

## মডেলিং আলো থেকে অন্ধকারে

লাবণ্য লিপি স্বাধীনতা-উত্তর বাংলাদেশে ইলেকট্রনিক মিডিয়ার কোন শাখায় সবচেয়ে বেশি উন্নয়ন ঘটেছে? মিডিয়ার সার্বিক বিশ্লেষণ করলে এ প্রশ্নের যে উত্তর পাওয়া যাবে, তা হলো বিজ্ঞাপনচিত্র। এ উন্নয়ন আকস্মিক এবং দ্রুত গতিতে। মাত্র এক দশকে বাংলাদেশের ইলেকট্রনিক মিডিয়ায় বিজ্ঞাপনচিত্রের চেহারা বদলে গেছে। কারিগরি কৌশল, উপস্থাপন রীতিতে এসেছে আধুনিকতা। প্রতিনিয়ত আবির্ভাব ঘটছে নতুন নতুন মডেলের। যা থেকে প্রমাণিত হয় মিডিয়ার এই শাখাকে ঘিরে তরুণ-তরুণীদের মধ্যে ব্যাপক আগ্রহের সৃষ্টি হয়েছে। অথচ নব্বইয়ের দশকের আগেও মডেলিং-এর ব্যাপারে এতটা আগ্রহ দেখা যায়নি। বিশেষ করে মেয়েদের মধ্যে। এর কারণ ছিল সামাজিক প্রেক্ষাপট। মেয়েরা কোন পণ্যের বিজ্ঞাপনচিত্রে মডেল হোক তা পারিবারিকভাবেই চাওয়া হতো না। সত্তরের দশকে এর অবস্থা ছিল আরও নাজুক। এ সময় নাটকে মেয়েদের পাওয়া অনেকখানি সহজসাধ্য হলেও মডেলিং-এ পাওয়াটা ছিল একেবারেই দুরূহ। এ সময় যারা সামাজিক প্রতিবন্ধকতা ভেঙ্গে মডেলিং-এর ভুবনে আসেন তাঁদের অন্যতম হলেন তাজী রহমান ও ক্যামেলিয়া মুস্তাফা। তাঁরা ছিলেন সত্তর-আশির দশকের তারকা মডেল। পাশাপাশি সঙ্গীত শিল্পী শাহীন মাহমুদ (বর্তমানে শাহী সামাদ), পপশিল্পী নাজমা জামানও বিজ্ঞাপনচিত্রের মডেল হয়েছেন। তাদের আগে ছিলেন মৌয়ের মা রাশা ইসলাম।

সত্তর দশকে বেশিরভাগ বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মিত হয়েছে স্থিরচিত্রের সঙ্গে অডিও-র ব্যবহারে। মুন্ডির সংখ্যা ছিল কম। আশির দশকে একটু একটু করে বাড়তে থাকে মুন্ডি বিজ্ঞাপনচিত্রের। কিন্তু নির্মাণশৈলীতে আধুনিকতা না থাকায় মডেলিংকে ঘিরে সাধারণ মানুষের মধ্যে তেমন আগ্রহ তৈরি হয়নি। বরং অনুষ্ঠানের মধ্যে বিজ্ঞাপনচিত্রের প্রচারে মানুষ বিরক্ত বোধ করত। তারপরও এ সময়ে কয়েকটি বিজ্ঞাপনচিত্র বেশ আলোড়ন সৃষ্টি করে। এর মধ্যে পেপস ফ্লোরাইড টুথপেস্ট (মডেল নাজমা জামান), এসএমপি-র (বর্তমানে এসএমসি) জন্মানিয়ন্ত্রণ বডি 'মায়া' (মডেল চিত্রনায়িকা রোজিনা), 'লাইফবয়' সাবান (মডেল ফুটবল তারকা সালাহউদ্দিন) উল্লেখযোগ্য। আশির দশকে মুনা মডেল হিসাবে বেশ জনপ্রিয়তা পান।

বিজ্ঞাপনচিত্রে নিঃশব্দ বিপ্লব ঘটে নব্বইয়ের দশকে। এ দশকের সূচনালগ্নে আফজাল হোসেন নির্মিত 'পীয়ারসঙ্গ'-এর বিজ্ঞাপনচিত্রে দেখা যায় আধুনিকতার ছোঁয়া। এরপর বাউস-এর বিজ্ঞাপনচিত্র। এ পণ্যের মডেল হিসাবে সাদিয়া ইসলাম মৌ দর্শকদের দৃষ্টি কাড়েন। বিজ্ঞাপনচিত্রটি অসামান্য জনপ্রিয়তা পেলে মৌ-ও রাতারাতি তারকা খ্যাতি লাভ করেন। এক এক করে তারকাখ্যাতি পান তানিয়া, সুইটি, নোবেল, পল্লব, শিমুল, রিয়া, ফয়সাল প্রমুখ। এরা সবাই আধুনিক নির্মাণ ধারার বিজ্ঞাপনচিত্রে তারকা হয়ে ওঠেন। এদের তারকাখ্যাতির পিছনে ভূমিকা ছিল বিজ্ঞাপনচিত্র। এ সময় বিজ্ঞাপনচিত্রও দর্শকদের কাছে আকর্ষণীয় এবং উপভোগ করার মতো হয়ে ওঠে। এতে তরুণ-তরুণীদের মধ্যেও মডেলিংকে ঘিরে ব্যাপক আগ্রহের সৃষ্টি হয়। অভিজাত পরিবারের ছেলেমেয়েরা এক এক করে আসতে থাকে পণ্যের মডেল হওয়ার আগ্রহ নিয়ে। এ ধারায় কয়েকজন মডেলকে উজ্জ্বল হয়ে উঠতে দেখা যায়। তাঁরা হলেন শাব্বির, চৈতি, শ্রাবন্তী, শাওন, ম্যানিলা, রিয়া, রিচি প্রমুখ।

গত এক দশকে প্রচুর মডেল এসেছে। কিন্তু মৌ, তানিয়া, নোবেল, পল্লবের মতো আলোড়ন সৃষ্টি করতে পারেননি তাঁরা। প্রশ্ন ওঠে, হঠাৎ করে কেন আলো থেকে অন্ধকারে মুখ খুবড়ে পড়ছে মিডিয়ার এই আঙুয়ান শাখা? কেন মৌ-তানিয়ার পরে নতুন কোন মডেল আলোড়ন তৈরি করতে পারেনি? দর্শক হৃদয়েই বা তারা দাগ কাটতে পারছে না কেন?

জনপ্রিয় অভিনেতা ও বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাতা আফজাল হোসেন বলেন, বর্তমানে মডেলিংয়ের অবস্থা কি খুব ভাল বলা যায়? মডেলিং বলতে যে বিশাল শিল্পপ্রকৃতি বোঝায় এখন কি তা পাওয়া যায়? বর্তমানে মডেলিংয়ে যে পরিবেশ বিরাজ করছে তাতে যোগ্য মডেলরা ক্ষতিগ্রস্ত হচ্ছে। অথচ এই একটি জায়গায় নারীর গুরুত্ব বেশি, এখানে মেয়েদের কাজের পারিশ্রমিক বেশি তারপরও একে পেশা হিসাবে নেয়ার মতো অবস্থা এখনও তৈরি হয়নি।

নাট্যকার, গীতিকার ও বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাতা আহমেদ ইউসুফ সাবের মডেলিংয়ের বর্তমান অবস্থা প্রসঙ্গে বলেন, নতুন মডেল বেরিয়ে আসা এবং টিকে থাকা শুধু নির্মাতাদের ওপর নির্ভর করে না। নতুনদেরও ভাল কাজ করার চেষ্টা থাকতে হবে। নির্মাতারা সুযোগ সৃষ্টি করতে পারে মাত্র।

ভাল বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণ না হওয়ার কারণ উল্লেখ করে তিনি আরও বলেন, এর জন্য দরকার নির্মাতাদের স্বাধীনভাবে কাজ করতে দেয়া। অবশ্য অনেক ক্লায়েন্ট এখন এ স্বাধীনতা দিচ্ছেন নির্মাতাদের। কিন্তু সমস্যা হলো, ছেলেমেয়ে তো প্রচুর আসছে কিন্তু সবাই কাজের উপযোগী নয়। অর্থাৎ মেধাবী নয়। আরও একটি সমস্যা, এখন মডেলিংয়ে আসার লক্ষ্য হয়ে উঠেছে, মডেল হিসাবে পরিচিতি এনে নাটকে চলে যাওয়া। ফলে, মডেল হিসাবে আগের মতো কারও প্রতিষ্ঠা গড়ে উঠছে না। নানা কারণেই মডেলিং এখন স্থবির হয়ে পড়ছে।

বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাতা ও চিত্রগ্রাহক অসীম সেনগুপ্ত বলেন, শুরুতে মডেল সফট ছিল, এখন তা নেই। প্রচুর মডেল দেখা যাচ্ছে, কিন্তু কেউই আলোচনায় আসতে পারছে না। আমার মনে হয়, আগের মতো প্রতিভাবান মডেল আসছে না এখন। নতুন মডেল তৈরি না হওয়ার পিছনে দায়ী আমরা। আমরাও কষ্ট স্বীকার করে মডেলদের তৈরি করতে পারছি না। অনেক সময় ক্লায়েন্টরা তাদের পছন্দের মডেল নির্বাচিত করে দিচ্ছেন। ইদানীং আবার ক্লায়েন্টদের দেশের বাইরের নির্মাতা দিয়ে বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণের প্রবণতা দেখা যাচ্ছে। বিদেশে চিত্রগ্রহণ-সম্পাদনার কাজ করা হচ্ছে। যার কোন প্রয়োজন আছে বলে মনে করি না। দেশেই এখন উন্নতমানের বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণের মেধা, কারিগরি সুবিধা আছে। ক্লায়েন্টরা যদি দেশীয় নির্মাতাদের ওপর আস্থা রাখেন তাহলে মডেলিংয়ের স্থবিরতা দূর করা সম্ভব।

গ্রাফিক্স ডিজাইনার মাহবুব আকন্দ বলেন, ভাল বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণের জন্য মডেলদের মেধার প্রয়োজন আছে বটে তবে নির্মাতাদের সেস খাকতে হবে আরও বেশি। ক্লায়েন্টদেরও আস্থা রাখতে হবে দেশী নির্মাতাদের ওপর। কারিগরি সুবিধার দিক থেকে আমরা অন্যান্য দেশের তুলনায় খুব একটা পিছিয়ে নেই। প্রয়োজন শুধু সুযোগের। দেশের বাইরে গিয়ে একটা বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণের জন্য ক্লায়েন্টরা যে অর্থ ব্যয় করেন, দেশে তা করতে চান না। অথচ এ টাকায় দেশেও একই মানের বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণ সম্ভব। কোন কোন ক্ষেত্রে তার চেয়ে ভাল।

বিজ্ঞাপনচিত্রের বড় আকর্ষণ হলেন মডেলরা। মডেলের গুণে পণ্যের চাহিদা তৈরি হয়। সুতরাং বিজ্ঞাপনচিত্রে মডেল নির্বাচনের ক্ষেত্রে ক্লায়েন্ট বা নির্মাতাদের বড় ধরনের ভাবনায় পড়তে হয়। প্রতিভাগুণে মডেলরা হন তারকা। কিন্তু গত কয়েক বছর ধরে তারকা মডেল তৈরি হচ্ছে না। এ প্রসঙ্গে বলেছেন, এ দেশের মডেলিং ভুবনের গোড়ার দিককার স্বনামধন্য মডেল রাশা ইসলাম। তিনি জনপ্রিয় মডেল তারকা মৌয়ের মা।

রাশা বলেন, আমাদের সময় পেশাদার কোন মডেল ছিল না। তখন আমরা যারা কাজ করতাম তারা পয়সা নিতাম না। কাজ করতাম শিল্পের জন্য। তখন প্রচারের সুযোগও কম ছিল। এখন সে সুযোগ বহুগুণ বেড়েছে। তারপরও মডেলরা যদি নিজেদের প্রতিষ্ঠিত করতে না পারে তাহলে বলতে হবে এটা তাদেরই ব্যর্থতা। আমার ধারণা, আজকালকার ছেলেমেয়েরা বড় বেশি অস্থির স্বভাবের। রাতারাতি তারকা হবার প্রবণতা খুব বেশি। সস্তা জনপ্রিয়তা মোহ কাজ করে। কেউ মডেল শিল্পী হতে চায় না। ধৈর্যের প্রচণ্ড অভাব। অধ্যবসায় নেই বললেই চলে। আর নির্মাতাদেরও ঝাঁক বিদেশে গিয়ে কাজ করার। তাদের উচিত ক্লায়েন্টদের প্রভাবিত করে দেশে এবং দেশীয় মডেল নিয়ে কাজ করা। আমাদের ক্লায়েন্টরা যে টাকা দিয়ে বিদেশে গিয়ে বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণ করেন তার চেয়ে কম টাকায় দেশে ভাল বিজ্ঞাপনচিত্র নির্মাণ সম্ভব। সে সুবিধাও আছে এ দেশে। নন্দিত মডেল তানিয়া বলেন, সমস্যা আসলে দু'দিক থেকে। নতুন মডেলদের প্রতিভার অভাব আছে বটে, তবে সেন্স এ্যান্ড সিনসিয়ারিটির অভাব আরও বেশি। বাইরের দেশে মডেলদের প্রয়োজনীয় মেকআপ-গেটআপের দিকটা নিজেরাই দেখে। আমাদের দেশে এর চর্চা নেই। এখনকার মডেলদের মেকআপ -গেটআপ সেন্স আছে কিনা সন্দেহ। আর মডেলদের সঠিকভাবে উপস্থাপন করার দায়িত্ব নির্মাতাদের। কিন্তু সেখানেও ঘাটতি দেখা যায়। মডেল পল্লব বলেন, নতুন মডেল বেরিয়ে না আসার কারণ তাদের প্রতিভার অভাব। নির্মাতাদের দোষ দিয়ে কী লাভ? মডেলরাই নিজেদের যোগ্যতা বলে দর্শকদের কাছে গ্রহণযোগ্য হতে পারছে না। নির্মাতারা সুযোগ না দিলে এত মডেল কিভাবে আসছে? যারা নিজেদের যোগ্যতা প্রদর্শন করতে পারছেন তারা কিন্তু ঠিকই টিকে যাচ্ছে।

গ্ল্যামারস মডেল সুইটি বলেন, হ্যাঁ, বর্তমানে চোখে পড়ার মতো মডেল বেরিয়ে আসছে না। আমার কিন্তু মনে হয় না, প্রতিভার অভাবে তারা বেরুতে পারছে না। আমরাও তো কিছু শিখে আসিনি। তবে টিকে থাকার জন্য মডেলদের কিছু দায়িত্ব রয়েছে। নিজেকে ভালভাবে উপস্থাপন করতে হবে। ধৈর্য রাখতে হবে। রাতারাতি তারকা হওয়ার ইচ্ছেটা দূর করতে হবে। নির্মাতাদের দায়িত্ব সঠিকভাবে একজন মডেলের বিকাশ ঘটান। আমাদের সময় প্রচারের সুযোগ এতটা প্রসারিত ছিল না। এখন সে সুযোগ অনেক বেড়েছে। এত প্রসারিত ক্ষেত্রে যদি কেউ জায়গা করতে না পারে তবে সে ব্যর্থতা তারই।

এই সময়ে বেশ কয়েকজন মডেল দর্শকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে পেরেছে। তাদের মধ্যে দীপা খন্দকার, সুমাইয়া শিমুল, শাহেদ, তিন্মি, মিলার নাম উল্লেখযোগ্য। এদের মধ্যে কথা বলা হয় শাহেদের সঙ্গে। তিনি বলেন, নির্মাতারা তো প্রচুর ছেলেমেয়েদের এ্যাড করার সুযোগ দিচ্ছেন। মডেলরাই নিজেদের অবস্থান তৈরি করতে পারছে না। কারণ তাদের প্রতিভার অভাব। একজন মডেলের দায়িত্ব একটি পণ্যকে ক্রেতার কাছে বিশ্বাসযোগ্য তৈরি করা। তাদের দেখতেও সুশ্রী হতে হবে। এ দু'টো জিনিস না থাকলে সে দর্শকদের দৃষ্টি আকর্ষণ করতে ব্যর্থ হবে।