Pratidhwani the Echo
A Peer-Reviewed International Journal of Humanities & Social Science
ISSN: 2278-5264 (Online) 2321-9319 (Print)
Impact Factor: 6.28 (Index Copernicus International)
Volume-IV, Issue-II, October 2015, Page No. 01-07
Published by Dept. of Bengali, Karimganj College, Karimganj, Assam, India
Website: http://www.thecho.in

বাজারের সমাজ, সমাজের বাজার: গ্রামবাংলার সাধারণ মানুষের ‘বাজার’ ও ‘অর্থ’ সংক্রান্ত অভিমত ও তার তাত্ত্বিক বিশ্লেষণ

মুহাম্মদ রেহান মাসুম
সহকারী অধ্যাপক, ইউনাইটেড ইন্টারন্যাশনাল ইউনিভার্সিটি, বাংলাদেশ

Abstract

Human beings by nature tend to form social relations and the market as a place and a process of exchange is an important aspect of social existence. The social relations are predominantly formed among the people who involve in exchange of both nonmaterial and material substances. On the other hand, any market is a place, where the rules and regulations of the exchange are formed and developed, hence it is often considered an important aspect of social lives that help to form different social relations. The market is an economic phenomenon, but unlike other economic institutions, it has some established social rules and norms. It helps to develop a customary the process to meet the need of the people of a society. Therefore, the nature of the market-dominated society, as the topic of discussion, has already been considered an essential concern in recent times. This research tends to investigate the opinions of 192 grocers or shopkeepers on some general notions that are inseparable from the culture of the rural areas of Bangladesh. The findings of research may help to form an insight about the values and attitudes of the people, who are involved in the market.

Key Words: Market, Social Relations, Social Interaction, Rural community, Social Values.

ভূমিকা

মানবগোষ্ঠি স্বভাবত শৃঙ্খল জীবনের প্রত্যাশী হয়ে ‘সমাজ’ গঠন করে, এবং ‘বাজার’ সমাজের এমন একটি অংশ যেখানে বিনিময়ের রীতিগুলো নির্ধারিত হয়। সমাজবদ্ধ মানুষের পারস্পরিক সম্পর্ক প্রকৃত অর্থে বিনিময়ের সম্পর্ক। তাই সমাজের বিনিময় ক্ষেত্র বা বাজার একটি গুরুত্বপূর্ণ আলোচনার ক্ষেত্র হিসেবে বিবেচনা করা চলে। অপরপক্ষে, ‘বাজারের বিনিময়-রীতি’ সমাজে বসবাসকারী মানব-জীবনের সর্বত্র প্রভাব বিস্তার করে, তাই ‘বাজার প্রভাবিত সমাজ’ আলোচনার বিষয় হিসেবে আগে থেকেই বিবেচিত হয়ে আসছে। তাহলে, ‘বাজার’ ও ‘সমাজ’ এবং তাদের পারস্পরিক সম্পর্ক সাধারণ আগ্রহের বিষয় হিসেবে দেখা যেতে পারে। ‘বাজার’ এমন একটি সদা-বিকশিত জটিল গতিশীল শক্তি যা ক্রেতা ও বিক্রেতার কার্যক্রম একীভূত করে এবং প্রভাবশালী সর্বজনীন ক্ষমতা হিসেবে সমাজজীবনের প্রায় সব প্রধান বৈশিষ্ট্য ও সামাজিক অস্তিত্ব নিয়ন্ত্রণ করে। যদিও এটি একটি অর্থনৈতিক প্রতিষ্ঠান এবং প্রতিটি প্রতিষ্ঠানের মত এখানেও কিছু প্রতিষ্ঠিত সামাজিক নিয়ম ও রীতি-নীতি আছে, তথাপি কোন না কোন সামাজিক প্রেক্ষাপটেই এটি অস্তিত্বশীল হয়েছিল। অতঃপর বাজার একটি প্রতিষ্ঠিত প্রক্রিয়া হিসাবে জনমানুষের চাহিদা পূরণের একটি সন্তোষজনক ধারাবাহিক জোগান-ক্ষেত্র হিসাবে পরিগণিত হতে থাকে (Polanyi, 1982: 33)। সে অর্থে একটি অর্থনৈতিক প্রতিষ্ঠান হিসেবে বাজার সামাজিক কর্ম সঞ্চালনের সুযোগ করে দিয়ে সামাজিক জীবন যাপন সহজ করে তোলে। তাই, বাজার একটি অর্থনৈতিক প্রপঞ্চ হলেও এখানে অনেক সামাজিক বিষয় জড়িত। আলোচনাটির প্রকৃত রূপ তাত্ত্বিক কারণে জটিল আকার ধারণ করতে পারে; কারণ, ‘বাজার’ এবং ‘সমাজ’ দু’টোই অর্থের দিক থেকে জটিল শব্দ। শব্দ দু’টোর মধ্যের সম্পর্ক ব্যাপারটিকে আরো জটিল করে তোলে। সরল করবার নিয়তে শব্দার্থ নিয়ে

একটু আলোচনা করা প্রয়োজন। 'মার্কেটিং' এর ভাষায় 'বাজার' হলো প্রকৃত ও সম্ভাবনাময় ক্রেতা-গোষ্ঠি। সমাজবিজ্ঞানের ভাষায় 'সমাজ' হল মানবগোষ্ঠির মধ্যেকার পারস্পরিক সম্পর্ক। শব্দার্থ নিয়ে বিতর্কে জরানো যেতে পারে, তবে সরল আলোচনা বজায় রাখতে সাধারণ অর্থ মেনে নিলে দোষের কিছু হবে না। শব্দার্থ পরিষ্কার হলে আমরা দেখবো 'মানবগোষ্ঠি' শব্দটি উভয় শব্দের অর্থ বিশ্লেষণে প্রয়োগ করা হয়েছে। তাহলে, আমরা এখন আলোচনার প্রকৃত বিষয়টি বুঝতে পারবো, "কোন একটি নির্দিষ্ট এলাকার প্রকৃত ও সম্ভাবনাময় বিক্রেতা-গোষ্ঠির মধ্যেকার সম্পর্কের বাস্তবতা ও ধ্যানধারণার সাধারণ বিবরণ ও ব্যাখ্যা উপস্থাপন করা" আলোচ্য প্রবন্ধটির উদ্দেশ্য।

আধুনিক সমাজে মানবজীবনের বৈশিষ্ট্য, সুবিধা, ক্ষমতা ও প্রাপ্যতা এবং মূল সামাজিক সম্পর্কগুলো মূলত বাজার-কেন্দ্রিক। সমাজ নামক কাঠামোটি গড়ে ওঠে অর্থনীতি নামক অবকাঠামোর উপর ভিত্তি করে (Marx, Engels & Arthur, 1972)। প্রত্যেকটি সমাজের স্বরূপ, সমাজে বসবাসকারী মানুষের মধ্যের অর্থনৈতিক বিনিময়ের রূপরেখার উপর নির্ভরশীল। অপরপক্ষে, বিনিময় নির্ভর করে সাধারণ মানবগোষ্ঠির কিছু সাধারণ ধ্যানধারণার উপর। সমাজে বসবাসকারী সাধারণ মানুষ কিছু ধ্যানধারণা নিয়ে গোষ্ঠিবদ্ধ হয়, অথবা এও বলা চলে যে, সমাজ সাধারণ মানুষের মধ্যে কিছু ধ্যানধারণা তৈরি করে (Marx, Engels & Arthur, 1972)। মানুষ সবসময় অর্থনৈতিক কার্যক্রমগুলোকে কেবলমাত্র আর্থিকভাবে লাভবান হওয়ার নিয়তে সম্পাদন ও সংগঠিত করে না, বরং প্রতিটি অর্থ-সংসৃষ্ট কর্মকাণ্ড বৃহত্তর সম্প্রদায়ের বা সমাজের সঙ্গে সংগতিপূর্ণ একটি প্রতীকী অর্থ বহন করে। কোন নির্দিষ্ট সমাজে বসবাসকারী মানুষের ব্যবহারিক ভাষার বিশ্লেষণ সে সমাজের মানবগোষ্ঠির মনোভাবের সত্যরূপটি প্রকাশ করে (Foucault, 1972)। সাধারণ মানুষের সমাজ সংক্রান্ত জ্ঞান গঠিত হয় পারস্পরিক অভিজ্ঞতা বিনিময়ের মাধ্যমে। আবার, যদি এটা সত্য বলে ধরে নেওয়া যায়, যে আমরা আমাদের 'অভিজ্ঞতার সমষ্টি', তাহলে আমাদের এটা মেনে নিতে হবে যে, আমাদের ভাষা, জীবনের অভিজ্ঞতাগুলোকে অর্থবহ করে তোলে (Mead, 1964)। অভিজ্ঞতাগুলোর পারস্পরিক বিনিময়ের ক্ষেত্রে অভিজ্ঞতা-অর্জনকারী এটিকে প্রত্যাশিত অথবা অপ্রত্যাশিত বলে আখ্যায়িত করলে সামাজিক বাস্তবতার নিরিখেও তা ইতিবাচক বা নেতিবাচক ভাবে প্রতিষ্ঠিত হয়ে যায় (Berger & Luckmann, 1980)। এই জটিল প্রক্রিয়ার প্রকাশিত সরল রূপটিই হল, বক্তব্যের প্রেক্ষিতে মানুষের অভিমত অথবা ধ্যান-ধারণা। সরল নিয়ম অনুসরণ করে এ কথা বলা চলে যে, সমাজ মানুষের মাঝে 'বাজার' ও 'ব্যবসা' সম্পর্কিত ধারণার জন্ম দেয়। মানুষের প্রয়োগকৃত ভাষা মানুষের ধ্যান-ধারণার প্রকাশিত রূপ।

তাত্ত্বিক আলোচনা

প্রবন্ধটির তাত্ত্বিক আলোচনা 'বাজার' ও 'সমাজ' এর মধ্যেকার সম্পর্ক নির্ধারণ করার প্রয়াস পায়। একটি বাজার নিছক একটি জায়গা নয়, এটি এমন একটি প্রক্রিয়া যা সম্পদের অর্থ-পূর্ণভাবে বরাদ্দ ও বণ্টন করে যেকোনো ধরণের বাণিজ্যকে সার্থক করে এবং সেই সাথে পণ্য ও সেবার বিনিময় মূল্য স্থাপন করে সমাজের মানুষের অর্থনৈতিক কার্যকলাপকে গতিশীল রাখে। এটি দৈবক্রমে, ঘটনাক্রমে বা নৈমিত্তিক-ভাবে গঠিত এমন একটি ক্ষেত্র যা পণ্য বা সেবার বিনিময় বা মালিকানা স্থানান্তর সহজতর করে তোলে। এটা প্রায়ই মনে করা হয় যে, যেখানে প্রতিযোগিতা ও বিনিময় সুযোগ তৈরি হয়, সেখানেই বাজার অস্তিত্বশীল হয়, এমনকি প্রতিযোগিতার ধরণ একতরফাও হতে পারে (Weber, 1978:27)। বাজার যদিও কেবলমাত্র একটি অর্থনৈতিক প্রতিষ্ঠান হিসাবে পরিজ্ঞাত, তথাপি নানাবিধ সামাজিক সম্পর্ক এবং বিভিন্ন সামাজিক প্রতিষ্ঠানে বাজারের ব্যাপক প্রভাব থাকতে দেখা যায়; অপরপক্ষে, এ সমস্ত সম্পর্ক ও প্রতিষ্ঠানও বাজারকে যথেষ্ট প্রভাবিত করে (Granovetter, 1985)।

কার্ল পলানির (Karl Polanyi) মতে, 'বাজারকে' মুক্তবাজার অর্থনীতিতে একটি অত্যন্ত শক্তিশালী ক্ষেত্র হিসেবে বিবেচনা করতে হবে, কেননা এটি এমন একটি অর্থনৈতিক ব্যবস্থাপনা যেখানে যেকোনো পণ্যর উৎপাদন ও বণ্টন থেকে শুরু করে সমস্ত প্রক্রিয়ার নিয়ন্ত্রণ ও নির্দেশনা একমাত্র বাজার কর্তৃক সম্পাদিত হয়। তিনি বলেন, "A market economy is an economic system controlled, regulated, and directed by markets alone; order in the production and distribution of goods is entrusted to this self-regulating mechanism. An economy of this kind derives from the expectation that human beings behave in such a way as to achieve maximum money gains. It assumes markets in which the supply of goods (including services) available at a definite price will equal the demand at that price. It assumes the presence of money, which functions as purchasing power in the hands of its owners" (Polanyi, 1944: 68-69)। যার অর্থ দাড়ায়, মুক্তবাজার

অর্থনৈতিক ব্যবস্থাপনা প্রত্যাশা করে যে, (ক) অর্থনীতির সাথে জড়িত সকল কার্যকলাপ কেবলমাত্র আর্থিকভাবে উপকৃত হওয়ার উদ্দেশ্য দ্বারা ব্যাখ্যা করা সম্ভব, (খ) বাজারে একটি নির্দিষ্ট মূল্যের পণ্যর চাহিদা ও সরবরাহ সমান হবে এবং (গ) অর্থের উপস্থিতি বাজারে উপস্থিত ব্যক্তিদের ক্রয়ক্ষমতাকে নির্দেশ করে।

কেনেথ অ্যারো (Kenneth Arrow) অর্থনীতিবিদ হিসাবে বাজারের একটি সাধারণ চিত্র উপলব্ধ করার প্রয়াস পেয়েছেন: "At a given price (or, more precisely, given all prices), individual agents choose how much to supply and how much to demand. These supplies and demands are simply added up; when the prices are such that total supply equals total demand in each market, equilibrium prevails. There is no particular relation between a supplier and a demander; that is, a supplier is indifferent about supplying one demander or another, and vice versa" (Arrow , 1998:94)। যার অর্থ দাড়ায়, একটি নির্দিষ্ট মূল্যে (বা আরো স্পষ্ট করে, সকল মূল্যে), পৃথক প্রতিনিধি কতখানি চাহিদার দাবিতে কতখানি সরবরাহ করা হবে তা নির্ধারণ করেন। এই চাহিদা এবং সরবরাহর প্রেক্ষিতে পণ্যর মূল্য নির্ধারণ হয় এবং যখন মোট সরবরাহ মোট চাহিদার সমান হয়, তখন বাজারে স্থিতিশীলতা বিরাজ করে। এক্ষেত্রে সরবরাহকারী এবং চাহিদা পূর্ণকারীর মধ্যে কোন রকম বিশেষ সম্পর্ক তৈরি হয়না বা তারা পারস্পরিক যেকোনো সম্পর্কের ব্যাপারে তারা উদাসীন থাকেন।

এডওয়ার্ড পামার থম্পসন (Edward Palmer Thompson) মনে করেন যে, 'বাজার' অন্য যেকোনো অর্থনৈতিক প্রতিষ্ঠান থেকে আলাদা, কারণ বাজার মূলত একটি অবকাঠামো, যা সামাজিক সম্পর্ক ও রাজনৈতিক বাস্তবতার ভিত্তি তৈরি করে। তিনি বলেছিলেন: "The market remained a social as well as an economic nexus. It was the place where one-hundred-and-one social and personal transactions went on; where news was passed, rumor and gossip flew around, politics were (if at all) discussed in the inns and wine-shops round the market square. The market was the place where the people, because they were numerous, felt for a moment that they were strong" (Thompson 1971: 134-35)। যার অর্থ দাড়ায়, বাজারে শতাধিক ব্যক্তিগত ও সামাজিক লেনদেন সম্পন্ন হয়, সেইসাথে দোকানে দোকানে বা জায়গায় জায়গায় খবর, রাজনৈতিক আলোচনা, গুজব ও পরচর্চার আখড়া বসে এবং সামাজিক এবং অর্থনৈতিক যোগসূত্র স্থাপিত হয়। বাজার এমন একটি জায়গা যেখানে অনেক অনেক মানুষ একসাথে সমবেত হয়, আর সেকারণে এক মুহূর্তর জন্য হলেও নিজেদের তারা শক্তিশালী অনুভব করে।

বাজারে পণ্যর মূল্য নির্ধারিত হয়। কোন বাজারে যদি কোন দ্রব্য বা সেবার বিনিময়-মূল্য নির্ধারণ না হয়, তাহলে তা পণ্য হিসেবে পরিগণিত হয়না, আবার বাজারে যদি কোন কিছুর মূল্য উপলব্ধ করা হয়, তবে তা পণ্য হিসেবে গণ্য হতে শুরু করে। অনেক কিছু যা আজ পণ্য হিসেবে বিবেচনা করা হচ্ছে, তা এক সময় পণ্য ছিলনা, কারণ বাজারে তার কোন বিনিময় মূল্য ছিলনা। কাজেই এটা বলা যায় যে, বাজারের সক্রিয় শক্তিগুলোই স্থির করে, কোনটা পণ্য আর কোনটা তা নয়। পণ্য নির্ধারণের সমস্ত প্রক্রিয়া পণ্য উৎপাদক, ক্রেতা ও বিক্রেতার লেনদেনের অভিপ্রায়ের উপর নির্ভরশীল (Appadurai, 1986)। তবে, লেনদেন শুধুমাত্র তখনই সঞ্চালিত হয়, যখন দুটি ভিন্ন ব্যক্তির বা ভিন্ন ভিন্ন পক্ষের মধ্যে একপক্ষ অন্যপক্ষকে তাদের মতানুযায়ী পণ্য (বা সেবা) প্রদান করতে সক্ষম হয়। কোন একটি বিশেষ সমাজের মানুষ কোনকিছুকে তখনই পণ্য মনে করে যখন তার একটি বিনিময়-মূল্য তৈরি হয়। অন্য কথায়, কোনটিকে পণ্য মনে করা হবে তার সাথে মানুষের চাহিদার একটি ঘনিষ্ঠ সম্পর্ক আছে। একটি দ্রব্য বা সেবার বিনিময়-মূল্যর সম্ভাবনাই কোনকিছুকে পণ্য ভাবতে বাধ্য করে এবং মানুষ তাকে পৃথকভাবে মূল্যায়ন করতে শুরু করে (Marx, 1844)। লেনদেন (বা পণ্যর বাণিজ্য) একটি বস্তুতান্ত্রিক অবস্থা যা পণ্য বা সেবার উপযোগ মান বা নান্দনিক তাৎপর্য দ্বারা নির্ধারিত। অবশ্য, একটি সমাজের রাজনৈতিক, সামাজিক ও অর্থনৈতিক অবস্থা কোন পণ্য বা সেবার উপযোগ মান বা নান্দনিক তাৎপর্য উভয়ই নিয়ন্ত্রণ করে।

প্রবন্ধের এই পর্যায়ে 'সমাজ' ও 'সামাজিক সম্পর্ক'কে সংজ্ঞায়িত করার প্রয়োজন তৈরি হয়। একটি সমাজ হল সামাজিক সম্পর্কে জড়িত এক দল মানুষ বা একটি বৃহৎ জনগোষ্ঠি যারা একই ভৌগলিক বা সামাজিক এলাকাতে বসবাসরত, একই রাজনৈতিক কর্তৃত্বের অংশীদার এবং একই সাংস্কৃতিক বৈশিষ্ট্যে অঙ্গীভূত। সামাজিক সম্পর্ক হল সমাজের মূলভিত্তি। 'সামাজিক সম্পর্ক'কে সে সমস্ত বহুবিধ বন্ধন রূপে সংজ্ঞায়িত করা যেতে পারে যা বিভিন্ন সামাজিক গোষ্ঠি, শ্রেণী ও জাতির মধ্যেকার সাংস্কৃতিক, সামাজিক, রাজনৈতিক, এবং অর্থনৈতিক কার্যক্রমের প্রেক্ষাপটে গড়ে ওঠে। এই জটিল সম্পর্কগুলো এতটাই ব্যাপক যে, এটি একটি সমাজভূক্ত মানুষের সাথে ভিন্ন সমাজভূক্ত মানুষের মধ্যেও পরিব্যাপ্ত হতে পারে (Fiske,

1991)। কোন সামাজিক সম্পর্ক মানুষের মধ্যেকার সমন্বয়ের একটি ধরণ যা অনেক ক্ষেত্রে সমাজের সদস্যদের উপলব্ধি এবং সিদ্ধান্তের উপর নির্ভর করেনা। আবার, কোন কার্যকলাপকে 'সামাজিক' বলতে হলে তাকে অবশ্যই একটি সাম্প্রদায়িক অর্থে বিবেচনা করতে হবে, যেখানে একে অন্যের ইচ্ছা, অনিচ্ছা, নৈতিকতা, চিন্তা, ব্যবহার এবং মত প্রকাশের প্রত্যাশাকে যথাযথ মর্যাদা দেবে, সেইসাথে পারস্পরিক অনুরক্তি, নতি, চিত্তবৃত্তি, অভিজ্ঞতা, উদ্দেশ্য এবং কর্ম সম্পর্কে একটি সাধারণ ধারণা গঠিত থাকবে (Rummel, 1976: 61)।

মানবগোষ্ঠির অর্থপূর্ণ কর্ম-পরিকল্পনার সম্ভাবনা সামাজিক সম্পর্কের অস্তিত্বর একটি অপরিহার্য উপাদান হিসেবে দেখতে হবে (Weber, 1978: 26)। সামাজিক সম্পর্ক কতক উল্লেখযোগ্য প্রতীকী গুরুত্ব সম্পন্ন সামাজিক কর্ম দ্বারা নির্মিত হয়। একটি নির্দিষ্ট সময়ে এবং সুনির্দিষ্ট স্থানে কোনো কাজের প্রতীকী মূল্যর গঠন, অভিব্যক্ত, প্রসারণ বা স্থানান্তর নির্ভর করে মানুষের মিথস্ক্রিয়ার রূপরেখার উপরে (Blumer, 1969)। আবার, ব্যক্তি বা গোষ্ঠির মধ্যের বিবিধ সামাজিক সম্পর্ক কেবলমাত্র বাস্তব মিথস্ক্রিয়ার ভিত্তিতেই গঠিত হয়না, পরোক্ষভাবে হলেও অন্তত পারস্পরিক মধ্যস্থতা, সমঝোতা ও এক রকম বাধ্যবাধকতারও প্রয়োজন পরে। সামাজিক কর্মের লোকায়ত অর্থের স্থায়িত্ব বা পরিবর্তনশীলতা সামাজিক প্রেক্ষাপটের উপর নির্ভর করে। কেবল সামাজিক যোগাযোগই সামাজিক মিথস্ক্রিয়া গঠনের অপরিহার্য উপাদান হিসাবে সামাজিকভাবে সম্পর্কিত মানুষের মধ্যে স্থায়ী সামাজিক ঐক্য সৃষ্টি করতে পারে (Znaniecki, 1988: 297)। যখন মানুষ একে অন্যের সংস্পর্শে আসে, তখন একটি একীভূত আচরণবিধি এবং আকাঙ্ক্ষার মানদণ্ড অধিষ্ঠান-করণের আসক্তি দেখায়, যা মূলত তাদের সামাজিক কর্মগুলোর নির্দেশক হিসাবে পরিগণিত হতে পারে। তবে, যোগাযোগ প্রযুক্তির উন্নয়ন এবং আন্তর্জাতিক ব্যবসা-বাণিজ্যর প্রসারের ফলে সহ-উপস্থিতি এবং স্থানিক-সময়গত প্রেক্ষাপটের গুরুত্ব অনেকাংশে হ্রাস পেয়েছে। সর্বব্যাপী গণমাধ্যমের উপস্থিতি এবং যোগাযোগ মাধ্যমগুলোর উন্নয়ন শুধুমাত্র তথ্য প্রবাহের আমূল পরিবর্তনই আনেনেই, বরং সামাজিক সম্পর্কের রূপরেখার ব্যাপক পরিবর্তন সাধন করেছে। বর্তমানে তাই এরকম অনেক সামাজিক সম্পর্ক দেখা যায়, যা অতীতের ছিলনা। ঐতিহ্য, রীতিনীতি, বিশ্বাস, চর্চা, এবং সামাজিক প্রতিষ্ঠানগুলো যদিও সামাজিক সম্পর্কের রূপরেখা নির্ধারণকারী হিসেবে সবসময় মূল ভূমিকা রেখে আসছে, তথাপি বর্তমান সময়ে এগুলোর পাশাপাশি গণমাধ্যমকে একটি অপরিহার্য উপাদান হিসেবে মেনে নিতে হবে।

যেকোনো সামাজিক সম্পর্ক বিভিন্ন অর্থনৈতিক, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক উপকরণের একটি জটিল ও যৌগিক প্রতিফলন, আর তাই সামাজিক মিথস্ক্রিয়ার জটিল চিত্রকে ব্যাখ্যা করতে কিছু সহজ সরল সাধারণ ধারণার সাহায্য নিলে তা জটিলতার রূপরেখা উদ্ভাসনে স্বচ্ছতা দিতে সাহায্য করবে (Geertz, 1973)। 'সামাজিক সম্পর্ক' সংশ্লিষ্ট যেকোনো আলোচনাতে নিত্যনৈমিত্তিক ভাবের আদান-প্রদান এবং প্রতিনিয়ত চলমান সাম্প্রদায়িক কার্যক্রম সংগঠিত হচ্ছে বলে মেনে নিতে হবে। এ সমস্ত ভাব-বিনিময় ও যৌথ-কার্যক্রম অন্তত সাংকেতিক ভাবে ঐ সামাজিক প্রেক্ষাপটে গুরুত্বপূর্ণ অর্থ বহন করে। যেকোনো সামাজিক কার্যক্রম সামাজিক যোগাযোগের মাধ্যম এবং সামাজিক মিথস্ক্রিয়ার ধরণের উপর নির্ভরশীল। রুডলফ রাম্মেল (Rudolph Rummel) সামাজিক মিথস্ক্রিয়াকে সংজ্ঞায়িত করতে গিয়ে বলেছেন: "the acts, actions, or practices of two or more people mutually oriented towards each other's selves, that is, any behavior that tries to affect or take account of each other's subjective experiences or intentions" (Rummel, 1976), অর্থাৎ 'দুই বা ততোধিক মানুষ একে অপরের কাজকর্ম, চিন্তা-ভাবনা, চর্চা বা ধ্যান-ধারণার ব্যাপারে অবহিত, আর তাই তাদের যে কোনো আচরণ সংক্রান্ত সিদ্ধান্ত পারস্পরিক অভিজ্ঞতা, বাসনা, আকাঙ্ক্ষা ও অভিরুচি প্রভাবিত করে। যেকোনো ধরণের মিথস্ক্রিয়া প্রায়ই মানুষের মধ্যের পারস্পরিক সম্পদ, সম্মান, অবস্থা এবং ক্ষমতার বিনিময় দ্বারা সমন্বয়সাধন হয়ে থাকে। তাই, বাজার সামাজিক মিথস্ক্রিয়া সেরকম একটি হল অবস্থান, যেখানে পণ্য ও সেবার অধিকার স্বেচ্ছাকৃত বিনিময় হয় (Beckert, 2009: 248)।

প্রত্যেক যুগের এবং প্রত্যেক অঞ্চলের মানুষদের যোগাযোগ করার সামর্থ্য, সমন্বয় সাধনের দক্ষতা ও অভিযোজিত হওয়ার ক্ষমতা সামাজিক সম্পর্ক স্থাপন করার প্রবণতা তৈরি করে এবং প্রায়শই একে অপরের ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়া ও আবেগকে মূল্যায়ন করা হয়। কোন সমাজের সামাজিক প্রতিষ্ঠানগুলো সেই সমাজের অন্তর্ভুক্ত মানুষগুলোর সামাজিক সম্পর্কের প্রকৃতি, সাম্প্রদায়িক অবস্থান এবং দৈনন্দিন জীবনের প্রেক্ষাপট মৌলিকভাবে নির্ধারণ করে। এই সামাজিক প্রতিষ্ঠানগুলো, যথা পরিবার, ধর্ম, শিক্ষা, রাজনীতি বা অর্থনীতি নিছক সামাজিক শক্তি হিসাবে নয়, বরং একটি ঐক্যবদ্ধ ব্যবস্থা হিসেবে সামাজিক সম্পর্ক গঠন করে। আবার আন্তর্জাতিক বাণিজ্যের সম্প্রসারণ, অর্থনৈতিক সমৃদ্ধি এবং সামাজিক কাঠামোর সংস্কারমুলক

পরিবর্তন ও পরিবর্ধনের সঙ্গে সঙ্গে বিভিন্ন সামাজিক সম্পর্কগুলো জটিল রূপ ধারণ করে। বিভিন্ন সামাজিক গোষ্ঠি, সম্প্রদায় বা প্রতিষ্ঠানে অন্তর্ভুক্ত মানুষের মধ্যের এই সম্পর্কগুলোর রূপরেখা প্রধানত তাদের সামাজিক জীবনযাপনের তাগিদে সম্পাদিত কর্ম দ্বারা নির্ধারিত হয়, ফলে সেই সম্পর্কগুলো প্রতীকী অর্থে তাৎপর্য সম্বলিত হয়ে ওঠে (Weber, 1978:4)। তাই, সামাজিক সম্পর্কগুলোর নির্মাণ সাম্প্রদায়িক সামাজিক কর্মসাধন, ঐতিহ্য, রীতিনীতি, নৈতিকতা ও সমাজের মানুষগুলোর মূল্যবোধের উপর নির্ভর করে।

পদ্ধতি

বাংলাদেশের সামাজিক ও অর্থনৈতিক প্রেক্ষাপটে দ্রুত পরিবর্তন হচ্ছে এবং তার সাথে সাথে দেশের মানুষের মতামতের রূপান্তরও দৃশ্যমান। এই পরিপ্রেক্ষিতে কুষ্টিয়া জেলার কুমারখালি উপজেলার রেলস্টেশন বাজারকে গবেষণার একটি আদর্শ একক হিসাবে বিবেচনা করা যেতে পারে। কারণ হিসাবে বলা যায়, একাধারে এ অঞ্চলে শিল্পায়ন ততটা দৃশ্যমান নয়, অন্যদিকে বেশ কিছু বাড়িতে ‘স্যাটেলাইট টেলিভিশন এবং ইন্টারনেট’ এর সংযোগ খুঁজে পাওয়া যেতে পারে। কুমারখালি উপজেলার শেরকান্দি গ্রামের মানুষের জীবনযাত্রা ও উপার্জন প্রধানত স্টেশন-বাজার কেন্দ্রিক এবং পেশাগতভাবে বেশিরভাগ মুদি, বস্ত্র বা মিষ্টি দোকানের মালিক অথবা দোকান-সংশ্লিষ্ট কোনো কর্মকাণ্ডের সাথে জড়িত। জরিপটি করা হয় ১৯২ জন শেরকান্দি গ্রামবাসীর উপর। নমুনা অন্তর্ভুক্ত সকলেই পুরুষ, কোন নারী অন্তর্ভুক্ত ছিলনা এবং পেশাগত কারণে তারা স্টেশন-বাজারে দিনের বেশিরভাগ সময় পার করেন।

মানুষের মধ্যেকার ‘ব্যবসা ও বাজার’ সম্পর্কিত মতামত জেনে নিলে এবং সে সমস্ত ধারণাগুলো বিশ্লেষণ করলে বাজার ও সমাজের পারস্পরিক প্রভাবের একটি সাধারণ রূপ দেখা যেতে পারে। প্রবন্ধ আলোচনা করতে জরিপের সাহায্য নেওয়া হয়েছে, যা প্রকৃত অর্থে বৈজ্ঞানিক জরিপ বলা চলেনা। এই সীমাবদ্ধতা মেনে নিলে সাধারণ কিছু দৃষ্টিভঙ্গির সরলরূপ দেখতে পাওয়া যাবে। সেই দৃষ্টিভঙ্গিগুলো আমাদেরকে বর্তমান বাজারের প্রভাবে সমাজে বসবাসকারী মানুষের মধ্যে বাজার ও ব্যবসা সংক্রান্ত ধারণার রূপটি পরিষ্কার করে দেবে। জরিপের ফলাফল দু’টি পৃথক অংশে বিভক্ত, একটি বাজার-সংক্রান্ত দৃষ্টিভঙ্গি এবং অন্যটি ব্যবসা ও ব্যবসায়ী সংক্রান্ত দৃষ্টিভঙ্গি। বিশ্লেষণ সহজ করবার নিয়তে জরিপটিতে কিছু প্রচলিত প্রবচনের প্রেক্ষিতে জনমানুষের ধারণা সংগ্রহ করা হয়। প্রবচনগুলো হল: (১) অর্থ অনর্থের মুল, (২) টাকা মানুষের স্বভাবকে নষ্ট করে, (৩) টাকায় টাকা আনে, (৪) দুনিয়ার মধ্যে সব চেয়ে নিকৃষ্ট স্থান হচ্ছে বাজার এবং (৫) দুনিয়াতে যার সম্পদ যত কম, আখেরাতে তার হিসাব ততো সহজ হবে। এছাড়াও যে সমস্ত সাধারণ ধারণার উপর মতামত সংগ্রহ করা হয়, সেগুলো হল: (১) ব্যবসায়ী থেকে চাকুরীর পদমর্যাদা বেশী, (২) যারা চাকুরী থেকে ব্যর্থ তারাই ব্যবসা করে, (৩) শিক্ষিত মানুষ ব্যবসা কর না, (৪) ব্যবসায়ীরা জীবনের সবকিছু লাভ লোকসানের প্রেক্ষিতে দেখে, (৫) ব্যবসার মূল মন্ত্র হল ‘অন্যের টাকা নিজের পকেটে আনার ফন্দি’।

ফলাফল এবং আলোচনা

জরিপ থেকে যা পাওয়া যায় তাহলোঃ ৯৬ শতাংশ উত্তরদাতা মনে করেন, অর্থ অনর্থের মুল; শতকরা ৬৭ ভাগ মনে করেন, টাকা মানুষের স্বভাবকে নষ্ট করে; মাত্র ৩০ শতাংশ বিশ্বাস করেন, টাকায় টাকা আনে, ৮২ শতাংশ উত্তরদাতার মতে দুনিয়ার মধ্যে সবচেয়ে নিকৃষ্ট স্থান হচ্ছে বাজার; শতকরা ৯২ ভাগ উত্তরদাতার ধারণা যে দুনিয়াতে যার সম্পদ যত কম, আখেরাতে তার হিসাব ততো সহজ হবে।

সারণী ১, বাজার-সংক্রান্ত দৃষ্টিভঙ্গি (জরিপের ফলাফল শতকরায় প্রকাশ)

প্রবচন	একমত	ভিন্ন-মত	মতামত নেই
(১) অর্থ অনর্থের মুল	৯৬	৪	০
(২) টাকা মানুষের স্বভাবকে নষ্ট করে	৬৮	২৭	৫
(৩) টাকায় টাকা আনে	৩০	৫২	১৮
(৪) দুনিয়ার মধ্যে সবচেয়ে নিকৃষ্ট স্থান হচ্ছে বাজার	৮২	১০	৮
(৫) দুনিয়াতে যার সম্পদ যত কম, আখেরাতে তার হিসাব ততো সহজ হবে।	৯২	০	৮

উৎস: মাঠ-পর্যায়ে সংগৃহীত উপাত্ত

জরিপের ফলাফল বিশ্লেষণ করলে দেখা যাচ্ছে, বর্তমান সমাজের মানুষের মধ্যে 'অর্থ' একটি নেতিবাচক রূপ প্রকাশ করে। আর্থিক সাফল্য মানুষের চরিত্রের জন্য অকল্যাণকর হিসেবে ধরা হচ্ছে। 'বাজার' শব্দটিও ইতিবাচক রূপ হিসেবে দেখা দেয় না। অর্থকে কাজে লাগিয়ে অর্থ উপার্জন করা সম্ভব এই ধারনাটিও ব্যাপক ভাবে প্রচলিত নয়। ধর্ম (এক্ষেত্রে ইসলাম) অর্থ উপার্জনকে একটি নেতিবাচক রূপ দিয়েছে।

প্রবন্ধের এই পর্যায়ে কিছু সাধারণ ধারণা গঠন করে অভিমত সংগ্রহের ফলাফল দেখা প্রয়োজন। প্রায় তিন-চতুর্থাংশ (৭২%) উত্তরদাতার মতে ব্যবসায়ী থেকে চাকুরীর পদমর্যাদা বেশী; দুই-তৃতীয়াংশ (৬৭%) ভাবেন যে যারা চাকুরী থেকে ব্যর্থ তারাই ব্যবসা করে; তিন-চতুর্থাশেরও অধিক (৭৮%) গ্রামবাসীর অভিমত, শিক্ষিত মানুষ ব্যবসা কর না; অধিকাংশ (৮৫%) উত্তরদাতা মনে করেন ব্যবসায়ীরা জীবনের সবকিছু লাভ লোকসানের প্রেক্ষিতে দেখে; প্রায় সকলেই (৯৪%) ব্যবসার মূলমন্ত্র 'অন্যের টাকা নিজের পকেটে আনার ফন্দি'বলে স্বীকার করেন। সাধারণ মতামত সংক্রান্ত জরিপটির ফলাফল নিচে দেওয়া হল:

সারণী ২, ব্যবসা ও ব্যবসায়ী সংক্রান্ত দৃষ্টিভঙ্গি (জরিপের ফলাফল শতকরায় প্রকাশ)

মতামত	একমত	ভিন্ন-মত	মতামত নেই
(১) ব্যবসায়ী থেকে চাকুরীর পদমর্যাদা বেশী।	৭২	২৮	০
(২) যারা চাকুরী থেকে ব্যর্থ তারাই ব্যবসা করে।	৬৭	৩৩	০
(৩) শিক্ষিত মানুষ ব্যবসা কর না।	৭৮	২১	১
(৪) ব্যবসায়ীরা জীবনের সবকিছু লাভ লোকসানের প্রেক্ষিতে দেখে।	৮৫	১০	৫
(৫) ব্যবসার মূল মন্ত্র হল 'অন্যের টাকা নিজের পকেটে আনার ফন্দি'।	৯৪	০	৬

উৎস: মাঠ-পর্যায়ে সংগৃহীত উপাত্ত

জরিপের ফলাফল বিশ্লেষণ করলে দেখা যাচ্ছে, মানুষের মাঝে সাধারণ ধারণা হল, যারা কম শিক্ষিত এবং চাকুরী পেতে ব্যর্থ তারাই ব্যবসায়ী হয়। এজন্য ব্যবসায়ীদের পদমর্যাদা সমাজে ইতিবাচক না। সেই সাথে প্রচলিত ধারণা হল, ব্যবসায়ীরা নেতিবাচক মানসিকতার অধিকারী হয়ে ওঠে। বর্তমান সময়ে সমাজে বসবাসকারী মানুষ ব্যবসাকে একটি গঠনমূলক প্রক্রিয়া না ভেবে অর্থ উপার্জনের একটি নেতিবাচক পদ্ধতি হিসেবে বিবেচনা করে।

উপসংহারে আসার আগে আমাদের একটি গুরুত্বপূর্ণ তত্ত্বের কথা বিবেচনা করতে হবে। যদি মানুষ কোন পরিস্থিতিকে বাস্তব হিসাবে সংজ্ঞায়িত করে, তবে তা সত্যিকার অর্থে বাস্তব কিনা, সে প্রশ্ন অবান্তর হয়ে যায়, কেননা 'মানুষের বিশ্বাস' সে পরিস্থিতির আক্ষরিক ফলাফল বয়ে নিয়ে আসবে (Thomas & Thomas, 1928)। সহজ কথায়, একটি পরিস্থিতির ব্যাখ্যা, সেই পরিস্থিতির ফলাফল বয়ে আনে। পরিস্থিতি-পরবর্তী পদক্ষেপ মানুষের অনুভূতি দ্বারা প্রভাবিত, সত্য যেখানে আপেক্ষিক। যেকোনো পরিস্থিতির ব্যাখ্যা বর্তমান ফলাফলকে প্রভাবিত করে, শুধু তাই না, ব্যাখ্যাটি সমাজবদ্ধ ব্যক্তির ব্যক্তিত্বকে আলোড়িত করে ধীরে ধীরে একটি সম্পূর্ণ জীবন-নীতি গড়ে তোলে। সেই বিবেচনায় জরিপ থেকে প্রাপ্ত তথ্যগুলো থেকে বর্তমান পরিস্থিতির ব্যাখ্যা এবং ভবিষ্যৎ পরিণতির একটি রূপরেখা দাড়া করানো যেতে পারে।

উপসংহার

গবেষণাটি আমাদেরকে যে ধারনা দিচ্ছে তা'হল সমাজ-কাঠামো বাজারের উপর নির্ভর করে, আর বাজার সমাজের মানুষের মধ্যে নেতিবাচক অর্থ প্রকাশ করে, তাই বর্তমান সমাজ সম্পর্কে মানুষ কোন ইতিবাচক ধারনা রাখতে পারে না। ব্যবসায়ে মুনাফা অর্জন করা সম্ভব বলে মানুষ মনে করছে না, তাই উদ্যোক্তা তৈরি হওয়ার সম্ভাবনা নষ্ট হয়। অর্থ অকল্যাণকর ভেবে মানুষ অর্থ জমাতে আগ্রহী হবে না বলে তরল অর্থের আধিক্য বাজারে বজায় থাকে। এর ফলে মুদ্রাস্ফীতি বাড়তে থাকবে। তরল অর্থের আধিক্য মানুষকে অপ্রয়োজনীয় দ্রব্যসামগ্রী ব্যবহারে আগ্রহী করে তোলে। অপরপক্ষে, 'ব্যবসা' শব্দটির ঋণাত্মক প্রয়োগ শিক্ষিত মানুষকে ব্যবসায়ী হতে বাধা দেয়। ফলত, বিনিয়োগের অবস্থা তৈরি হলেও উদ্যোক্তার অভাব থাকে। আবার, সব সমাজের মানুষ এই অনুন্নত সমাজের মত করে ব্যবসাকে নেতিবাচক হিসাবে বিবেচনা করেনা। বরং, পশ্চিমা মানুষের কাছে ব্যবসা একটি ইতিবাচক কার্যক্রম এবং অর্থ উপার্জন একটি পবিত্র কর্মপন্থা হিসাবে বিবেচনা করা হয় (Weber, 1948)। এভাবে, ভিন্নদেশীয়, মূলত: পশ্চিমা বিনিয়োগকারীদের মধ্যে ব্যবসা সংক্রান্ত ধারণার ভিন্নতা

তাদেরকে অনুন্নত সমাজগুলোতে তাদের ব্যবসা প্রতিষ্ঠা করতে আগ্রহী করে তোলে। সাধারণত এই সমস্ত বিনিয়োগকারীরা পৃথিবীর বিভিন্ন সমাজে প্রতিষ্ঠিত বিনিয়োগকারী, যারা স্বাভাবিক ভাবেই ক্ষমতাধারী হয়। যেহেতু সরকারের কর্তৃত্ব অঞ্চল-বেষ্টিত, তাই আন্তর্জাতিক বাজারে অবস্থানকারী বিনিয়োগকারীরা রাজনৈতিক ক্ষমতার বলয় থেকে মুক্ত থাকে (Held, 2005)। অতএব, ক্ষমতাধর এ সমস্ত বিদেশী বিনিয়োগকারী মুক্তবাজার অর্থনীতিতে তাদের প্রতিযোগী স্বাগতিক বিনিয়োগকারীদের সুযোগ হ্রাস করতে সরকারের ক্ষমতাকে ব্যবহার করে বিশ্বায়নের ধারনাকে জোরালো করে (Korten, 1995)। এই কারণে অনুন্নত দেশে বাজার প্রভাবিত সমাজটি একটি পরনির্ভরশীল বাজারের সমাজে রূপান্তরিত হয়ে যাওয়ার প্রবণতা প্রকট।

তথ্যসূত্র:

1. Appadurai, A. (1988). *The social life of things: commodities in cultural perspective.* Cambridge University Press.
2. Arrow, K. J. (1998). What has economics to say about racial discrimination?. *The journal of economic perspectives* Pp: 91-100.
3. Beckert, J. (2009). The social order of markets. *Theory and society*, *38*(3), 245-269.
4. Berger, P. L., & Luckmann, T. (1980). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge* (1st Irvington ed.). New York: Irvington Publishers.
5. Blumer, H. (1969). Fashion: From class differentiation to collective selection. *Sociological Quarterly* Page: 275-291.
6. Fiske, A. P. (1991). *Structures of Social Life: The Four Elementary Forms of Human Relations.* New York: Free Press.
7. Foucault, M. (1972). *The archaeology of knowledge* ([1st American ed.). New York,: Pantheon Books.
8. Geertz, C. (1973). *The interpretation of cultures: Selected essays.* Vol. 5019. Basic books.
9. Granovetter, M. (1985). Economic action and social structure: the problem of embeddedness. *The American Journal of Sociology* 91 (3): 487-510.
10. Held, D. (2005). *Debating globalization*. Cambridge, UK; Malden, MA: Polity.
11. Korten, D. C. (1998). When corporations rule the world. *European Business Review*, 98(1).
12. Marx, K. (1844). Outlines of the Critique of Political Capital contained in the Collected Works of Karl Marx and Frederick Engels: Volume 28, p. 102.
13. Marx, K., Engels, F., & Arthur, C. J. (1972). *The German ideology*. New York,: International Publishers.
14. Mead, G. H. (1964). *Selected writings*. Indianapolis,: Bobbs-Merrill.
15. Polanyi, K. (1944). *The great transformation: The political and economic origins of our time.* Beacon Press.
16. Rummel, R. J. (1976). *The conflict helix*. Sage Publications.
17. Thomas, W.I. & D.S. Thomas (1928).*The child in America: Behavior problems and programs.* New York: Knopf.
18. Thompson, E. P. (1971) The moral economy of the English crowd in the eighteenth century. *Past and present* Pp: 76-136.
19. Weber, M. (1948). *The Protestant ethic and the spirit of capitalism*. New York: Scribner.
20. Weber, M. (1978). *Economy and Society. An Outline of Interpretive Sociology*. Edited by Guenther Roth and Claus Wittich. Berkeley et al.: University of California Press.
21. Znaniecki, F. (1988). *Wstep do socjologii. [Introduction to Sociology]* Warszawa: PWN.