

বাংলাদেশে প্রচলিত বিজ্ঞাপন নীতিমালা : ইসলামি নির্দেশনার আলোকে একটি বিশ্লেষণ

মোহাম্মদ নুরুল আমিন* ও মোহাম্মদ মোফাজ্জল হোসাইন রাসেল**

Abstract

The right to work is a fundamental right of women. No family, society, state or religion can deny women of this right. Islam has given dignity to the deprived women of the pre-Islamic era. Islam has ensured gender equal opportunity and women's privileges in every sphere of their life and there is no discrimination between men and women. Considering the right of women to work is divided into two special parts- firstly, considering the natural features, the main field of work of a woman is her family (house), secondly, women can be employed in the same way as men in any need. In Bangladesh, most of the people thought that there is no right of women to work in Islam. The so called Islamic thinker of Bangladesh thought that there is no space for women in workplace without home. In another scenario of Bangladesh, women are so unsecured in the workplace or unsafe environment to work and deprived of equality of her salary. In particular, Islam has provided guidelines for the safety of women in the workplace to ensure their work environment. The prime object of this study is to pick out how rights of women are ensured in Islam. This article also discusses women's right to work in Islam, protection of dignity at work, elimination of pay inequality, prevention of physical abuse, safety of travel at work, strengthening family ties of working women and enhancing maternal rights.

উপস্থাপনা

বিজ্ঞাপন বাজারজাতকরণের একটি উপাদান। এর মাধ্যমে একজন উৎপাদক বা উদ্যোক্তা তার পণ্য বা সেবা সম্ভাব্য ক্রেতা বা ভোক্তার কাছে পণ্য বা সেবাটির গুণাগুণ, প্রয়োজনীয়তা, উপযোগিতা, কার্যকারিতা, ব্যবহার-বিধি, মূল্য ইত্যাদি অবহিত করে থাকে। যেকোনো পণ্য বা সেবা বিক্রির মৌলিক কারণ হলো ভোক্তার প্রয়োজন এবং বাজারে থাকা পণ্যগুলো থেকে নির্দিষ্ট পণ্যের মান, সুলভ দাম ও সহজলভ্য হওয়া। কিন্তু পণ্যের মান, সুলভ দাম ও সহজলভ্য হওয়া সত্ত্বেও ভোক্তা যথাযথ অবহিত না থাকার কারণে অনেক সময় পণ্য বা সেবার আশানুরূপ বিক্রি হয় না। এক্ষেত্রে পণ্য বা সেবার বিক্রি আশানুরূপ করতে উৎপাদক বা উদ্যোক্তা যে কৌশলের আশ্রয় নেয় ব্যবসায়িক পরিভাষায় তাকে বিজ্ঞাপন বলা হয়। ইসলাম ব্যবসাকে হালাল করেছে। সুতরাং ব্যবসার প্রচার ও প্রসারে বৈধ পন্থায় যে কোনো কর্মকাণ্ড পরিচালনা করাও ইসলাম সমর্থন করে। বর্তমান সময়ে ব্যবসা পরিচালনায় বিজ্ঞাপন একটি অত্যাবশ্যকীয় উপাদানে পরিণত হয়েছে। বিজ্ঞাপন নিয়ে গবেষক, ভোক্তা, ইসলামি চিন্তাবিদ অনেকেরই সাধারণ ভাষা হলো বিজ্ঞাপন অনেক ক্ষেত্রে পণ্য কিনতে ভোক্তাকে প্রলুব্ধ করে; যেখানে ভুল তথ্য, ভোগবাদী চিন্তার উদ্বেক, প্রতারণা, নারীর অশালীন ব্যবহার ইত্যাদি লক্ষণীয়। বিজ্ঞাপন সম্পর্কে নেতিবাচক

* অধ্যাপক, ইসলামিক স্টাডিজ বিভাগ, জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা

** এম.ফিল গবেষক, ইসলামিক স্টাডিজ বিভাগ, জগন্নাথ বিশ্ববিদ্যালয়, ঢাকা

ধারণা থাকলেও ব্যবসা প্রসারে বিজ্ঞাপনের প্রয়োজনীয়তাও পরিলক্ষিত। বাংলাদেশ সরকারের গৃহীত বিভিন্ন আইনে বিজ্ঞাপনের নীতিমালা নির্দেশিত হয়েছে। বাংলাদেশে প্রচলিত বিজ্ঞাপন নীতির সাথে পর্যালোচনাপূর্বক ইসলামি নির্দেশনার আলোকে বিজ্ঞাপন নীতি কেমন হওয়া উচিত- তা এ গবেষণায় তুলে ধরার প্রয়াস চালানো হয়েছে।

গবেষণা পদ্ধতি ও গবেষণার লক্ষ্য-উদ্দেশ্য

গবেষণা পদ্ধতি নির্ধারণের ক্ষেত্রে গবেষণা সংশ্লিষ্ট প্রশ্নের সম্পর্ক রয়েছে। এ গবেষণার ক্ষেত্রে গবেষণা প্রশ্ন হলো “বিজ্ঞাপনে ইসলামি বিধান রয়েছে কি? যদি থেকে থাকে তাহলে সেগুলো কী কী?” এ প্রশ্নের আলোকে কয়েকটি লক্ষ্য-উদ্দেশ্য নির্ধারণ করে এ গবেষণা কর্ম সম্পাদন করা হয়েছে, সেগুলো হলো-

১. বিজ্ঞাপন পরিচিতি সম্পর্কে ধারণা লাভ।
২. বিজ্ঞাপনের ইসলামি নির্দেশনা তুলে ধরা।
৩. বিজ্ঞাপনের ইসলামি নির্দেশনার আলোকে সুপারিশমালা প্রস্তুত।

উপরিউক্ত গবেষণা-প্রশ্ন ও গবেষণার লক্ষ্য-উদ্দেশ্যের আলোকে পরিচালিত এ গবেষণাটি গবেষণার মৌলিক পদ্ধতিসমূহের মধ্যে গুণাত্মক গবেষণা পদ্ধতি (Qualitative Research) অনুসরণ করা হয়েছে। গুণাত্মক গবেষণা পদ্ধতির অংশ হিসেবে এ গবেষণায় Content Analysis Method (আধেয় বিশ্লেষণ পদ্ধতি) প্রয়োগ করা হয়েছে। এ পদ্ধতি অনুসরণ করে বাংলাদেশে প্রচলিত বিজ্ঞাপন নীতিমালা কুরআন, হাদিস ও ফিকহের মূলনীতির আলোকে পর্যালোচনা করা হয়েছে।

বিজ্ঞাপন পরিচিতি

বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞায়নে বিভিন্ন মত পাওয়া যায়। Philip Kotler I Gary Armstrong বলেন, Advertising is any paid form of nonpersonal presentation and promotion of ideas, goods, or services by an identified sponsor.^১ অর্থাৎ, “বিজ্ঞাপন হলো নির্দিষ্ট উদ্যোক্তা কর্তৃক অর্থের বিনিময়ে, ধারণা, পণ্য ও সেবার অব্যক্তিগত উপস্থাপনা ও প্রসার।” কেউ কেউ আবার বিজ্ঞাপনকে বিপনন যোগাযোগ হিসেবে উল্লেখ করেছেন। William J. Stanton বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞায় বলেন, Advertising is a marketing communication that employs an openly sponsored, non-personal message to promote or sell a product, service or idea.^২ অর্থাৎ, বিজ্ঞাপন হলো একটি বিপনন যোগাযোগ যা কোনও পণ্য, সেবা বা ধারণা প্রচার বা বিক্রয়করার জন্য প্রকাশ্যে পৃষ্ঠপোষকের অর্থের বিনিময়ে অব্যক্তিগত বার্তা প্রচার করে। বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞায়নে আশেক মাহমুদ বলেন, বিজ্ঞাপন বলতে পণ্যের এমন এক প্রচারণা বোঝায় যা পণ্যের বাজারজাতকরণকে সহজ করে তোলে। বিজ্ঞাপন গণযোগাযোগের যন্ত্র হিসেবে কাজ করে, যার রয়েছে একটি মূল্য কাঠামো, যার চূড়ান্ত লক্ষ্য হলো পণ্য সম্পর্কে তথ্য প্রদান করে পণ্যকে বিক্রয়যোগ্য করা।^৩ বিজ্ঞাপনের সংজ্ঞায়নে McGregor বলেন, বিজ্ঞাপন একটি একমুখী যোগাযোগ ব্যবস্থা। কোন পণ্য বা সেবার প্রতি উদ্দীষ্ট জনগোষ্ঠী বা জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণের একক প্রচেষ্টা হলো বিজ্ঞাপন। অর্থাৎ নির্দিষ্ট

উদ্যোক্তার দ্বারা অর্থের বিনিময়ে ধারণা, মতাদর্শ, পণ্য বা সেবার নৈর্ব্যক্তিক উপস্থাপনা ও বিক্রয় প্রচেষ্টাই বিজ্ঞাপন।^৪

সর্বোপরি, বিজ্ঞাপন একটি একমুখী যোগাযোগ ব্যবস্থা। সাধারণত পণ্য ও সেবার প্রতি জনসাধারণের দৃষ্টি আকর্ষণ করার জন্য বিজ্ঞাপন প্রচারিত হয়। বিজ্ঞাপনের মাধ্যম হিসাবে এমন যে কোন কিছু ব্যবহার করা হয় যার সাহায্যে ভোক্তার নিকট পণ্যের বিভিন্ন তথ্য পৌঁছানো যায়। যেমন: রেডিও, টিভি, পেপার-পত্রিকা, ব্যানার, ফেস্টুন, স্টিকার, পোস্টার, বিলবোর্ড, ইন্টারনেট ইত্যাদি। তবে বর্তমান সময়ে প্রিন্ট মিডিয়ার তুলনায় ইলেক্ট্রনিক মিডিয়াতেই বেশি পরিমাণ বিজ্ঞাপন দেওয়া হয়। যেমন-

বৈশ্বিক বাণিজ্যে বিজ্ঞাপনের শতকরা হার^৫

বিজ্ঞাপনের মাধ্যম	২০১৫	২০১৮
টেলিভিশন বিজ্ঞাপন	৩৭.৭%	৩৪.৮%
মোবাইলে বিজ্ঞাপন	৯.২%	১৮.৪%
কম্পিউটারে অনলাইন বিজ্ঞাপন	১৯.৯%	১৮.২%
দৈনিক পত্রিকায় বিজ্ঞাপন	১২.৮%	১০.১%
উন্মুক্ত বিজ্ঞাপন	৬.৮%	৬.৬%
রেডিও বিজ্ঞাপন	৬.৫%	৫.৯%
সাময়িকীতে বিজ্ঞাপন	৬.৫%	৫.৩%
সিনেমায় বিজ্ঞাপন	০.৬%	০.৭%

বাংলাদেশে প্রচলিত বিজ্ঞাপন নীতিমালা : পরিপ্রেক্ষিত ইসলামি নীতি ও নির্দেশনা

শিল্প বিকাশের সাথে সাথে বাংলাদেশে বিজ্ঞাপনের সূচনা হয়। বাংলাদেশে পত্র-পত্রিকা, সাময়িকী, বেতার ও টেলিভিশন ইত্যাদির পাশাপাশি ব্যবসা প্রতিষ্ঠান নিজস্ব ব্যবস্থাপনায় বিলবোর্ডে ছবি বা লেখা এবং আলোকসজ্জিত প্রচারমূলক শব্দমালা বা প্রতিচ্ছবি, যাত্রা ও পথনাটক কিংবা গাড়ির বডিতে বা বেলুনের গায়েআঁকা ছবি ইত্যাদি মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দিয়ে থাকে। বাংলাদেশে প্রিন্ট মিডিয়া (পত্রিকা, ব্যানার, ফেস্টুন, স্টিকার, পোস্টার) ও ইলেক্ট্রনিক মিডিয়ায় (টেলিভিশন, রেডিও, ফেইসবুক, ইউটিউবসহ বিভিন্ন ডিজিটাল মাধ্যমে) বিজ্ঞাপন প্রচলিত আছে। বাংলাদেশ সরকার টেলিভিশন বিজ্ঞাপন নীতিমালা, বাংলাদেশ বেতারের বাণিজ্যিক কার্যক্রমের অনুমোদিত নীতিমালা, সংবাদপত্রে বিজ্ঞাপন নীতিমালা, অনলাইন গণমাধ্যম নীতিমালা- ২০১৫ (খসড়া) ইত্যাদি প্রণয়ন করেছে। সবশেষে ২০১৪ সালে বিজ্ঞাপন সম্পর্কিত বিষয়াদি সুষ্ঠুভাবে পরিচালনায় 'জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪' প্রণয়ন করেছে। এ নীতিমালার চতুর্থ অধ্যায়ে বিজ্ঞাপন সম্প্রচারের নীতিমালা বর্ণিত হয়েছে, যাতে সকল ধরনের বিজ্ঞাপন সম্প্রচারের একটি পূর্ণাঙ্গ নীতিমালা প্রতিফলিত হয়েছে। ইসলাম ব্যবসাকে হালাল ঘোষণা করেছে। বর্তমান প্রেক্ষাপটে ব্যবসায়ের একটি অন্যতম উপাদান হলো বিজ্ঞাপন। ইসলামি চিন্তাবিদগণ নানাকারণে বিজ্ঞাপনের সমালোচনা করেছেন, যেমন- বিজ্ঞাপন মানুষকে

ভোগবাদী করে তোলে, ফলে মানুষের মাঝে প্রয়োজনাতিরিক্ত ভোগ করার মানসিকতা তৈরি হয়। এছাড়াও বিজ্ঞাপন শিশুদের মাঝে অস্বাস্থ্যকর খাবারের প্রতি আসক্ত করে তোলে।^৬ দ্বিতীয়ত, বিজ্ঞাপনে নারী বা কোনো মানুষের শরীরের এমন অঙ্গ দেখানো হয়, যা বিজ্ঞাপনের দর্শকের মাঝে অনৈতিক প্রভাব বিস্তার করতে পারে।^৭ কোনো প্রসিদ্ধ ব্যক্তির মাধ্যমে বিজ্ঞাপন করা হয়, অথচ ঐ ব্যক্তি কখনো ঐ পণ্যটি ব্যবহার করেনি। এমতাবস্থায় সাধারণ মানুষ তাদের অনুসরণ করে ঐ পণ্যকে ভালো মনে করে ক্রয় করা শুরু করে যা প্রতারণা শামিল।^৮ বিজ্ঞাপনে পণ্যের গুণাগুণ বর্ণনা করা হলেও পণ্যের ত্রুটি কখনো বলা হয়, যা ইসলামে নিষিদ্ধ।^৯ মুসলিম চিন্তাবিদগণ বিজ্ঞাপনের নানা ত্রুটি পর্যালোচনা করলেও আধুনিক ব্যবসায়ের সাথে তাল মিলিয়ে বিজ্ঞাপনকে ইসলাম বৈধ হিসেবে অনুমোদন দিয়েছে। কেননা ইসলামে মৌলিকভাবে সকল কাজই বৈধ, যতক্ষণ না তা অবৈধ ঘোষণা করা হয়। এ সম্পর্কে আল্লামা ইউসুফ আল কারযাভী বলেন, “শরীয়তের প্রধান মূলনীতি হচ্ছে আল্লাহ তাআলা যা সৃষ্টি করেছেন, এর সবকিছুই হালাল। কোনো বস্তু ততক্ষণ পর্যন্ত হারাম হবে না যতক্ষণ না শরীয়ত প্রণেতার পক্ষ থেকে হারামের ব্যাপারে স্পষ্ট ঘোষণা আসবে।”^{১০} যেহেতু ইসলাম বিজ্ঞাপন দেয়াকে সরাসরি অবৈধ ঘোষণা করেনি, তাই এটি বৈধ। তবে এই বৈধতা শরয়ী নীতিমালা, মাকাসিদুশ শরীয়া (Objectives of Shariah)-এর আলোকে অকল্যাণ দূরীকরণ ও কল্যাণ অর্জনের শরয়ী মূলনীতির আলোকে পর্যালোচনা করে বাস্তবায়ন করতে হবে। নিম্নে ইসলামি নীতি ও নির্দেশনার আলোকে জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালার বিজ্ঞাপন সম্প্রচার সম্পর্কিত বিধানাবলি পর্যালোচনা করা হলো।

১. অসাম্প্রদায়িক বিজ্ঞাপন : বিজ্ঞাপন হলো পণ্যের প্রচার ও প্রসারের মাধ্যম। তাই বিজ্ঞাপনের আড়ালে কোনো সাম্প্রদায়িক তথ্য উপস্থাপন করা যাবে না। একইসাথে কোনো ধর্মীয় জনগোষ্ঠীর খাবার, পোশাক, সংস্কৃতিকে হেয় করে বিজ্ঞাপন প্রচার যাবে না। এ সম্পর্কে ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.১.১ বলা হয়েছে, “বিজ্ঞাপনের ভাষা, দৃশ্য কিংবা নির্দেশনা ধর্মীয় অনুভূতি, অসাম্প্রদায়িক চেতনা এবং রাজনৈতিক অনুভূতির প্রতি পীড়াদায়ক হতে পারবে না।”^{১১} ইসলাম সর্বাবস্থায় অসাম্প্রদায়িক চেতনায় বিশ্বাসী। এটি ইসলামের মৌলিক দাবি। তাই ব্যবসায়িক ক্ষেত্রেও অর্থাৎ, বিজ্ঞাপনে সাম্প্রদায়িক উদ্দেশ্য চরিতার্থ করার মানসে বিজ্ঞাপন দেয়াকে ইসলাম সমর্থন করে না। কেননা ইসলাম কারও ধর্মের প্রতি কুৎসা রটনা, গালি দেয়া, হেয় করাকে নিষিদ্ধ করেছে। এ সম্পর্কে কুরআনের বাণী,

وَلَا تَسُبُّوا الَّذِينَ يَدْعُونَ مِنْ دُونِ اللَّهِ فَيَسُبُّوا اللَّهَ عَدْوًا بِغَيْرِ عِلْمٍ .

“যারা আল্লাহ ছাড়া অন্য কারোর উপাসনা করে তোমরা তাদের উপাস্যকে গালি দিও না, তাহলে তারাও অজ্ঞতাবশত আল্লাহকে গালি দিবে।”^{১২}

২. কারও পণ্যের নিন্দা করে নিজ পণ্যের শ্রেষ্ঠত্ব দাবি করা যাবে না : বিজ্ঞাপন হলো পণ্যের তথ্য প্রচার ও প্রসারের লক্ষ্যে নিজ পণ্য বা সেবার তথ্য উপস্থাপন। কিন্তু বর্তমান প্রতিযোগিতামূলক বাজারে একই জাতীয় পণ্য বা সেবা বিপণনকারীরা একে অন্যের নিন্দা করে নিজ পণ্যের শ্রেষ্ঠত্ব প্রমাণে চেষ্টা করে, যা বিজ্ঞাপন নীতির পরিপন্থী। এ সম্পর্কে ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.২ ধারায় উল্লেখ রয়েছে, “বিজ্ঞাপনে প্রতিযোগী পণ্যের তুলনা বা নিন্দা করে শ্রেষ্ঠত্ব দাবি করা যাবে না এবং এমন কোন বর্ণনা বা দাবি প্রচার করা যাবে

না যাতে জনগণ প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে প্রতারিত হতে পারে।”^{১০} মূলত ব্যবসায়িক পতিপক্ষ হিংসা বশবতী হয়ে অন্য প্রতিষ্ঠানের পণ্যের দোষ-ত্রুটি সম্পর্কে অনুমান করে এবং তাদের দোষ-ত্রুটি প্রতিহিংসাবশত প্রচার করে থাকে। ইসলাম কারও পণ্য সম্পর্কে অনুমান করা, দোষ-ত্রুটি অন্বেষণ করা এবং দোষ প্রচার করাকে নিষিদ্ধ করেছে। এ সম্পর্কে মহান আল্লাহ বলেন,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اجْتَنِبُوا كَثِيرًا مِّنَ الظَّنِّ إِنَّ بَعْضَ الظَّنِّ إِثْمٌ وَلَا تَجَسَّسُوا

“হে মুমিনগণ, তোমরা অধিক অনুমান থেকে দূরে থাক। নিশ্চয় কোন কোন অনুমান তো পাপ। আর তোমরা গোপন বিষয় অনুসন্ধান করো না।”^{১১}

কারো দোষ অন্বেষণ করা নিষিদ্ধ করে হাদিসের বাণী,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا وَالظَّنَّ، فَإِنَّ الظَّنَّ أَكْذَبُ الْحَدِيثِ، وَلَا تَجَسَّسُوا، وَلَا تَجَسَّسُوا، وَلَا تَنَاجَسُوا، وَلَا تَخَاسَدُوا، وَلَا تَبَاغَضُوا، وَلَا تَدَابَرُوا، وَكُونُوا عِبَادَ اللَّهِ إِخْوَانًا

“তোমরা অনুমান থেকে বেঁচে চলো। কারণ অনুমান বড় মিথ্যা ব্যাপার। আর কারো দোষ খুঁজে বেড়িও না, গোয়েন্দাগিরি করো না, পরস্পরকে ধোঁকা দিও না, আর পরস্পরকে হিংসা করো না, একে অন্যের প্রতি বিদ্বেষপূর্ণ মনোভাব পোষণ করো না এবং পরস্পরের বিরুদ্ধাচরণ করো না। বরং সবাই আল্লাহর বান্দা ভাই ভাই হয়ে যাও।”^{১২}

৩. বিজ্ঞাপনে অশ্লীলতা পরিহার : বিজ্ঞাপন হলো পণ্য পরিচিতি কিন্তু বর্তমান সময়ে বিজ্ঞাপনে অশ্লীলতার প্রসার লক্ষ্য করা যায়। বিজ্ঞাপনে অশ্লীলতা নিষিদ্ধ করে ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.৪ ধারায় বলা হয়েছে, “বিজ্ঞাপনের অডিও মানসম্মত এবং শ্রুতিমধুর হতে হবে এবং বিজ্ঞাপনে নোংরা ও অশ্লীল শব্দ, উক্তি, সংলাপ, জিঙ্গেল ও গালিগালাজ ইত্যাদি পরিহার করতে হবে।”^{১৩} এছাড়াও এ নীতিমালার ৪.৩.৫ ধারায় উল্লেখ রয়েছে “(বিজ্ঞাপনে) অংশগ্রহণকারী মডেলদের পোষাক-পরিচ্ছদ শালীনতাপূর্ণ হতে হবে।”^{১৪} ইসলাম সর্বাবস্থায় অশ্লীলতার প্রচার নিষিদ্ধ করেছে। তাই বিজ্ঞাপনেও অশ্লীলতার কোনো উপাদান ইসলাম সমর্থন করে না। অশ্লীলতা নিষিদ্ধ করে মহান আল্লাহ বলেন,

وَلَا تَقْرُبُوا الْفَوَاحِشَ مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَمَا بَطَّنَ

“প্রকাশ্যে হোক কিংবা গোপন হোক অশ্লীল কাজের নিকটেও যেও না।”^{১৫}

إِنَّ الَّذِينَ يُحِبُّونَ أَنْ تَشِيعَ الْفَاحِشَةُ فِي الَّذِينَ آمَنُوا لَهُمْ عَذَابٌ أَلِيمٌ فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَاللَّهُ يَعْلَمُ وَأَنْتُمْ لَا تَعْلَمُونَ

“যারা পছন্দ করে যে, ঈমানদারদের মধ্যে অশ্লীলতা প্রসার লাভ করুক, তাদের জন্যে ইহকাল ও পরকালে যন্ত্রণাদায়ক শাস্তি রয়েছে, আল্লাহ জানেন, তোমরা জান না।”^{১৬}

৪. মেধাস্বত্ব আইন লঙ্ঘন করে বিজ্ঞাপন করা যাবে না : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.৫ ধারানুসারে “ মেধাস্বত্ব আইন অনুসরণ করে এবং কোন দেশি-বিদেশি গান বা গানের অংশ বা গানের সুর, সুরকার ও স্বত্বাধিকারীর অনুমতি গ্রহণ করে বিজ্ঞাপন প্রচার করতে হবে।”^{১৭} ইসলাম মেধাস্বত্ব আইনের সমর্থন করে। কবি, লেখক, গবেষক, বিজ্ঞানীর আবিষ্কার তার নিজস্ব সম্পদ, তার অনুমতি ছাড়া এগুলো ব্যবহার করা যাবে না। এটা প্রকারান্তরে অন্যের

সম্পদ অন্যায়ভাবে ভক্ষণ করার শামিল। অন্যের সম্পদ অন্যায়ভাবে ভক্ষণ নিষিদ্ধ করে মহান আল্লাহ বলেন,

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ

“আর তোমরা নিজেদের মধ্যে তোমাদের সম্পদ অন্যায়ভাবে খেয়ো না।”^{২১}

ইসলাম মেধাস্বত্বের স্বীকৃতি দেয়, তবে হারাম উপাদান তথা হারাম গান, নাটক ইত্যাদি কোনো অবস্থাতেই প্রচার করা ইসলাম সমর্থন করে না। ইসলাম অনর্থক হাসির উপকরণস্বরূপ নাটক হারাম করে হাদিসের বাণী,

وَيْلٌ لِلَّذِي يُحَدِّثُ بِالْحَدِيثِ لِيُضْحِكَ بِهِ الْقَوْمَ فَيَكْذِبُ، وَيَيْلٌ لَهُ وَيَيْلٌ لَهُ

“দুর্ভোগ তার জন্য যে লোক হাসানোর জন্য মিথ্যা বলে। দুর্ভোগ তার জন্য! দুর্ভোগ তার জন্য!”^{২২}

৫. পরিবেশ পরিপন্থি বিজ্ঞাপন নিষিদ্ধ : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.৮ ধারানুসারে, “বিজ্ঞাপনে পরিবেশ বান্ধব নয় এমন দৃশ্য প্রচার পরিহার করতে হবে।”^{২৩} অর্থাৎ, বিজ্ঞাপনের সংলাপ, দৃশ্য বা আবেদন যদি পরিবেশের পরিপন্থি হয়, এমন যেকোনো বিজ্ঞাপন নিষিদ্ধ। ইসলাম আমাদেরকে পরিবেশ সংরক্ষণের নির্দেশনা দেয় এবং পরিবেশ বিপর্যয় করাকে হারাম ঘোষণা করেছে। সুতরাং বিজ্ঞাপনের ক্ষেত্রেও পরিবেশ পরিপন্থি কার্যক্রম ইসলাম সমর্থন করে না। পরিবেশ বিপর্যয়ে কঠোর নিষেধাজ্ঞা আরোপ করে। মহান আল্লাহ বলেন,

وَلَا تُفْسِدُوا فِي الْأَرْضِ بَعْدَ إِصْلَاحِهَا ذَلِكُمْ خَيْرٌ لَكُمْ إِنْ كُنْتُمْ مُؤْمِنِينَ

“তোমরা পৃথিবীতে ফ্যাসাদ সৃষ্টি করো না। এটাই হবে তোমাদের জন্য মঙ্গলজনক যদি তোমরা মুমিন হয়ে থাকো।”^{২৪}

৬. সরকারি স্থাপনার অপব্যবহার করে বিজ্ঞাপন : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.৯ ধারানুসারে, “রাষ্ট্রীয়ভাবে সংরক্ষিত গুরুত্বপূর্ণ ভবন, স্থাপনা, কার্যালয়, যেমন-জাতীয় সংসদ ভবন, প্রধানমন্ত্রীর কার্যালয়, রাষ্ট্রপতির কার্যালয়, কোর্ট বা আদালত ও আদালতের কার্যক্রম, সেনানিবাস এলাকা ইত্যাদি কোনো পণ্যের বিজ্ঞাপনচিত্রে প্রদর্শন করা যাবে না।”^{২৫} মূলত, সরকারি স্থাপনায় সকলের অধিকার সমান, সুতরাং কোনো প্রতিষ্ঠান নিজস্ব ব্যবসায় সরকারি প্রতিষ্ঠান ব্যবহার করে সুবিধা নিতে পারবে না। এ ছাড়াও এর মাধ্যমে বিজ্ঞাপনদাতা ভোক্তাদেরকে প্রতারিত করার কৌশল অবলম্বন করে থাকে। বিজ্ঞাপন দাতা এমনটি বোঝানোর চেষ্টা করে যে, এ পণ্যটি সরকারি প্রতিষ্ঠানেও ব্যবহৃত হচ্ছে অথবা সরকারি পৃষ্ঠপোষকতা রয়েছে এ পণ্যে। ইসলাম সর্বাবস্থায় প্রতারণাকে নিষিদ্ধ করেছে। সুতরাং বিজ্ঞাপনের ক্ষেত্রেও সকল ধরনের প্রতারণা নিষিদ্ধ। প্রতারণা নিষিদ্ধ করে হাদিসের বাণী,

إِنَّ أَبِي هُرَيْرَةَ: أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ: مَنْ حَمَلَ عَلَيْنَا السَّلَاحَ فَلَيْسَ مِنَّا، وَمَنْ عَشِنَا فَلَيْسَ مِنَّا.

আবু হুরাইরা (রা.) থেকে বর্ণিত, রাসূলুল্লাহ (সা.) বলেন, “সে ব্যক্তি আমাদের দলভুক্ত নয়, যে আমাদের উপর অস্ত্র তোলে। আর যে আমাদেরকে ধোঁকা দেয়, সেও আমাদের দলভুক্ত নয়।”^{২৬}

৭. মহান মুক্তিযুদ্ধ, ভাষা ও সংস্কৃতিকে হেয় করে বিজ্ঞাপন করা যাবে না : একটি দেশ একটি জাতির মূল পরিচয়। দেশের প্রতিটি নাগরিকের উচিত দেশকে ভালোবাসা। কিন্তু বিজ্ঞাপনে অনেক সময় হাস্যরসের সৃষ্টি করতে গিয়ে দেশ, মুক্তিযুদ্ধ, ভাষা ও সংস্কৃতিকে হেয় করা হয়, যা কখনো কাম্য নয়। এ সম্পর্কে 'জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪' এর ৪.৩.১ ধারায় উল্লেখ রয়েছে, "জাতির পিতা বঙ্গবন্ধু শেখ মুজিবুর রহমান ও জাতীয় নেতৃবৃন্দ এবং ভাষা আন্দোলন, গণঅভ্যুত্থান, মুক্তিযুদ্ধ, স্বাধীনতা দিবস ও বিজয় দিবসের মত তাৎপর্যপূর্ণ বিষয়গুলোর মর্যাদা সমুল্লত রাখার লক্ষ্যে এগুলো প্রত্যক্ষ বা পরোক্ষভাবে বিজ্ঞাপনচিত্রে অন্তর্ভুক্ত করা থেকে বিরত থাকতে হবে।"^{২৭} ইসলাম আমাদেরকে দেশকে ভালোবাসার নির্দেশনা দেয়। একই সাথে দেশের স্বাধীনতা ও সার্বভৌমত্বের বিরোধিতা ইসলামে শাস্তিযোগ্য অপরাধ হিসেবে বিবেচিত। এ সম্পর্কে কুরআনের বাণী,

وَأِنْ طَائِفَتَانِ مِنَ الْمُؤْمِنِينَ اقْتَتَلُوا فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا فَإِنْ بَغَتَ إِحْدَاهُمَا عَلَى الْأُخْرَى فَقَاتِلُوا الَّتِي تَبْغِي حَتَّى تَفِيءَ إِلَى أَمْرِ اللَّهِ فَإِنْ فَاءَتْ فَأَصْلِحُوا بَيْنَهُمَا بِالْعَدْلِ وَأَقْسِطُوا إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُقْسِطِينَ . إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ إِخْوَةٌ فَأَصْلِحُوا بَيْنَ أَخَوَيْكُمْ وَاتَّقُوا اللَّهَ لَعَلَّكُمْ تُرْحَمُونَ .

"যদি মুমিনদের দুই দল যুদ্ধে লিপ্ত হয়ে পড়ে, তবে তোমরা তাদের মধ্যে মীমাংসা করে দিবে। অতঃপর যদি তাদের একদল অপর দলের ওপর চড়াও হয়, তবে তোমরা আক্রমণকারী দলের বিরুদ্ধে যুদ্ধ করবে; যে পর্যন্ত না তারা আল্লাহর নির্দেশের দিকে ফিরে আসে। যদি ফিরে আসে, তবে তোমরা তাদের মধ্যে ন্যায্যনাগ পন্থায় মীমাংসা করে দিবে এবং ইনসাফ করবে। নিশ্চয় আল্লাহ ইনসাফকারীদেরকে পছন্দ করেন। মুমিনরা তো পরস্পর ভাই-ভাই। অতএব, তোমরা তোমাদের দুই ভাইয়ের মধ্যে মীমাংসা করবে এবং আল্লাহকে ভয় করবে-যাতে তোমরা অনুগ্রহপ্রাপ্ত হও।"^{২৮} এ আয়াত ও বিধানে সর্বাপেক্ষা গুরুত্ব তাকওয়ার, তাই চুক্তি ও ফয়সালার মধ্যে তাকওয়াকে প্রাধান্য দেয়া উভয় বিবদমান পক্ষের জন্য অতীব জরুরি। তাতে করে তাদের মাঝে ন্যায্য ও সাম্য প্রতিষ্ঠা হবে।"^{২৯}

রাষ্ট্রদ্রোহিতার শাস্তি সম্পর্কে রাসুলুল্লাহ (সা.) বলেন,

وَمَنْ بَاعَ إِمَامًا فَأَغْطَاهُ صَفْقَةً يَدِيهِ، وَتَمَرَةً قَلْبِيهِ، فَلْيَطْغُهُ، إِنْ اسْتَطَاعَ، فَإِنْ جَاءَ آخَرُ يُنَازِعُهُ فَاصْرَبُوا عُنُقَ الْآخِرِ

"যে ব্যক্তি ইমামের হাতে বায়আত করল ও অন্তরের ফল দিল (সমর্থন দিল), সে যেন যথাসম্ভব তাঁর আনুগত্য করে। যদি অপর ব্যক্তি তার বিরুদ্ধে বিবাদ উপস্থিত করে, তাহলে তোমরা তার গর্দান উড়িয়ে দাও।"^{৩০}

৮. সাংস্কৃতিক আত্মসনমূলক বিজ্ঞাপন নিষিদ্ধ : গণমাধ্যম বর্তমান সময়ে বিজ্ঞাপনের জনপ্রিয় কৌশল। গণমাধ্যমে বিশেষত টেলিভিশন ও রেডিও মাধ্যমে প্রচারিত বিজ্ঞাপনে অনেক সময় বিজাতীয় সংস্কৃতির প্রতি উৎসাহ সৃষ্টিমূলক উপাদান লক্ষ্য করা যায়। ফলে শিশু-কিশোর, তরুণ প্রজন্ম দেশীয় সংস্কৃতির প্রতি ঘৃণা জন্ম নেয়। তাই 'জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪' এর ৪.৩.২ ধারায় এ ধরনের বিজ্ঞাপন নিষিদ্ধ করে বলা হয়েছে, "বাংলাদেশের সংস্কৃতির সাথে অসামঞ্জস্যপূর্ণ, শিশু-কিশোর ও যুব সমাজের মধ্যে হতাশা সৃষ্টি করে এবং সংস্কৃতিকে বিকৃতভাবে উপস্থাপন করে এরূপ বিজ্ঞাপন প্রচার পরিহার করতে হবে।"^{৩১} ইসলাম নিজস্ব ভাষা,

সংস্কৃতির সুস্থ বিকাশের নির্দেশনা দেয়। এজন্যই মহান আল্লাহ পৃথিবীতে প্রতিটি ভাষায় নবী প্রেরণ করেছিলেন। মহান আল্লাহ বলেন,

وَمَا أَرْسَلْنَا مِنْ رَّسُولٍ إِلَّا بِلِسَانٍ قَوْمِهِ لِيُبَيِّنَ لَهُمْ

“আর আমি প্রত্যেক রাসুলকে তার কওমের ভাষাতেই পাঠিয়েছি, যাতে সে তাদের কাছে বর্ণনা দেয়।”^{৩২}

ইসলাম যেকোনো ধরনের আত্মসনমূলক অপসংস্কৃতিকে হারাম ঘোষণা করেছে। সুতরাং বিজ্ঞাপনে এ সকল অপসংস্কৃতির চর্চা করা যাবে না। অথচ বর্তমান এ যুগে বিজ্ঞাপন যেন অপসংস্কৃতি চর্চার এক কেন্দ্রে পরিণত হয়েছে। এমনকি ইসলামি অনুষ্ঠানেও বিজ্ঞাপনের নামে অপসংস্কৃতি প্রচার করা হচ্ছে। অপসংস্কৃতি থেকে দূরে থেকতে মহান আল্লাহর আদেশ,

قُلْ لَا يَسْتَوِي الْخَبِيثُ وَالطَّيِّبُ وَلَوْ أَعْجَبَكَ كَثْرَةُ الْخَبِيثِ فَاتَّقُوا اللَّهَ يَا أُولِي الْأَلْبَابِ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ

“হে মুহাম্মদ! ওদের বলো, পবিত্র আর অপবিত্র কখনো সমান হয় না, অপবিত্রের আধিক্য তোমাদের যতই চমৎকৃত করুক না কেন? কাজেই হে বুদ্ধিমানেরা! আল্লাহর নিষেধ করা কর্মকাণ্ড থেকে দূরে থাকো, আশা করা যায় তোমরা সফলকাম হবে।”^{৩৩}

৯. কোনো ব্যক্তি-বিশেষকে হয় করে বিজ্ঞাপন করা যাবে না : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.৩.৩ ও ৪.৩.৪ ধারানুসারে “কিশোর বা যুব সমাজ অর্থনৈতিক ও সামাজিকভাবে হয় করে এবং শ্রমের মর্যাদা ক্ষুণ্ণ করে, শারীরিক ও মানসিক অক্ষমতা বা দৈহিক আকার ও বর্ণকে কেন্দ্র করে কোন বিজ্ঞাপন প্রচার করা যাবে না।”^{৩৪} ইসলামি নির্দেশনা হলো কাউকে কোনো অবস্থাতেই হয় করা যাবে না। তাই এমনভাবে বিজ্ঞাপন তৈরি করতে হবে, যেন বিজ্ঞাপনের ভাষা, ভিডিও, আবেদন দ্বারা কারো প্রতি হয় প্রতিপন্ন করা না হয়। অন্যকে হয়-বিদ্রূপ করা নিষিদ্ধ করে কুরআনের বাণী,

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا يَسْخَرُ قَوْمٌ مِنْ قَوْمٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُونُوا خَيْرًا مِنْهُمْ وَلَا نِسَاءٌ مِنْ نِسَاءٍ عَسَىٰ أَنْ يَكُنَّ خَيْرًا مِنْهُنَّ وَلَا تَلْمِزُوا أَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوا بِاللُّغَابِ .

“হে ঈমানদারগণ, কোনো সম্প্রদায় যেন অপর কোনো সম্প্রদায়কে বিদ্রূপ না করে, হতে পারে তারা বিদ্রূপকারীদের চেয়ে উত্তম। আর কোনো নারীও যেন অন্য নারীকে বিদ্রূপ না করে, হতে পারে তারা বিদ্রূপকারীদের চেয়ে উত্তম। আর তোমরা একে অপরের নিন্দা করো না এবং তোমরা একে অপরকে মন্দ উপনামে ডেকো না।”^{৩৫}

১০. বিজ্ঞাপনে নারী বা শিশুর মানসিকতা বিনষ্ট হয় এমন কোন উপাদান নিষিদ্ধ : বিজ্ঞাপনের ভাষা ও তথ্য নারী বা শিশুর মানসিকতা বিনষ্ট করে এমন উপাদান নিষিদ্ধ করে ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.৪.১, ৪.৪.২ ও ৪.৪.৫ ধারায় উল্লেখ রয়েছে, “বিজ্ঞাপনে শিশুদের পরনিন্দা, বিবাহ, কলহের এবং ঝুঁকিপূর্ণ দৃশ্যে অংশগ্রহণ নিষিদ্ধ। একই সাথে শিশুর নৈতিক, মানসিক বা শারীরিক ক্ষতি করতে পারে এমন বিষয় (ধর্ষণ, ব্যভিচার, অশ্লীল ছবি বা চলচ্চিত্র, নির্যাতন, স্নায়ুর উপর চাপ সৃষ্টি করতে পারে এরূপ দৃশ্য, যেমন ফাঁসি, শ্বাসরোধ, আত্মহত্যা, অঙ্গবিচ্ছেদ ইত্যাদি) বিজ্ঞাপনে অন্তর্ভুক্ত করা যাবে না।”^{৩৬} ইসলাম যেকোনো অনৈতিক কাজ করা বা দেখানো সমর্থন করে না। একইসাথে গীবত, মিথ্যা, ধর্ষণ, অশ্লীল ছবি, বাগড়া, হত্যা

ইত্যাদি প্রদর্শনের মাধ্যমে বিজ্ঞাপন দেয়া ইসলাম সমর্থন করে না। ইসলাম সর্বাবস্থায় ভালো কাজের প্রসার এবং মন্দ কাজে অসহযোগিতা করতে নির্দেশনা দেয়। এ সম্পর্কে কুরআনের বাণী,

وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ. وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ

“সৎকর্ম ও তাকওয়ায় তোমরা পরস্পরের সহযোগিতা কর। মন্দকর্ম ও সীমালঙ্ঘনে পরস্পরের সহযোগিতা করো না।”^{৩৭}

এছাড়াও ইসলাম নারী ও শিশুর সাথে কোমল আচরণ করতে নির্দেশনা দেয়। নারী ও শিশুদের যথাযথ তত্ত্বাবধানের দায়িত্ব পুরুষের। এ সম্পর্কে হাদিসের বাণী,

عن عائشة قالت قال رسول الله ﷺ إن من أكمل المؤمنين إيماناً أحسنهم خلقاً وألطفهم بأهله
“মুসলমানদের মধ্যে সবচেয়ে পরিপূর্ণ ঈমান সে লোকই লাভ করেছে যার চরিত্র সর্বোত্তম এবং যিনি পরিবারের লোকদের সাথে কোমল আচরণকারী।”^{৩৮}

শিশুদের অনৈতিকতা থেকে দূরে রেখে নৈতিক শিক্ষা দেয়া পরিবারের পরিচালকের দায়িত্ব। এ সম্পর্কে কুরআনের বাণী,

وَالَّذِينَ آمَنُوا وَاتَّبَعَتْهُمْ ذُرِّيَّتُهُمْ بِإِيمَانٍ أَلْحَقْنَا بِهِمْ ذُرِّيَّتَهُمْ وَمَا أَلَتْنَاهُمْ مِنْ عَمَلِهِمْ مِنْ شَيْءٍ.

“যারা ঈমান এনেছে আর তাদের শিশু-সন্তানরাও ঈমানের সাথে তাদের পদাঙ্ক অনুসরণ করছ, আমি তাদের সেসব শিশু-সন্তানকে জান্নাতে তাদের সাথে একত্র করে দেব। আর আমি তাদের আমলের কোন কমতি করব না।”^{৩৯}

১১. জনস্বাস্থ্য নিশ্চিত করে বিজ্ঞাপন : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.২.৬ ধারানুসারে “ঔষধ জাতীয় পণ্য, হাসপাতাল, ক্লিনিক, ডায়াগনোস্টিক সেন্টার, স্বাস্থ্যকেন্দ্র ইত্যাদির বিজ্ঞাপনের ক্ষেত্রে সংশ্লিষ্ট কর্তৃপক্ষের অনুমোদন/ছাড়পত্র বিজ্ঞাপনদাতার কাছে আছে কি না তা নিশ্চিত হতে হবে।”^{৪০} এছাড়াও এ আইনের এর ৪.৪.৪ ধারায় বলা হয়েছে, “যে কোন খাদ্য বা পানীয় এর বিজ্ঞাপনে স্বাস্থ্যগত প্রভাব সুস্পষ্টভাবে উল্লেখ করতে হবে এবং সুপার ইম্পোজ করে স্পষ্টাঙ্করে দেখাতে হবে।”^{৪১} ইসলামি দৃষ্টিকোণে স্বাস্থ্য মানুষের অমূল্য সম্পদ। ইসলাম রোগীর সেবা করাকে বিশেষ ফজিলতপূর্ণ কাজ হিসেবে চিহ্নিত করেছে। তবে যেকোনো মানহীন ও অনিরাপদ ঔষধ ব্যবহার ইসলাম নিষিদ্ধ করেছে। রাসুলুল্লাহ (সা.) নাপাক কোনো কিছু ঔষুধ হিসেবে ব্যবহার করতে নিষেধ করেছেন। মানহীন ও অনিরাপদ ঔষধ ব্যহারে নিষেধাজ্ঞা দিয়ে হাদিসের বাণী,

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ، قَالَ: «نَعَى رَسُولُ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ، عَنِ الدَّوَاءِ الْخَبِيثِ، يَغْنِي السُّمَّ

“হযরত আবু হুরায়রা (রা.) থেকে বর্ণিত, তিনি বলেন, রাসুলুল্লাহ (সা.) জীবন বিনাশী ঔষুধ অর্থাৎ, বিষ ব্যবহার করতে নিষেধ করেছেন।”^{৪২}

একইসাথে যাদের ঔষধ উৎপাদনের সক্ষমতা নেই, এমন প্রতিষ্ঠানের ঔষধ উৎপাদন ও বিপণন করা নিষিদ্ধ। সুতরাং স্বাস্থ্য মন্ত্রণালয়, ঔষধ প্রশাসন অধিদপ্তরসহ যথাযথ কর্তৃপক্ষের অনুমতি

ছাড়া কোনো ঔষধের বিজ্ঞাপন দেয়া যাবে না। এতে ভুল ঔষধে প্রাণহানির সম্ভাবনা থাকে। সুতরাং অদক্ষতা ও অসাবধানতার কারণে এ ধরনের উৎপাদনকারীদের ঔষধে দুর্ঘটনা ঘটে থাকে। ইসলামি দৃষ্টিকোণে এ ধরনের কাজ নিষিদ্ধ। এ সম্পর্কে হাদিসের বাণী,

المُسْلِمُ مَنْ سَلِمَ الْمُسْلِمُونَ مِنْ لِسَانِهِ وَبَدِهِ

“প্রকৃত মুসলিম ওই ব্যক্তি যার হাত ও মুখ থেকে অপর মুসলমান নিরাপদ থাকে।”^{৪০}

অভিজ্ঞতা ছাড়া ডাক্তারি করতে নিষেধাজ্ঞা দিয়ে রাসুলুল্লাহ (সা.) বলেন,

مَنْ تَطَبَّبَ، وَلَمْ يُعْلَمْ مِنْهُ طِبٌّ قَبْلَ ذَلِكَ، فَهُوَ ضَامِنٌ

“যে ব্যক্তি অন্যের চিকিৎসা করে, অথচ তার চিকিৎসা জ্ঞান আছে বলে ইতোপূর্বে জানা যায়নি তাহলে সেই দায়ী হবে।”^{৪১}

অভিজ্ঞতা ছাড়া ডাক্তারি করার ন্যায়, দক্ষতা ছাড়া ঔষধ উৎপাদন করাও ইসলামে নিষিদ্ধ।

১২. বিজ্ঞাপনে নারীকে দৃষ্টিকটু হিসেবে উপস্থাপন করা যাবে না : বর্তমান তথ্য-প্রযুক্তির এ যুগে প্রিন্টিং মিডিয়ার তুলনায় ডিজিটাল মাধ্যমেই বিজ্ঞাপন বেশি দেয়া হয়। ডিজিটাল মিডিয়ার প্রচারিত বিজ্ঞাপনের একটি অন্যতম উপাদান হলো নারীর উপস্থিতি। অধিকাংশ ক্ষেত্রেই নারীকে অহেতুক ও দৃষ্টিকটুভাবে উপস্থাপন করা হয়। এ বিষয়ে নিষেধাজ্ঞা দিয়ে ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.৪.৭ ধারায় বলা হয়েছে, “প্রয়োজনানুগ সংশ্লিষ্টতা ব্যতীত বিজ্ঞাপনে নারীর অহেতুক ও দৃষ্টিকটু উপস্থাপন পরিহার করতে হবে।”^{৪২} বিজ্ঞাপনে প্রয়োজনীয় ক্ষেত্রে নারীকে পর্দার সাথে যথাযথ মর্যাদা ও সম্মানের সাথে উপস্থাপনে ইসলাম অনুমোদন দেয়। তবে বর্তমান বিজ্ঞাপনে পুরুষের চেয়ে নারীর অংশগ্রহণ অনেক বেশি। যা একদিকে সংখ্যাগত বিচারে ইতিবাচক দিক বলে মনে হতে পারে। কিন্তু বিভিন্ন প্রসাধনী যে শুধু নারীরাই ব্যবহার করে বা ভোগ্যপণ্য নারীরাই ব্যবহার করে সেবা গ্রহণ করে তেমনটি নয়। তাছাড়া বেশিরভাগ বিজ্ঞাপনে নারীদের অশ্লীলভাবে উপস্থাপন করা হয়েছে। যেমন- লাক্স সাবান এবং ভেজলিন ক্রিমের বিজ্ঞাপন। বিজ্ঞাপনে নারীদের ব্যবহার করা হয়েছে, পণ্য বিক্রির হাতিয়ার হিসেবে। উল্লেখ্য, রবির বিজ্ঞাপনে মডেল ও অভিনেত্রী ‘মৌ’ কে দিয়ে রবির বন্ধ সংযোগে ফিরে আসার কথা বলা হয়েছে। এরকম প্রতিটি বিজ্ঞাপনেই নারীদের দিয়ে পণ্য কিনতে বা ব্যবহারের অনুরোধ করা হয়েছে।^{৪৩} ইসলাম নারীকে এভাবে পণ্য বিক্রির মাধ্যম হিসেবে উপস্থাপন নিষিদ্ধ করেছে। ইসলাম কোনো অবস্থাতেই নারীর পর্দা ছাড়া উপস্থাপনের সুযোগ দেয় না। এছাড়াও গাইরে মাহরামের সাথে নারী-পুরুষের অবাধ মেলামেশার ভিডিও ধারণ ও প্রচার ইসলামে নিষিদ্ধ। সুতরাং এ ধরনের বিজ্ঞাপন প্রচার করা যাবে না। এ সম্পর্কে কুরআনের বাণী,

قُلْ لِلْمُؤْمِنِينَ يَعْضُبُوا مِنْ أَبْصَارِهِمْ وَيَحْفَظُوا فُرُوجَهُمْ ذَلِكَ أَزْكَى لَهُمْ إِنَّ اللَّهَ خَبِيرٌ بِمَا يَصْنَعُونَ. وَقُلْ لِلْمُؤْمِنَاتِ يَغْضُضْنَ مِنْ أَبْصَارِهِنَّ وَيَحْفَظْنَ فُرُوجَهُنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا مَا ظَهَرَ مِنْهَا وَلْيَضْرِبْنَ بِخُمُرِهِنَّ عَلَى جُيُوبِهِنَّ وَلَا يُبْدِينَ زِينَتَهُنَّ إِلَّا لِبُعُولَتِهِنَّ أَوْ آبَائِهِنَّ أَوْ آبَائِ بُعُولَتِهِنَّ أَوْ إِخْوَانِهِنَّ أَوْ بَنِي إِخْوَانِهِنَّ أَوْ أَخَوَاتِهِنَّ أَوْ نِسَائِهِنَّ أَوْ مَا مَلَكَتْ أَيْمَانُهُنَّ أَوْ التَّابِعِينَ غَيْرِ أُولِي الْإِرْبَةِ مِنَ الرِّجَالِ أَوِ الطِّفْلِ الَّذِينَ لَمْ يَظْهَرُوا عَلَى عَوْرَاتِ النِّسَاءِ وَلَا يَضْرِبْنَ بِأَرْجُلِهِنَّ لِيُعْلَمَ مَا يُخْفِينَ مِنْ زِينَتِهِنَّ

“মুমিনদেরকে বলুন, তারা যেন তাদের দৃষ্টি নত রাখে এবং তাদের যৌনাঙ্গের হেফায়ত করে। এতে তাদের জন্য খুব পবিত্রতা আছে। নিশ্চয় তারা যা করে আল-হ তা অবহিত আছেন। ঈমানদার নারীদেরকে বলুন, তারা যেন তাদের দৃষ্টিকে নর রাখে এবং তাদের যৌন অঙ্গের হেফায়ত করে। তারা যেন যা সাধারণত প্রকাশমান, তা ছাড়া তাদের সৌন্দর্য প্রদর্শন না করে এবং তারা যেন তাদের মাথার ওড়না বক্ষদেশে ফেলে রাখে এবং তারা যেন তাদের স্বামী, পিতা, শ্বশুর, পুত্র, স্বামীর পুত্র, ভ্রাতা, ভ্রাতুষ্পুত্র, স্ত্রীলোক অধিকারভুক্ত বাদী, যৌনকামনামুক্ত পুরুষ, ও বালক, যারা নারীদের গোপন অঙ্গ সম্পর্কে অজ্ঞ, তাদের ব্যতীত কারো আছে তাদের সৌন্দর্য প্রকাশ না করে, তারা যেন তাদের গোপন সাজ-সজ্জা প্রকাশ করার জন্য জোরে পদচারণা না করে।”^{৪৭}

এছাড়াও ইসলাম নারী-পুরুষের নাচ, গান ইত্যাদি নিষিদ্ধ করেছে। এ সম্পর্কে হাদিসের বাণী,

حَدَّثَنَا فُتَيْبَةُ، أَخْبَرَنَا بَكْرُ بْنُ مُضَرَ، عَنْ عَبْدِ اللَّهِ بْنِ زُحْرٍ، عَنْ عَلِيِّ بْنِ يَزِيدَ، عَنِ الْقَاسِمِ، عَنْ أَبِي أُمَامَةَ، عَنْ رَسُولِ اللَّهِ ﷺ قَالَ " لَا تَبِيعُوا الْقَبَائِلَ وَلَا تَشْتَرُوهُنَّ وَلَا تَعْلَمُوهُنَّ وَلَا حَيْزٍ فِي تِجَارَةٍ فِيهِنَّ وَتَمْنَهُنَّ حَرَامٌ فِي مِثْلِ هَذَا أَنْزَلَتْ هَذِهِ الْآيَةُ : (وَمِنَ النَّاسِ مَنْ يَشْتَرِي لَهْوَ الْحَدِيثِ لِيُضِلَّ عَنْ سَبِيلِ اللَّهِ) إِلَى آخِرِ الْآيَةِ "

“আবু উমামা (রাঃ) হতে বর্ণিত আছে, রাসুলুল্লাহ (সা.) বলেছেন, গায়িকা বিক্রয় করো না, ক্রয়ও করো না এবং তাদেরকে গানের প্রশিক্ষণও দিও না। এদের ব্যবসায়ের মধ্যে কোনরকম কল্যাণ নেই এবং এদের বিনিময় মূল্য হারাম। এই আয়াত এ ধরনের লোকদের বিরুদ্ধে অবতীর্ণ হয়েছে, “মানুষের মধ্যে কিছু এমন ধরনের লোকও আছে, যে মন ভুলানো কথা ক্রয় করে আনে যেন মানুষদেরকে আল্লাহর পথ থেকে পথভ্রষ্ট করতে পারে।”^{৪৮}

ইসলাম শুধুমাত্র বিয়ের অনুষ্ঠানে দফ নামক বাদ্যযন্ত্র ব্যবহারের অনুমতি দেয়, যদি এ অনুমতির সুযোগ নিয়ে অনেকে বাদ্যযন্ত্রকে সর্বাবস্থায় বৈধ বলার চেষ্টা করে। অথচ মহানবী হযরত মুহাম্মদ (সা.) বলেছেন,

لَيَكُونَنَّ مِنْ أُمَّتِي أَقْوَامٌ، يَسْتَجْلُونَ الْحِرَّ وَالْحَرِيرَ، وَالْحَمْرَ وَالْمَعَازِفَ،

“আমার উম্মতের মধ্যে এমন কিছু লোক সৃষ্টি হবে, যারা ব্যভিচার, রেশম, মদ ও বাদ্যযন্ত্রকে হালাল সাব্যস্ত করবে।”^{৪৯}

১৩. নিষিদ্ধ ব্যবসায়ের বিজ্ঞাপনও নিষিদ্ধ : ‘জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪’ এর ৪.৫.৩ ধারানুসারে বাংলাদেশ ব্যাংকের ছাড়পত্র বিহীন/অননুমোদিত অর্থলগ্নীকারী প্রতিষ্ঠান, সামাজিক ও আইনগতভাবে স্বীকৃত নয় এমন ক্লাব বা সমিতি, লাইসেন্সবিহীন ব্যবসায়িক কর্মকাণ্ড এবং কর্মসংস্থান প্রতিষ্ঠান, বাজি ধরা, জুয়া খেলা বা এতদসংক্রান্ত সংস্থা/কোম্পানি/ব্যক্তি, তামাক ও তামাকজাত পণ্য, মদ বা এলকোহল মিশ্রিত নেশাজাতীয় পণ্য (এলকোহলের পরিমাণ যাই হোক না কেন) এবং মাদক/নেশা জাতীয় পণ্য, সরকারের অনুমোদনবিহীন আবাসিক এলাকা, ভবন বা স্থাপনা ইত্যাদির বিজ্ঞাপন প্রচার করা যাবে না।^{৫০} ইসলাম যেকোনো নিষিদ্ধ বস্তুর ব্যবসা নিষিদ্ধ করেছে। সুতরাং কোনো নিষিদ্ধ বস্তুর বিজ্ঞাপন দেয়াও ইসলামে নিষিদ্ধ। এ সম্পর্কে হাদিসের বাণী,

وَإِنَّ اللَّهَ إِذَا حَرَّمَ عَلَى قَوْمٍ أَكْلَ شَيْءٍ حَرَّمَ عَلَيْهِمْ ثَمَنَهُ

“মহান আল্লাহ যখন কোনো জাতির উপর কোনো বস্তু খাওয়া হারাম করেন, তখন তার থেকে উপার্জিত অর্থও হারাম করেন।”^{৫১}

১৪. মিথ্যা বিজ্ঞাপন দ্বারা ক্রেতা সাধারণকে প্রতারিত করা শাস্তিযোগ্য অপরাধ : ভোক্তা অধিকার সংরক্ষণ আইন, ২০০৯ এর ৪৪ নং ধারানুসারে, কোন ব্যক্তি কোন পণ্য বা সেবা বিক্রয়ের উদ্দেশ্যে অসত্য বা মিথ্যা বিজ্ঞাপন দ্বারা ক্রেতা সাধারণকে প্রতারিত করিলে তিনি অনূর্ধ্ব এক বৎসর কারাদণ্ড, বা অনধিক দুই লক্ষ টাকা অর্থদণ্ড, বা উভয় দণ্ডে দণ্ডিত হইবেন।^{৫২} মিথ্যা তথ্য বিজ্ঞাপনের একটি বড় সমস্যা হিসেবে বিবেচিত। আইনের থাকলেও বাস্তবে এ উল্টো চিত্র। প্রায়শই বিজ্ঞাপনে মিথ্যা তথ্য প্রচার হয়ে থাকে। ইসলাম সর্বাবস্থায় মিথ্যা পরিহারের নির্দেশনা দেয়। এ সম্পর্কে মহান আল্লাহ বলেন,

وَلَا تَلْبِسُوا الْحَقَّ بِالْبَاطِلِ وَتَكْتُمُوا الْحَقَّ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

“তোমরা সত্যকে মিথ্যার সাথে সংমিশ্রণ করো না, জেনে-শুনে আর সত্য গোপন করো না।”^{৫৩}

বর্তমান সময়ে বিজ্ঞাপন দাতা তার পণ্যের গুণগাণ প্রচার করে থাকে, অনেক সময় মিথ্যা গুণাগুণও বর্ণনা করে থাকে। কিন্তু তার পণ্যের দোষ-ত্রুটি থাকলেও তার গোপন রাখে। ইসলাম পণ্যের বিজ্ঞাপনে এ ধরনের প্রতারণা নিষিদ্ধ করেছে। এ সম্পর্কে হাদিসের বাণী,

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ رَسُولَ اللَّهِ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ مَرَّ عَلَى صُبْرَةِ طَعَامٍ فَادْخَلَ يَدَهُ فِيهَا، فَنَالَتْ أَصَابِعُهُ بَلَلًا فَقَالَ: مَا هَذَا يَا صَاحِبَ الطَّعَامِ؟ قَالَ أَصَابَتْهُ السَّمَاءُ يَا رَسُولَ اللَّهِ، قَالَ: أَفَلَا جَعَلْتَهُ فَوْقَ الطَّعَامِ كَيَّ يَرَاهُ النَّاسُ، مَنْ عَشَّ فَلَيْسَ مِنِّي .

আবু হুরাইরা (রা.) থেকে বর্ণিত, একদা রাসুলুল্লাহ (সা.) (বাজারে) এক খাদ্যরাশির নিকট দিয়ে অতিক্রম করার সময় তাতে নিজ হাত প্রবেশ করালেন। তিনি আঙুলে অনুভব করলেন যে, ভিতরের শস্য ভিজে আছে। বললেন, “ওহে ব্যবসায়ী! এ কী ব্যাপার?” ব্যবসায়ী বলল, ‘হে আল্লাহর রাসুল! ওতে বৃষ্টি পড়েছে।’ তিনি বললেন, “ভিজাগুলোকে শস্যের উপরে রাখলে না কেন, যাতে মানুষ দেখতে পেত? (জেনে রেখো!) যে আমাদেরকে ধোঁকা দেয়, সে আমাদের দলভুক্ত নয়।”^{৫৪}

১৫. নীতিমালা লঙ্ঘনের প্রতিকার

বাংলাদেশ সরকার জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪ এর অধীন বিজ্ঞাপন নীতি প্রণয়ন করেছে। এ নীতিমালায় বিজ্ঞাপন নীতি লঙ্ঘনের প্রতিকার হিসেবে বলা হয়েছে, “আইনের মাধ্যমে একটি স্বাধীন সম্প্রচার কমিশন গঠিত হবে, এ কমিশন সম্প্রচারিত অনুষ্ঠান, তথ্য এবং বিজ্ঞাপন সংক্রান্ত মান সম্পর্কে জনগণের অভিযোগ গ্রহণ এবং তা নিষ্পত্তিকরণের ব্যবস্থা গ্রহণ করবে।”^{৫৫} নীতিমালা প্রণয়নের দীর্ঘদিন অতিক্রান্ত হওয়ার পর আজও নীতিমালার আলোকে কোনো পূর্ণাঙ্গ আইন প্রণয়ন হয়নি। একই সাথে এ নীতিমালায় উল্লিখিত সম্প্রচার কমিশন গঠনও হয়নি। সবশেষ ২৩ ফেব্রুয়ারি ২০২০ তারিখে তথ্য প্রতিমন্ত্রী ডা. মুরাদ হাসান সচিবালয়ে সংস্কৃতি বিষয়ক মন্ত্রণালয়ের সভাকক্ষে আয়োজিত এক অনুষ্ঠানে বলেন, জাতীয় সম্প্রচার কমিশন আইন মুজিববর্ষেই সম্পন্ন করা হবে।^{৫৬} যথাযথ আইন না থাকায় এ নীতিমালার লঙ্ঘন বাংলাদেশের

বিজ্ঞাপনে সচরাচরই লক্ষ করা যায়। এক্ষেত্রে ইসলামি নির্দেশনা হলো নীতিমালা বাস্তবায়নে শাস্তিমূলক আইন প্রণয়ন ও আইনের কঠোর বাস্তবায়ন। আইনের কঠোর বাস্তবায়নের নির্দেশনা দিয়ে কুরআনের বাণী,

وَلَا تَأْخُذْكُمْ بِهِمَا رَأْفَةٌ فِي دِينِ اللَّهِ إِنْ كُنْتُمْ تُؤْمِنُونَ بِاللَّهِ وَالْيَوْمِ الْآخِرِ

“আল্লাহর বিধান কার্যকর করতে তাদের প্রতি যেন তোমাদের মনে দয়ার উদ্বেক না হয়, যদি তোমরা আল্লাহর প্রতি ও পরকালের প্রতি বিশ্বাসী হয়ে থাক।”^{৫৭}

সুপারিশমালা

ইসলাম নির্দেশিত নীতিমালার আলোকে বিজ্ঞাপন ব্যবস্থায় ইতিবাচক পরিবর্তন আনতে নিম্নোক্ত সুপারিশমালা গ্রহণ করা যেতে পারে-

১. অপচয় এবং অপব্যয়ে উৎসাহিত যেন না করে।
২. নারীকে পণ্য বিক্রয়ের উপকরণ হিসেবে উপস্থাপন করা যাবে না।
৩. কোনো মডেল পণ্য ব্যবহার না করে পণ্যের মিথ্যা গুণাগুণ প্রচার করবে না; বরং পণ্য ব্যবহার করে তার ইতিবাচক দিক তুলে ধরা যেতে পারে।
৪. পণ্যের কোনো ত্রুটি থাকলে তা লুকিয়ে বিজ্ঞাপন দেয়া যাবে না।
৫. বিজ্ঞাপনে প্রাকৃতিক দৃশ্য, কার্টুন ইত্যাদি ব্যবহার করে বিজ্ঞাপনকে আকর্ষণীয় করা যেতে পারে।
৬. অপ্রয়োজনে বিজ্ঞাপনে নারীর উপস্থিতি বর্জন করতে হবে।
৭. অপসংস্কৃতি ও অশ্লীল গানের পরিবর্তে দেশাত্মবোধক, নৈতিকতার পরিচায়ক গান বিজ্ঞাপনে ব্যবহার করা যেতে পারে।
৮. প্রচলিত বিজ্ঞাপন আইনের যথাযথ প্রয়োগ নিশ্চিত করা।

উপসংহার

বিজ্ঞাপন হলো এমন কতগুলো কাজের সমষ্টি যার মাধ্যমে নৈর্ব্যক্তিক ও নির্দিষ্ট উদ্যোক্তার মাধ্যমে অর্থের বিনিময়ে কোন দর্শকমণ্ডলীর (শ্রোতা/পাঠক) নিকট পণ্য বা প্রতিষ্ঠান সম্পর্কে তথ্য উপস্থাপন করা হয়। বিজ্ঞাপনের উদ্দেশ্য হলো পণ্যের বিক্রি। ইসলাম পণ্য ক্রয়-বিক্রয় তথা ব্যবসা হালাল করেছে। তবে হারাম তথা নিষিদ্ধ পণ্য ক্রয়-বিক্রয় নিষিদ্ধ করেছে। একই সাথে ইসলাম কোনো নিষিদ্ধ উপায়ে বিজ্ঞাপন দিয়ে পণ্য বিক্রির প্রচেষ্টাকেও নিষিদ্ধ করেছে। ইসলামি দৃষ্টিকোণে পণ্য ক্রয়-বিক্রয় মানুষের প্রয়োজন পূরণার্থেই করতে হয়, নিচক ভোগবাদী চিন্তা থেকে পণ্য ক্রয় ইসলাম সমর্থন করে না। সুতরাং মিথ্যা তথ্য উপস্থাপন, সঠিক তথ্য গোপন, প্রতারণা ইত্যাদির আশ্রয় নিয়ে পণ্যের বিক্রি বৃদ্ধি করার যেকোনো প্রচেষ্টা ইসলামে নিষিদ্ধ। একই সাথে ইসলাম বিজ্ঞাপনে নারীর অযাচিত উপস্থাপন, বিকৃত মানসিকতার বিকাশ, অপসংস্কৃতি, নাচ-গান ইত্যাদি হারাম উপাদান ব্যবহারে নিষেধাজ্ঞা দিয়েছে। ইসলাম নিজ হাতে উপার্জিত সম্পদকে শ্রেষ্ঠ বলেছে। সুতরাং শ্রেষ্ঠ উপার্জন যেন কোনোভাবেই হারাম উপাদানের সংমিশ্রণ না থাকে সে দিকে আমাদের সকলকে সজাগ থাকতে হবে। ব্যবসা-বাণিজ্য একটি দেশের সংস্কৃতিরও পরিচয় বহন করে, তাই ব্যবসায়িক পণ্যের বিজ্ঞাপনে অনৈতিকতার উপাদান

যেন না থাকে যে দিকেও খেয়াল রাখতে হবে। সর্বোপরি, ইসলাম নির্দেশিত নীতিমালা অনুসরণ করে বিজ্ঞাপন প্রচার করলে ক্রেতা-বিক্রেতা উভয়ই লাভবান হবে, অর্থাৎ ভোক্তা অধিকার নিশ্চিত হবে। ইসলাম নির্দেশিত বিজ্ঞাপন নীতিমালায় শিশু, নারী, পুরুষ, ধনী, গরীর সকল শ্রেণির মানুষের অধিকার সুচারুভাবে প্রতিষ্ঠিত হবে।

টীকা ও তথ্যনির্দেশ

১. Philip Kotler and Gary Armstrong, *Principles of Marketing* (New Jersey : Pearson Prentice Hall, 2017), p. 436.
২. William J. Stanton, *Fundamentals of Marketing* (New York : McGraw-Hill, 1984), p. 465
৩. আশেক মাহমুদ, “গণমাধ্যমে বিজ্ঞাপন : বাজার সম্প্রসারণ ও ভোগসংস্কৃতির উপর প্রভাব”, *বাংলাদেশ উন্নয়ন সমীক্ষা*, খ. ৩১, বার্ষিক সংখ্যা ১৪২০, পৃ. ৮৯
৪. E McGregory, *Advertising* (UK : The English University Pree Ltd, 1973); উদ্ধৃত, সাবরিনা সুলতানা চৌধুরী ও নাজমা আকতার, “বাংলাদেশী গণমাধ্যম বিজ্ঞাপনে জেভার ফ্রেমিং : একটি আধেয় বিশ্লেষণ”, *সামাজিক বিজ্ঞান পত্রিকা [ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় স্টাডিজ, পাট-ডি]*, খ. ১১, সংখ্যা. ১১, ডিসেম্বর, ২০১৭, পৃ. ৩৩
৫. Executive summary: *Advertising Expenditure Forecasts December 2015* (UK : Zenith Optimedia Group Limited, 2015), p. 8
৬. M. Anwar, & M. Saeed, *Promotional Tools of Marketing: An Islamic Perspective* (Kuala Lumpur: International Islamic University Malaysia, 1996), Intellectual Discourse. 4, pp. 15-30
৭. G. Rice & M. Al-Mossawi, “The Implications of Islam for Advertising Messages: The Middle Eastern Context”, *Journal of Euromarketing* (UK : Taylor and Francis, 2002), Vol. 11 (3), p. 71-96
৮. M. A. Al-Buraey, “Marketing Mix Management from an Islamic Perspective: Some Insights”, *Journal of International Marketing and Marketing Research* (England : European Marketing Association, 2004), vol. 29 (31), p. 1-23
৯. M. Arham, “Islamic perspectives on marketing”, *Journal of Islamic Marketing* (UK : Emerald Publishing Limited, 2010), vol. 1 (2), p. 149- 164.
১০. আনুমা ইউসুফ আল কারযাভী, মুফতী যোবায়ের হোসাইন রাফীকী অনূদিত, *ইসলামে হালাল-হারামের বিধান* (ঢাকা : দারুস সালাম বাংলাদেশ, ২০১৬), পৃ. ২২
১১. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪* (ঢাকা : তথ্য মন্ত্রণালয়, ২০১৪), বাংলাদেশ গেজেট, অতিরিক্ত সংখ্যা, বুধবার, আগস্ট ৬, ২০১৪, পৃ. ১৬৭১৩
১২. *আল কুরআন*, ৬ : ১০৮
১৩. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪*, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
১৪. *আল কুরআন*, ৪৯ : ১২

১৫. আবু আব্দুল্লাহ মুহাম্মদ বিন ইসমাইল বুখারি, *আস সহিহ* (মিশর : দারু তাওকুন নাজাত, ১৪২২ হি.), হাদিস নং : ৬০৬৬
১৬. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
১৭. প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
১৮. *আল কুরআন*, ৬ : ১৫১
১৯. *আল কুরআন*, ২৪ : ১৯
২০. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
২১. *আল কুরআন*, ২ : ১৮৮
২২. আবু ঈসা মুহাম্মদ বিন ঈসা আত তিরমিযী, *আস-সুনান*, (মিশর : শিরকাতু মাকতাবাতু মাতবাতু মুসতফা আল বালী আল হালী, ১৩৯৫৪ হি.), হাদিস নং : ২৩১৫
২৩. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
২৪. *আল কুরআন*, ৭ : ৮৫
২৫. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
২৬. মুসলিম ইবনুল হাজ্জাজ আন নিশাপুরি আল কুসাইরী, *আস সহিহ* (বৈরুত : দারু এহয়া তুরাসুল আরবি, তা.বি.) হাদিস নং : ১০১/১৬৪
২৭. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
২৮. *আল কুরআন*, ৪৯ : ৯-১০
২৯. জামাল উদ্দীন আবু মুহাম্মদ আব্দুল্লাহ বিন ইউসুফ আল হনাফী আল-জাইলায়ী, *নহব আল-রাইয়াহ লি আহাদিস আল-হিদায়াহ* (মিশর : দারুল মামুন প্রেস, তাবি), খ.১, পৃ. ২৯৩
৩০. ইমাম মুসলিম, প্রাণ্ডক্ত, হাদীস নং : ১৮৪৪/৪৬
৩১. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
৩২. *আল কুরআন*, ১৪ : ৪
৩৩. *আল কুরআন*, ৫ : ১০০
৩৪. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
৩৫. *আল কুরআন*, ৪৯ : ১১
৩৬. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
৩৭. *আল কুরআন*, ৫ : ২
৩৮. ইমাম তিরমিযি, প্রাণ্ডক্ত, হাদীস নং ২৬১২
৩৯. *আল কুরআন*, ৫২ : ২১
৪০. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৩
৪১. প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪

৪২. আবু আব্দুল্লাহ মুহাম্মদ বিন ইয়াযিদ ইবনে মাজাহ, *আস সুনান* (মিশর : দার এহয়া কুতুবুল আরাবী, তা.বি.), হাদিস নং : ৩৪৫৯
৪৩. ইমাম বুখারি, প্রাণ্ডক্ত, হাদিস নং : ৬৪৮৪
৪৪. ইমাম ইবনে মাজাহ, প্রাণ্ডক্ত, হাদিস নং : ৩৪৬৬
৪৫. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪*, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৪
৪৬. সৈয়দ কামরুল হাসান সম্পাদিত, *বাংলাদেশের গণমাধ্যমে নারীর উপস্থাপন পর্যবেক্ষণ* (ঢাকা : সাউথ এশিয়া সেন্টার ফর মিডিয়া ইন ডেভলপমেন্ট (সাকমিড), ২০১৭), পৃ. ১৪
৪৭. *আল কুরআন*, ২৪ : ৩০-৩১
৪৮. ইমাম তিরমিযি, প্রাণ্ডক্ত, হাদিস নং : ১২৮২
৪৯. ইমাম বুখারী, প্রাণ্ডক্ত, হাদিস নং : ৫৫৯০
৫০. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪*, প্রাণ্ডক্ত, পৃ. ১৬৭১৫
৫১. আবু দাউদ সূলায়মান বিন আশআস বিন ইসহাক আসসিজিস্তানি, *আস সুনান* (বৈরুত : মাকতাবা আসরীয়াহ, তা.বি.), হাদিস নং : ৩৪৮৮
৫২. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *ভোক্তা অধিকার সংরক্ষণ আইন, ২০০৯* (২০০৯ সনের ২৬ নং আইন) (ঢাকা : আইন, বিচার ও সংসদ বিষয়ক মন্ত্রণালয়, এপ্রিল ৬, ২০০৯), ধারা নং- ৪৪
৫৩. *আল কুরআন*, ২ : ৪২
৫৪. ইমাম মুসলিম, প্রাণ্ডক্ত, হাদিস নং : ১০২
৫৫. গণপ্রজাতন্ত্রী বাংলাদেশ সরকার, *জাতীয় সম্প্রচার নীতিমালা-২০১৪*, প্রাণ্ডক্ত, ধারা- ৬.১.১ ও ৬.১.৩, পৃ. ১৬৭১৬
৫৬. জাতীয় সম্প্রচার কমিশন আইন মুজিববর্ষেই, কালেককর্ষ অনলাইন, তারিখ, ২৩ ফেব্রুয়ারি ২০২০
৫৭. *আল কুরআন*, ২৪ : ২