



প্রতিধ্বনি the Echo

Pratidhwani the Echo

A Peer-Reviewed Indexed International Journal of Humanities & Social Science

Published by: Dept. of Bengali

Karimganj College, Karimganj, Assam, India

Website: <https://www.thecho.in>

ISSN: 2278-5264 (Online)

ISSN: 2321-9319 (Print)

বাঙালির ভ্রমণ : একটি সমাজতাত্ত্বিক ভাষ্য

শুভ্রজিৎ চ্যাটার্জী

Abstract

The people of West Bengal are known as tour loving people. From the ancient time they travelled many places around the world as pilgrim, merchant, historian and so on. During that period, this was limited among few people. But in Modern time the nature, motive, test and desire of tourists from West Bengal have changed and mass tourism has developed in this scenario. Now tourism is the fastest growing industry in the world. What was the nature of tourism of this people in the early stage, what kind of changes taken place in modern time, is there any class or gender inequality found among them and some sociological causal explanation of the changing nature of the tourism of the people of Bengal have been discussed in this article.

Key Words: *Tourist, The tourist Gaze, Tourist motivation.*

ভূমিকা : যে পরিবেশের মধ্যে আমরা দিনরাতের প্রতিটি মূহূর্ত অতিবাহিত করি, বার বার দেখে তার আকর্ষণ যায় কমে। তখন নেমে আসে একঘেঁয়েমি জনিত ক্লান্তি। মন তখন খুঁজে বেড়ায় বৈচিত্র্য। এই বৈচিত্র্যের সন্ধানে পৃথিবীর ‘কত নদী, গিরি, সিন্ধুমরু, কত না অজানা জীব, কত না অপরিচিত তরু’ দেখার জন্য মানুষ সারা বছর ধরে ঘুরে বেড়ায় কাতারে কাতারে। কখনো দেশে, কখনো বিদেশে, কখনো বা পাড়ি দেয় নিরুদ্দেশে। সারা পৃথিবী জুড়ে পর্যটন তাই এখন এক বিশাল শিল্প বা ইন্ডাস্ট্রি।

সমগ্র বিশ্বে সমকালীন সমাজব্যবস্থায় পর্যটন শিল্পের এই যে ব্যাপক অগ্রগতি পরিলক্ষিত হচ্ছে তার সাথে তাল মিলিয়ে বাঙালিরাও* আজ এই শিল্পের সাথে ওতোপ্রতোভাবে জড়িয়ে গেছে। টি.ভি., রেডিও, খবরের কাগজ, ম্যাগাজিন, ইন্টারনেট প্রভৃতি গণমাধ্যমে আজ ভ্রমণের বিজ্ঞাপনের ছড়াছড়ি। পাড়ায় পাড়ায় গড়ে উঠেছে নতুন নতুন ট্র্যাভেল এজেন্সি। তৈরি হচ্ছে নতুন নতুন পর্যটন কেন্দ্র। বেড়ে চলেছে বাঙালি পর্যটকের সংখ্যাও। ভ্রমণ এখন আর কয়েকটি শ্রেণির মধ্যে সীমাবদ্ধ নেই, তা আজ ছড়িয়ে গেছে সর্বশ্রেণির মধ্যে। পরিবর্তিত হচ্ছে ভ্রমণ সম্পর্কে বাঙালির স্বাদ ও মানসিকতার। ভ্রমণের গুরুত্ব এতো বেড়েছে যে বর্তমানে বিভিন্ন মহাবিদ্যালয়ে, বিশ্ববিদ্যালয়ে স্বতন্ত্র ‘Tourism Department’ খোলা হচ্ছে, ছাত্র-ছাত্রীর সংখ্যাও ক্রমশ বেড়ে চলেছে এই শাখাতে। সমাজতত্ত্বের ছাত্র হিসাবে স্বাভাবিক ভাবেই এই বিষয়টিকে তাই খুবই আকর্ষণীয় মনে হয়েছে এবং এই কারণেই বাঙালির ভ্রমণ সম্পর্কে একটি ভাষ্য রচনা করতে প্রয়াসী হয়েছি। স্মরণাতীত কাল থেকে বাঙালিদের ভ্রমণের প্রকৃতি কেমন ছিল, বর্তমানে বাঙালির ভ্রমণের স্বাদ ও মানসিকতার কি পরিবর্তন ঘটেছে, বাঙালিদের মধ্যে ভ্রমণের ক্ষেত্রে কোন শ্রেণি বা লিঙ্গ বৈষম্য আছে কিনা, থাকলেও তার প্রকৃতি কিরূপ প্রভৃতি বিষয়গুলিকে এই প্রবন্ধে যেমন তুলে ধরা হয়েছে তেমনি বাঙালির ভ্রমণের চরিত্রের যে পরিবর্তন ঘটেছে তার পশ্চাতে কি কি কারণকে দায়ী করা যায় সেই বিষয়েও কিছু

সমাজতাত্ত্বিক ব্যাখ্যা দেওয়ার চেষ্টা করেছি। কারণ বাঙালির ভ্রমণের পরিবর্তনের মধ্যে লুকিয়ে আছে তার জীবন যাপন ও সাংস্কৃতিক মূল্যবোধের পরিবর্তনের চিহ্ন।

[*এখানে বাঙালি বলতে মূলত পশ্চিমবঙ্গের অধিবাসীদের বোঝানো হয়েছে।]

ভ্রমণ : তাত্ত্বিক আলোচনা: ‘Tourist’ শব্দটির উৎপত্তি ঘটে ল্যাটিন শব্দ ‘*tornus*’ থেকে, যার অর্থ ‘*A tool for describing a circle*’ অথবা ‘*A turner’s wheel*’. সপ্তদশ শতাব্দীর প্রথমার্ধে ‘Tourist’ শব্দটি এক স্থান থেকে অন্য স্থানে ভ্রমণ করার ক্ষেত্রে প্রথম ব্যবহৃত হয়। John Urry (1990) তাঁর ‘*The Tourist Gaze : Leisure and Travel in Contemporary Society*’ গ্রন্থে 19th Century Stationary উদ্ধৃত সংজ্ঞাটিকে তুলে ধরে দেখিয়েছেন যে পূর্বে Tourist বলতে বোঝাত “*A Person who travels for traveling, out of curiosity, and because he has nothing better to do*”. তাঁর মতে *Dictionaries Universal* –এও tourist-এর যে সংজ্ঞা দেওয়া হয়েছে তা হল “*the tourist is a person who makes a journey for the sake of curiosity, for the fun for travelling, or just to tell others that he has travelled*”. অর্থাৎ সেই সময় ভ্রমণের সাথে ‘সুখ’ বা ‘*Pleasure*’ বিষয়টি সেভাবে জড়িত ছিল না। ঊনবিংশ শতাব্দীর প্রথম দিক থেকে ভ্রমণের সাথে ‘সুখ’ বা ‘*Pleasure*’ বিষয়টি অত্যন্ত ঘনিষ্ঠভাবে জড়িয়ে পড়ে। Urry-র মতে এই সময় থেকে ‘Tourist’-র যে সংজ্ঞা উঠে আসে তা হল “*One Who makes a tour or tours, especially one who does this for recreation or who travels for pleasure, object of interest, scenery or the like*”. এ প্রসঙ্গে বলা দরকার যে ‘Tourist’ এবং ‘Traveler’-এর মধ্যে পার্থক্য আছে। Lupke-Schwarz (2013) এ প্রসঙ্গে বলেছেন *Tourism is travel without a real purpose.....in earlier centuries were always on a mission. “The pilgrims, for example, wanted to find salvation; the conquistadors wanted to conquer.....What changed in the 18th century, in Spode’s view, is that people began to travel for fun*”.

The Tourist Gaze: সমাজতাত্ত্বিক John Urry (1990) এই ‘*tourist Gaze*’ শব্দটির প্রবর্তন করেন। তাঁর মতে ‘*tourist Gaze*’ হল “*Part at least of that experience is to gaze upon or view a set of different scenes, of landscapes or townscapes which are out sides of the ordinary*”. এই বিষয়টিকে ব্যাখ্যা করতে গিয়ে বলেছেন :

- “1. *Tourism is a leisure activity which pre-supposes its opposite namely regulated and organized work.*
2. *Tourist relationship arises from a movement of people to and then stay in various destinations. This necessary involve some movement through the space that is the journey, and a period of stay in a new place or places.*
3. *The journey and stay to and in, sites which are outside the normal places of residential work.*
4. *The tourist gaze is directed to features of landscape and townscape which separate them from everyday experience.*
5. *The gaze constructed through signs and tourism involves the collection of signs”.*

Tourist Motivation: যে সমস্ত চাহিদা গুলি পূরণের জিন্য মানুষের মনে ভ্রমণ স্পৃহা তৈরি হয় তাকেই ‘*Tourist Motivation*’ বলে। Plangmarn, Mujtaba & Pirani (2012) এর মতে, “*Tourist motivation refers to a set of needs that cause a person to participate in a tourist activity*”. Urry (1990) মূলত চার ধরনের Tourist motivation-এর কথা বলেছেন। যথা:

- a) **Subjectivity:** এক্ষেত্রে মানুষ নিজের আগ্রহে, উৎসাহে সুযোগ খুঁজে তার অবসর বা ছুটির সময়কে কাটাতে চায়।
- b) **Security:** বৃহৎ বৃহৎ শহর গুলোতে যে কৃত্রিম জীবন যাপন, ঝুঁকি, নিরাপত্তাহীনতা, ব্যস্ততা প্রভৃতি রয়েছে তার থেকে মুক্ত হয়ে মানুষ সাময়িক শান্তি ও আনন্দ লাভের জন্য ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ে।

- c) Transgression: মানুষ ধরা বাঁধা সীমানাকে ছাড়িয়ে একটা অসাধারণ ও রোমাঞ্চকর অভিজ্ঞতা লাভের জন্য অর্থাৎ একটা সুন্দর সময়কে উপভোগ করার জন্য ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ে।
- d) Status: অনেকে ভ্রমণকে এক ধরনের 'মর্যাদার প্রতীক' হিসাবে ধরে এবং সবার কাছে তার ভ্রমণ অভিজ্ঞতাকে জাহির করার জন্য ভ্রমণ করে থাকে।

Urry (ibid) বলেছেন *Postmodernist tourist* রা সচেতন যে তারা 'tourist' এবং তারা ভ্রমণকে এক ধরনের খেলা হিসাবে গ্রহণ করে। তাই তারা ভ্রমণ করে কোন একটি অভিজ্ঞতা অর্জনের পরিবর্তে যত ধরনের অভিজ্ঞতা পাওয়া যায় তার সবগুলোকে উপভোগ করার চেষ্টা করে। অর্থাৎ *Postmodernist tourist* রা কোন একটি উদ্দেশ্য নিয়ে ভ্রমণ করে না, ভ্রমণের পিছনে থাকে বহু উদ্দেশ্য।

Zhang & Marcussen (2007) -এর মতে পর্যটকদের প্রমোদ ভ্রমণের ক্ষেত্রে যে বিষয় গুলি (motivating factors) কাজ করে সেগুলিকে দুটি শ্রেণিতে ভাগ করা যায়। যথা: ১. *Push factors* এবং ২. *Pull factors*. এঁদের মতে "Push factors are defined as origin-related and refer the intangible, intrinsic desire of the individual traveler, such as desire to escape, rest and relaxation, adventure, health and prestige. Pull factors are defined mainly related to the attractiveness of a given destination and tangible characteristics such as beaches, accommodation and recreation facilities and cultural and historical resources". একবিংশ শতাব্দীতে মানুষের ভ্রমণের আকাঙ্ক্ষাকে তীব্রতর করার ক্ষেত্রে মূলত 'Pull factor'-ই বেশি কার্যকরী ভূমিকা পালন করে চলেছে বলে তাঁরা মনে করেন।

ভ্রমণের সংক্ষিপ্ত ইতিহাস: বহু প্রাচীন কাল থেকেই মানুষের কাছে ভ্রমণ ছিল একটা মোহ। মানুষ তখন পায়ে হেঁটে রাস্তা-ঘাট-মাঠ-জঙ্গল ঘুরে বেড়াত, বিশেষ করে মানুষ যখন গাছের ফলমূল পাতা খেয়ে বা বন্য পশু শিকার করে জীবন যাপন করত। এই ধরনের ভ্রমণ যেমন কষ্টকর ও বিপদজনক ছিল তেমনি এধরনের ভ্রমণের ক্ষেত্রে প্রচুর সহায়কিরও প্রয়োজন ছিল। এর পরবর্তীকালে মানুষ সাধারণত ব্যবসা বাণিজ্য, তীর্থযাত্রা, প্রাচীন ঐতিহাসিক ঘটনা-স্থান ইত্যাদি আবিষ্কারের উদ্দেশ্যে ঘুরে বেড়িয়েছে। অর্থাৎ ভ্রমণের বিষয়টা বণিক-সওদাগর, তীর্থযাত্রী, পরিব্রাজক, ইতিহাসবিদদের মধ্যেই সীমাবদ্ধ ছিল। সাধারণ মানুষ ভ্রমণে খুব একটা অংশগ্রহণ করত না।

উনবিংশ শতাব্দীর দ্বিতীয়ার্ধে শিল্প বিপ্লবের ফলে পশ্চিম ইউরোপ ও উত্তর আমেরিকাতে শিল্প সভ্যতার বিকাশের সাথে সাথে আধুনিক পর্যটনের ধারণাটি উঠে আসতে থাকে। পশ্চিমের এই শিল্পবিপ্লব সামাজিক ও অর্থনৈতিক ক্ষেত্রে এক ব্যাপক পরিবর্তন আনে। তাছাড়া শিল্পায়নের ফলে মানুষের বস্তুগত সম্পদ যেমন বৃদ্ধি পেয়েছিল, সাথে সাথে সমাজে যোগাযোগ ও পরিবহন ব্যবস্থারও অনেক উন্নতি ঘটেছিল। এই সকল কারখানা গুলোতে কাজ করতে আসার জন্য শহর গুলোতে বহু লোকের সমাবেশ ঘটে। ফলে শহর গুলোতে অস্বাস্থ্যকর পরিবেশ সৃষ্টি হতে থাকে। কারখানাগুলোর বিকট আওয়াজ, কঠোর পরিশ্রম, অস্বাস্থ্যকর পরিবেশ ইত্যাদি থেকে মুক্তি পাওয়ার জন্য মানুষ অবসর সময়ে তাই অন্য কোথাও বেড়িয়ে আসতে চেয়েছিল। অর্থাৎ প্রতিদিনের একঘেয়েমি কাজের জীবন তাদের কাছে দুর্বিসহ হতে থাকে। তাই অবসর দিনগুলিতে তারা এমন কোথাও যেতে চেয়েছিল যে সকল স্থানগুলোতে সুখ-শান্তি পাওয়া যায়, বিনোদন করা যায় এবং যে স্থানগুলো হবে রোমাঞ্চকর, সুন্দর, মনোরম ও স্বাস্থ্যকর। Cohen (1988) -এর মতে "In the mid-twentieth century (when industry in the West boomed), summer holidays became an important annual ritual for many families in Western countries who typically visited the same holiday resorts (invariably located on the coast, by lakes or in the mountains) provided an escape from the stresses and strains of working life". তাইতো এই সময় থেকে মধ্য ইউরোপের বড় বড় শহরগুলোর কাছাকাছি দূরত্বে প্রচুর 'প্লেজার জোন' গড়ে উঠতে থাকে। French Riviera, Carnes এবং Monte Carlo হল এই সকল 'প্লেজার জোন' গুলোর মধ্যে অন্যতম। তবে এগুলো ছাড়াও ইউরোপ ও আমেরিকাতে সম্পদশালী মানুষদের জন্য আরো অনেক পর্যটন কেন্দ্র গড়ে

উঠেছিল। দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের পর থেকে পর্যটনের বিকাশ আরো দ্রুত হয় এবং বর্তমানে পর্যটন বিশ্বের মধ্যে সবচেয়ে দ্রুত সমৃদ্ধিমূলক ও প্রতিযোগিতামূলক শিল্পে (Industry) পরিণত হয়েছে।

ভারতে আধুনিক পর্যটনের বিকাশ : কিছু ঐতিহাসিক কারণবশত ভারত আধুনিক পর্যটন সম্পর্কে আগ্রহ দেখাতে শুরু করে বেশ দেরিতে। যদিও ভারতে পর্যটনের গুরুত্ব দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের আগে থেকেই লক্ষ্য করা গেছে। কিন্তু যুদ্ধের কারণে তা কিছুটা বাধাপ্রাপ্ত হয়। ১৯৪৫ সালে প্রথম ভারত সরকার পর্যটনের বিকাশের জন্য Sir John Sergeant -এর চেয়ারম্যানিশিপ্-এ একটি কমিটি গঠন করে, যা ‘Sergeant Committee’ নামে পরিচিত। এই কমিটির মূল লক্ষ্য বা কাজ গুলি ছিল, দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের ফলে ভারতে যে টুরিষ্ট ট্রাফিকগুলো বিপর্যস্ত হয়েছিল যুদ্ধ পরবর্তী কালে সেগুলোকে কি ভাবে পুনর্গঠন করা যায় সে সম্পর্কে কিছু আলোকপাত করা, পর্যটন কেন্দ্রগুলোতে পর্যটকদের কি কি ধরনের সুবিধা দেওয়া যেতে পারে সে সম্পর্কে কিছু উপদেশ দেওয়া, কেন্দ্রীয় বা রাজ্য সরকার গুলি কিভাবে এসব সুবিধাগুলি দেওয়ার ব্যবস্থা করতে পারে সে সম্পর্কে কিছু উপদেশ দেওয়া, টুরিষ্ট গাইডদের ট্রেনিং দেওয়ার সুপারিশ করা ইত্যাদি। স্বাধীনতার পরবর্তী কালে ভারতের প্রথম পঞ্চবার্ষিকী পরিকল্পনাতে পর্যটনের বিকাশের জন্য কোন অর্থ বরাদ্দ করা হয়নি। দ্বিতীয় পঞ্চবার্ষিকী পরিকল্পনাতে (১৯৫৬-৬১) প্রথম ভারত সরকার পর্যটনের বিকাশের জন্য ৩.৩৬ কোটি টাকা বরাদ্দ করে। ভারতে পর্যটনের পরিকাঠামোগত উন্নয়নের জন্য ১৯৬৬ সালে ‘India Tourism Development Corporation (ITDC)’ গঠন করা হয়। ষষ্ঠ পঞ্চবার্ষিকী পরিকল্পনাতে (১৯৮০-৮৫) ভারত সরকার পর্যটনের বিকাশের জন্য অতি গুরুত্বপূর্ণ পদক্ষেপ গ্রহণ করে। ‘Travel Circuit’ নামক ধারণার উপর ভিত্তি করে পর্যটনের উন্নয়নের জন্য ভারত সরকার ১৯৮২ সালে প্রথম ‘Tourism Policy’ ঘোষণা করে। ভারতে পর্যটনের সামাজিক ও অর্থনৈতিক প্রাসঙ্গিকতাকে পর্যালোচনা করা ও পর্যটনের বিকাশের জন্য ভারত সরকার ১৯৮৬ সালে ‘National Committee on Tourism’ গঠন করে। সরকারী প্রচেষ্টা ছাড়াও পরবর্তীকালে ভারতে ধীরে ধীরে অনেক ট্র্যাভেল এজেন্সি গড়ে উঠেছে, যে গুলোর কাজ হলো হোটেল, বাংলো, গেষ্ট হাউস প্রভৃতি তৈরি ও পরিচালনা করা; পর্যটকদের পরিবহন সংক্রান্ত সুবিধা দেওয়া; তাদের আমোদ-প্রমোদের ব্যবস্থা করা; জিনিসপত্র কেনার জন্য শপিং মল তৈরি করে দেওয়া ইত্যাদি। দেশের অর্থনৈতিক সমৃদ্ধির জন্য ভ্রমণমন্ত্রক ও ট্র্যাভেল এজেন্সিগুলি পর্যটন কেন্দ্রগুলিকে নানাভাবে আকর্ষণীয় করে তুলছে এবং পর্যটকদের বিভিন্ন সুবিধাদানের মাধ্যমে আকৃষ্ট করার চেষ্টা করছে। তাই দিন দিন পর্যটকদের সংখ্যাও যেমন বেড়ে চলেছে তেমনি তৈরি হচ্ছে নতুন নতুন পর্যটন কেন্দ্র। এই ভাবে ভারতে আধুনিক পর্যটন শিল্পের বিকাশ ঘটে চলেছে।

বাঙালির ভ্রমণ : আগেকার কথা - ভ্রমণের ব্যাপারে বাঙালির যে একটা প্রসিদ্ধি আছে, ভারতের অন্য যে কোন রাজ্যের অধিবাসীদের বোধহয় সেটা নেই। এটা ঠিক সিদ্ধান্ত নয়—অনুমান মাত্র। বস্তুত ভ্রমণটা বাঙালির মজ্জায় মজ্জায় এমন গোঁথে গেছে যে ‘উঠল বাই তো কটক যাই’ নামক প্রবাদটির মধ্যেও যেন সেই তত্ত্বই ধ্বনিত হয়। আর ‘পায়ে চাকা লাগানো’ কথাটিরও উৎপত্তি কি তার ভবঘুরে বৈশিষ্ট্যের জন্যই? এই দুটি শব্দকল্প কি বাঙালির ভ্রমণপ্রিয়তার কথা কে স্মরণ করিয়ে দেয় না? কেন না প্রবাদ তো দীর্ঘদিনের জীবন অভিজ্ঞতার সংক্ষিপ্ত অভিব্যক্তি বলে স্বীকার করেন লোকসাহিত্য বিশারদগণ।

বলা হয় যে বাঙালি একটি মিশ্র জাতি। কারণ বর্ণসংস্করের ফলেই বাঙালি জাতির উদ্ভব। নৃতাত্ত্বিক বা ঐতিহাসিক বিচারে একথা স্বীকৃত। তাই বাঙালি জীবন যাপনে একখণ্ড যাযাবর বৃত্তি যেন দেখতে পাওয়া যায়, যা পৃথিবীর আর কোন সভ্য জাতির মধ্যে নেই বললে অত্যুক্তি হবে না, কারণ পৃথিবীর মধ্যে সবচেয়ে বেশি পর্যটনে আগ্রহী জাতি হল বাঙালি। বাঙালি পর্যটনের উপর নানা প্রভাবকের প্রভাব রয়েছে। বাঙালিদের ইতিহাস পর্যালোচনা করলে দেখা যায় যে, এই ইতিহাস এক বৈচিত্রপূর্ণ ইতিহাস। কখনো বর্হিশত্রুর আক্রমণের ফলে অনিচ্ছা সত্ত্বেও মানুষ বিভিন্ন স্থানে ঘুরে বেড়িয়েছে, কখনো বাণিজ্যিক কারণে, আবার কখনো বা তীর্থ দর্শনে বেরিয়ে পড়েছে বাঙালি। তৎকালীন তীর্থযাত্রা ছিল অত্যন্ত কষ্টসাধ্য। সেই কষ্টকে অতিক্রম করে যুগ যুগ ধরে বাঙালিদের তীর্থ পর্যটন চলে আসছে। বাঙালি পণ্ডিত অতীশ দীপঙ্কর দশম শতাব্দীতে তিব্বতে গিয়েছিলেন বৌদ্ধধর্ম প্রচারে। তার এই পরিক্রমাও ছিল এক মহাপরিভ্রমণ।

উনিশ শতকে যদি বাঙালি জীবনের আধুনিক যুগের সূত্রপাত বলে ধরা যায় তাহলে বাণিজ্যের সূত্রে ভ্রমণ নয়, রাজনীতি বা ধর্মীয় কারণেও নয়, উচ্চশিক্ষার্থে বিলেত ভ্রমণের দৃষ্টান্ত তো প্রচুর দেখতে পাওয়া যায়। রমেশচন্দ্র দত্ত, রবীন্দ্রনাথ থেকে শুরু করে ঔপনিবেশিক ভারতের আরো কতশত মানুষের নাম করা সম্ভব যারা উচ্চশিক্ষার জন্য বিদেশ যাত্রা করেছেন। তারই পাশাপাশি স্বামী বিবেকানন্দের মত পরিব্রাজকের কথাও বিবেচনা করতে হবে, ধর্ম অবশ্যই তার ঘনিষ্ঠ অনুসঙ্গ। তবে উনিশ শতকের শেষ দিকে শিবনাথ শাস্ত্রী, ত্রৈলোক্যনাথ মুখোপাধ্যায় প্রমুখ বাঙালিরা যাঁরা ইউরোপে গিয়েছেন, তাঁরা সতর্ক মন নিয়েই ভ্রমণ করেছেন, চারিদিকে মনোযোগ দিয়ে দেখেছেন এবং কী পাওয়ার আছে তা ভেবেছেন। তবে শিবনাথ শাস্ত্রী, ত্রৈলোক্যনাথ বা কৃষ্ণভামিনীর ভ্রমণ ঠিক ভ্রমণ নয়। এঁরা যখন যাচ্ছেন তখনই এঁরা জানেন ইউরোপে ঠিক কী কী দেখতে হবে, কোনটার প্রশংসা করতে হবে আর কোনটার নিন্দে করতে হবে। অর্থাৎ প্রত্যেকটা রেফারেন্সই ওঁদের জানা আছে। এঁরা শিক্ষিত মধ্যবিত্ত এবং তৎকালীন ঔপনিবেশিক শিক্ষার সুযোগ পেয়েছেন। ফলত ইউরোপ সম্পর্কে কতকগুলো ধারণার স্টিরিওটাইপ ওঁদের ছিল। ভ্রমণ বৃত্তান্তগুলি সেই স্টিরিওটাইপকে যথার্থতা দিয়েছে। সেই জন্যই দেশ-বিদেশ ভ্রমণকে বাদ দিলে দেখা যায় যে, বহু পূর্ব থেকেই বাঙালিরা তীর্থযাত্রীকেই প্রথম পছন্দের মধ্যে বেছে নিয়েছে। বাঙালি তীর্থযাত্রীদের মানসপটে হিন্দুপুরাণের চার ধাম কৈদার, বদ্রী, গঙ্গোত্রী ও যমুনোত্রী; হিন্দুদের মোক্ষলাভের সগুপুরী বারাণসী, অযোধ্যা, হরিদ্বার, মথুরা, বৃন্দাবন প্রভৃতি তীর্থভূমিগুলোর স্থান ছিল সর্বাত্মক। বহুকাল ধরে অসংখ্য বাঙালি পুণ্যলাভের আশায় এইসব স্থানে ভ্রমণ করেছেন। তাছাড়া হিন্দু তীর্থস্থানগুলির মধ্যে পুরী, তেনকাশী, প্রয়াগ, গয়া, বুদ্ধগয়া, দেওঘর, বৃন্দাবন প্রভৃতি স্থানগুলিতে একসময় প্রচুর তীর্থযাত্রী ভিড় করত। তবে বাঙালিরা যে শুধুমাত্র তীর্থযাত্রী ছিল তা নয়, এমন অনেক বাঙালি আছেন যাঁরা ‘অভিজাত পর্যটক’ হিসাবে পরিচিত। এঁরা বহু অভিজ্ঞতা সম্পন্ন, বহু জায়গা কিংবা বহু দেশ ভ্রমণ করেছেন, অনেক দেখেছেন, অনেক জেনেছেন। ভ্রমণ এঁদের কাছে শুধু দেখা নয়, অনুভবও। এঁরা ছিলেন সংখ্যায় খুবই কম। উনবিংশ শতকের প্রথমদিকে এমন অনেক ভ্রমণার্থীদের মধ্যে এঁদের সংখ্যাও খুবই কম ছিল। এঁরা সাধারণত আবিষ্কারক। নতুন পথ, নতুন জায়গা, নতুন পাহাড় ইত্যাদির খোঁজ মেলে এঁদের অভিযানে। ১৯৬০ সালে হিমালয়ের নন্দাঘুন্টি শিখর অভিযান করে বাঙালির অ্যাডভেঞ্চার ট্যুরিজমের যাত্রা শুরু হয়। তার আগে বিক্ষিপ্তভাবে নানা জন হিমালয়ে পৌঁছেছেন তার দুর্গম আকর্ষণে, তীর্থযাত্রীরা গেছেন ধর্মের টানে। ঘটে গেছে বেশকিছু হাই-অল্টিচিউড ট্রেকিং। স্বামী অখণ্ডানন্দ, স্বামী বিবেকানন্দ, জলধর সেন, রামানন্দ ভারতীয় মতো বিশিষ্ট ব্যক্তিদের বর্ণনায় জানা গেছে হিমালয়ের গহন অঞ্চলের কথা। বলা যেতে পারে তাদের অনুসৃত পথ ধরেই গড়ে উঠেছিল বাঙালিদের পাহাড়ে যাওয়ার একান্ত নিজস্ব ট্র্যাডিসন। পরবর্তীকালে হিমালয়ের ট্রেকিংকে আরো সুপরিচিত করে তুলেছিলেন প্রমোদ কুমার চট্টোপাধ্যায়, উমা প্রসাদ মুখোপাধ্যায়, বুদ্ধ বসু, প্রবোধ কুমার সান্যালের মতো অগণিত পর্যটক। উনিশ শতকের অনেক আগে থেকে প্রচুর উচ্চবিত্ত বা উচ্চমধ্যবিত্ত বাঙালি ইতিহাস প্রসিদ্ধ মন্দির, মসজিদ, বৌদ্ধবিহার, বৌদ্ধস্তূপ, গির্জা-প্যাগোডা ছাড়াও ভারতের নানা অঞ্চলে ছড়িয়ে থাকা দুর্গ-কেল্লা-রাজপ্রসাদ ইত্যাদি বিষয়ে অনুপূজ্য জ্ঞানার্জনের জন্য ভ্রমণ করেছেন। কেউ বা স্বাস্থ্যোদ্ধার জনিত ভ্রমণ করেছেন। তবে এরকম বাঙালি ভ্রমণকারী তৎকালীন যুগে কমই দেখা যেত এবং এইরূপ ভ্রমণ সাধারণত উচ্চবিত্ত বা উচ্চমধ্যবিত্ত বাঙালিদের মধ্যেই সীমাবদ্ধ ছিল।

সুতরাং দেখা যাচ্ছে যে, উনিশ শতকের আগে বা উনিশ শতকের একেবারে প্রথমদিকে ভ্রমণের বিষয়টা বণিক, সওদাগর, তীর্থযাত্রী, পরিব্রাজক, ইতিহাসবিদ এবং অভিজাত ও শিক্ষিত মানুষদের মধ্যেই সীমাবদ্ধ ছিল। সাধারণ মানুষ ভ্রমণে খুব একটা অংশ গ্রহণ করতো না। তাছাড়া ভ্রমণের সাথে ‘সুখ’ বা ‘Pleasure’ বিষয়টি তখনও আসেনি এবং সাধারণ বাঙালিকে ঘিরে গণপর্যটনেরও বিকাশ তখন হয়নি।

বাঙালির ভ্রমণ : বর্তমান প্রবণতা - পুঁজিবাদের বিকাশের সাথে সাথে পর্যটনের চরিত্রও বদলে গেছে। পর্যটন আর কয়েকজনের মধ্যে থাকলো না, এল গণপর্যটন। এখানেই পর্যটন শিল্পে পরিণত হচ্ছে। আবার যদি প্রযুক্তির বিকাশ না হতো তাহলে আজকের এই গণপর্যটন সম্ভব হতো না। আমরা জানি পুঁজিবাদের বিকাশের সাথে সাথে বিপুল শ্রমিক বাহিনী তৈরি হল, তাদের হাতে টাকা এল। এবার তাদের অবসর দরকার। এই অবসর সময়টা তারা কিভাবে কাটাবে সেটা ঠিক করে দিচ্ছে পুঁজিপতিরা। পুঁজিপতিরা দেখবে অবসর কাটাতে

গিয়ে শ্রমিক তার ফিজিক্যাল ক্যাপিবিলাটি যাতে হারিয়ে না বসে। ফলে এই পুঁজিপতিরাই ঠিক করে দিল তার শ্রমিক কীভাবে কোথায় বেড়াবে। এজন্য নতুন নতুন স্পট তৈরি হল। বেড়ানোর স্পট বেড়ে গেল। আবার শ্রমিক বেড়াতে গিয়ে যে খরচ করবে তা ঢুকবে পুঁজিপতিরই ঘরে। হোটেল পুঁজিপতিদের, স্পটগুলোর উন্নয়ন তারাই করেছে। এইভাবে পর্যটনের মধ্যে পুঁজিবাদ ঢুকছে, তৈরি হচ্ছে গণপর্যটন বা Mass tourism। প্রফেসর অভিজিৎ মিত্র-র মতে উত্তর পুঁজিবাদে গণপর্যটন থাকছে না, পর্যটকের পছন্দের উপর নির্ভর করে পর্যটন তৈরি হচ্ছে। পর্যটন আগে ছিল সমরূপ (Homogeneous), কিন্তু এখন বৈচিত্রপূর্ণ (Diversive)। বর্তমানে এমন একটা ভাব তৈরি করা হচ্ছে যেন স্পটগুলো ঐ পর্যটকের একান্ত ব্যক্তিগত, যে তা তারই আবিষ্কার। আসলে কিন্তু তা নয়। সবটাই সহজ পাচ্য করে দেওয়া হচ্ছে (ঘোষণা: ২০০০)। ঠিক এই বিষয়টা বাঙালি পর্যটকদের মধ্যেও লক্ষ্য করা গেছে। বাঙালি বেড়ায়, বেড়ানোর উদ্দেশ্য বেড়ানো। বেড়ানো মানে আধুনিকতা। আধুনিকতার মূল বিষয় হল 'To be mobile'। এখন অবসর মানেই প্রমোদ চায়। তাই ভ্রমণ মানেই এখন প্রমোদ ভ্রমণ।

১৯৭০-এর দশকের পর থেকে পৃথিবীতে উন্নতির জোয়ার এসেছে এবং তার ফলে সমাজের অনুন্নত শ্রেণিও পর্যটনে আকৃষ্ট হচ্ছে। ক্রমশ বেড়ে ওঠা এই মধ্যবিত্ত শ্রেণিকে আকৃষ্ট করার চেষ্টায় সাবেকী ভ্রমণ ব্যবসায়ীরা যেসব অঞ্চলকে উপেক্ষা করে আসছিল সেইসব অঞ্চলকে আকর্ষণীয় করে তুলতে লাগল। বর্তমানে ভোগবাদী সমাজে ভ্রমণ সম্পর্কে পৃথিবীর অন্যান্য দেশের মতো বাঙালিদেরও দৃষ্টিভঙ্গী পাল্টেছে। তাদের বিশুদ্ধ সুখ পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা এখন প্রবল। তাদের ভ্রমণের স্বাদও তাই পূর্বেকার মানুষদের থেকে অনেক বৈচিত্রপূর্ণ। Featherstone (1991) বলেছেন "In the late periods of the twentieth century, the search of leisure has become an indispensable component of contemporary of leisure has become an indispensable component of contemporary consumer culture". তাই বাঙালিদের সাবেকী যে মানসিকতা অর্থাৎ ভ্রমণ মানেই ধর্মস্থান বা ধর্মকেন্দ্রিক-সেই দৃষ্টিভঙ্গির আমূল পরিবর্তন ঘটেছে। দেখা যাচ্ছে যে অধিকাংশ বাঙালি চিরপরিচিত ধর্মস্থান গুলিতে ভ্রমণ করলেও তাদের উদ্দেশ্য কিন্তু পূণ্য লাভ করা নয়। এক্ষেত্রে তাদের মধ্যে ভিন্ন উদ্দেশ্য ও ভিন্ন স্বাদের একটা ব্যাপার পরিলক্ষিত হচ্ছে। যেমন বর্তমানে বাঙালিরা পুরী ভ্রমণে পূণ্য করার চেয়ে পুরীর সমুদ্রে চেউ-এর সাথে সাথে তাল রেখে শরীর দুলিয়ে দিয়ে সমুদ্র স্নানের মজা নিতেই বেশি পছন্দ করছে এবং পুরীর জগন্নাথ দর্শনের চেয়ে চিক্কা হুদের রমনীয় সূর্যোদয় ও সূর্যাস্ত দেখতে বেশি আগ্রহী। বাঙালি পর্যটকরা বর্তমানে পুরীর থেকে কিছুটা দূরে গোপালপুর বীচে বেশি যাচ্ছে। কারণ ন্যাচারাল বীচ রূপে গোপালপুরের প্রশস্তি আছে সারা ভারতে। আবার দক্ষিণ ভারতের তীর্থক্ষেত্র রামেশ্বর বা তেনকাশীতে বাঙালি পর্যটককারীদের ভিড় পরিলক্ষিত হলেও বর্তমানে যে জায়গাটা পর্যটকদের বেশি আকৃষ্ট করছে তা হল পশ্চিমঘাট পর্বতমালার কোটালাম জলপ্রপাতের প্রাকৃতিক মনোরম শোভা। তেমনি হিন্দু তীর্থস্থান গয়া, বুদ্ধগয়া বা দেওঘরের চেয়ে বর্তমানে ইতিহাস প্রসিদ্ধ রাজগীর, নালন্দা, হাজারীবাগ ও পালামৌ জাতীয় উদ্যান, রাজরাণা জলপ্রপাত প্রভৃতি স্থানগুলি বাঙালি পর্যটককারীদের বেশি আকৃষ্ট করছে। বাঙালিরা আজ কেদার, বদ্রী, গঙ্গোত্রী, হরিদ্বার ইত্যাদি তীর্থস্থান গুলিতে পূণ্য করার চেয়ে ঐ সকল স্থানের প্রাকৃতিক সৌন্দর্যকে উপভোগ করতে বেশি আগ্রহী। তবে কেদার, বদ্রীর চেয়ে বাঙালি পর্যটককারীদের কাছে বর্তমানে পাহাড়ের রাণী সিমলার আকর্ষণ অনেক বেশি। এছাড়া হিমাচল প্রদেশের কুলুভ্যালির দর্শনীয় শহর মানালীতেও বর্তমানে তুষার মৌলী পাহাড়ের সুনিবিড় পরিবেশে মন প্রাণ জড়িয়ে নেওয়ার জন্য প্রচুর বাঙালি অবসর সময়টি কাটিয়ে যাচ্ছেন। হিমালয়ের বিউটি স্পট সিকিমের রাজধানী গ্যাংকটের রুমটেক গুম্ফা, ছঙ্গুলেক, ফুলের উপত্যকা ইয়মুথাং-এ নৈসর্গিক শোভার আকর্ষণে হাজার হাজার বাঙালি পর্যটক প্রতি বছর এসে ভিড় করছে। কন্যাকুমারী ছাড়াও নীলগিরি পাহাড়ের রাণী উটি শহর আজ উচ্চবিত্ত ও উচ্চমধ্যবিত্ত বাঙালি পর্যটকদের কাছে অত্যন্ত পছন্দের ভ্রমণ স্থান। প্রকৃতিক সৌন্দর্যকে উপভোগ করার জন্য বাঙালিরা এখন কেবলকেও বাশী পছন্দ করছে। ভারতের গোয়া রাজ্যের বীচ গুলো থেকে শুরু করে বঙ্গোপসাগরের বিমোহিত করছে। তাছাড়া আন্দামান যাতায়াতে জলপথেরও আকর্ষণ আছে। জাহাজ থেকে নানারকম সামুদ্রিক মাছ, ডলফিন এবং পূর্ণিমার রাতে জলের রঙ বদলের দৃশ্যের আকর্ষণ আজ বাঙালি পর্যটকদের কাছে অদম্য। বাঙালিদের মধ্যে বর্তমানে বিদেশ ভ্রমণের আগ্রহও অনেক বেড়েছে। নেপাল,

ভূটানের মতো প্রতিবেশি রাষ্ট্রগুলি ছাড়াও বর্তমানে অনেক বাঙালি বিশেষ করে উচ্চ বিত্তের মানুষেরা আমেরিকা, নিউইয়র্ক, জাপান, অস্ট্রেলিয়া, সিঙ্গাপুর প্রভৃতি স্থানে অবসর ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ছে। তবে কিছুটা ব্যবসা, উচ্চশিক্ষা বা চিকিৎসার কারণেও বাঙালিরা বিদেশ যাত্রা করেছেন এবং তার সাথে সাথে বিদেশ ভ্রমণের ইচ্ছাটাও পূরণ করে নিচ্ছে।

বর্তমানে বাঙালিদের মধ্যে অ্যাডভেঞ্চার ট্যুরিজমের মাত্রাও ব্যাপক বৃদ্ধি পেয়েছে। এরই অঙ্গ হিসাবে মাউন্টেনিয়ারিং বা পর্বতারোহন অত্যন্ত জনপ্রিয় হয়ে উঠেছে। তবে পশ্চিমবঙ্গের যুব সমাজের কাছে পর্বতারোহন স্পোর্ট হিসাবে যতটা জনপ্রিয় তার চেয়েও জনপ্রিয় হলো হাই-ট্রেকিং। বলা যেতে পারে ১৯৭০ থেকে ১৯৮০ সালের মধ্যে বাঙালির হিমালয় ভ্রমণ লিপ্সা একটা গণ চরিত্র নিতে শুরু করে। জন্ম নিতে শুরু করে বহু ক্লাব। উদ্দেশ্য মূলত দলবদ্ধভাবে হিমালয়ের দুর্গম অঞ্চলে ভ্রমণ। সাতের দশকের শেষ ভাগেও যারা ট্রেকিং করতেন তাঁরা প্রত্যেকেই নিজেদের প্রয়োজনীয় সবকিছু নিজেসই করে নিতেন। যাত্রা পথের তথ্যাবলীও সংগ্রহ করতেন নিজেদের উৎসাহে। আটের দশকের মাঝামাঝি সময় থেকে পালটে যেতে থাকে এই ধরণটা। এই সময়ে বহু ট্র্যাভেল এজেন্সি বিজ্ঞাপন দিয়ে জানাতে শুরু করে যে তারাই হিমালয়ের যেকোন স্থানে ট্রেকিং করার সমস্ত ব্যবস্থা করে দেবে। যেমন অভিযাত্রীরা কোথায় রাত্রিবাস করবে, কোথায় কি খাবে, এমন কি প্রয়োজনে চিকিৎসার ব্যবস্থাও তারাই করে দেবে। বহু পর্যটক যারা ইচ্ছে থাকলেও ট্রেকিং করতেন না তারা যেন এই সুযোগের অপেক্ষাতেই ছিলেন। এর ফলে ট্র্যাভেল এজেন্সি গুলির রমরমা ব্যবসা বেড়ে গেল। সাথে সাথে পূর্বের তুলনায় সাধারণ বাঙালি পর্যটকদের মধ্যেও ট্রেকিং-এ যাবার প্রবণতা বহুগুণ বেড়ে গেল। ট্রেকিং ছাড়াও বাঙালিরা বর্তমানে অ্যাডভেঞ্চার ট্যুরিজমের অঙ্গ হিসাবে স্কীইং, র‍্যাফটিং, রক ক্লাইম্বিং এমন কি হ্যাং গ্লাইডিং-এর আনন্দও উপভোগ করছে।

বাঙালির ভ্রমণ : শ্রেণি ও লিঙ্গ বৈষম্য: বাঙালি মাত্রই ভ্রমণ পিপাসু—কথাটা ঠিক। কিন্তু সব বাঙালি পর্যটক সবসময় সব স্থান ভ্রমণ করতে পারে না আর্থিক সামর্থহীনতার কারণে। অর্থাৎ বলা যায় ভ্রমণের ক্ষেত্রে শ্রেণি বৈষম্য রয়েছে। আমরা দেখেছি বর্তমান সময়ে ভ্রমণের ব্যাপারটা কয়েকজনের মধ্যে বা কয়েকটি শ্রেণির মধ্যে সীমাবদ্ধ নেই, ভ্রমণ এখন সব শ্রেণির জন্য। কিন্তু পর্যটন কেন্দ্রগুলো ভিন্ন ভিন্ন শ্রেণির কাছে ভিন্ন ভিন্ন। অর্থাৎ উচ্চবিত্ত শ্রেণির জন্য যেমন পর্যটন কেন্দ্র আছে, তেমনি মধ্যবিত্ত শ্রেণির জন্যও প্রচুর পর্যটন কেন্দ্র গড়ে উঠেছে, আবার নিম্নবিত্তদের জন্যও পর্যটন কেন্দ্রের অভাব নেই। সামর্থ অনুযায়ী বাঙালিরাও তাই পছন্দমতো স্থানে ভ্রমণ করে থাকে। Urry (2002) বলেছেন, “*those of a lower social class travelled to different places to those that had a higher class. The middle classes tend to enjoy a different sort of holiday; there is the attraction of ‘real’ and ‘natural’ holidays*”.

সাধারণত দেখা যায় যে, সাধারণ মধ্যবিত্ত বা নিম্নবিত্ত বাঙালিরা কনডাক্টেড ট্যুর বেশি করে থাকে। অর্থাৎ কয়েকজন ট্যুর লিডারের তত্ত্বাবধানে সংঘবদ্ধভাবে তারা ভ্রমণ করে। যেহেতু তারা একসাথে অনেকজন ভ্রমণ করে তাই খরচটাও কম হয়। তবে এই ধরণের ভ্রমণে পর্যটকদের নানা অসুবিধার সম্মুখীন হতে হয়। যেমন ভালো খাবার পায় না, বাসের মধ্যে রাত কাটতে হয় অথবা ট্যুর লিডাররা কোন ধর্মশালায় তাদের রাত্রিবাসের ব্যবস্থা করে দেয়। নিজেদের খুশিমতো ঘুরতে পারে না ইত্যাদি। এজন্য অবস্থাপন্ন বাঙালি পর্যটকরা স্বাধীনমতো নিজেদের সুবিধা ও ইচ্ছা মতো ভ্রমণ করে। এরা মূলত প্যাকেজ ট্যুর-এ বেশি আগ্রহী। তাছাড়া এরা ট্রেন বা প্লেন-এ ভ্রমণ করে, আভিজাত্যপূর্ণ হোটেলে গিয়ে ওঠে। তাই এদের ভ্রমণ অনেক আরামদায়ক হয়।

ভ্রমণের ক্ষেত্রে বাঙালিদের মধ্যে শ্রেণি বৈষম্য পরিলক্ষিত হলেও লিঙ্গ বৈষম্য খুব একটা চোখে পড়ে না। তবে বাঙালিদের ভ্রমণে যে লিঙ্গ বৈষম্য একেবারে নেই সে কথাও বলা যায় না। গ্রামগঞ্জের মেয়েদের এখনো বাড়ীর বাইরে যাওয়ার ক্ষেত্রে নানা সামাজিক ও পারিবারিক বাধার সম্মুখীন হতে হয়। শুধু গ্রামগঞ্জ কেন শহরের মধ্যেও এমন অনেক রক্ষণশীল পরিবার আছে, যে পরিবারের মেয়েরা স্বাধীনভাবে একা একা বা মহিলা সঙ্গিনীকে নিয়ে পর্যটনে বেরিয়ে পড়তে পারে না। ভ্রমণের ক্ষেত্রে লিঙ্গবৈষম্য নিয়ে আলোচনা করতে গিয়ে Biernat & Lubowiecki (2013) বলেছেন, “*Single men tend to consumer tourism services more than single women*”. ভ্রমণের উদ্দেশ্য ও মানসিকতার মধ্যেও কিন্তু পুরুষ ও মহিলাদের

মধ্যে পার্থক্য দেখা যায়। Andru (etal.2005) বলেছেন, “Where male tourists preferred more recreation and activity in the destination, and female tourists had a stronger relaxation and escape-based motives”. ও তবে বর্তমানে শহরের প্রচুর বাঙালি মেয়ে যারা পারিবারিক রক্ষণশীলতা থেকে মুক্ত তারা এখন স্কুল, কলেজ থেকে বা বন্ধুবান্ধবদের সাথে বিভিন্ন স্থানে পর্যটন করছে। পর্বতারোহনেও রোন্টি পর্বত। ১৯৬৭ সালে দীপালি সিন্হার নেতৃত্বে সংগঠিত এই অভিযানের অব্যবহিত পরে। বর্তমানে সাধারণ মধ্যবিত্ত ঘরের বহু মেয়ে পর্বতারোহনের প্রতি আকৃষ্ট হয়ে এগিয়ে এসেছে। বেশ কিছু অভিযান তারা নিজেরা উদ্যোগী হয়ে করেছে। এ যাবৎ একক ভাবে অভিযান চালিয়ে যে কটি মেয়ে পর্বত শৃঙ্গ আরোহনের কৃতিত্ব অর্জন করেছেন তাদের মধ্যে দীপালি সিন্হার নেতৃত্বে বড়াশীগরি জয়, সুজয়া গুহর নেতৃত্বে ললনা জয়, রমা সেনগুপ্তর নেতৃত্বে কেদারনাথ ডোম জয় এবং স্বপ্না চৌধুরীর নেতৃত্বে মৃগথুনি জয় অন্যতম। ট্রেকিং ছাড়াও স্কীইং, র্যাফটিং, রক ক্লাইম্বিং, হ্যাং গ্লাইডিং প্রভৃতিতেও বাঙালি মেয়েরা পুরুষদের সাথে তাল মিলিয়ে এগিয়ে চলেছে। অর্থাৎ বর্তমানে মেয়েদের মধ্যেও অ্যাডভেঞ্চার ট্যুরিজমের ঝাঁক অনেক বেড়েছে। তবে অবশ্যই তারা পুরুষদের সাথে যৌথ ভাবে অভিযানে যোগদান করছে বেশি। তাছাড়া অ্যাডভেঞ্চার ট্যুরিজমে উচ্চবিত্ত বা উচ্চমধ্যবিত্ত পরিবারের মেয়েরাই বেশি অংশগ্রহণ করছে। সাধারণ পরিবারের মেয়েদের এতে অংশগ্রহণ খুব একটা দেখা যায় না। তাই বলা যায় ভ্রমণের ক্ষেত্রে বাঙালিদের মধ্যে লিঙ্গ বৈষম্য অনেক কমে গেছে এবং লিঙ্গ বৈষম্যের ব্যাপারটি মূলত শ্রেণি বৈষম্যের মধ্যেই অন্তর্ভুক্ত হয়ে গেছে।

বাঙালির ভ্রমণের পরিবর্তন : কারণ বিশ্লেষণ: বাঙালি সমাজে ভ্রমণের চরিত্র ও স্বাদে যে পরিবর্তন ঘটেছে তার কারণ সমূহকে নিম্নলিখিত ভাবে ব্যাখ্যা করা যেতে পারে ---

প্রমোদে চালিয়া দিনু মন : আজ বাঙালি মানসে ভ্রমণের প্রতি আগ্রহ বৃদ্ধি ও মানসিকতার পরিবর্তনের প্রধান কারণ হল বাঙালিরা এখন অনেক বেশি স্বাচ্ছন্দ্য বিলাসের অন্বেষক। আনন্দ ধারার অবগাহন করতে কে না চায়? সমুদ্র সৈকতে দাঁড়িয়ে দিগন্তহারা সমুদ্রের দিকে তাকালে কার না হৃদয়ের প্রসারতা ঘটে? বালুভূমিতে গুরু গর্জনে আছড়ে পড়টা বিশাল বিশাল ঢেউ দৈহিক অবসাদ ঘুচিয়ে মনে আনে খুশির দোলা। পর্বতের বৈচিত্র্যরূপ দেখতে দেখতে অবাক বিস্ময়ে ভরে যায় মন। গভীর অরণ্যের শিহরণ রূপ মনকে আনন্দে করে রোমাঞ্চিত। নিরাপদ দূরত্ব থেকে হিংস্র জীবজন্তু দেখে মন হয় পুলকিত। তাইতো একঘেয়ে জীবনের যান্ত্রিকতা থেকে সাময়িক মুক্তির প্রত্যাশী মানুষরা আজ Fun, Excitement, Relaxation, Rest, Recreation এবং শরীর ও মনকে সুস্থ রাখার জন্য বেরিয়ে পড়ছে দেশ-বিদেশ ভ্রমণে। Ioannidis & Debbage (1998)-এর মতে “At the present time.....people consider leisure and recreation as their right and an outstanding opportunity for diversion from the tedious as well as boring practices present in their everyday life”.

প্রমোদ শিল্প ও পুঁজিবাদ : বর্তমান সময়ে বাঙালি সমাজও অর্ন্তজাতিক পুঁজিবাদের অংশ হয়ে গেছে। আধুনিক পুঁজিবাদ মানুষের ‘ভোগ’ বা *Consumption* কে অনেক বাড়িয়ে দিয়েছে। আর এই ভোগেরই অঙ্গ হল ‘সুখ’ বা *Pleasure*। পুঁজিবাদ এই *Pleasure* কে যুক্ত করেছে ভ্রমণের মধ্যে। তাইতো আজকের ভ্রমণ মানেই প্রমোদ ভ্রমণ। এই প্রমোদ ভ্রমণ হলো বর্তমানে শিল্প বাণিজ্যের জগতে সবচেয়ে বৃহত্তম শিল্প। ভ্রমণকে শিল্পে পরিণত করার পিছনে পুঁজিপতিদের মূল উদ্দেশ্য হলো পর্যটকরা যা ব্যয় করবে তার সিংহভাগ লাভ করে এই পুঁজিপতিরাই। কারণ ভ্রমণ পরিসেবা কেন্দ্রিক হোটেল গুলো তাদেরই, পর্যটন কেন্দ্রগুলোকে তারাই আকর্ষণীয় করছে, যাতে করে পর্যটকের সংখ্যা বৃদ্ধি পায়। আর এভাবেই ভ্রমণের মধ্যে পুঁজিবাদ ঢুকছে, তৈরি হচ্ছে ‘গণপর্যটন’ বা *Mass Tourism*।

হাতে পয়সাওয়ালা নতুন শ্রেণি: বর্তমানে বেশ কিছু মধ্যবিত্ত শ্রেণির বাঙালি যাদের হাতে বেশ কিছু টাকা পয়সা রয়েছে তারা আজ সুযোগ পেলেই ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ে। অর্থাৎ মধ্যবিত্তদের ভ্রমণের প্রতি আগ্রহ এখন অনেক বেড়েছে। ক্রমশ বেড়ে ওঠা এই মধ্যবিত্তশ্রেণিকে আকৃষ্ট রাখার চেষ্টায় সাবেকী ভ্রমণ ব্যবসায়ীরা যেসব অঞ্চলকে এতদিন উপেক্ষা করে আসছিল, সেসব অঞ্চলকেও আকর্ষণীয় করে তুলতে লাগল নতুন

ভ্রমণ ব্যবসায়ীরা। এপ্রসঙ্গে বলা বাহুল্য যে বাঙালি সমাজে ভ্রমণ পিপাসাকে বৃদ্ধি করার মূলে কিন্তু অনেক কার্যকরী ভূমিকা পালন করে চলেছে এই সব ভ্রমণ ব্যবসায়ী বা ট্র্যাভেল এজেন্সিগুলি। আগে তো বাঙালি সমাজে হাতে গোনা কয়েকটি ট্র্যাভেল এজেন্সি ছিল। কিন্তু এখন প্রত্যেকটা জেলায়, প্রত্যেকটা শহরে এমনকি পাড়াতে পাড়াতে একাধিক ট্র্যাভেল এজেন্সি গড়ে উঠেছে। এই সব এজেন্সিগুলো যেসব প্যাকেজ ট্যুর, কনডাক্ট ট্যুর প্রভৃতির ব্যবস্থা করে তার ফলে বাঙালি সমাজে ভ্রমণের আকাঙ্ক্ষা আরো অনেক বেড়েছে। তাছাড়া ব্যবসা বাণিজ্যের মাধ্যমে স্বাধীন আয়ও বাঙালিকে ভ্রমণের প্রতি আগ্রহী করে তুলেছে। বর্তমানে আবার সবেতনিক ছুটি, বোনাস, ভ্রমণ ভাতা প্রভৃতি সুবিধাগুলিকে কাজে লাগিয়ে সরকারী-বেসরকারী সংস্থার কর্মচারীরা তাদের সামর্থ্য অনুযায়ী পছন্দ মতো স্থানে ভ্রমণ করার সুযোগ পাচ্ছে।

গণমাধ্যমের প্রচার : বিগত বেশ কয়েক বছর ধরে ভ্রমণ সংক্রান্ত অনেক ছোট বড় পত্রিকা বাজারে প্রকাশিত হচ্ছে, যেগুলোর কাজ হলো পর্যটনের নানা দিক নিয়ে প্রতিবেদন, বিশেষজ্ঞের বিশ্লেষণ, নানাবিধ সংবাদ প্রভৃতি প্রকাশ। এই মূহূর্তে সম্পূর্ণ বাণিজ্যিক উদ্দেশ্যে প্রকাশিত অন্তত দু'তিনটি পত্রিকার নাম যেকোন ভ্রমণ রসিকই মনে করতে পারেন। বেড়ানোর আকাঙ্ক্ষা তৈরির ব্যাপারে আরো বেশি ভূমিকা পালন করছে ফটোগ্রাফি। সিনেমা বা টি.ভি. সিরিয়ালে লোকেশনকে যেভাবে ব্যবহার করা হয় তাতে টুরিষ্টকে অল্প বিস্তার আকর্ষণ করলেও এব্যাপারে সবচেয়ে কার্যকরী ভূমিকা পালন করে চলেছে ইন্টারনেট ও বিভিন্ন টি.ভি. চ্যানেল। কিছু চ্যানেল তো সম্পূর্ণরূপে ভ্রমণ সংক্রান্ত প্রচারের জন্যই চালু হয়েছে। আর ভ্রমণের ক্ষেত্রে ইন্টারনেট তো বর্তমানে তথ্য সংগ্রহের প্রধান উৎস। সোস্যাল নেটওয়ার্কিং সাইটগুলি যে বাঙালি সমাজের মধ্যে ভ্রমণ পিপাসাকে অনেক বাড়িয়ে দিয়েছে তা বলার অপেক্ষা রাখে না। Rodrigulz (2009)-এর মতে “Social media platforms are the new media.....They offer tourists the opportunity to express themselves, share contents, ideas and experiences which other tourists may use as a reference in their travel planning; fact which is greatly appreciated among tourists due to the high needs of information which they require”. আবার Stratigou (2013) বলেছেন, “The advancements in technology have had a significant impact on ICT and have consequently instigated the emergence of numerous user generated sites such as travel forums and social networks, which have transformed the way in which people gather information regarding travel.....Online photo-sharing is uses as a major focal point on social networks and allows users of the site to disclose their travelling experiences and discuss the encounter with other members, through the continuous engagement of an image, photo-sharing provides the audience with the ability to gain key information and advice in relation to places that they may wish to visit”. তাছাড়া আজকাল টি.ভি. তে বিভিন্ন প্রতিযোগিতামূলক অনুষ্ঠানে পুরস্কার হিসাবে নানা ধরনের প্যাকেজ ট্যুরের অফার রাখছে। এর ফলে অনেক বাঙালি জয়ী হয়ে সেসব স্থান ভ্রমণ করার সুযোগ পাচ্ছে।

ব্যক্তি সুখ, ব্যক্তি স্বাচ্ছন্দ্য: বর্তমানে বাঙালি সমাজেও ব্যক্তিস্বাভাবাদের বিকাশ ঘটেছে। ব্যক্তিগত সুখ-স্বাচ্ছন্দ্য, ব্যক্তিগত আত্মবিকাশ, ব্যক্তি স্বাধীনতার প্রসার, যৌথ পরিবার ভেঙে একক পরিবার তৈরি প্রভৃতি বিষয়গুলো ভ্রমণের প্রতি ঝাঁককে অনেক বাড়িয়ে দিয়েছে। যৌথ পরিবারে ব্যক্তি স্বাধীনতার সুযোগ কম ছিল, পরিবারের প্রতি ব্যক্তির নানা দায়বদ্ধতা ছিল। কিন্তু একক পরিবারে ব্যক্তি স্বাধীনতা অনেকবেশি প্রসারিত, এখানে স্বামী-স্ত্রী নিজেরাই পরামর্শ করে সিদ্ধান্ত নিতে পারে। তাই ভ্রমণে বেরিয়ে পড়ার সিদ্ধান্ত নিজেরাই নেওয়ার স্বাধীনতা তারা ভোগ করে। তাছাড়া বর্তমানে ব্যক্তিগত সুখ-স্বাচ্ছন্দ্যের অঙ্গ হিসাবে বাঙালি নববিবাহিত দম্পতিদের মধুচন্দ্রিমা যাওয়ার একটা প্রবল প্রবণতা পরিলক্ষিত হচ্ছে। কারণ ভোগবাদী সমাজে মধুচন্দ্রিমা যাওয়ার ব্যাপারটা যেমন একটা ভোগে পরিণত হয়েছে তেমনি এটা একটা ফ্যাশনও হয়ে উঠেছে প্রমোদ ভ্রমণকে ঘিরে।

শিক্ষা ও সংস্কৃতির উন্নয়ন : বর্তমানে বাঙালিরা অনেক বেশি সংস্কৃতিক মনোভাবাপন্ন হয়েছে। অর্থাৎ বলা যায় যে, বাঙালি সমাজে সংস্কৃতির যে উন্নতি ঘটেছে তারই একটি প্রকাশ আমরা দেখতে পাই অসংখ্য বাঙালির

মধ্যে ভ্রমণের প্রতি প্রবল স্পৃহা মধ্য। তাছাড়া ঐতিহ্যবাহী মূল্যবোধ, আদর্শ, কুসংস্কার প্রভৃতির পরিবর্তনের ফলে বাঙালিরা আজ তাদের ভ্রমণকে তীর্থ বা পুণ্য ভ্রমণের উদ্দেশ্যে সীমাবদ্ধ না রেখে প্রমোদ ভ্রমণের পর্যায়ে নিয়ে গেছে, যেখানে ‘সুখ’ বা ‘Pleasure’ টাই আসল। বাঙালিদের মধ্যে স্বাস্থ্য সচেতনতা বৃদ্ধি পাওয়াতে স্বাস্থ্য পর্যটন বৃদ্ধি পেয়েছে। কেউ কেউ ভ্রমণকে মর্যাদার প্রতীক বলে মনে করে কেউ বা আবার ফ্যাশন হিসাবে ভ্রমণকে গণ্য করে। অনুকরণ প্রিয় এই বাঙালি সেই ফ্যাশনের দিকে ঝুঁকছে। তাছাড়া বর্তমানে বাঙালি সমাজেও নারী শিক্ষা, নারী স্বাধীনতা প্রভৃতির প্রসার ঘটেছে, তাই মেয়েরাও পুরুষদের সাথে সঙ্গ দিয়ে সমান তালে ভ্রমণ করে বেড়াচ্ছে। আবার শিক্ষার্থীদের মধ্যেও শিক্ষামূলক ভ্রমণ বৃদ্ধি পেয়েছে।

যৌবনের উন্মাদনা: বর্তমানে বাঙালি যুব সম্প্রদায়ের মধ্যেও ভ্রমণের আগ্রহ অনেক বেড়েছে। এরা মূলত ভ্রমণে পেতে চায় উত্তেজনার খোঁরাখ। Rifai (2010) বলেছেন, “*Today’s generation of young people are more informed, more mobile and more adventurous than ever before..... Young travelers are the pioneers who discover new destinations..... Young travelers are at the cutting edge of using new technology..... Young travelers gain cultural benefits from their travel, and contribute to the places they visit*”. তাইতো এদের ইকো টুরিজম, অ্যাডভেঞ্চার টুরিজমের প্রতি ঝোঁক অনেক বেড়েছে। তবে শুধু যুবক নয়, যুবতীরাও আজ ছেলেদের সাথে পাল্লা দিয়ে ঝুঁকিবহুল অ্যাডভেঞ্চার টুরিজমে বেরিয়ে পড়ছে।

উপসংহার: সূতরাং একথা বলা যায় যে স্মরণাতীত কাল থেকে বাঙালিদের পর্যটন মূলত তীর্থযাত্রার উপর নির্ভরশীল ছিল। বাঙালিদের পর্যটন মানচিত্রে বিভিন্ন তীর্থস্থান ও ধর্মীয় মেলার অবদানও কোন ভাবেই কম ছিল না। লক্ষ লক্ষ বাঙালি এই সব ধর্মীয় মেলা ও তীর্থযাত্রায় অংশ নিয়ে এসেছে। কিন্তু বর্তমানে মানুষের ভ্রমণ ও অবসর সময় সম্পর্কে নতুন দৃষ্টিভঙ্গী পর্যটনের চরিত্রকে বদলে দিয়েছে। এখন আর কয়েকটি গোষ্ঠী বা শ্রেণির মধ্যে সীমাবদ্ধ নেই। পর্যটন এখন গণপর্যটনে পরিণত হয়েছে এবং এক বিশাল ইন্ডাস্ট্রিতে পরিণত হয়েছে। বর্তমান ভোগবাদী সমাজে ভ্রমণ সম্পর্কে পৃথিবীর অন্যান্য দেশের মতো বাঙালিদেরও দৃষ্টিভঙ্গী পাল্টেছে। তাদের বিশুদ্ধ সুখ পাওয়ার আকাঙ্ক্ষা এখন প্রবল। তাদের ভ্রমণের স্বাদও তাই পূর্বকার মানুষদের থেকে অনেক বৈচিত্রপূর্ণ। তাই ভ্রমণ মানেই এখন ‘প্রমোদ ভ্রমণ’। অর্থনৈতিক সমৃদ্ধি, আধুনিক পরিবহন ও যোগাযোগ ব্যবস্থা, ট্র্যাভেল এজেন্সি গুলির নতুন নতুন পরিকল্পনা প্রভৃতি বিষয়গুলি পর্যটনের দ্রুত বিকাশে বিশেষ সহায়তা করেছে। সাথে সাথে সংস্কৃতির উন্নয়ন ও সামাজিক বিকাশ বাঙালির মানসিকতাকে পরিবহন করেছে। ফলে ভ্রমণ সম্পর্কে তাদের দৃষ্টিভঙ্গী পাল্টেছে। যে হারে দিনের পর দিন পর্যটকের সংখ্যা বেড়ে চলেছে তার ভিত্তিতে বলা যায় যে বাঙালি পর্যটনও ভবিষ্যতে আরো অনেক বড় শিল্পে পরিণত হবে এবং এই বিষয়টি নিয়ে আরো বৃহত্তর গবেষণা হবে।

References:

1. Andreu, L., Kozac, M., Avci, N., & Cifter, N. (2005); Market segmentation by motivations to travel: British tourists visiting, Turkey. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 19(1), 1-14.
2. Bhatia, A.K. (1998); *Tourism Development: Principle and Practices*, Sterling Publishers Pvt. Ltd., New Delhi – 110016.
3. Bhatia, A.K. (2001); *International Tourism Management*, Sterline Publishers Pvt. Ltd., New Delhi – 110020.
4. Biernat & Lubowiecki (2013); Correlations between individual factors and long-term nature of tourist trips amongst urban single people, *BALTIC JOURNAL OF HEALTH AND PHYSICAL ACTIVITY* © Gdansk University of Physical Education and sport in Gdansk, Vol. 5, No. 2, 2013, 141-149. Retrieved on 24th Feb, 2014, from <http://repozytorium.umk.pl/bitstream/handle/item/596/7%20BJHPA%20vol%205%20no%202%20Biernat%20Lubwiecki.pdf>

5. Cohen (1988); Authenticity and Commoditization in Tourism, *Ann& of Twism Research* Vol.15, pp. 371-386, 1988.
6. Featherstone, M (1991); *Consumer Culture and Post Modernism*, Sage London.
7. Ioannides, Dimitri and Keith G. Debbage (eds) (1998); 'Neo-Fordism and Flexible Specialization in the Travel Industry: Dissecting the Polyglot', pp. 99-122 in *The Economic Geography of the Tourist Industry: A Supply-Side Analysis*. London and New York: Routledge.
8. Lupke-Schwarz (2013); A brief history of travel: From elite hobby to mass tourism. Retrieved on 21 Feb, 2014, from <http://www.dw.de/a-brief-history-of-travel-from-elite-hobby-to-mass-tourism/a-16996047>
9. Mahika, Elena-Cristina (2011); Current trends in tourist motivation. *Cactus Tourism Journal* Vol. 2, Issue 2/2011, pages 15-24, ISSN 2247-3297. Retrieved on 26th Feb, 2014, from <http://www.cactus-journal-of-tourism.ase.ro/pdf/vol4/2%20Mahica%20Cristina.pdf>.
10. Plangmarn, Mujtaba & Pirani (2012); Cultural Value And Travel Motivation of European Tourists, *The Journal of Applied Business Research*-November/December 2012 Vol. 28, No. 6.
11. Rifai, T (2010); The Power of Youth Travel, Retrieved on 26th Feb, 2014, from http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/the_power_of_youth_travel.pdf.
12. Rodrigulz, I.L. (2009); Social Media in Tourism Behaviour, Retrieved on 15th Feb, 2014, from <http://du.se/PageFiles/18846/RodrguezIreneLucena.pdf>
13. Straigou, A. (2013); The Effects of Social Networking on Youth Travelers Vacation Desires, Retrieved on 15th Feb, 2014, from <http://www.tsvc.lincoln.ac.uk/papers/submission.php?paper=126>
14. Urry, John (1990); *The Tourist Gaze: Leisure and Travel in Contemporary Society*, Thousand Oaks, Calif. Sage.
15. Urry, J. (2002); *The Tourist Gaze*. 2nd ed. California: SAGE publications.
16. Zhang & Marcussen (2007); Tourist motivation, market segmentation and marketing strategies, Paper was presented at "5th Bi-Annual Symposium of the International Society of Culture, Tourism, and Hospitality Research" June 4-6, 2007, Charleston, South Carolina, USA. Retrieved on 15th Feb, 2014 from http://www.crt.dk/media/tourism_motivation_and_marketing_strategies_denmark_jie_zhangcarl_henrik_marcussen_srt_2007.pdf
17. ঘোষ, অত্র [সম্পাদিত] (২০০০): বিতর্কিকা; সংখ্যা ২ কলিকাতা লিটন ম্যাগাজিন লাইব্রেরী ও গবেষণা কেন্দ্র; কলিকাতা - ০৯।