



# সময়ের জ্বর সময়ের স্বর

হিমবত্ত বন্দ্যোপাধ্যায়

[Zoom In](#) | [Zoom Out](#) | [Close](#) | [Print](#) | [Home](#)

মুখ ঢেকে যায় বিজ্ঞাপনে  
একলা হয়ে দাঁড়িয়ে আছি  
তোমার জন্যে গলির কোণে  
ভাবি আমার মুখ দেখাব  
মুখ ঢেকে যায় বিজ্ঞাপনে।

একটা দুটো সহজ কথা  
বলব ভাবি চোখের আড়ে  
জৌলুশে তা ঝলসে ওঠে  
বিজ্ঞাপনে, রংবাহারে।

কে কাকে ঠিক কেমন দেখে  
বুঝতে পারা শব্দ খুবই  
হা রে আমার বাড়িয়ে বলা  
বা রে আমার জন্মভূমি !

বিকিয়ে গেছে চোখের চাওয়া  
তোমার সঙ্গে ওতপ্রোত  
নিওন আলোয় পণ্য ওতপ্রোত  
নিওন আলোয় পণ্য হলো  
যা - কিছু আজ ব্যক্তিগত।

মুখের কথা একলা হয়ে  
রইল পড়ে গলির কোণে  
ক্লান্ত আমার মুখোশ শুধু  
ঝুলতে থাকে বিজ্ঞাপনে।

জলের মতো ঘুরে ঘুরে কথা বলার দিন শেষ। দূরের আকাশ আর দূরতর আকাশ রেখার কোণে জেগে থাকা সাঁঝবাতির

সাথে চুপিচুপি মন খারাপের গল্প বলার দিনও ফুরিয়ে এল দেখতে দেখতে, যেন উদাসী শালিখের চোখে ঘনিয়ে এল ঘে ার। প্রসারিত টাটা সেন্টারের মাথায় ঝুপ্ করে দিনের আলো নিভে গেল এই চেনা মেলামেশার ঢঙ, বদলে যায় অলিগলির শিরা উপশিরা। তখন কতো মানুষের ভিড়ে কতো রকমের কথকতা, কেনাকাটা, ক্যাকোফোনি, কান্নাহাসির দে াল দোলানো নৈমিত্তিক পৌষফাগুন। কতো আনাড়ি উচ্ছ্বাস আর সেয়ানা সফলতা নিয়ে কাড়াকাড়ি। মিটিং মিছিল, তেজি মাতাদোরের মতো তার বাঁচার লড়াই, দশটা-পাঁচটায়। তারপর কি থাকে তার অন্তর জুড়ে, অন্তর্দাহ নাকি অন্তর্ধ ানের ইচ্ছা--- কে জানে ! নাগরিক রাত শুধু দেখে একঘেয়ে এক ক্লান্ত টিন, দেখে সারি সারি বাড়ি আর গাড়ি আর পথচ ারী জনতার পায়ে পায়ে ত্রমশ ছড়িয়ে যায় তার পাল্লা --- বৃহৎ এক বাজারের মাঝে শ্যামবাজার বাগবাজার ছাড়িয়ে, র াজাবাজার রাধাবাজার লালবাজার ছাড়িয়ে, শহর ছাড়িয়ে আরো দূরের শহরেরদিকচত্রবাল ছাড়িয়ে, দেশ ছাড়িয়ে, পৃথিবীময়। অনন্ত এক ডিপার্টমেন্টাল স্টোর যেন, যেখানে আমি তুমি সামগ্রী, সে সামগ্রী, দেবতা - দেশপ্রেম সামগ্রী, স্ত্রীলে াক সামগ্রী, বিদ্যা সামগ্রী, বিদ্বান সামগ্রী, মুখ - মন - মগজ সামগ্রী, ঠোঁটসামগ্রী, চুমুও তাই। এখানে সব কিছু বিকোয়। ল্যাম্পপোস্টের গায়ে লটকানো পোস্টার, বহুতলের গায়ে সাঁটা ফ্লেমে আঁটা রঙিন আলোর প্রেম, কিংবা ট্রামে বাসে, ক াগজপত্রে, টিভি সিরিয়ালের ভাঁজে ভাঁজে জমিয়ে তোলা নানা সামগ্রীর দৃশ্যকথামালা -- ত্রেতা ধরার কেতা কতো সহজে আড়াল করে আর সব। স্তব এবং অভাব। এইভাবে মুখ ঢেকে যায় বিজ্ঞাপনে।

মানুষ বাড়ছে তাই প্রয়োজন বাড়ছে, চাহিদা বাড়ছে তাই বাড়ছে যোগানদারদের বাজার ধরার দস্তুর। তাই এত বিজ্ঞ াপন। প্রতিযোগী পণ্যের এই বাজারধর্মী বিপন্নতা তাই প্রতিমুহূর্তে বিজ্ঞাপনের শরীর ছুঁয়ে বাড়তে চাইছে, বাঁচতেচাইছে। এবং এই যে শঙ্কিত সাম্প্রতিক দিনগুলিতে এই যে মিডিয়ার গ্লাসে নিহত নির্জনতা, এই যে বিজ্ঞাপনের বাচাল প্রহরে, দিকে দিকে ‘গভীর নীলাভতম ইচ্ছা চেষ্টা মানুষের, ইন্দ্রধনু ধরিবার ক্লান্ত আয়োজন’ --- এর মাঝে কেমন থাকেন কবি শিল্পী, সংবেদনশীল মানুষ? শিল্পীর কাবাসনা? এত তীব্র বিপরীতের দ্বন্দ্ব কি ভালো থাকা যায়? বিরিয়ানি বিপণির আ মিষগন্ধ আর শীততাপনিয়ন্ত্রিত সাইবার কাফেদের বকঝাকে ব্যস্ততাকে জুড়ে নিয়ে নিছক প্রয়োজনের পৃথিবীতে কতোটা ভ ালো আছেন আমাদের প্রিয়জন? আসুন তার কিছু পরিচয় খুঁজে নিতে, কবিতার অক্ষরে অক্ষরে। কবি শঙ্খ ষোষের মেধ াবী বিষাদ যেখানে ধরা আছে, আসুন পড়ি তাঁর কবিতা

“একলা হয়ে দাঁড়িয়ে আছি  
তোমার জন্যে গলির কোণে  
ভাবি আমার মুখ দেখাবো  
মুখ ঢেকে যায় বিজ্ঞাপনে”

নিঃশব্দের তর্জনী তলে ‘এত বেশি কথা বলো কেন? চুপ করো / শব্দহীন হও’ বলে যখন নিস্তার নেই, সেই প্রগল্ভসময়ে কেউ কেউ --- মুদ্রাদোষে নয় -- স্বেচ্ছায় কিছুটা নিরালা খুঁজে নেয়, সবার থেকে দলছুট হয়ে একলা দাঁড়ায়, কারবারি ল াভের বাইরে, শুধু ‘তোমার জন্যে’। এই যে কেজো, কর্তাভজা, কৃত্রিম পৃথিবী, যেখানে সবাই ছুটছে কিছু না কিছু অ্যাচিভ করার জন্য, সেখানে একজন গলির কোণে দাঁড়িয়ে আছে, ঘনিষ্ঠ একজনকে একটু মুখ দ্যাখাবে বলে --- নিচু প্রোফাইলে গড়া এই নিবিড় অনুরাগের কথাগুলি অকন্মাৎ ধাক্কা খায় যেন, ‘মুখ ঢেকে যায় বিজ্ঞাপনে’ শুধু কি মুখ ঢেকে যায়, মনও ঢেকে যায় হয়তো বা। নিজের খাঁটি নিজস্বতটুকু হারিয়ে যায় এই বিপণন আর বিজ্ঞাপনের মাদারিখেলায়

“একটা দুটো সহজ কথা  
বলব ভাবি চোখের আড়ে  
জৌলুশে তা বলসে ওঠে  
বিজ্ঞাপনে, রংবাহারে।”

এ এক আশ্চর্য সময়, যখন নিজের ঢাক নিজে না পেটালে 'লোকে বলবে মূর্খ বড়ো, লোকে বলবে সামাজিক নয়।' তবু কিছু ব্যতিক্রমের মতো মানুষ থেকে যাবে, যারা ধূর্ত হবে না হাবেভাবে। যারা নিজেকে জিজ্ঞাসা করবে 'বড়ো বেশি কথা বলা হলো?' আর ভাববে 'চতুরতা, ক্লাস্ত লাগে খুব?' কথা তো, প্রতিটি উচ্চারিত কথাই তো, তাদের কাছে অঙ্গীকার, অর্থহীন দিশাহীন শব্দসমষ্টিমাত্র নয়। তাই 'একটা দুটো সহজ কথা' যদি নিজের সত্য অস্তিত্ব হারায়, তার গায়ে যদি জমে জৌলুশ আর চটক, সেই রংবাহারে পথ হারাবে প্রেম ও প্রতিজ্ঞা, হয় তো প্রতীক্ষাও !

একররকম বিজ্ঞাপন থাকে বাইরে, পণ্যদ্রব্যের গায়ে, কারবার কৌশলের শিরায় শোণিতে, মুনাফার নীল নকশায়। স্পর্শকাতর মানুষ বিপন্নবিপ্লয়ে নাজেহাল হয় তার কারিগরি দক্ষতায়। সমাজবিজ্ঞানী বিনয় ঘোষ তার কিছু পরিচয়তুলে ধরেছেন; ত্রৈতাকে কন্ভিন্সড করতে না পারো তো কন্ফিউসড করে দাও --- এই হল বিজ্ঞাপনের দর্শন। বিনয়বাবুর ভাষায়---

“এই যে দেদার ভোগ্যদ্রব্য যার শতকরা পঁচানব্বই ভাগ মানুষের বেঁচে থাকার জন্য প্রয়োজন নেই, এমন কি বাঁচার মতো বাঁচার জন্যও নেই। শুধু সামাজিক অপচয়, তা বাজারে চালাতে গেলে বেচতে গেলে তার জন্য চাহিদা সৃষ্টি করতে হয় অর্থ। ১৭ নতুন নতুন অভাববোধ জাগাতে হয় মানুষের মধ্যে এবং যা করতে গেলে সকলের আগে এবং সবচেয়ে বেশি প্রয়োজন হয় বিজ্ঞাপনের। বিজ্ঞাপন তাই একালের মনোপলি ক্যাপিটালের জীবনমরণ কাঠি এবং তার জন্য বর্তমান সমাজে বিজ্ঞাপনের নৈতিক মানসিক প্রভাব যে কত গভীর স্তর পর্যন্ত প্রসৃত ও কত ব্যাপক তা সহজে ধরা যায় না”

আধুনিক অথবা উত্তর আধুনিক পৃথিবীর প্রতিটি মানুষ যেন অভিমন্যু, তাকে ঘিরে অগণিত কাগজপত্র, টেলিভিশনের নানা চ্যানেলে, ইন্টারনেটের দূরপাল্লায়, অডিও ভিডিও ক্যাসেটের অজঙ্গ পাকে, কম্প্যাক্ট ডিসকের সুদর্শন চত্রেচলে নানা ভাষায় বিজ্ঞাপন। যেখানে অতিশায়নের সীমা ছাড়িয়ে মিথ্যাকে কেমন অনায়াসে সত্যি বলা হয়, সত্যি করা হয়। বলা হয় প্রশ্রয়ের সুরে 'Permissible lie'! এই মনোরম মিথ্যাই বিজ্ঞাপনের 'জ্ঞাপন'। যোগ্যজনে বলে “Advertising is Communication—mass produced, a brain of child of our mechanized civilization,” বাণিজ্যবিজ্ঞাপনের নাকি বিবেক থাকতে নেই! কি জানি, হবেও বা। সর্বাধিক ত্রৈতা ধরার জন্যই সম্ভবত নীতিবোধ শিকিয়ে তুলে ক্রিকেট টেলিকাস্টের ফাঁকে থাকে কনডোম কিংবা স্যানিটারি ন্যাপকিনের বিজ্ঞাপন, অথবা, বাকার্ডি বা কিংফিসারের বিজ্ঞাপন। বিব্রত বাবা মায়ের আড়ালে কিছু কৌতূহলী অপরিণত চোখে বিপ্লয় ঘনিয়ে আসে। পণ্যের ভাবী ত্রৈতার অসময়ে, অন্যায়ে ভাবে 'বড়ো' হয়ে যায়। তাদের 'এ দিল মাস্তে মোর'। অ্যাগ্রেসিভ মার্কেটিং করপোরেট কর্তাদের কানে কানে মন্ত্র জপে-- 'Advertise or perish', আর বিজ্ঞাপনজগৎ দিকে দিকে, বাঁপিয়ে ছিল মাল টাকে বিড়াল বানানোর 'সুকুমার' খেলায়। খেলাই বটে। তথাকথিত বাণিজ্যের বাংলায় ---- 'ধামাকা'।

এই সব কিছুর চাপে একটু একটু করে বদলে যায় সামাজিক চলন, প্রতিযোগিতার দর্শন বদলে দিতে থাকে তার সাবেক আদর্শ ও মূল্যবোধ। কালো মেয়ের কান্নাকে পণ্য করে 'ফেশ্যার অ্যান্ডলাভলি', ইভটিজিংকে আশ্রয় করে চলতেই থাকে উষা ফ্যান। চিন্তাদর্শে বড়ো রকম বদল না হলে ওনিডা কেন রভিন টিভি বেচতে শয়তানকে সাক্ষী রেখে পড়শির ঈর্ষাকে ত্রৈতার গর্বের বিষয় করে তুলবে? কেন শ্যাম্পুর বিজ্ঞাপনে শরীর দ্যাখাতে হবে? ক্যাডবেরির বিজ্ঞাপনে কেন ক্যাটালিস্ট হবে নারীদেহ? ঠিকই বলেছেন বিনয় ঘোষ, এই সব কিছুর ফলাফল চুঁইয়ে নামে --- 'জেনারেশন নেক্সট' - দেব চেতনায় -- আদর্শহীনতার এই নব্য আদর্শ, এই হেজিমনি। অথচ একদিন ছোটদের মন ভোলাতে আমাদেরও ছিল ঠাকুমার ঝুলি, একটু বড়ো হলে নাচ আর নাটক। ব্রতচারী আর বয়স্কট। ছিল ছোট ছোট পাড়ার ক্লাব, শীতে দল বেঁধে পিকনিক, বিজয়ার পর গানের জলসা। ওবাড়ির পিসিমার কাছে ভুতের গল্প শুনতে যেত যারা, এবাড়ির দাদার কাছে ডাকটিকিট আর লুকিয়ে চুরিয়ে দিদার আমের আচার নিয়ে যেত যারা, দুট্টু দুপুরে দস্যিপনার পর পাড়ার মান্য অভিভাবকের কাছে কানমলা খেত যারা, তারপর সেই দুঃখে 'আবার যথের ধন' কিংবা 'চাঁদের পাহাড়' নিয়ে বসে পড়তো যারা--- তারা কি তাদের ছেলেমেয়েদের জন্য সেই অবকাশ মঞ্জুর করছে কোথাও? ইংরেজিমাধ্যম স্কুলের কড়া শাসন আর অনুশাসন কি

সেই সরল দিনরাত্রি দিচ্ছে তাদের? ইঙ্কল - কোচিং ক্লাস, গান আর আঁকার ক্লাস, সাঁতার সেতার ও কমপিউটার শেখার পর আর কিছু খোলা আকাশ কি থাকে তাদের জন্য? অথচ শিশুরা কেমন দ্রুত বাল্য এবং কৈশোরে পৌঁছে যায়। 'তম্বে'র নিশিডাক তারা শোনে, ইন্টারনেট সার্ফ করতে করতে দ্যাখে, যা তাদের দ্যাখার নয়। তারা হিঙ্গ হয়, ক্লাস্ত হয়। বাবা - মারা ব্যস্ত যখন কেরিয়ার দৌড়ে, তখন তাদের বন্ধু হতে পারতো যারা --- সেই দাদু ঠাকুমারাও তো থাকে না কাছপিঠে -- নিউক্লিয়ার পরিবারের আড়াই কামরার ফ্ল্যাট বাড়িতে তাদের ঠাঁই হয় নি। নেই কাকা পিসিরাও। পৃথগন্নের পরিখা মাঝখানে একক পরিবার নিষ্ঠুরভাবে পরিকল্পিত। অগত্যা 'দ্রেস'- য়েই পালিত হয় তাদের কারও কারও জন্মদিন, পায়োসের অভাব পূরণ করে পকেটম্যানি আর মন্জিনিসের কেক। অগত্যা একলা থাকার অস্থির প্রহরে এই 'পিকু'দের আঙ্গুল রিমোটে অস্থিরতর চাপ দিয়ে টিভির চ্যানেল থেকে চ্যানেলে খুঁজে ফেরে সেক্স কিংবা অ্যাকশন। ওরা এই ভাবে 'বড়ো' হয়, আধুনিক বড়বাজারের আগন্তুক হয়।

অথবা, সত্যিসত্যি 'বড়ো' হবার আগেই, ভাবে, এই যাচ্ছেতাই জগৎটাকে বদলে দিতে ওদের সাথী যদি হত কোনও অদ্ভুতকর্মা --- ব্যাটম্যান, স্পাইডারম্যান কিংবা পোকামনদের কেউ, কিংবা দিশি 'শক্তিমান'। পার্লোজি বিস্কুট মুখে দিয়ে হয়তো ভাবে, যদি শক্তিমান তাকে উড়িয়ে নিয়ে যেত অন্য ভুবনে। এবং এইসব ভাবতে ভাবতেই হয়তো তাদের মধ্যে কেউ একজন অসীম ঝাসে লোকলোচন এড়িয়ে উঠে আসে বহুতল বাড়ির মগডালে। তারপর ছাতের বিপজ্জনক কিনারা থেকে নিজেকে ছোট্ট পাখির মতন ভাসিয়ে দ্যায়, গাঢ় অন্ধ্রিজেনে ভরা আকাশের দিকে --- পড়ে যাবার আগেই প্রিয় শক্তিমান তাকে লুফে নেবে, এই জেনে। তারপর আকাশভরা সূর্যতারা ঝিভরা প্রাণের থেকে বড় অসময়ে বিদায় -- মিডিয়ার খবর আর মনোবিজ্ঞানীর সাবজেক্ট হয়ে যায় সে।

এইভাবে মুখ ঢেকে যায় --- লজ্জায়। এইভাবে মুখ ঢেকেযায় বিজ্ঞাপনে। বোরোলিন বলেছিল, জীবনের ওঠাপড়া যেন গায়ে না লাগে। এখন আমাদের অনেক কিছুই গা সওয়া হয়ে গেছে। তবু অনুভবী কবি কবিতায় সত্যবান থাকতে চান, একটা দুটো সহজ কথায় শোনাতে চান সামাজিক স্বপ্নভঙ্গের কাহিনী। আর সেখানেই হাহাকার হয়ে বারে তাঁর কবিতার দুঃখিনী বর্ণমালা শিরে সংত্রাস্তি নিয়ে স্তম্ভিত স্বদেশ আরও বড়ো সর্বনাশের জন্য অপেক্ষায় থাকেযেন। বেদনায় নীল হয়ে যাওয়া জন্মভূমির বর্ণপরিচয় কবি নতুন করে পড়তে চান---

'কে কাকে ঠিক কেমন দেখে

বুঝতে পারা শব্দ খুবই

হা রে আমার বাড়িয়ে বলা

হারে আমার জন্মভূমি!"

কে কাকে কেমন দেখবে, তাও তো আজকাল প্রচারে প্রচারে ঠিক হয়ে যায়। তাই তো ধর্মের বিজ্ঞাপন, রাজনীতির বিজ্ঞাপন, দল ও প্রতিষ্ঠানের বিজ্ঞাপন। এটা ঠিক, এই আধুনিক জীবনে আমরা বিজ্ঞাপন বেষ্টিত। কিন্তু ভিতরে ভিতরে নিজের পাও কি নিজেদের বিজ্ঞাপন হয়ে যাই নি? প্রতি মূহূর্তে আমাদের সামাজিক জীবনে, পেশা জীবনে, এমন কি, ব্যক্তিজীবনে আমরা কি নিজেদের যথাযথ মাপে স্থাপন করি? নাকি সহজ কথাগুলিতে লাগাই রঙের পালিশ আর মিথ্যা দিয়ে গড়ে তুলি আত্মপরিচয়? এই যে নিজেকে নিজেই সেবার শিরোপা দেওয়া --- একি আত্মবিজ্ঞাপন নয়? এই বাড়িয়ে বলা, এই আত্মপালন সেভাবে এখন বিব্রত করে না আমাদের সৌজন্যবোধকে। অনেক সময় অন্যকে তাক লাগিয়ে দেবার জন্য, অনেক সময় অন্যের চোখে ধুলো দেবার জন্য, এমন কি ক্ষেত্রবিশেষে অন্যের মনে ভয় ধরিয়ে দেবার জন্য আমরা নিজেদের জাহির করি। ভুলে যাই, এই আত্মবিজ্ঞাপন, এই আত্মপ্রশংসা আসলে নিজের দুর্বলতা বা হীনম্মন্যতাকেই প্রকাশ করে। বিশেষত এই ফলস আইডেনটিটি হঠাৎ ধরা পড়ে গেলে তখন শুধু নকলনবীশ স্মার্টনেস দিয়ে সামাল দেওয়া যায় না সেই ফাঁকি আর শূন্যগর্ভ অস্তিত্বকে। তথাকথিত বুদ্ধিমানকে কী দাণ নির্বোধ লাগে তখন। কথামালার সেই নীলবর্ণ শেয়ালের মতে প্রতারক মনে হয়, যে ঘটনাচক্রে নিজেকেও প্রতারণা করেছে। কবি তো নিজেই অন্য কবিতায় বলেছেন --- "হঠাৎ কখনো যদি বোকা হয়ে যায়, কেউ, সে তো নিজে আর / বুঝতেও পারে না সেটা।" তবু অনুভূতিশীতল অন্যেরা তা বোঝে

কখনো কখনো। এবং সেই ক্ষণে, আত্মবিজ্ঞাপিত প্রতিমার গা থেকে খুলে যায় ঝুটা রঙের পলেস্তারা, বার হয়ে পড়ে খড়কুটোর, কঞ্চির কাঠামো, পরিমাটির মামুলিপনা। রাজনৈতিক নেতা, অথবা, পোলি পর্দার তারকা, কিংবা, খেলার মাঠের হিরো -- নিজের সাতকান গরিমাগাথা শুনে, বা, বলে লজ্জিত হয় না কোনো কোনো মানুষ, অথচ এই শিষ্টাচারের অপমৃত্যুতে লজ্জিত হন কবি, ব্যথিত হয় তাঁর কণ্ঠ

“বিকিয়ে গেছে চোখের চাওয়া

তোমার সঙ্গে ওতপ্রোত

নিয়ন আলোয় পণ্য হলো

যা কিছু আজ ব্যক্তিগত।”

আজকাল যখন সেলিব্রিটির প্রেম কথা তথা বিছানা বৃত্তান্ত ট্যাবলয়ে কাগজের দামি খাদ্য, হলুদ সাংবাদিকতার সেই রম্য পণ্যপ্রজন্মে ‘ব্যক্তিগত’ বলে কিছু নেই। থাকতে নেই। একটি কথার দ্বিধা থরো থরো চুড়ে এখন আর সাতটিআমরাবতীর ভার সয় না, বরং কথাগুলি যদি লেডি ডায়ানা বা ডেভিড বেকহ্যামের হয়, তবে তার সঙ্গে উপযুক্ত মশলা মিশিয়ে চিহ্ন রেসিপি বানানো হয় সঙ্গে সঙ্গে। ভারী ভাবমূর্তির জনপ্রিয়তাকে ভাঙিয়ে ভরে ওঠে বার্তাসম্পাদকের ক্যাশবাক্স। ‘গোপন কথাটি রবে না গোপনে’ বলার মধ্যে যে সৎ উত্তেজনা ছিল, তাও কিন্তু মরে গেছে এখন, এ লগনে গান শোনা নয়, লগ্ন-অন করে ভিডিওকন টিভিতে কেচছা শোনাই রীতি, এই ক্ষেচাচারের বাইরে গেলে তাকে ত্যারছা নজরে দ্যাখা হবে, দেগে দেওয়া হবে ভুল নামে।

অথচ প্রতিটি মানবিক সম্পর্কের একটা মাহাত্ম্য ছিল একদিন। প্রতিটি সম্পর্কের সমাজ নির্দিষ্ট কোনও নাম হয় নতা হয়তে না, তবু তার একটি ব্যক্তিগত পূর্ণতার মূল্য ছিল কোথাও। সেই সব অসমান, অন্যরকম সম্পর্কগুলি এখন মথিত হয়ে স্থূল একমাত্রায় মিশে গেছে। ‘চোখের চাওয়া’ কিবিকিয়ে যায় নি আজ কোম্পানির আই স্যাডো বা আইল্যাসের দামে, অথবা, আরও দামী কনট্যাক্ট লেন্সের লাস্যে? কিংবা, হারিয়ে যায়নি কি তার আবেদন, রে ব্যানের রোদচশমার সেই কালো রহস্যের আড়ালে? অতএব, কবি বলেন ভিতর কথা; সব কিছু একাকার হওয়ার, আত্মপরিচয় খোয়ানোর যন্ত্রণা সেখানে----

“মুখের কথা একলা হয়ে

রইল পড়ে গলির কোনে

ক্লান্ত আমার মুখোশ শুধু

ঝুলতে থাকে বিজ্ঞাপনে।”

‘তুমি’ বোঝানি, ‘আমি’ই ভিতরে ভিতরে দু টুকরো হয়ে গেছি। বলতে চাওয়া কথাগুলি পড়ে রইল, একাকী, দূরে, গলির অন্ধকার কোণে। আর রাজপথে আজ ঝুলতে থাকলো আমার, আমাদের মুখের মুখোশ --- আলোকিত বিজ্ঞাপনে তার আয়তন বদলে বদলে গেল, সম্ভব থেকে অসম্ভবে। অন্তর্গত রঙের ভিতরে খেলা করা এই মিছে ছলনার রূপসী কথাগুলি শুধু ক্লান্ত করে আমাদের। ক্লান্ত, ক্লান্ত করে।

তারপর কেউ যদি ভাবে ---- “লাসকাটা ঘরে সেই ক্লান্তি নাই / তাই ...” তাকে শুধু সিনিক্ বলাটা খুব সমীচীন হবে তো? নিজের সঙ্গে কতোক্ষণ অভিনয় করতে পারে মানুষ, মুখোশ কতোদিন মুখশ্রীর বিকল্প হবে তবে? কেন হবে?

তথ্যসূত্র

১. বিনয় ঘোষ, মেট্রোপলিটন মন মধ্যবিত্ত বিদ্রোহ (বিজ্ঞাপন ও মন), ওরিয়েন্ট ল্যাংম্যান প্ - ১৮০

২. John Corner, Edward Arnold and Jemy Howthorn, Communication studies, p – 16

শঙ্খ ঘোষের সঙ্গঠিত কবিতার উদ্ধৃতিগুলি সবটাই দে’জ প্রকাশনা থেকে প্রকাশিত শ্রেষ্ঠ কবিতা’র সাম্প্রতিক সংস্করণ থেকে

गृहीत। 'काव्यग्रन्थं मुखेन ययि विज्ञापने' प्रकाशित ह्येछिल १९८४ ते, कवितागुलि प्रकाशित ह्येछिल १९८२ - ८३ नागाद।

[Zoom In](#) | [Zoom Out](#) | [Close](#) | [Print](#) | [Home](#)

**सृष्टिसन्धान**

Phone: 98302 43310  
email: editor@srishtisandhan.com