিতি এবং আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা

প্রাথমিক ও সহায়ক উৎসসমূহ থেকে পাওয়া তথ্যের ভিত্তিতে ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের সংক্ষিপ্ত পরিচিতি এবং আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সম্পর্কিত কিছু গুরুত্বপূর্ণ সুনির্দিষ্ট তথ্য সারণি ২-এ উপস্থাপন করা হলো।

সারণি ২ - নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহের সাধারণ তথ্য ও নমুনা বইয়ের তালিকা

ক্র.সং.	প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান	আকার	প্রতিষ্ঠা	প্রতিবছর প্রকাশিত গড় বইয়ের সংখ্যা	আধেয় নির্বাচনকারী	সম্পাদক (জন)	প্রফ রিডার (জন)	নমুনা বই (১টি করে)
১	অনিন্দ্য প্রকাশ	বড়	২০০৪	৪০-৫০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	চুক্তিভিত্তিক	দার্জিলিঙে বৃষ্টি কালিম্পাঙে রোদ
২	চারুলিপি প্রকাশন	বড়	১৯৯৮	২৫-৩০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	৫-৬	সংশ্লুক
৩	অশেষা প্রকাশন	বড়	২০০৫	৫০	প্রকাশক ও সম্পাদক	২	৩	ব্রেইন ওয়াশ
৪	অবসর প্রকাশনা সংস্থা	বড়	১৯৮৫	৪০-৫০	প্রকাশক ও সম্পাদক	নির্দিষ্ট নয়	২	মেঘ বলেছে যাব যাব
৫	নালন্দা	বড়	২০০১	৫০-৬০	প্রকাশক ও সম্পাদক	৩	১	দ্য লাস্ট মোগল
৬	অক্ষর প্রকাশনী	বড়	২০১০	২৫-৪০	প্রকাশক ও সম্পাদক	৩	২	সাগরে আতঙ্ক
৭	অনন্যা	বড়	১৯৮৭	১০০	প্রকাশক ও সম্পাদক	নির্দিষ্ট নয়	চুক্তিভিত্তিক	জীবনকৃষ্ণ মেমোরিয়াল হাই স্কুল
৮	ভাষাচিত্র	বড়	২০০৮	৩০-৩৫	প্রকাশক ও সম্পাদক	নির্দিষ্ট নয়	২	আমরা মুক্তিযোদ্ধা
৯	আকাশ	বড়	১৯৬১	৩০-৪০	প্রকাশক	২	২	দি পাওয়ার অব 'নেগেটিভ' থিংকিং
১০	স্টুডেন্ট ওয়েজ	বড়	১৯৫০	৩০-৪০	প্রকাশক ও সম্পাদক	৫	৩	আয়নার সংসার
১১	আহমদ পাবলিশিং হাউস	মাঝারি	১৯৫৪	৩০-৪০	প্রকাশক ও সম্পাদক	৩	২	বিশ্বনবী
১২	শিক্ষা প্রকাশনী	মাঝারি	১৯৬৪	৫০-৬০	প্রকাশক ও সম্পাদক	৫	৩	প্র পঞ্চভূজ
১৩	অ্যাডর্ন পাবলিকেশন	মাঝারি	১৯৯৪	৫০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	৪	দি আর্ট অব ওয়ার
১৪	গ্রহকুটির	মাঝারি	১৯৯৩	৬০-৬৫	প্রকাশক ও সম্পাদক	৩	১৮	পৃথিবীর পথে পথে
১৫	দি রয়েল পাবলিশার্স	মাঝারি	২০০৬	২৫-৩০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	২	মুক্তিযুদ্ধের উপন্যাসসমগ্র ১
১৬	শ্রাবণ প্রকাশনী	মাঝারি	১৯৯৬	২০	প্রকাশক	২-৩	চুক্তিভিত্তিক	ভারতের বর্ণবাবস্থা
১৭	সৃজনী	মাঝারি	২০০৩	২০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	চুক্তিভিত্তিক	দ্য ওল্ড ম্যান এন্ড দ্য সি
১৮	চন্দ্রাবতী একাডেমি	মাঝারি	২০১৩	২০-২৫	প্রকাশক ও সম্পাদক	৪	৬-৭	স্মৃতিময় কর্মজীবন

১৯	অঙ্কুর প্রকাশনী	মাবারি	১৯৮৬	১৫-২০	প্রকাশক ও সম্পাদক	২	৩	বাঙালির তৃতীয় জাগরণ
২০	জাগৃতি প্রকাশনী	মাবারি	১৯৯২	৫০	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	৩	তোরসা
২১	সূচয়নী পাবলিশার্স	ছোট	১৯৯৩	১৫-২৫	প্রকাশক	নির্দিষ্ট নয়	চুক্তিভিত্তিক	ঠাকুরমার ঝুলি
২২	জনপ্রিয় প্রকাশনী	ছোট	২০০৫	২০-৩০	প্রকাশক ও সম্পাদক	নির্দিষ্ট নয়	২	মানুষের জন্য কবিতা
২৩	তৃপ্তি প্রকাশ কুঠি	ছোট	১৯৯২	১০-২০	প্রকাশক ও সম্পাদক	১	২	বেদনার নীল আকাশ
২৪	আদিত্য অনীক প্রকাশনী	ছোট	২০১৫	৩০	প্রকাশক ও সম্পাদক	২	৩	রোমিও জুলিয়েট
২৫	কিংবদন্তী পাবলিকেশন	ছোট	২০২০	৩০-৩৫	প্রকাশক ও সম্পাদক	৪	১	মা সব জানতো
২৬	ব্রাদার্স পাবলিকেশন্স	ছোট	১৯৮৫	৪-৫	প্রকাশক ও সম্পাদক	২	২-৩	প্রয়োজনে প্রিয়জন
২৭	কাব্যকথা	ছোট	২০১৬	৩০	প্রকাশক	১	১	ভূতট্যাটনের বাদরামী
২৮	জলছবি প্রকাশন	ছোট	২০১৩	৩০	প্রকাশক	১	১	স্ফটিক বাড়ি ও অন্যান্য গল্প
২৯	আনন প্রকাশন	ছোট	২০১৯	১২-১৫	প্রকাশক	১	৩	মর্গের পাশের ঘর
৩০	নূর-কাসেম পাবলিশার্স	ছোট	১৯৯৬	১৫-২০	প্রকাশক	৩	৩	শেষ উপহার

৭.২ বিষয়ভিত্তিক বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা

গবেষণাটিতে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের পরিচালক বা প্রকাশকবৃন্দের আধাকাঠামোবদ্ধ সাক্ষাৎকার, সম্পাদকবৃন্দের নিবিড় সাক্ষাৎকার ও সহায়ক উৎসসমূহ থেকে প্রাপ্ত তথ্যের আলোকে বিষয়ভিত্তিক বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার বিভিন্ন আঙ্গিক উপস্থাপন ও বিশ্লেষণ করা হলো। ধরন ও বিষয় অনুযায়ী বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ায় বেশ কিছু পার্থক্য রয়েছে। সর্বাধিক প্রচলিত কয়েক ধরনের সৃজনশীল বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে আলোচনা করা হলো।

৭.২.১ উপন্যাস

বাংলাদেশে সামাজিক উপন্যাস, প্রেমের উপন্যাস ও মুক্তিযুদ্ধভিত্তিক উপন্যাসের চাহিদা বেশি থাকায় এগুলো অপেক্ষাকৃত বেশি প্রকাশিত হয়। উপন্যাস সম্পাদনার সময় চরিত্রগুলোর চারিত্রিক বৈশিষ্ট্য, পারস্পরিক সম্পর্ক, সম্বোধন, ক্রিয়াপদের ব্যবহারের দিকে ভালোভাবে লক্ষ্য রাখতে হয়। বাংলাদেশের ও ভারতের বাংলা বানান ও শব্দের ব্যবহারে অনেক পার্থক্য থাকায় ভারতীয় লেখকদের লেখা সম্পাদনায় বিশেষভাবে সতর্ক থাকতে হয়, যেমন- বাংলাদেশের রিসোর্ট, একাডেমি শব্দগুলোর ভারতীয় বানান যথাক্রমে রিসর্ট, আকাদেমি। এছাড়া উপন্যাস সম্পাদনায় শব্দের প্রয়োগ, বাক্যগঠন, কাহিনীর যথার্থতা, যৌক্তিকতা ইত্যাদি দেখা হয়।

৭.২.২ গল্প

উপন্যাসের তুলনায় গল্পে ছোট প্লট থাকে। এক্ষেত্রে পুরনো ও অভিজ্ঞ লেখকদের গল্পে প্লট পরিবর্তনে সেভাবে নজর দেওয়া হয় না। তবে লেখায় অসঙ্গতিপূর্ণ ও বিতর্কিত বিষয় থাকলে তাঁদের সাথে আলোচনা করে তা সম্পাদনা করা হয়। কিন্তু নতুন লেখকদের লেখায় বাক্যগঠনে সমস্যা থাকে, গল্পের ছন্দপতন (প্লট হোল) থাকে এবং অনেক সময় মূলভাব স্পষ্ট হয় না। এরকম হলে প্রয়োজনবোধে তাদের লেখার প্লট পরিবর্তন করতে বলা হয়। ছোটগল্পেও উপন্যাসের মতোই চরিত্র নির্মাণ, প্রাসঙ্গিকতা, ঘটনার সামঞ্জস্য, যৌক্তিকতা ইত্যাদি যাচাই করা বেশ গুরুত্বপূর্ণ। সংকলিত গল্পগ্রন্থে বিখ্যাত ও প্রবীণ লেখকদের গল্প থেকে শুরু করে ক্রমান্বয়ে কম পরিচিত ও নবীন লেখকদের গল্প স্থান পায়।

৭.২.৩ কবিতা

কবিতা সম্পাদনার কাজটি গদ্য সম্পাদনার থেকে অনেকাংশেই ভিন্ন। এখানে ছন্দ, মাত্রা, অলংকার ইত্যাদি বুঝে সঠিকভাবে সম্পাদনা করতে হয়। ফলে সম্পাদকের এসব বিষয় সম্পর্কে পর্যাপ্ত জ্ঞান থাকতে হয়। কবিতায় ভাবের গভীরতা ফুটিয়ে তুলতে ক্রিয়াপদের ব্যবহারে সাধারণত ও-কার (-৩) ব্যবহৃত হয়। তবে বেশিরভাগ কবি চান, তাদের কবিতা অপরিবর্তিত থাকুক। ফলে কবিতায় বানান ও বিরামচিহ্ন ব্যতীত আর কিছু সম্পাদনা করার উপায় থাকে না। এছাড়া কবিতা সম্পাদনার প্রচলন কম হওয়ার অন্যতম কারণ পাঠকশ্রেণির কবিতা বিমুখতা।

৭.২.৪ অনুবাদ

বাংলায় অনুবাদ প্রকাশের সাধারণ নিয়ম হলো ভিনভাষার আধেয়র কপিরাইট সংগ্রহ অথবা সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষের কাছ থেকে অনুবাদের অনুমতি নিয়ে তা প্রকাশ করা। কিন্তু বাংলাদেশের অধিকাংশ সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে এ নিয়ম মানা হয় না। অনেক সময় দেখা যায়, কয়েকজন অনুবাদক মিলে একটি বই অনুবাদ করেন। এক্ষেত্রে সবার অনুবাদকে একই ছন্দে নিয়ে আসেন সম্পাদক, যাতে অনুবাদে কোনো অসামঞ্জস্য না থাকে। অনুবাদ সাহিত্যে ভাষান্তর প্রযুক্তির (গুগল ট্রান্সলেটর, কৃত্রিম বুদ্ধিমত্তা) ব্যবহার বর্জন করাকেই সম্পাদকেরা উৎসাহিত করেন। কারণ আক্ষরিক অনুবাদ নয়, বরং ধারাবাহিকতা রেখে ভাবানুবাদ করা বেশি গুরুত্বপূর্ণ।

৭.২.৫ খিলার

খিলার বলতে রহস্যময় গল্প, ভৌতিক কাহিনী, গোয়েন্দা গল্প প্রভৃতিকে বোঝানো হয়। এধরনের বইয়ের শুরু থেকে শেষ পর্যন্ত টানটান উত্তেজনা থাকে। এক্ষেত্রে একটি লেখা বর্তমান সময়োপযোগী কিনা তা খিলার বইয়ের আধেয় নির্বাচনে খুব গুরুত্বের সাথে দেখা হয়। খিলার সম্পাদনার ক্ষেত্রে শব্দ ও বাক্যগঠন নির্জীব হলে সেগুলো পরিবর্তন করা হয়। খিলার বইয়ে কাহিনীর শুরুতে চমকপ্রদ কোনো উপাদান, ঘটনা, চরিত্র বা রহস্যের অবতারণা করা হয়, যাতে পাঠক কয়েক লাইন পড়েই পুরোটা পাঠ করতে আগ্রহী হয়। এক্ষেত্রে আধুনিক, প্রায়ুক্তিক ও সমসাময়িক বিষয়গুলো ঠিকমতো বুঝে সম্পাদনার জন্য অপেক্ষাকৃত তরুণ সম্পাদকদের দায়িত্ব দেওয়া হয়।

৭.২.৬ শিশুতোষ বই

বাংলাদেশে শিশু-কিশোর উপযোগী বইয়ের মধ্যে প্রধান কিছু ধরন হলো ছড়া, কমিকস, রূপকথা, উপকথা, ছোটগল্প, কৌতুক, ধাঁধা, বৈজ্ঞানিক কল্পকাহিনী, জনপ্রিয় দেশি-বিদেশি ধ্রুপদী গল্পের বই ইত্যাদি। এক্ষেত্রে আধেয়র মধ্যে যেন আনন্দ ও শিক্ষণীয় বিষয় উভয়ই থাকে, সেদিকে লক্ষ রাখা হয়। শিশুরা বই পড়েই তাদের কল্পনার জগতকে বিস্তৃত করে। ফলে বই পাঠের মাধ্যমে যদি শিশু ভুল কিছু শেখে, তাহলে তা তার ভবিষ্যৎ জীবনে নেতিবাচক প্রভাব ফেলতে পারে। তাই শিশুতোষ বই সম্পাদনায় সম্পাদকেরা অনেক বেশি সচেতন থাকেন এবং যথাসম্ভব ছোট বাক্য ও সহজ শব্দ ব্যবহারের দিকে নজর দেন। ছোট শিশুদের জন্য যুক্তাক্ষর ব্যতীত গল্প ও ছড়ার বই প্রকাশিত হয়।

৭.২.৭ অন্যান্য সৃজনশীল বই

অন্যান্য সৃজনশীল বইয়ের মধ্যে অন্যতম হলো বাঙালির ইতিহাস ও সংস্কৃতি, ভাষা আন্দোলন, মুক্তিযুদ্ধ, ভ্রমণকাহিনী, নাটক, গান, পুঁথিসাহিত্য, বিজ্ঞান, স্বাস্থ্য, কৃষি, অর্থনীতি, রম্যরচনা ইত্যাদি বিষয়ক বই। সাধারণত একটু গবেষণাধর্মী ও চিন্তামূলক প্রবন্ধের বই কমপক্ষে ৩-৪ মাস সময় নিয়ে সম্পাদনা করা হয় এবং তথ্যের সত্যতা যাচাই করা হয়। এছাড়া সব ধরনের লেখায় বানানের প্রতি বিশেষ নজর দেওয়া হয়। লেখকেরা বাংলা বানানে ই, ও, য়, ও, ড় এবং যুক্তাক্ষরে ষ, স, ইত্যাদির ব্যবহারে বেশি ভুল করে থাকেন। সহজ করে লিখতে গিয়ে যেন সাহিত্যের রূপ-রস-গন্ধ না হারিয়ে যায়, সেদিকে নজর দেওয়া হয়। সব সৃজনশীল সাহিত্য সম্পাদনার ক্ষেত্রেই এ বিষয়গুলো লক্ষ করা হয়।

৭.৩ বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সম্পর্কিত গুরুত্বপূর্ণ দিকসমূহ বিশ্লেষণ

বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার কিছু গুরুত্বপূর্ণ দিক সম্বন্ধে এ অংশে তথ্য-উপাত্ত বিশ্লেষণ করা হলো।

৭.৩.১ আধেয় নির্বাচন প্রক্রিয়া

নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে বইয়ের আধেয় নির্বাচনের ক্ষেত্রে প্রধানত দুইটি পদ্ধতি লক্ষ করা যায় : এক. শুধু প্রকাশক কর্তৃক আধেয় নির্বাচন এবং দুই. প্রকাশক ও সম্পাদক কর্তৃক আধেয় নির্বাচন। ৩০টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের মধ্যে ১৩টি তথা ৪৩.৩৩% প্রতিষ্ঠানের প্রকাশক নিজে এবং ৫৬.৬৭% বা ১৭টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে এক বা একাধিক বিশেষজ্ঞ ব্যক্তি ও সম্পাদক কর্তৃক আধেয় নির্বাচন করা হয়। তাদের মতামত অনুসারে আধেয়টি বই হিসেবে প্রকাশ করা হবে কিনা সেই বিষয়ে প্রকাশক চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত গ্রহণ করেন।

৭.৩.২ আধেয় নির্বাচনে বিবেচ্য বিষয়সমূহ

নমুনা প্রতিষ্ঠানগুলোর বইয়ের আধেয় নির্বাচনে বিবেচ্য বিষয়সমূহ সারণি ৩-এ উল্লেখ করা হলো।

সারণি ৩ - আধেয় নির্বাচনে বিবেচ্য বিষয়সমূহ

আধেয় নির্বাচনে বিবেচ্য বিষয়	প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা (টি)	শতকরা পরিমাণ (%)
লেখার মান	৩০	১০০
পাঠক-চাহিদা	১৯	৬৩.৩৩
বিষয়বস্তু	১৫	৫০
লেখকের যোগ্যতা, অভিজ্ঞতা ও জনপ্রিয়তা	১৫	৫০
অন্যান্য	২	৬.৬৭

প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো আধেয় নির্বাচনে লেখার গুণগত মানকে সর্বাধিক প্রাধান্য দিয়ে থাকে। কিন্তু বাংলাদেশের পাঠকেরা সাধারণত লেখা না দেখে শুধু লেখকের নাম ও যোগ্যতা, জনপ্রিয়তা দেখে বই কিনতে চান। ফলে ছোট-বড় সব প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানেই জনপ্রিয় লেখকদের লেখার ব্যাপক চাহিদা থাকে। কিন্তু একটি প্রতিষ্ঠানের পক্ষে সবসময় নামকরা লেখকদের পাণ্ডুলিপি পাওয়া সম্ভব হয় না। তাই আধেয় নির্বাচনে লেখক নয়, বরং লেখার গুণগত মানকেই সবচেয়ে বেশি প্রাধান্য দেওয়া হয়। লেখার বিষয়বস্তু ও পাঠক-চাহিদাও বিবেচনা করা হয়। এছাড়া অন্যান্য বিষয়ের মধ্যে প্রাধান্য পেয়েছে আধেয় প্রকাশের উদ্দেশ্য ও কারণ, উদ্দিষ্ট পাঠকশ্রেণি, সমসাময়িক সামাজিক ও রাজনৈতিক প্রেক্ষাপট, ব্যবসায়িকভাবে সফল হওয়ার সুযোগ ইত্যাদি। তবে, বাংলাদেশে সৃজনশীল প্রকাশনায় আধেয় নির্বাচনে পেশাগত বিবেচনার পাশাপাশি আবেগীয় বিবেচনার একটি ধারা দেখা যায়। আবেগিক প্রকাশনার ক্ষেত্রে প্রকাশকেরা পরিচিত মানুষদের আবেগ-অনুরোধের কারণে মানহীন কাঁচা লেখা প্রকাশ করতে বাধ্য হন।

৭.৩.৩ আধেয় নির্বাচনে বাজার গবেষণা

নমুনাসমূহের মধ্যে মধ্যে মাত্র ৮টি প্রতিষ্ঠান বই প্রকাশের আগে কাঠামোগত বাজার গবেষণা করে থাকে। এর শতকরা হার ২৬.৬৭%। আর তাদের বাজার গবেষণায় তথ্য সংগ্রহের অন্যতম প্রধান উপায় হলো সারা দেশে ছড়িয়ে থাকা প্রতিষ্ঠানের নিজস্ব বিক্রয় প্রতিনিধিগণ, পাঠক জরিপ, অনলাইন বই বিক্রয় প্রতিষ্ঠানগুলোর বিক্রয় তালিকা প্রভৃতি। স্বল্প পরিসরে তাদের করা বাজার গবেষণায় দেখা গেছে, বাংলাদেশে খিলার বইয়ের পাঠক সর্বাধিক। স্কুল, কলেজ ও বিশ্ববিদ্যালয় স্তরের শিক্ষার্থীরা এধরনের বই বেশি পড়ে। নিকট অতীতে মোটিভেশনাল বই বিক্রির একটি ধারা ছিল, বর্তমানে বিভিন্ন পেশার অনলাইন তারকাদের বই অধিক বিক্রি হচ্ছে। সব বয়সী পাঠকের মধ্যে ইসলাম ধর্ম বিষয়ক বইয়ের ব্যাপক চাহিদা তৈরি হচ্ছে, ফলে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোও ধর্মীয় বই প্রকাশে বেশ আগ্রহী হয়ে উঠেছে। এছাড়া সাধারণ পাঠকের মধ্যে উপন্যাস, গল্প, অনুবাদ ও মুক্তিযুদ্ধভিত্তিক বইয়ের চাহিদা রয়েছে। নমুনাসমূহের মধ্যে অবশিষ্ট ৭৩.৩৩% বাজার গবেষণা না করেই তাদের অভিজ্ঞতা, বইমেলায় ও অনলাইনে অধিক বিক্রিত বইসমূহের ধরন, বিক্রয়কর্মীদের মতামত, অনুমিত পাঠক চাহিদা প্রভৃতির ভিত্তিতে আধেয় নির্বাচন করে থাকে। কিছু প্রকাশক মনে

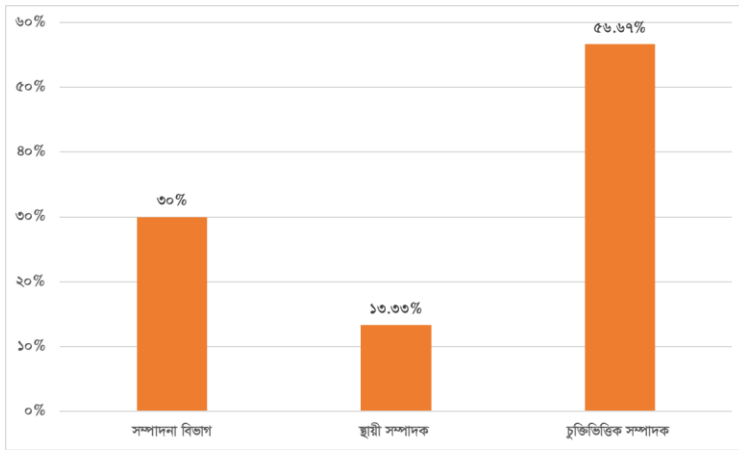
করেন, বইয়ের আধেয় নির্বাচনে বাজার গবেষণার তেমন কোনো প্রভাব নেই। ফলে সব মিলিয়ে বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে পরিকল্পিত, কাঠামোবদ্ধ ও পর্যাপ্ত বাজার গবেষণার অভাব পরিলক্ষিত হয়।

৭.৩.৪ সম্পাদনা নীতিমালা এবং এর প্রয়োগ

নমুনাসমূহের মধ্যে ১১টি প্রতিষ্ঠানের নিজস্ব সম্পাদনা নীতিমালা রয়েছে, যা সমগ্র নমুনার ৩৬.৬৭%। এসব নীতিমালার মধ্যে অধিকাংশই খুব বেশি সুগঠিত ও লিখিত নয়। প্রতিষ্ঠানগুলোর নীতিমালা পর্যালোচনা করে দেখা গেছে, মুক্তবুদ্ধির চর্চা করা হবে কিন্তু অন্যের স্বাধীন চিন্তার জায়গাকে আঘাত দেওয়া বা ক্ষতিগ্রস্ত করা হবে না— এটিই অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের মূলনীতি। এছাড়া অবশিষ্ট ১৯টি প্রতিষ্ঠানে কোনো সম্পাদকীয় নীতিমালা নেই, যা শতকরা ৬৩.৩৩ ভাগ।

৭.৩.৫ সম্পাদনা বিভাগ ও সম্পাদকের ধরন

প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে বিদ্যমান সম্পাদনা বিভাগ, স্থায়ী সম্পাদক ও চুক্তিভিত্তিক সম্পাদকের উপস্থিতির হার লেখচিত্র ১-এ দেখানো হলো।



লেখচিত্র ১ : সম্পাদনা বিভাগ ও সম্পাদকের ধরন

নমুনা প্রতিষ্ঠানসমূহের মধ্যে ৯টির (৩০%) আলাদা সম্পাদনা বিভাগ রয়েছে। ৪টি প্রতিষ্ঠানে (১৩.৩৩%) সম্পাদনা বিভাগ না থাকলেও নিজস্ব এক বা একাধিক স্থায়ী সম্পাদক রয়েছে। এছাড়া ১৭টি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে (৫৬.৬৭%) স্বতন্ত্র সম্পাদনা বিভাগ নেই এবং কোনো স্থায়ী সম্পাদকও নেই। তারা অস্থায়ী বা চুক্তিভিত্তিক সম্পাদক দ্বারা বই সম্পাদনার কাজগুলো করে থাকে। অনেক প্রকাশক স্থায়ী সম্পাদকদের সম্মানী পরিশোধে গড়িমসি করে থাকেন। তাই সম্পাদকেরা একেকটি বই সম্পাদনা করতে চুক্তিভিত্তিতে কাজ করতে বেশি স্বাচ্ছন্দ্য বোধ করেন। একজন সম্পাদক মোটামুটি ৫-৬টি বইয়ের সম্পাদনার কাজ খুব ভালোভাবে করতে পারলে তার সুনাম ছড়িয়ে পড়ে এবং বিভিন্ন প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান তাকে চুক্তিভিত্তিক কাজের প্রস্তাব দেয়। কোভিড মহামারীর পূর্বে কিছু

কিছু প্রতিষ্ঠানে সুসংগঠিত সম্পাদনা বিভাগ থাকলেও কোভিড-পরবর্তী সময়ে অর্থনৈতিক সংকটে তা প্রায় বিলীন হয়ে গেছে।

৭.৩.৬ সম্পাদকের যোগ্যতা ও নবীন সম্পাদকের সম্ভাবনা

বেশিরভাগ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে সম্পাদক নিয়োগের ক্ষেত্রে সম্পাদনা কাজে তাদের দক্ষতা ও অভিজ্ঞতা বিবেচনা করা হয়। একজন সম্পাদক কত বছর ধরে সম্পাদনা করেছেন, কী কী বই সম্পাদনা করেছেন, কোন কোন প্রকাশনীতে কাজ করেছেন ইত্যাদি বিষয় যাচাই করা হয়। এক্ষেত্রে লেখক, সাংবাদিক ও শিক্ষকদের সম্পাদক হিসেবে কাজ করার সুযোগ অনেক বেশি। অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে নবীন সম্পাদকের কাজের সুযোগ সীমিত। নবীন সম্পাদককে যে ধরনের বই সম্পাদনার দায়িত্ব দেওয়া হয়, এদের মধ্যে রয়েছে থ্রিলার, ফ্যান্টাসি, সায়েন্স ফিকশন ও চটুল গল্পের বই। সাধারণত তাদের নন-ফিকশন বই সম্পাদনার দায়িত্ব কম দেওয়া হয়। যদিও কিছু প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান নতুন সম্পাদক দ্বারা কাজ করাতে আগ্রহী, কিন্তু সংখ্যায় তা অতি নগণ্য।

৭.৩.৭ সম্পাদনার জন্য বরাদ্দকৃত সময়

সাধারণত বই সম্পাদনার জন্য কোনো নির্দিষ্ট ধরাবাঁধা সময় নির্ধারণ করে দেওয়া হয় না। নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর মতে, বইয়ের আধেয় অনুযায়ী একটি বই সম্পাদনা করতে তিন দিন লাগতে পারে, আবার তিন মাসও লাগতে পারে। একটি মাঝারি আকারের সাধারণ সৃজনশীল বই সম্পাদনা করতে গড়পড়তায় এক মাসের কিছু কম বা বেশি সময় লাগে। তবে একটু কঠিন বা জটিল বিষয়ের বই সম্পাদনা করতে অধিক সময় দরকার হয়, এমনকি এক বছরও লেগে যেতে পারে। আবার, পাণ্ডুলিপিতে ভুল বেশি থাকলে, পৃষ্ঠাসংখ্যা বেশি হলেও সময় বেশি লাগে।

৭.৩.৮ সম্পাদনায় ই-এডিটিং

৭৬.৬৭% নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান (২৩টি) ই-এডিটিং করে থাকে, তবে শুধু ই-এডিটিং করে তিনটি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান। অবশিষ্ট ২৩.৩৩% (৭টি) প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে ই-এডিটিং করা হয় না। ই-এডিটিংয়ের ক্ষেত্রে প্রথমে কম্পিউটারের মাধ্যমে সম্পাদনার প্রায় ২০-২৫% কাজ সম্পন্ন করা হয় এবং এরপর তা প্রিন্ট করে হাতে-কলমে পূর্ণাঙ্গ সম্পাদনা করা হয়। সম্পাদকেরাও এখন কম্পিউটার ব্যবহার করে সম্পাদনা করতে অধিক সচ্ছন্দ্য বোধ করেন। প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে অধিকাংশ ক্ষেত্রে পাণ্ডুলিপির সফট কপি গ্রহণ করা হয়। আধেয় গ্রহণ ও সম্পাদনায় ইন্টারনেট ও ডিজিটাল প্রযুক্তির সুবাদে তাদের কাজ আগের চেয়ে অনেক সহজ হয়েছে। তবে সম্পাদনার আধুনিকায়ন ঘটলেও প্রুফ রিডিং এখনও সম্পূর্ণরূপে কাগজ-কলম নির্ভর।

৭.৩.৯ টেক্সট সম্পাদনা ও শিল্প সম্পাদনা

নমুনাসমূহের মধ্যে ১৮টি প্রতিষ্ঠানে (৬০%) প্রচ্ছদ, অলংকরণ, রঙ, টাইপোগ্রাফি, ডিজাইন ইত্যাদি শিল্প সংক্রান্ত বিষয়ে সম্পাদকের মতামত নেওয়া হয় না, তারা শুধু টেক্সট সম্পাদনা করেন। কিন্তু ১২টি প্রতিষ্ঠানে (৪০%) বইয়ের শিল্প সম্পাদনার কাজে সম্পাদকদের যুক্ত থাকার সুযোগ রয়েছে। তবে এটি তাদের ঐচ্ছিক কাজ। এসব ক্ষেত্রে প্রকাশকই চূড়ান্ত সিদ্ধান্ত নিয়ে থাকেন।

৭.৩.১০ প্রুফ রিডার

৮৩.৩৩% নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে (২৫টি) স্থায়ী বা নির্দিষ্টভাবে প্রুফ রিডার রয়েছে (সারণি ২)। ১৬.৬৭% প্রতিষ্ঠান (৫টি) অস্থায়ী বা চুক্তিভিত্তিক প্রুফ রিডার নিয়োগ করে থাকে। প্রুফ রিডার নিয়োগের ক্ষেত্রে প্রধান শর্ত হলো প্রুফ রিডিংয়ে কাজে দক্ষ ও অভিজ্ঞ হওয়া। অধিকাংশ প্রুফ রিডারের শিক্ষাগত যোগ্যতা স্নাতক ও স্নাতকোত্তর। তবে প্রকাশকদের মতে বর্তমানে দেশে ভালো প্রুফ রিডারের অভাব রয়েছে। নমুনা প্রতিষ্ঠানগুলোর সবকটিতেই প্রুফ রিডিং বাধ্যতামূলক; কোনো বই-ই প্রুফ রিড করা ছাড়া প্রকাশিত হয় না। পাণ্ডুলিপি সম্পাদনা সহজ ও দ্রুত করার লক্ষ্যে সম্পাদনার পূর্বে অন্তত একবার এবং বই আকারে প্রকাশের জন্য প্রস্তুত চূড়ান্ত কপি আরেকবার প্রুফ রিড করা হয়।

৭.৩.১১ চূড়ান্ত কপি লেখককে দেখিয়ে অনুমতি গ্রহণ

প্রাথমিক পর্যায়ে আধেয় নির্বাচিত হওয়ার পর বইটি প্রকাশের জন্য লেখকের সাথে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের পক্ষে লিখিত চুক্তি করা হয়। এরপর বইটি সম্পাদনা সম্পন্ন হলে মুদ্রণে যাওয়ার পূর্বে চূড়ান্ত কপিটি লেখককে দেখিয়ে তার অনুমতি গ্রহণ করা হয়। নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর মধ্যে ২৭টি প্রতিষ্ঠানে (৯০%) সম্পাদিত চূড়ান্ত কপি লেখককে দেখিয়ে তার অনুমতি গ্রহণ করা বাধ্যতামূলক। অবশিষ্ট ৩টি প্রতিষ্ঠানে (১০%) চূড়ান্ত কপি লেখককে দেখিয়ে তার অনুমতি গ্রহণকে বাধ্যতামূলক বলে মনে করা হয় না। তবে এসব প্রতিষ্ঠানে যদি লেখক চূড়ান্ত কপিটি দেখতে চান, তাহলে তাকে তা দেখানো হয়।

৭.৪ সম্পাদিত বইয়ের পাঠোপযোগিতা মূল্যায়ন

বইয়ের পাঠোপযোগিতা বৃদ্ধিতে নমুনা প্রতিষ্ঠানগুলো কী ধরনের কৌশল অনুসরণ করে, সে সম্পর্কিত তথ্য সারণি ৪-এ উপস্থাপন করা হলো।

সারণি ৪ - সম্পাদনায় অনুসরণকৃত পাঠোপযোগিতার কৌশলসমূহ

পাঠোপযোগিতার কৌশল	প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা (টি)	শতকরা পরিমাণ (%)
শুদ্ধ বানান	৩০	১০০
সঠিক বাক্যগঠন	২৪	৮০
সাবলীল ও প্রাজ্ঞ ভাষা	২১	৭০
প্রাসঙ্গিকতা ও পারিপার্শ্বিকতা	১৬	৫৩
বাস্তবের সাথে সামঞ্জস্য	১৫	৫০
ছোট বাক্য ও সহজ শব্দ ব্যবহার	১৩	৪৩.৩৩
কঠিন ও তৎসম শব্দ পরিহার	১১	৩৬.৬৭
পাঠকের পাঠ-বৈশিষ্ট্য বিবেচনা	৮	২৬.৬৭
অন্যান্য	৩	১০

কিন্তু নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহ থেকে প্রকাশিত ৩০টি বইয়ের আধেয় বিশ্লেষণ করে প্রতিটি বইয়ে বিভিন্ন ধরনের ভুল পাওয়া গেছে। ৩০টি বইয়ের সবগুলোতেই ভুল বানানের অস্তিত্ব রয়েছে। কোনো বইয়ে বানান ভুলের পরিমাণ অনেক বেশি, কোনো বইয়ে কম। বানান ভুলের পরেই সর্বাধিক যে ত্রুটি পাওয়া যায়, তা হলো ভুল বাক্যগঠন। এছাড়া বইসমূহে বিরামচিহ্নের ভুল প্রয়োগ লক্ষ করা যায়। আধেয় বিশ্লেষণে ব্যবহৃত বইগুলোতে গুরুত্বপূর্ণ দোষের অস্তিত্ব পাওয়া গেছে। বিভিন্ন স্থানে শব্দের অপপ্রয়োগজনিত ত্রুটি পরিলক্ষিত হয়েছে। এছাড়া কিছু কিছু স্থানে বাহুল্য দোষ লক্ষণীয়। ‘যোগ্যতা’ গুণের অভাব রয়েছে, এমন ত্রুটিও বাক্যে লক্ষণীয়। বইগুলোতে লেটার স্পেসিং ও লাইন স্পেসিং ত্রুটি কম হলেও ওয়ার্ড স্পেসিং ত্রুটি কিছুটা বেশি। এছাড়া আরও নানাবিধ ত্রুটি-বিচ্যুতি পরিলক্ষিত হয়েছে, যা বইয়ের পাঠোপযোগিতার ঘাটতিকেই নির্দেশ করে।

৭.৫ আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা

১৩টি (৪৩.৩৩%) নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা রয়েছে। ভবিষ্যতে অর্থনৈতিক অবস্থার উন্নতি হলে নিজেদের প্রতিষ্ঠানে স্থায়ী সম্পাদক নিয়োগ করতে চান অনিন্দ্য প্রকাশের প্রকাশক মো. আফাজাল হোসেন (সাক্ষাৎকার, ২৫ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

অশেষা প্রকাশনের প্রকাশক মো. শাহাদাত হোসেন প্রতিষ্ঠানকে আন্তর্জাতিক পর্যায়ে নিয়ে যাওয়ার জন্য ভবিষ্যতে বাংলাদেশের ভালো ভালো পাণ্ডুলিপি অনুবাদ করে বিভিন্ন ভাষায় প্রকাশ করতে চান। এসব বইয়ের অনুবাদ ও সম্পাদনা হবে আন্তর্জাতিক মানের এবং এর মাধ্যমে এদেশের সমৃদ্ধ সাহিত্য বিশ্বব্যাপী ছড়িয়ে পড়বে (সাক্ষাৎকার, ২৭ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

নালন্দার প্রকাশক রেদওয়ানুর রহমান জুয়েলের পরিকল্পনা হলো, ২-৩ বছরের মধ্যে ৮-১০ জন সম্পাদকের সমন্বয়ে একটি পূর্ণাঙ্গ সম্পাদনা পরিষদ গঠন করা। সেখানে বিষয়ভিত্তিক সম্পাদনার জন্য আলাদা আলাদা সম্পাদক থাকবেন। এছাড়া ভবিষ্যতে আরও প্রফ রিডার নিয়োগ দেওয়ার পরিকল্পনাও রয়েছে (সাক্ষাৎকার, ২৯ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

অনন্যার প্রকাশক মনিরুল হক ভবিষ্যতে আরও ভালো, বৈচিত্র্যপূর্ণ ও নিত্যনতুন বিষয়বস্তুর আধেয় নির্বাচন করতে চান এবং নির্দিষ্ট পাঠকশ্রেণির পাঠ-বৈশিষ্ট্য বিবেচনা করে তাদের জন্য পাঠোপযোগী বই প্রকাশ করতে চান (সাক্ষাৎকার, ০১ মার্চ ২০২৪)।

তরুণদের সম্পাদনা শেখানোর জন্য ভাষাচিত্রের প্রকাশক খন্দকার সোহেল বাংলাদেশে সম্পাদনা বিষয়ে প্রশিক্ষণ প্রদানকারী প্রতিষ্ঠানের অভাব বিবেচনায় ভবিষ্যতে একটি ইনস্টিটিউট নির্মাণ করতে চান, যা দক্ষ ও প্রশিক্ষিত তরুণ সম্পাদক গড়ে তুলতে সহায়ক ভূমিকা পালন করবে। এছাড়া সম্পাদনা পেশায় নারীদের উপস্থিতি কম বিধায় ভবিষ্যতে সম্পাদনায় নারীদের অংশগ্রহণ উৎসাহিত করতে তার নানাবিধ উদ্যোগ গ্রহণের পরিকল্পনা রয়েছে (সাক্ষাৎকার, ০২ মার্চ ২০২৪)।

বিভিন্ন কলেজ-বিশ্ববিদ্যালয়ের অবসরপ্রাপ্ত অধ্যাপকদের নিয়ে একটি বড় আকারের সম্পাদনা পরিষদ গড়ে তোলার স্বপ্ন দেখেন গ্রন্থকুটিরের প্রকাশক রতন চন্দ্র পাল। এতে দুইটি কাজ হবে। প্রথমত, অবসরপ্রাপ্ত অধ্যাপকেরা অবসর জীবনেও একটি কাজের ক্ষেত্র পাবেন; এবং দ্বিতীয়ত, প্রতিষ্ঠানটি তাদের দীর্ঘদিনের জ্ঞান, চিন্তা ও অভিজ্ঞতাকে কাজে লাগিয়ে আরও সমৃদ্ধ ও পাঠোপযোগী বই

প্রকাশের সুযোগ পাবে। এছাড়া এ সম্পাদনা পরিষদে নবীন সম্পাদকদেরও সুযোগ দেওয়া হবে, যাতে তারা অভিজ্ঞদের কাছ থেকে সমৃদ্ধ হতে পারেন (সাক্ষাৎকার, ২৭ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

বাংলা সাহিত্যের যেসব ক্লাসিক বই সম্পর্কে তরুণ প্রজন্মের পাঠকেরা তুলনামূলক কম জানে, সেগুলো ভবিষ্যতে নতুন আঙ্গিকে প্রকাশ করতে চান সৃজনীর প্রকাশক মশিউর রহমান। সনামধন্য কিছু লেখকের বই যখন রয়্যালটি ফ্রি তথা পাবলিক ডোমেইন হয়ে যাবে, তখন প্রতিষ্ঠানটি এগুলো ভালোভাবে সম্পাদনা করে নতুন রূপে প্রকাশ করবে (সাক্ষাৎকার, ২৪ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

অন্যদিকে, বিশ্বের বিভিন্ন অঞ্চলের সভ্যতা নিয়ে ভবিষ্যতে মিথোলজি বইয়ের সিরিজ তৈরি করতে চান জাগৃতির প্রকাশক ডা. রাজিয়া রহমান জলি (সাক্ষাৎকার, ২৯ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

তরুণ সমাজের মাঝে শিল্প-সাহিত্য নিয়ে আগ্রহ সৃষ্টি করতে প্রতিষ্ঠানটির বিদ্যমান মাসিক পত্রিকা ও সাহিত্য পরিষদকে ভবিষ্যতে আরও বিস্তৃত করার পরিকল্পনা রয়েছে কাব্যকথার প্রকাশক জালাল খান ইউসুফীর, যাতে নিয়মিত লেখা ও সম্পাদনা চর্চার মাধ্যমে দেশে নতুন লেখক ও সম্পাদক তৈরি হয় (সাক্ষাৎকার, ২৭ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)।

তবে অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে তেমন কোনো পরিকল্পনা নেই। এরকম প্রতিষ্ঠানের সংখ্যা ৫৬.৬৭% (১৭টি)। ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা না থাকা প্রসঙ্গে অ্যাডর্ন পাবলিকেশনের প্রকাশক সৈয়দ জাকির হোসেনের মত হলো, ১৫-২০ বছর আগে গৃহীত পরিকল্পনাগুলোই এখনও পরিপূর্ণভাবে বাস্তবায়িত হয়নি। বহুবছর আগে পরিকল্পিত বই এবছরে এসে প্রকাশিত হয়েছে। তাই রোপণকৃত বীজ থেকে কখন কেমন ফসল হবে তা ধারণা করা মুশকিল (সাক্ষাৎকার, ২৪ ফেব্রুয়ারি ২০২৪)। তার মতোই আরও অনেক প্রকাশক পূর্বে গৃহীত পরিকল্পনাগুলো পূর্ণাঙ্গভাবে অদ্যাবধি বাস্তবায়িত না হওয়ায় ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা গ্রহণ করাকে অর্থহীন বলে মনে করেন। আবার, অনেকে নিজে পরিকল্পনা না করে ভবিষ্যৎ প্রজন্মের হাতে এ বিষয়ক দায়িত্বভার অর্পণ করতে চান।

৮. ফলাফল পর্যালোচনা

গবেষণায় প্রাপ্ত তথ্য-উপাত্ত ও আধেয় বিশ্লেষণ করে বাংলাদেশে সৃজনশীল প্রকাশনায় আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার ধরন সম্পর্কে বেশ কিছু সিদ্ধান্তে উপনীত হওয়া যায়। এখানে ফলাফলগুলো উপস্থাপন করা হলো।

৮.১ আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সম্পর্কিত সুনির্ধারিত নীতিমালার অভাব

বাংলাদেশের ৫৬.৬৭% তথা অর্ধেকেরও বেশি প্রতিষ্ঠানে এক বা একাধিক বিশেষজ্ঞ ব্যক্তি ও সম্পাদক কর্তৃক আধেয় নির্বাচন করা হয়। ৬৩.৩৩% প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের, অর্থাৎ প্রায় প্রতি তিনটির দুটিতে, আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা সম্পর্কিত সুনির্দিষ্ট কোনো নীতিমালা নেই। পি-পস্টা তত্ত্বে সম্পাদনায় পলিসি বা নীতির উল্লেখ থাকলেও বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে এর বিপরীত চিত্র লক্ষণীয়। এটি অপরিকল্পিতভাবে বই প্রকাশের বাস্তব চিত্রকে ইঙ্গিত করছে। এতে নিম্নমানের বই বাজারে আসছে এবং সামগ্রিকভাবে বইয়ের বাজারের মান নিম্নগামী হচ্ছে, যা জ্ঞানভিত্তিক সমাজ বিনির্মাণের পথে অন্তরায়। প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান থেকে কী ধরনের বই প্রকাশ করা হবে, সেগুলোর আধেয় কেমন হবে, সম্পাদনায় কী কী নিয়ম মেনে চলা হবে, লেখার কোন দিকগুলো

গ্রহণীয়, কোন দিকগুলো বর্জনীয় ইত্যাদি বিষয় নির্ধারণের জন্য কিছু প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে নীতিমালা থাকলেও অধিকাংশ প্রতিষ্ঠানে নির্ধারিত নীতিমালা নেই।

৮.২ পরিকল্পিত বাজার গবেষণার অভাব

বাংলাদেশে অধিকাংশ সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে পরিকল্পিত, কাঠামোবদ্ধ পর্যাপ্ত বাজার গবেষণা করা হয় না। প্রকাশকগণ তাদের ধারণা ও অভিজ্ঞতা থেকে অনুমান করেন, বাজারে কোন বই কেমন বিক্রি হতে পারে। পরিকল্পিত বাজার গবেষণার মাধ্যমে বই প্রকাশ করে মাত্র ২৬.৬৭% প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান। পি-পস্টা তত্ত্বে প্ল্যানিং বা পরিকল্পনার কথা বলা থাকলেও বাজার গবেষণা অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের পরিকল্পনায় নেই। আধেয়র বিষয় বিবেচনায় বর্তমানে বাংলাদেশে খিলার বইয়ের পাঠক সর্বাধিক। লেখক হিসেবে বিখ্যাত নন এমন তারকারা বই প্রকাশের মাধ্যমে প্রকাশনা ক্ষেত্রেও জনপ্রিয়তা অর্জন করছেন। পি-পস্টা তত্ত্বে আপিল টু রিডারস বা পাঠকদের প্রতি আবেদন প্রসঙ্গে বিশেষ পাঠকগোষ্ঠীকে বিবেচনা করে তাদের মনোযোগ আকর্ষণ করার জন্য প্রকাশনার কথা বলা হয়েছে যা তারকাদের বই প্রকাশের ব্যাপারে প্রকাশকদের আগ্রহের বিষয়টিকে নির্দেশ করে। ধর্ম বিষয়ক বইয়ের চাহিদা বাড়ছে, ফলে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতেও ধর্মীয় বই প্রকাশের প্রবণতা বেড়েছে। এছাড়া উপন্যাস, গল্প, অনুবাদ ও মুক্তিযুদ্ধভিত্তিক বইয়ের চাহিদাও রয়েছে।

৮.৩ আধেয় নির্বাচনে রচনার গুণগত মানই প্রধান বিবেচ্য বিষয়

বইয়ের আধেয় নির্বাচনে লেখার মান সব থেকে গুরুত্ব পায়। কিপ্লিং পদ্ধতিতে যে ছয়টি প্রশ্ন করে সমস্যার সমাধান খোঁজা হয়, আধেয় নির্বাচনেও সেগুলো বিবেচনা করা হয়। লেখার মানের পাশাপাশি পাঠক-চাহিদা, বিষয়বস্তু এবং লেখকের অভিজ্ঞতা, যোগ্যতা ও জনপ্রিয়তা গুরুত্ব পেয়ে থাকে। অন্যান্য বিষয়ের মধ্যে রয়েছে আধেয়টি প্রকাশের উদ্দেশ্য ও কারণ, উদ্দিষ্ট পাঠক, সমসাময়িক সামাজিক ও রাজনৈতিক পরিবর্তন, ব্যবসায়িক সফলতা প্রভৃতি। পি-পস্টা তত্ত্বে ফিলোসফি বা দর্শনের বিষয়টি উল্লেখ রয়েছে; বেশ কিছু ক্ষেত্রে আধেয় নির্বাচনে ব্যক্তিগত সম্পর্কের যে আবেগীয় প্রভাব লক্ষণীয়, তা প্রকাশকের ব্যক্তিক দর্শনকে নির্দেশ করে।

৮.৪ প্রকাশক-নির্ভর আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া

অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা বিষয়ক সিদ্ধান্ত প্রকাশক-নির্ভর। পাণ্ডুলিপি সম্পাদনার জন্য অন্য কাউকে দায়িত্ব দেওয়া হলেও আধেয় নির্বাচনের দিকটি তারা নিজেরাই দেখেন। 'ফোর এ' তত্ত্ব অনুযায়ী যে চারটি বিষয়কে (অথরশিপ, অথেনটিসিটি, অ্যাকশন ও অথরিটি) গুরুত্ব দেওয়ার কথা, আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ায় সেগুলো গুরুত্বপূর্ণ বলে বিবেচিত হয়। কখনও প্রকাশকের একক সিদ্ধান্তে এবং কখনও প্রকাশক ও সম্পাদকের যৌথ সিদ্ধান্তে বইয়ের আধেয় নির্বাচন করা হয়। তবে, প্রকাশকের সিদ্ধান্তই চূড়ান্ত বলে বিবেচিত হয়।

৮.৫ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানসমূহে সুসংগঠিত সম্পাদনা বিভাগ অনুপস্থিত

বাংলাদেশের সিংহভাগ সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে সুসংগঠিত নিজস্ব সম্পাদনা বিভাগ নেই। এক তৃতীয়াংশেরও কম প্রতিষ্ঠানে সম্পাদনা বিভাগ আছে, যা আধেয় নির্বাচনে প্রকাশককে পরামর্শ প্রদানসহ বই সম্পাদনা সংক্রান্ত সবধরনের কাজ করে থাকে। পি-পস্টা তত্ত্বে টিমওয়ার্ক বা

সহযোগকর্মে উল্লেখ করা হয়েছে, সম্পাদনার বিষয়টি শুধু লেখক ও সম্পাদকের যোগসূত্রের ব্যাপার নয়; কিন্তু অধিকাংশ ক্ষেত্রে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে সেই চিত্রই প্রতীয়মান হয়েছে। সুসংগঠিত সম্পাদনা বিভাগ না থাকার পেছনে অর্থনৈতিক সংকটকে মূল কারণ বলে চিহ্নিত করেছে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো। তারা সম্পাদনার ক্ষেত্রে অস্থায়ী তথা চুক্তিভিত্তিক সম্পাদকের ওপর নির্ভরশীল।

৮.৬ সম্পাদনা প্রক্রিয়া নিম্নমানের ও ত্রুটিপূর্ণ

বাংলাদেশের প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে সুপরিচালিত সম্পাদনা বিভাগ অনুপস্থিত। অধিকাংশ প্রতিষ্ঠানের নিজস্ব সম্পাদনা নীতিমালা নেই। অর্থনৈতিক সাশ্রয়কে অগ্রাধিকার দিতে স্থায়ী সম্পাদনা বিভাগ না থাকার কারণে অধিকাংশ ক্ষেত্রেই মানসম্পন্ন সম্পাদনা বাধাগ্রস্ত হচ্ছে। পি-পস্টা তত্ত্বে উল্লেখিত সুইটেবল এক্সামিনেশন বা উপযুক্ত পরীক্ষণে বলা হয়, সম্পাদনার ক্ষেত্রে পাণ্ডুলিপি যথোপযুক্ত পরীক্ষিত না হলে আশানুরূপ প্রকাশনা সম্ভব নয়, যা চর্চিত সম্পাদনার নিম্নমানকে নির্দেশ করে। এছাড়া পি-পস্টা তত্ত্বে অ্যাকাউন্টিং, টাইম অ্যান্ড ইকোনমিকস বা হিসাব-পরীক্ষা, সময় ও অর্থনীতি প্রসঙ্গে বলা হয়েছে অর্থ বিনিয়োগ ছাড়া কোনো প্রকাশনার আত্মপ্রকাশ সম্ভব নয় এবং সময় সম্পর্কে সতর্কতা জরুরি। ত্রুটিপূর্ণ বইয়ের প্রকাশনার মধ্য দিয়ে এর প্রতিফলন দেখা যায়। পাশাপাশি সুপরিচালিত না হওয়ায় খুব অল্প সময়ে সম্পাদনা ও প্রুফ রিড করার কারণে সার্বিকভাবে সম্পাদনা প্রক্রিয়া নিম্নমানের ও ত্রুটিপূর্ণ প্রতীয়মান হচ্ছে।

৮.৭ সম্পাদনা প্রক্রিয়া চুক্তিভিত্তিক সম্পাদক নির্ভর

অর্ধেকের বেশি প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে চুক্তিভিত্তিক সম্পাদকের মাধ্যমে সম্পাদনার কাজ করানো হয়। একদিকে, অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান আর্থিক সাশ্রয়ের লক্ষ্যে স্থায়ী সম্পাদক রাখতে চান না। মোর্শেদা (Morsheda, 2018) বাংলাদেশের প্রকাশনায় পেশাগত দক্ষতার অভাবকে অন্যতম সমস্যা হিসেবে চিহ্নিত করেছেন। প্রতিষ্ঠানগুলোতে স্থায়ী সম্পাদক না থাকায় সার্বিকভাবে সম্পাদনা পেশায় দক্ষতাসম্পন্ন সম্পাদক আশানুরূপভাবে গড়ে উঠছে না। অন্যদিকে, কাজভিত্তিক সম্মানী সংগ্রহ ও বিভিন্ন প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে কাজ করার সুবিধার্থে সম্পাদকেরা নিজেই চুক্তিভিত্তিক সম্পাদনায় আগ্রহ প্রকাশ করে থাকেন।

৮.৮ অভিজ্ঞ ও দক্ষ সম্পাদকরা অগ্রাধিকার পেয়ে থাকেন

স্থায়ী ও চুক্তিভিত্তিক উভয় ধরনের সম্পাদকের ক্ষেত্রে তাদের দক্ষতা ও অভিজ্ঞতাকে প্রাধান্য দিয়ে থাকে বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলো। পি-পস্টা তত্ত্বে পাণ্ডুলিপির অরিজিনালিটি বা মৌলিকতার বিষয়ে উল্লেখ করা হয়েছে, একই সঙ্গে সম্পাদনার ক্ষেত্রে অপিনিয়ন বা অভিমতের উল্লেখ রয়েছে। দক্ষ ও অভিজ্ঞ সম্পাদকেরা পাণ্ডুলিপির মৌলিকতা নিশ্চিত করার পাশাপাশি স্থান-কাল-চরিত্র ও ঘটনাক্রম ভেদে নিজস্ব অভিমত ব্যবহার করে সম্পাদনা সম্পন্ন করতে পারেন। সম্পাদনার কাজে শিক্ষক, লেখক ও সাংবাদিকদের অগ্রাধিকার দেওয়া হয়। এক্ষেত্রে তরুণ সম্পাদকদের কাজের সুযোগ ও ক্ষেত্র বেশ সীমিত। নবীন সম্পাদকেরা কেবল ফিকশনধর্মী কিছু বই সম্পাদনার সুযোগ পেয়ে থাকেন। এ থেকে বলা যায়, বাংলাদেশে বই সম্পাদনা এখনও এককভাবে শক্তিশালী পেশা হিসেবে প্রতিষ্ঠা পায়নি।

৮.৯ সম্পাদনায় ই-এডিটিংয়ের ব্যবহার ক্রমবর্ধমান

বর্তমানে বাংলাদেশে বই সম্পাদনায় ই-এডিটিংয়ের ব্যবহার লক্ষণীয়ভাবে বৃদ্ধি পাচ্ছে। ই-এডিটিং সনাতনী ধারার সম্পাদনাকে সহজ করেছে। কিপলিং পদ্ধতিতে এই দিকটির কথাই বলা হয়েছে। কাগজে-কলমে ও কম্পিউটারের মাধ্যম যৌথভাবে সম্পাদনা প্রক্রিয়া আগের চেয়ে সহজ হয়েছে। তবে, পুরোপুরি প্রযুক্তি নির্ভরশীলতা এখনও গড়ে ওঠেনি। সম্পাদনায় ই-এডিটিংয়ের ব্যবহার শুরু হলেও প্রফ রিডিং সনাতনী ধারায় কাগজ-কলম নির্ভর।

৮.১০ প্রফ রিডিংয়ের বাধ্যতা

সিংহভাগ নমুনা প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে স্থায়ী প্রফ রিডার রয়েছে। এছাড়া কিছু প্রতিষ্ঠানে অস্থায়ী বা চুক্তিভিত্তিক প্রফ রিডার নিয়োগ দেওয়া হয়। অধিকাংশ প্রতিষ্ঠানে দক্ষ ও অভিজ্ঞতার পাশাপাশি প্রফ রিডারের শিক্ষাগত যোগ্যতাকে গুরুত্ব দেওয়া হয়। পি-পস্টা তত্ত্বে অর্গানাইজিং বা সংগঠনের ক্ষেত্রে বলা হয়েছে, বইয়ের উপাদানসমূহ এমনভাবে উপস্থাপন করতে হয় যেন উদ্দিষ্ট পাঠকের চাহিদা পূরণ হয়। এ গবেষণায় দেখা গেছে, নমুনা প্রতিষ্ঠানগুলোর সবকটিতেই প্রফ রিডিং বাধ্যতামূলক। সম্পাদনার পূর্বে অন্তত একবার এবং সম্পাদনার পরে চূড়ান্ত কপি আরেকবার প্রফ রিড করা হয়।

৮.১১ বইগুলোয় পাঠোপযোগিতার ঘাটতি বিদ্যমান

কোনো লেখার পাঠোপযোগিতা নির্ভর করে লেখক ও সম্পাদকের উপর। বাংলাদেশে সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে পাঠোপযোগিতা তত্ত্বের আলোকে অনুসরণীয় কৌশলগুলো সুনির্দিষ্ট নয়। তবে, ১০০ শতাংশ নমুনা প্রতিষ্ঠান মনে করে বানানের প্রতি গুরুত্ব দেওয়া হয়। বাক্যগঠনের প্রতি সবচেয়ে বেশি গুরুত্ব দেওয়া হয় বলে মনে করে ৮০% প্রতিষ্ঠান। তথাপি, প্রতিবছর ভুলে ভরা অসংখ্য বই প্রকাশিত হচ্ছে। বইগুলোতে বানান ও বাক্যগঠন সম্পর্কিত ভুলই সর্বাধিক। এছাড়াও বিরামচিহ্নের ভুল প্রয়োগ, গুরুচণ্ডালী দোষ, শব্দের অপপ্রয়োগ, বাহুল্য দোষ, ত্রুটিপূর্ণ স্পেসিং ইত্যাদি ত্রুটি দৃশ্যমান। ফলে সামগ্রিক বিবেচনায় বই সম্পাদনার ক্ষেত্রে পাঠোপযোগিতার ঘাটতিই নির্দেশিত হয়।

৮.১২ আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা

বাংলাদেশের বেশিরভাগ সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে যথাযথ আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনাকে গুরুত্বপূর্ণ বলে মনে করা হয়। বিষয়ভিত্তিক নির্ভুল ও উৎকৃষ্ট মানের বই প্রকাশের জন্য যে পরিকল্পিত আধেয় নির্বাচন ও গুণগত সম্পাদনার কোনো বিকল্প নেই, সেই ব্যাপারে সব প্রতিষ্ঠান একমত। তবে, এ বিষয়গুলো নিয়ে ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা রয়েছে ৪৩.৩৩% প্রতিষ্ঠানের, যা পি-পস্টা তত্ত্বের প্ল্যানিং বা পরিকল্পনা পর্যায়ের উপস্থিতি প্রতিফলিত করে। অধিকাংশ প্রতিষ্ঠানের পরিকল্পনা হলো ভবিষ্যতে অর্থনৈতিক অবস্থার উন্নতি হলে স্থায়ী সম্পাদক নিয়োগ এবং সমৃদ্ধ সম্পাদনা বিভাগ গঠন করা। অন্যদিকে, কোনো কোনো প্রতিষ্ঠানের প্রকাশক ভবিষ্যতে দেশে নতুন লেখক ও সম্পাদক তৈরির উদ্দেশ্যে কার্যকর সাহিত্য পরিষদ, প্রশিক্ষণ ইনস্টিটিউট প্রভৃতি গড়ে তুলতে চান। পি-পস্টা তত্ত্বে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার যে পারস্পরিক বা উদ্দেশ্য সম্পর্কে উল্লেখ রয়েছে, তা বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর ক্ষেত্রে স্বল্পমাত্রায় দেখা যায়। এছাড়া প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোর ভবিষ্যৎ পরিকল্পনার মধ্যে রয়েছে ভালো পাণ্ডুলিপি অনুবাদ করে ভিন্ন ভাষায় প্রকাশ, পাঠকশ্রেণির

পাঠ-বৈশিষ্ট্য বিবেচনা করে তাদের জন্য পাঠোপযোগী বই নির্মাণ, সাহিত্যের ধ্রুপদী বইগুলো সম্পাদনা করে তরুণ প্রজন্মের জন্য নতুন আঙ্গিকে প্রকাশ প্রভৃতি। তবে সিংহভাগ (৫৭.৬৭%) সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা নিয়ে ভবিষ্যৎ পরিকল্পনা বিমুখতা প্রকাশনা শিল্পের সার্বিক উন্নয়নে হতাশাজনক। অবশ্য, অনেক প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান যুগোপযোগী ভাবনার প্রেক্ষিতে ভবিষ্যৎ প্রজন্মের ওপরও নির্ভর করতে চান, যা ইতিবাচকভাবে দেখার সুযোগ রয়েছে।

৯. আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার ‘ম্যাসাইপা মডেল’

বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানগুলোতে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনায় কাঠামোবদ্ধ কোনো নিয়ম চর্চিত হয় না। তবে এই গবেষণায় সংগৃহীত তথ্য, তত্ত্ব ও আধেয় বিশ্লেষণ করে সামগ্রিকভাবে বাংলাদেশে সৃজনশীল প্রকাশনায় মুদ্রণ-পূর্ব পর্যায়ে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার একটি আদর্শ কাঠামো মডেল আকারে উপস্থাপন করা যায়, যা ‘ম্যাসাইপা মডেল’ (MASAEP Model) নামে বিবেচিত হতে পারে।

আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা কতকগুলো ধারাবাহিক কাজের সমষ্টি। অধিকাংশ প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানে কমপক্ষে সাতটি ধাপে সমগ্র প্রক্রিয়াটি সম্পন্ন হয়। ধারাবাহিক সাতটি ধাপের ইংরেজি নামের আদ্যাক্ষর নিয়ে মডেলটির নামকরণ করা হয়েছে। সাধারণত এক ধাপের কাজ শেষ করে পরবর্তী ধাপে যেতে হয়। তবে বিশেষ ক্ষেত্রে এ ধাপগুলোর ক্রমে সামান্য পরিবর্তন লক্ষ করা যায়। ম্যাসাইপা মডেলের (চিত্র ১) মাধ্যমে পাণ্ডুলিপি সংগ্রহ থেকে শুরু করে লেখকের চূড়ান্ত অনুমোদন গ্রহণ পর্যন্ত মুদ্রণ-পূর্ব পর্যায়ে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা বিষয়ক কর্ম-প্রক্রিয়া ব্যাখ্যা করা যায়।

M		Manuscript Collection (পাণ্ডুলিপি সংগ্রহ)
A		Assessment of the Content (আধেয় মূল্যায়ন)
S		Selection of the Content (আধেয় নির্বাচন)
A	↓	Agreement with the Writer (লেখকের সাথে চুক্তি)
E		Editing (সম্পাদনা)
P		Proof Reading (প্রমাণ রিভিউ)
A		Approval of the Writer (লেখকের অনুমোদন)

চিত্র ১ : আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার ম্যাসাইপা মডেল (MASAEP Model)

ম্যাসাইপা মডেলের সাতটি ধাপ হলো-

১) পাণ্ডুলিপি সংগ্রহ (Manuscript Collection) : এটি আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ার প্রথম ধাপ। অধিকাংশ ক্ষেত্রে লেখক নিজ উদ্যোগে তার পাণ্ডুলিপি জমা দেন। তবে অনেক সময় প্রকাশনা প্রতিষ্ঠান থেকেও নির্দিষ্ট বিষয়ে লেখককে পাণ্ডুলিপির হাতে লেখা/কম্পোজকৃত মুদ্রিত কপি ও সফট কপি জমা দেওয়ার আহ্বান জানানো হয়।

২) আধেয় মূল্যায়ন (Assessment of the Content) : পাণ্ডুলিপি সংগ্রহের পরে এর আধেয় মূল্যায়ন করা হয়। এক্ষেত্রে আধেয় মূল্যায়নের সময় লেখার মান, বিষয়, পাঠক-চাহিদা, লেখকের যোগ্যতা প্রভৃতি বিবেচনা করা হয়।

৩) আধেয় নির্বাচন (Selection of the Content) : সংগৃহীত পাণ্ডুলিপিগুলোর আধেয় মূল্যায়ন শেষে বই হিসেবে প্রকাশের জন্য নির্দিষ্ট সংখ্যক আধেয় নির্বাচন করা হয়। আধেয় নির্বাচনের ক্ষেত্রে বিশেষজ্ঞ ব্যক্তি বা সম্পাদকের মতামত গ্রহণ করা হলেও প্রকাশকের সিদ্ধান্তই চূড়ান্ত।

৪) লেখকের সাথে চুক্তি (Agreement with the Writer) : আধেয় নির্বাচনের পরে লেখকের সাথে একটি লিখিত চুক্তি করা হয়। এখানে স্পষ্টভাবে লেখাটি সম্পাদনার অধিকার এবং বইয়ের কপিরাইট, রয়্যালটি প্রভৃতি সম্পর্কিত বিষয়গুলোর উল্লেখ থাকে।

৫) সম্পাদনা (Editing) : এ পর্যায়ে এসে নির্দিষ্ট বিষয়ে দক্ষ সম্পাদককে সম্পাদনার দায়িত্ব দেওয়া হয়। কখনও কখনও প্রকাশক নিজেই সম্পাদকের দায়িত্ব পালন করেন। অনেক সময় লেখক নিজ উদ্যোগেও তার লেখা সম্পাদনা করিয়ে নেন। আধেয় অনুসারে প্রয়োজনবোধে একই পাণ্ডুলিপি একাধিকবার সম্পাদনা করা হয়।

৬) প্রুফ রিডিং (Proof Reading) : সম্পাদনার পরে চূড়ান্ত পাণ্ডুলিপির হার্ড কপির প্রুফ দেখা হয়। ছোট-বড় সব প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানেই সম্পাদনার পরে এক বা একাধিকবার প্রুফ রিড করা হয়। কখনও কখনও সম্পাদনার সময় বাঁচাতে প্রাথমিক পাণ্ডুলিপিটি প্রুফ রিড করা হয়।

৭) লেখকের অনুমোদন (Approval of the Writer) : প্রুফ রিডিংয়ের পরে চূড়ান্ত কপিটি লেখককে দেখানো হয়। এক্ষেত্রে লেখকের কোনো মতামত থাকলে সম্পাদক তার সাথে আলোচনা করেন এবং লেখকের অনুমোদন সাপেক্ষে বইটির মুদ্রণ-পূর্ব পর্যায় সম্পন্ন হয়।

১০. সুপারিশমালা

গবেষণাটিতে প্রাপ্ত ফলাফল পর্যালোচনা করে দেখা যায়, প্রকাশনাশিল্প বাংলাদেশের একটি পুরনো শিল্প হওয়া সত্ত্বেও এই শিল্পে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়া সুশৃঙ্খল, নিয়মতান্ত্রিক ও কাঠামোবদ্ধ নয়। এ অবস্থার উত্তরণে দেশের প্রকাশক, সম্পাদক ও লেখকদের জন্য কিছু সুপারিশ উপস্থাপন করা হলো।

১০.১ প্রকাশকের জন্য সুপারিশমালা

- বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার জন্য আলাদা সুসংগঠিত ও সুপরিকল্পিত সম্পাদকীয় নীতিমালা প্রণয়ন করতে হবে।

- বিভিন্ন বইয়ের বিষয়ভিত্তিক বৈচিত্র্য ও পাঠক-চাহিদা বোঝার জন্য কাঠামোবদ্ধ বাজার গবেষণা করা উচিত।
- লেখার মান বিবেচনা করে সতর্কভাবে আধেয় নির্বাচন এবং উপযুক্ত সম্পাদনার মাধ্যমে মানসম্মত বই প্রকাশ করা জরুরি।
- সম্পাদনার জন্য সম্পাদককে পর্যাপ্ত সময় দিতে হবে এবং লেখককে তার প্রাপ্য রয়্যালটি তথা লেখক-সম্মানী যথাসময়ে প্রদান করতে হবে।
- প্রুফ রিডারদের সাথে আলোচনা করে তাদের ন্যায্য সম্মানী নির্ধারণ করতে হবে ও যথাসময়ে তা প্রদান করতে হবে।
- প্রকাশনা, সৃজনশীল লেখা, সম্পাদনা, ডিজাইন, মুদ্রণ সবকিছু সম্পর্কে একজন প্রকাশকের মৌলিক জ্ঞান থাকা আবশ্যিক।

১০.২ সম্পাদকের জন্য সুপারিশমালা

- লেখায় বড় কোনো পরিবর্তন দরকার হলে লেখককে যুক্তি দিয়ে বিষয়টি বোঝাতে হবে, মতামতের বিষয়ে পরস্পরকে সহিষ্ণু হতে হবে।
- সম্পাদনার কাজটি পর্যাপ্ত সময় নিয়ে যথেষ্ট গুরুত্বের সাথে ধৈর্য ধরে করা উচিত।
- সম্পাদনা একটি শিল্প। নিয়মিত সম্পাদনার চর্চার মাধ্যমে একজন সম্পাদক নিজেকে দক্ষ সম্পাদক করে গড়ে তুলতে হবে।
- উচ্চশিক্ষিত তরুণদের সম্পাদনা পেশায় আরও বেশি করে আসা উচিত।

১০.৩ লেখকের জন্য সুপারিশমালা

- একজন লেখককে তার লেখা শেষ হওয়ার পর তা বারংবার পড়ে দেখতে হবে এবং প্রয়োজনীয় প্রাথমিক সম্পাদনা করতে হবে।
- কোনো বিষয় নিয়ে সম্পাদকের সাথে লেখকের দ্বিমত থাকলেও সম্পাদকের যৌক্তিক মতামতকে গ্রহণ করার মানসিকতা থাকতে হবে।
- প্রকাশকদের ওপর লেখকদের আস্থা বাড়াতে হবে।

১১. উপসংহার

ভালো আধেয় ও গুণগত সম্পাদনা পাঠক-তৃষ্টি অর্জন ও প্রকাশনা প্রতিষ্ঠানের গ্রহণযোগ্যতা বৃদ্ধির প্রধান পূর্বশর্ত। কিন্তু বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার দুর্বল অবস্থার কারণে পিছিয়ে রয়েছে বাংলাদেশের সমগ্র প্রকাশনা খাত। এ গবেষণায় দেখা গেছে, বাংলাদেশের সৃজনশীল প্রকাশনা শিল্পে আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনার ক্ষেত্রে কিছু নির্দিষ্ট মানদণ্ড থাকলেও, বাস্তব প্রয়োগে তা সবসময় বজায় থাকে না। বিশেষ করে বাজার গবেষণা ও প্রাতিষ্ঠানিক নীতিমালার অভাব সুস্পষ্ট। এছাড়া এর অন্যতম কারণ হলো এ খাতে প্রতিষ্ঠানগুলোর অর্থব্যয়ের সদিচ্ছার অভাব। বাংলাদেশে বইয়ের আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা প্রক্রিয়ায় মননশীলতা, সৃজনশীলতা, নিয়মতান্ত্রিকতা, দায়িত্ববোধ ও পেশাদারত্বের অভাব বিদ্যমান। বইয়ে ভুলের পরিমাণ যখন অস্বাভাবিক মাত্রায় বেড়ে যায়, তখন তা নিম্নমানের সম্পাদনাকেই নির্দেশ করে। সামগ্রিক অবস্থার উন্নয়নে প্রকাশক, লেখক, সম্পাদক, প্রুফ রিডারসহ

এ শিল্পের অংশীজন ও নীতিনির্ধারকদের সম্মিলিত উদ্যোগ ও প্রচেষ্টার প্রয়োজন। এছাড়া এ গবেষণায় প্রস্তাবিত ম্যাসাইপা মডেলটি অনুসরণের মধ্য দিয়ে ভবিষ্যতে বাংলাদেশের প্রকাশনা শিল্পে কাঠামোবদ্ধ প্রক্রিয়ায় আধেয় নির্বাচন ও সম্পাদনা করা সহজ হবে। বাংলাদেশের প্রকাশনাশিল্প মানসম্পন্ন বই প্রকাশের মাধ্যমে একটি সমৃদ্ধ, গতিশীল ও সম্ভাবনাময় খাত হিসেবে আত্মপ্রকাশ করার পথে অনেকখানি এগিয়ে যাবে।

গ্রন্থপঞ্জি

- চক্রবর্তী, তপন (২০১৮)। *পুস্তক প্রণয়ন ও প্রকাশনার নিয়মাবলি*। অবসর প্রকাশনা সংস্থা।
- ফয়েজ, সিকান্দার (২০১৮)। বাংলাদেশে আধুনিক মুদ্রণপ্রযুক্তি। খান মাহবুব (সম্পাদিত)। *গ্রন্থচিন্তন* (পৃ. ৪০৬-৪১৪)। কথাপ্রকাশ।
- নাজির, বদিউদ্দিন (২০২৩)। *বই প্রকাশে লেখকের প্রস্তুতি*। কথাপ্রকাশ।
- মঈনউদ্দিন, গোলাম (১৯৮৫)। *বই*। বাংলা একাডেমি।
- রহমান, মো. মাহফুজুর (২০১৭)। বাংলাদেশী বাংলা সংবাদপত্রের প্রথম পাতার সংবাদের পাঠোপযোগিতা: একটি পরীক্ষণ। *সামাজিক বিজ্ঞান পত্রিকা*। খণ্ড ১১। ১১৭-১৩৩।
- শারমিন, শেখ জিনাত (২০২২)। কোভিড-১৯ সামাজিক সংকটে বাংলাদেশে বই বিপণন। *সামাজিক বিজ্ঞান পত্রিকা*। খণ্ড ১৫। ১৫৫-১৯১।
- শায়ক, কামরুল হাসান (২০১৮)। *পাণ্ডুলিপি*। পাঞ্জেরী পাবলিকেশন্স লি.।
- শায়ক, কামরুল হাসান (২০১৯)। প্রকাশনায় সম্পাদনার গুরুত্ব। *ঢাকা টাইমস*। <https://www.dhakatimes24.com/2019/06/06/124912/>
- সুজাত, তারিক (২০১৮)। বাংলা প্রকাশন : গ্রন্থপরিচালনা, সম্পাদনা ও এর ভবিষ্যৎ। খান মাহবুব (সম্পাদিত)। *গ্রন্থচিন্তন* (পৃ. ২৭৪-২৮৩)। কথাপ্রকাশ।
- Driscoll, M.J. & Pierazzo, E. (Ed). (2016). *Digital Scholarly Editing: Theories and Practices*. Open Book Publishers.
- Flesch, R. (1949). *The Art of Readable Writing*. Harper and Brothers.
- Gunning, R. (1968). *The Technique of Clear Writing*. McGraw-Hill.
- Keh, H.T. (1998). Evolution of the Book Publishing Industry. *Journal of Management History*. 4(2). 104-123.
- Montagnes, I. (1988). *Editing and Publishing: A Training Manual*. International Rice Research Institute.
- Morsheda, K.N. (2018). The Problems and Prosperity of Publishing Houses of Bangladesh. Retrieved on August 26, 2025, from www.academia.edu/4067257/THE_PROBLEMS_AND_PROSPERITY_OF_PUBLISHING_INDUSTRY_OF_BANGLADESH
- Robecca, J., Anthara, I. M. A., Silaban, M., & Situmorang, M. R. (2020). Product quality improvement by using the waste assessment model and Kipling method. In *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering: Vol. 879*. IOP Publishing. <https://doi.org/10.1088/1757-899X/879/1/012172>