Cosmo School

শ্রেণি - ১০ম

বিষয়ঃ সাইন্স অব লিভিং

সময়ঃ ১ ঘণ্টা **তারিখঃ ১১-০৮-২০২০**

নতুনরোগ : পণ্যাসক্তি!!!!

বিজ্ঞানের তাক-লাগানো অগ্রগতি পাল্টে দিয়েছে আধুনিক মানুষের জীবনযাপনের ধরন। স্যাটেলাইট টেলিভিশন, ই-মেইল, ফেসবুক-টুইটারসহ বহুরকম অ্যাপস ব্যবহারে অভ্যস্ত হয়ে পড়েছে আজকের মানুষ। প্রতিমুহূর্তে তাকে সামলাতে হচ্ছে অগণন তথ্যের অবিরাম স্রোত। এমন ঠাসবুনোটের ভিড় এড়িয়ে সে ঘরে ফেরে নিরিবিলিতে একটু দম ফেলার আশায়। কিন্তু সে ঘর যদি হয় পণ্যবোঝাই, তা কি পারে জীবনকে আনন্দময় করে তুলতে? দিতে কি পারে একটু শান্তি? পাশ্চাত্যের সমাজবিজ্ঞানীরা নেমে পড়েছেন সে উত্তর খুঁজতে।

পৃথিবীতে ভোগ্যপণ্যের সবচেয়ে বড় বাজার যুক্তরাষ্ট্র। বিশ্বজুড়ে ব্যবসায়ীরা প্রতিনিয়ত আকর্ষণীয় আর নিত্যনতুন সব পণ্যের বিজ্ঞাপন নিয়ে মার্কিনিদের দুয়ারে হাজির হচ্ছে। প্রয়োজন থাকুক বা না-ই থাকুক, তারাও দেদারসে কিনছে ওসব। ক্রমশ ভরিয়ে ফেলছে ঘরবাড়ি। খালি থাকছে না বাড়ির বেজমেন্ট গ্যারেজ বারান্দা উঠান কোনো কিছুই। মনোবিজ্ঞানীরা মার্কিনিদের পণ্য কেনার এই অস্বাভাবিক বিকারগ্রস্ততার নাম দিয়েছেন ‘হাইপারঅ্যাকুইজিশন’।

হাইপারঅ্যাকুইজিশন-এর ওপর এক দশকের দীর্ঘ গবেষণার পর গবেষকরা তাদের মতামত জানিয়েছেন। ইউনিভার্সিটি অব ক্যালিফোর্নিয়া লস অ্যাঞ্জেলস (ইউসিএলএ)-এর নৃবিজ্ঞানী ইলিনর ওকস-এর মতে, অতিরিক্ত পণ্য কেনা ও সংগ্রহের প্রবণতা মানুষকে শান্তি দেয় না, বরং তা একসময় হয়ে দাঁড়ায় দুশ্চিন্তা ও মানসিক অশান্তির কারণ।কেনই-বা মার্কিনিদের এই পণ্যপ্রীতি? নেপথ্যের ইতিহাসটা চমকপ্রদ। ঊনবিংশ শতাব্দীর শেষভাগে যুক্তরাষ্ট্রে প্রযুক্তিগত উৎকর্ষ ও অর্থনৈতিক সমৃদ্ধির মেলবন্ধন ঘটে। আগের যে-কোনো সময়ের তুলনায় পণ্য হয়ে পড়ে সহজলভ্য এবং সস্তা। সেই থেকে শুরু মার্কিনিদের পণ্যপ্রীতি। একপর্যায়ে যা প্রভাবিত করে তাদের সামাজিক মূল্যবোধকেও। শুধুমাত্র ক্রয়ক্ষমতাই একজন মানুষের সামাজিক অবস্থান নির্ধারণ করতে পারে-এ ধারণা গেঁথে যায় মার্কিন সমাজের মর্মমূলে।

ব্যবসায়ীরা দেখল, এ-তো দারুণ সুযোগ! দ্বিতীয় বিশ্বযুদ্ধের পর সে-দেশের শীর্ষ মোটরগাড়ি নির্মাতা প্রতিষ্ঠান জেনারেল মোটরস প্রতিবছর নতুন নতুন মডেলের গাড়ি বাজারজাত করতে শুরু করল। নিয়মিত গাড়ির মডেল বদলানো তখন আর প্রয়োজনের তাগিদে নয়, বরং রূপ নিল স্ট্যাটাস সিম্বলে। না পারলে ঋণ করে হলেও কেনো, তবু কেনো। এভাবেই ধীরে ধীরে মার্কিনিদের মাঝে চালু হয়ে গেল ঋণ করে হলেও হালফ্যাশনের পণ্য কেনার অসুস্থ অভ্যাস ও প্রতিযোগিতা। আর তারই পথ ধরে আশির দশকে জনপ্রিয় হয়ে ওঠে ক্রেডিট কার্ড। বড় বড়

সুপারস্টোরের আবির্ভাব ঘটে। বিক্রি বাড়াতে ব্যবসায়ীরাও বেছে নেয় নানান রকম কৌশল। যেমন : বিভিন্ন উপলক্ষে আকর্ষণীয় মূল্যছাড়, অনলাইনে কেনার সুযোগ, ২৪ ঘণ্টায় হোম ডেলিভারি ইত্যাদি।গবেষণায় দেখা গেছে, কেনাকাটা করার সময় মস্তিষ্কে ডোপামিন হরমোন নিঃসরণ হয়ে থাকে। তাই দুশ্চিন্তা-উদ্বেগে আক্রান্ত অনেক মার্কিনি যখন পণ্য কেনার মহোৎসবে মেতে ওঠে, তখন হয়তো তারা সাময়িকভাবে উৎফুল্ল হয়। কিন্তু মজার ব্যাপার হলো, এই অভ্যাস দীর্ঘমেয়াদে মানসিক প্রশান্তি তো দেয়ই না, বরং ঘটে উল্টোটা।

কারণ, আমরা যেসব জিনিস কিনে ঘর সাজাই, সেগুলো প্রাণহীন হলেও এসব বস্তুও আসলে আমাদের জীবনকে গভীরভাবে প্রভাবিত করে। অহেতুক কেনা পণ্যে ঠাসা ঘর মস্তিষ্কে বহুগুণে বাড়িয়ে দেয় স্ট্রেস সৃষ্টিকারী হরমোন কর্টিসলের নিঃসরণ। ফলে শারীরিক ও মানসিক স্বাস্থ্য দুটোই মারাত্মকভাবে ক্ষতিগ্রস্ত হয়।যুক্তরাষ্ট্রে (এবং প্রায় গোটা বিশ্বজুড়েই) এই পণ্যপ্রীতি ও তার ফলশ্রুতিতে ব্যক্তিগত-পারিবারিক-সামাজিক অস্থিরতা ও হাইপারঅ্যাকুইজিশন সংক্রান্ত গবেষণার ফলাফল মূলত এটাই প্রমাণ করে যে, এ যুগে পণ্যের পরিমাণ যেমন বেড়েছে তেমনি বেড়েছে মানুষের অভাববোধ।

স্মার্টফোন ও ইন্টারনেটের সহজলভ্যতার কারণে অনলাইন শপিং এখন আমাদের অনেকের জীবনেই নিত্যদিনের অভিজ্ঞতায় রূপান্তরিত হয়েছে। বাচ্চার ফিডার বোতল থেকে শুরু করে মাইক্রোওয়েভ ওভেন, চাল-ডাল থেকে শুরু করে মেকাপ বক্স- সবকিছুই এখন অনলাইনে কিনতে পাওয়া যায়। স্ট্যাটাস সিম্বল মনে করে সাধ্য থাকুক না থাকুক অনেকে আমরা তা কিনছিও হাতভরে। ক্যাশ অন ডেলিভারি বা জিনিস হাতে পেয়ে তারপর দাম দেয়ার প্রস্তাব দিয়ে বিক্রেতারাও আকর্ষণীয় করার সুযোগ নিয়েছেন এসব ক্ষেত্রে। আগে যখন বাজারে গিয়ে আমাদের কিনতে হতো তার চেয়ে বেশি তৃপ্তি কি এখন আমরা পাই? বা তার চেয়ে আসলেই কি আমরা খরচ কমাতে পেরেছি?

এসবেরই উত্তর খুঁজব আমরা-

গুণগত মান

বাস্তবে পণ্য দেখেশুনে কেনার যে তৃপ্তি অনলাইনে তা কখনো হয় না।অনলাইনে আপনাকে আপনার দেয়া বিবরণ অনুযায়ী সার্চ রেজাল্ট যা আসছে তা দেখেই সন্তুষ্ট থাকতে হবে। কিন্তু বাস্তবে যখন বাজারে যাবেন, তখন আপনার বিবরণ ছাড়াও আরো যেসব পণ্য আছে, তা দেখার সুযোগও আপনি নিতে পারবেন।

পরে দেখা

আপনি একটা প্যান্ট কিনবেন। আপনি জানেন, আপনার ডাবল এক্সএল লাগে। কিন্তু এমন হতে পারে, যে ডিজাইনটা আপনি পছন্দ করেছেন পরে দেখলেন তার এক্সএলটা আপনাকে ততটা ফিট করছে না। আপনাকে বরং আরেকটা ডিজাইনের এক্সএল বেশি ফিট করছে। তো এটা ট্রায়াল রুমে পরে দেখেই কিন্তু আপনি অনুভব করতে পারলেন। অনলাইনে এটা করার সুযোগ আপনি কখনোই পেতেন না।

অপ্রয়োজনীয় কেনা

আপনি যখন অনলাইনে কিনছেন, আপনি অনেক বেশি কিনছেন। বিজ্ঞাপনের প্রভাব তো আছেই। সেই সাথে আছে হাতের মুঠোয় কেনার সুযোগ। বাসায় অফিসে, রাস্তায় যেখানেই আপনি আছেন আপনার হাতে যখন ট্যাব, ফোন বা ল্যাপটপ থাকছে আর তাতে ইন্টারনেট সংযোগ থাকছে আপনি জানেন যে আপনার কেনার সুযোগ আছে। প্রয়োজন না হলেও আপনি সার্চ করছেন এবং কিনছেন অপ্রয়োজনের একগাদা জিনিস।

সময় নষ্ট

আগেই বলা হয়েছে অনলাইন শপিং আমাদের হাতের মুঠোয় কেনার সুযোগ এনে দিয়েছে। ফলে প্রয়োজন না থাকলেও আমরা আজকাল ঢু মারি অনলাইনের বিভিন্ন সাইটে এবং ঘণ্টার পর ঘণ্টা নষ্ট করি এসব অপ্রয়োজনীয় জিনিস দেখে। হয়তো কখনো কখনো কিনি। কিন্তু কারো কারো এক ধরনের আসক্তি হয়ে যায় এসব সাইট ঘাঁটাঘাঁটির। অর্থ, সময় এবং মানসিক শান্তির এক বিরাট ক্ষতি হয় এর ফলে।

কিছু লক্ষ্যণীয় বিষয়ঃ-

- ✓ যখনই মনে হবে আমার কিছু লাগবে, প্রথমেই মনকে প্রশ্ন করব, এটি কি আমার চাই? অন্তরের গভীর থেকে যদি উত্তর আসে হ্যাঁ।
- ✓ তাহলে দ্বিতীয়বার প্রশ্ন করব, এটা কি আমার খুবই প্রয়োজন? যদি অন্তরের গভীরের উত্তর হ্যাঁ হয় তাহলে আবারও প্রশ্ন করব, এটি ছাড়া কি আমি চলতেই পারব না? তখনো যদি মন সায় দেয় তাহলেই সেটি কিনব।

এসাইনমেন্ট

ক) মানুষের জীবনযাপনের ধরন পাল্টে দিয়েছে বিজ্ঞানের তাক-লাগানো অগ্রগতি । বহুরকম অ্যাপস ব্যবহারে অভ্যস্ত হয়ে পড়েছে আজকের মানুষ। বিশ্বজুড়ে ব্যবসায়ীরা প্রতিনিয়ত আকর্ষণীয় আর নিত্যনতুন সব পণ্যের বিজ্ঞাপন নিয়ে আমাদের দুয়ারে হাজির হচ্ছে। প্রয়োজন থাকুক বা না-ই থাকুক, তারাও দেদারসে কিনছে ওসব। মনোবিজ্ঞানীরা পণ্য কেনার এই অস্বাভাবিক বিকারগ্রস্ততার নাম দিয়েছেন 'হাইপারঅ্যাকুইজিশন'।

প্রশ্নঃ ইউনিভার্সিটি অব ক্যালিফোর্নিয়া লস অ্যাঞ্জেলস (ইউসিএলএ)-এর নৃবিজ্ঞানী ইলিনর ওকস-এর মতে, অতিরিক্ত পণ্য কেনা ও সংগ্রহের প্রবণতা মানুষকে শান্তি দেয় না, বরং তা একসময় হয়ে দাঁড়ায় দুশ্চিন্তা ও মানসিক অশান্তির কারণ। 'হাইপারঅ্যাকুইজিশন' কীভাবে একজন মানুষকে মানসিকভাবে অসুস্থ করে তুলছে ? ক্রয়ক্ষমতাই কী একজন মানুষের সামাজিক অবস্থান নির্ধারণ করতে পারে ব্যাখ্যা কর ।

খ) স্মার্টফোন ও ইন্টারনেটের সহজলভ্যতার কারণে অনলাইন শপিং এখন আমাদের অনেকের জীবনেই নিত্যদিনের অভিজ্ঞতায় রূপান্তরিত হয়েছে। আমাদের মাঝে ঋণ করে হলেও হালফ্যাশনের পণ্য কেনার অসুস্থ

অভ্যাস ও প্রতিযোগিতা শুরু হয়েছে। বিক্রি বাড়াতে ব্যবসায়ীরাও বেছে নেয় নানান রকম কৌশল। যেমন : বিভিন্ন উপলক্ষে আকর্ষণীয় মূল্যছাড়, অনলাইনে কেনার সুযোগ, ২৪ ঘণ্টায় হোম ডেলিভারি ইত্যাদি।

প্রশ্নঃ আমরা এখন মাইক্রোওয়েভ ওভেন, চাল-ডাল থেকে শুরু করে মেকাপ বক্স- সবকিছুই অনলাইনে কিনতে পারি। স্ট্যাটাস সিম্বল মনে করে সাধ্য থাকুক না থাকুক অনেকে আমরা তা কিনছিও হাতভরে। ক্যাশ অন ডেলিভারি বা জিনিস হাতে পেয়ে তারপর দাম দেয়ার প্রস্তাব দিয়ে বিক্রেতারাও আকর্ষণীয় করার সুযোগ নিয়েছেন এসব ক্ষেত্রে। বর্তমানে অনলাইন শপিং করতে গিয়ে আমরা কী ধরণের প্রতিবন্ধকতার সম্মুখীন হয়ে থাকি পয়েন্ট আকারে ব্যাখ্যা কর।

গ) অনলাইন শপিং আমাদের হাতের মুঠোয় কেনার সুযোগ এনে দিয়েছে। ফলে প্রয়োজন না থাকলেও আমরা আজকাল ঢু মারি অনলাইনের বিভিন্ন সাইটে এবং ঘণ্টার পর ঘণ্টা নষ্ট করি এসব অপ্রয়োজনীয় জিনিস দেখে। হয়তো কখনো কখনো কিনি। কিন্তু কারো কারো এক ধরনের আসক্তি হয়ে যায় এসব সাইট ঘাঁটাঘাঁটির। অর্থ, সময় এবং মানসিক শান্তির এক বিরাট ক্ষতি হয় এর ফলে।

প্রশ্নঃ কোনো পণ্য ক্রয় করার পূর্বে আমাদের দৃষ্টিভঙ্গি কেমন হওয়া উচিত ব্যাখ্যা কর।

******আগামী (১৭-০৮-২০২০) এর মধ্যে উত্তরপত্র সাবজেক্ট টিচার এর ইমেইল এড্রেস এ সাবমিট করতে হবে, ইমেইল এর সাবজেক্টে নিজের নাম এবং ক্লাশ অবশ্যই লিখতে হবে******

Subject Teacher : Junayed Hossain Chowdhury

Email: junayedtishad@gmail.com