

জয়া ফারহানা

দর্শনহীন শিক্ষার ফল বু হোয়েল সংস্কৃতি

আজকের শিক্ষার দর্শন নিয়েও গরিমা প্রকাশের এমন কিছু নেই। যে শিক্ষা নিজের ভোগমত্ততা ছাড়া অন্যের কাজে আসে না, শিক্ষার্থীকে নির্লোভ রাখে না, পীড়িত দুর্বল অক্ষমকে সাহায্য করতে শেখায় না, সেই শিক্ষার শেষ পরিণতি যে কী সে তো চারপাশে তাকালেই দেখতে পাই। প্রযুক্তির প্রবেশদ্বার দিয়ে বিশ্বায়নের সংস্কৃতির সঙ্গে তাদের সংযোগ ঘটেছে কিন্তু বন্ধ হয়েছে মানুষ এবং চারপাশের প্রকৃতির সঙ্গে সংযোগের দুরার। যে শিশু শুধু পায় তার জীবন হয়ে যায় বন্ধ গুহা। পরিণতি বু হোয়েল আসক্তি

গোটা দুনিয়ায় বিজ্ঞাপন বাজারের দৈনিক বিনিয়োগ কত? লেনদেন কত? মুনাফাই বা কত? হতে পারে এই অঙ্ক কয়েক হাজার বিলিয়ন ডলার। হতে পারে কয়েক লাখ বিলিয়ন ডলার বা আরো বেশি। গুগলের কাছে জানতে চাইলে সঠিক অঙ্ক জানা যায় বটে। কিন্তু কি দরকার গল্পমাদনের মতো অঙ্কের এই বোঝা মাথায় বয়ে বেড়ানোর। আমাদের জন্য শুধু এই তথ্যটুকু জানা জরুরি যে বিজ্ঞাপনদুনিয়া প্রতিদিন ভোক্তাসাধারণের ভোগস্পৃহাকে শান দেওয়ার জন্য সম্ভাব্য সব রকম কসরত করে যাচ্ছে। এক্স ব্র্যান্ডের জুতা ব্যবহার না করলে পা দু'খানার আর কি এমন মূল্য অথবা ওয়াই ব্র্যান্ডের পারফিউম চারপাশ মাতিয়ে-তাতিয়ে না তুললে শরীরটা যে আবর্জনার ভাগাড় অথবা জি ব্র্যান্ডের সানস্ক্রিম চোখে না তুললে চারপাশে দেখা সব দৃশ্যই উষ্ম ধূসর মরুভূমি—এই মন্ত্র প্রতিদিন বিজ্ঞাপন বাজার গুনিয়ে যাচ্ছে। বিজ্ঞাপনের এই মোহমায়াময় পে অফ লাইনের খপ্পরে পড়িনি এ কথা নিশ্চয় করে আমরা কেউ বলতে পারি না। তবে বলতে পারলে মন্দ হতো না। প্রতিদিনের টানাপড়েনের জীবনে হাজারটা পণ্য ক্রেতাদের ক্রয়তালিকায় প্রবেশ করিয়ে দিচ্ছে এই সম্মোহনী পে অফ লাইন। এ তালিকার কয়টি প্রয়োজনীয় আর কয়টি অপ্রয়োজনীয়, একটু স্থির মন নিয়ে তা যাচাই-বাছাই করলে দেখা যেত বেশির ভাগ পণ্যই অপ্রয়োজনীয়। এই যে হাজারটা অপ্রয়োজনীয় পণ্য জীবনে ঢুকে গেল এবং জীবনকে আরো নিষ্ফল প্রতিযোগিতার দিকে ঠেলে দিল এ-ও একরকম বু হোয়েলের চোরাবালি। অপ্রয়োজনীয় পণ্য কেনার জন্য মধ্যবিত্ত হাঁসফাঁস করবে, কিনতে না পেরে আক্ষেপ-আফসোস করবে, জীবনটাকে বৃথা ভাববে, ক্রেতাদের মনে এই অনুভব ঢুকিয়ে দেওয়াই বিজ্ঞাপন বাজারের প্রধান দর্শন। প্রতারক পে অফ লাইন প্রতিদিন অপ্রয়োজনীয়কে প্রয়োজনীয় বানাচ্ছে। আমাদের অজান্তে আমাদের অলক্ষে আমাদের কষ্টার্জিত ব্যক্তিগত পুঁজি চলে যাচ্ছে হাতে গোনা কয়েকটি ব্র্যান্ডি বহুজাতিক প্রতিষ্ঠানের ঘরে। এই অর্থে বিশ্বের নামিদানি বহুজাতিক ব্র্যান্ডি প্রতিষ্ঠানগুলোকে ফ্যানসিষ্ট বললে ভুল বলা হয় না। স্বল্পোন্নত বা দরিদ্র কোনো দেশের বেডরুমের ড্রেসিং টেবিলে কোন ব্র্যান্ডের ক্রিম থাকবে বা কোন কম্পানির হেয়ার জেল থাকবে, তা যখন অস্ট্রেলিয়া, যুক্তরাষ্ট্র বা যুক্তরাজ্যের কোনো প্রতিষ্ঠান নিয়ন্ত্রণ করে তখন একে ফ্যানসিজম বলাটা নিশ্চয়ই খুব অতিরঞ্জন নয়। বহুজাতিক ব্র্যান্ডি প্রতিষ্ঠান শুধু যে আমাদের পোশাক, জুতা, কসমেটিকস বা এক্সেসরিজই নিয়ন্ত্রণ করছে তা নয়, তারা নিয়ন্ত্রণ করছে আমাদের চর্চা-চোষা-লেখা-

পেয়েকেও। পানির কাজ শরীরের তরল জলীয় অংশ পূরণ করা। এখন এই পানীয় পাঁচ হাজার ফুট উঁচু বরনা থেকে সংগ্রহ করলে তা কতখানি মিনারেলসমৃদ্ধ, কতখানি জীবাণুমুক্ত—এই মায়াজাল ছড়িয়ে এক বোতল পানির মূল্য নির্ধারণ হয়েছে ৬৫ লাখ টাকা। বেভারলি হিলস কম্পানির নির্ধারিত এই মূল্যও এখন সংগত মনে হচ্ছে আমাদের। বিজ্ঞাপনের এমনই মোহময়া! পেয় গেল, চর্চা প্রসঙ্গে আসি। বারবিকিউ বা বলসানো খাবারের জনপ্রিয়তার কথা কারো অজানা নয়। কেন এই জনপ্রিয়তা? সিন্ধু খাবারের চেয়ে বলসানো খাবারে অপচয় হয় বেশি। বারবিকিউ জাতীয় খাবারে যত অংশ অপচয় হয় অন্য কোনো প্রক্রিয়ায় রান্না খাবারে অতটা অপচয় হয় না। নৃতাত্ত্বিক রুদ লেভি স্ট্রাস দেখিয়েছেন, এই অপচয়টুকুই বারবিকিউ খাবারের জনপ্রিয়তার মূল কারণ। অসন-বসন-ভূষণ শুধু দ্রব্যগুণে প্রিয় হয়ে ওঠে তা নয়, প্রিয় হয়ে ওঠার গোপন রহস্য অভিজাত অনুভূতি জেগে ওঠার অনুভবে। যে সংস্কৃতি অপচয়প্রবণ, সেই সংস্কৃতিকে ধারণ করার মধ্যে তথাকথিত অভিজাত শ্রেণি হয়ে ওঠার মানসিকতা কাজ করে। খাবারকে বলসে শুরুতেই অর্ধেক খাবার অপচয় করার মধ্যে এবং এই অপচয় প্রবণতার ভোগবাদিতার আনন্দ। যে ইউরোপ-আমেরিকা দাঁড়িয়ে আছে এশিয়া-আফ্রিকা আর লাতিন আমেরিকার শোষিত সম্পদের ওপর তাদের রেসিপি পণ্য কেনার জন্য প্রাক্তন কলোনিয়ালদের কাঙালের মতো হামলে পড়া নিশ্চয়ই উপভোগ্য বহুজাতিক করপোরেট প্রতিষ্ঠানগুলোর জন্য। তাদের খাবার খাওয়ার জন্য কলোনিয়ালদের হামলে পড়ার এই প্রবণতা দেখে নিশ্চয়ই তাদের উপনিবেশকালীন সুখ অনুভব হয়। তাদের সৃষ্ট দুর্ভিক্ষের সময় যেভাবে আমরা খাবারের জন্য হামলে পড়তাম, এখন দুর্ভিক্ষের সময়ও তেমনভাবে হামলে পড়ছি। দেশের বহুল প্রচারিত একটি সংবাদমাধ্যমের কাছে দেশের প্রথম সারির একজন সেলিব্রিটি বলেছেন, তাঁর সাড়ে ৩০০ জোড়া জুতা আছে। নতুন আরেক জোড়া কিনে এনে জুতার আলমারি খুলে দেখেন হব্বহ ওরকম আরেক জোড়া জুতা আলমারিতে সংরক্ষিত আছে। এসব খুব খারাপ দৃষ্টান্ত। এজাতীয় স্টেটমেন্ট সংযমের দর্শনকে বিদ্রোহ করে এবং ওই সেলিব্রিটির অনুসারীদের অনায়াস ভোগবাদিতাকে উৎসাহিত করে। আরো মুশকিল, সেলিব্রিটিদের এই দিঘল চাহিদা কোথায় থামবে তা তাদের নিজেদেরও অজানা। অসন-বসনে-ভূষণে-যতনে বিশেষ বিশেষ আবেশ তৈরি করেও তারা অভৃষ্ট। চাহিদা যেমন অনন্ত, অসন্তোষও তেমনি অসীম। এই যে অসীম চাহিদা ও অনন্ত

অসন্তোষের সংস্কৃতি, এটা তৈরি হলো কিভাবে, ভুলটা কোথায়? প্রথম ও প্রধান ভুল শিক্ষাব্যবস্থায়। প্রাচ্যের শিক্ষাধরুরা জানিয়ে গেছেন, বাইরের সাজসজ্জায় মানুষ বড় হয় না, বড় হয় ভেতরের শিক্ষায়। শিক্ষা যখন ব্রত ছিল তখন কঠিন নিয়মে নিজেকে সংযত রাখতে হতো শিক্ষার্থীদের। রাজার সন্তানকেও শিক্ষার জন্য গুরুর সঙ্গে তপোবনে গিয়ে থাকতে হতো। গুরুর জন্য কাঠ কাটা, জল তুলে আনা, গ্রাম গ্রামান্তর থেকে গুরুর জন্য ভিক্ষা করে আনা, কঠিন বিছানায় শোয়া, খালি পায়ে থাকা, দুষ্প্রবৃত্তি দমনে ২৪ ঘণ্টা নিজের সঙ্গে যুদ্ধ করা—এসবই প্রাচীন ভারতের শিক্ষা। এসব আজ হাসির খোরাক ছাড়া কিছু নয়, আঘাতে গল্পও মনে হতে পারে। কিন্তু আজকের শিক্ষার দর্শন নিয়েও গরিমা প্রকাশের এমন কিছু নেই। যে শিক্ষা নিজের ভোগমত্ততা ছাড়া অন্যের কাজে আসে না, শিক্ষার্থীকে নির্লোভ রাখে না, পীড়িত দুর্বল অক্ষমকে সাহায্য করতে শেখায় না সেই শিক্ষার শেষ পরিণতি যে কী সে তো চারপাশে তাকালেই দেখতে পাই। নীরব চিন্তা সর্বাপেক্ষা গভীর চিন্তা, নীরব বেদনা সর্বাপেক্ষা তীব্র বেদনা এবং নীরব অনুভব সর্বাপেক্ষা শ্রেষ্ঠ অনুভব—প্রাচ্যের এই দর্শনকে উপেক্ষা করে মোবাইল কম্পানিগুলো দিন-রাত কথা বলে যাওয়ার পরামর্শ দিয়ে যাচ্ছে। ইন্টারনেটে আসক্ত শিশু-কিশোরদের বড় একটি অংশের দশা হয়েছে পরশ পাথরের খেপার মতো। নদীর স্রোতের ওপর মেঘের ছায়া, জলের ওপর জলবিদ্যুর নৃত্য, চারপাশের সপ্রাণ তৃণলতা বৃক্ষ, কোনো কিছুর দিকে তাকানোর সময় এদের নেই। আকাশ থেকে বর্ষা তার আঁচল সরিয়ে নিলে শরতের আকাশ যে কি প্রসন্ন লাভগাম্য চেহারা নিয়ে হাজির হয়, সে দৃশ্যও এদের মনোযোগ টানতে পারে না। প্রযুক্তির প্রবেশদ্বার দিয়ে বিশ্বায়নের সংস্কৃতির সঙ্গে তাদের সংযোগ ঘটেছে, কিন্তু বন্ধ হয়েছে মানুষ এবং চারপাশের প্রকৃতির সঙ্গে সংযোগের দুরার। যে শিশু শুধু পায় তার জীবন হয়ে যায় বন্ধ গুহা। পরিণতি বু হোয়েল আসক্তি। ঠিক যে কোন কোন শিক্ষার্থী তার বিন্দ্য-বুদ্ধির আলোয় চারপাশ ধাঁধিয়ে দিচ্ছে, কিন্তু লক্ষ করতে হবে এদের সংখ্যা কত? বেশিসংখ্যক শিক্ষার্থীর জীবনের লক্ষ ও দর্শন কী? বু হোয়েলে আসক্ত শিক্ষার্থীর সংখ্যা আশঙ্কাজনক বেড়ে যাওয়াও নিশ্চয়ই কাজের কথা নয়। নীতির সঙ্গে প্রযুক্তি এবং পুঁজির সঙ্গে নৈতিকতার গোলমাল বাধিয়ে প্রসন্নতার বদলে জীবনে আমরা উপদ্রব আমদানি করছি কি না সেটা ভাবার জন্য অন্তত কিছু সময় থিতু হওয়া দরকার।

লেখক : কথাসাহিত্যিক