

মনোভাব এবং সামাজিক চেতনা

(Attitude and Social Cognition)

6

এই অধ্যায়টি পড়ার পর তোমরা জানতে সক্ষম হবে :

- মনোভাব কি, এটি কীভাবে গঠিত এবং পরিবর্তিত হয় তা উপলব্ধি করতে,
- মানুষ কীভাবে অন্যের আচরণকে ব্যাখ্যা ও বর্ণনা করে তা বিশ্লেষণ করতে,
- কীভাবে অন্যদের উপস্থিতি আমাদের আচরণকে প্রভাবিত করে তা গ্রহণ করতে,
- মানুষ অন্যের দুর্দশায় কেন তাদের সাহায্য করে অথবা করে না তা বর্ণনা করতে এবং
- সমাজ অনুকূল আচরণের ধারণা তথা তার উপর প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানগুলোকে উপলব্ধি করতে।

বিষয়বস্তু

ভূমিকা

সামাজিক আচরণের ব্যাখ্যা

মনোভাবের স্বরূপ এবং উপাদান

‘একটি সবুজ পরিবেশ’ : মনোভাবের A - B - C

উপাদান (বাক্স 6.1)

মনোভাব গঠন ও পরিবর্তন

মনোভাব গঠন

মনোভাব পরিবর্তন

কুড়ি ডলারের জন্য মিথ্যে কথা বলা (বাক্স 6.2)

মনোভাব ও আচরণের সম্পর্ক

পক্ষপাত ও বৈষম্য

পক্ষপাত পরিচালনা করার কৌশল

সামাজিক চেতনা

স্কীমা এবং Stereotypes

ধারণা গঠন এবং আরোপণের মাধ্যমে অন্যের আচরণের ব্যাখ্যা

ধারণা গঠন

কার্যকারণ সম্পর্কীয় আরোপণ

অন্যের উপস্থিতিতে আচরণ

সমাজ-অনুকূল আচরণ

সমাজ-অনুকূল আচরণের প্রভাববিস্তারকারী উপাদানসমূহ।

মুখ্য পদ

সারাংশ

পর্যালোচনামূলক প্রশ্ন সমূহ

প্রকল্পের ধারণা

ওয়েব লিংকস

শিক্ষক সংক্রান্ত নির্দেশাবলি

সমাজ মনোবিজ্ঞান মনোবিজ্ঞানের সেই শাখা যা ব্যক্তির আচরণ কীভাবে অন্য ব্যক্তি তথা সামাজিক পরিবেশ দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে তা অন্বেষণ করে। আমরা সবাই মনোভাব অথবা নির্দিষ্ট কোন বিষয় অথবা মানুষ সম্পর্কে চিন্তাধারার প্রণালী গঠন করে থাকি। আমাদের যেসব ব্যক্তিদের সাথে সাক্ষাৎ হয় আমরা তাদের সম্পর্কে ধারণাও গঠন করি, এবং তাদের আচরণের কারণ নির্ধারণ করে থাকি। তাছাড়া, আমাদের নিজেদের আচরণ অন্যান্য ব্যক্তি অথবা গোষ্ঠী দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। কিছু কিছু পরিস্থিতিতে, মানুষ সমাজ-অনুকূল আচরণ প্রদর্শন করে, তার মানে, বিনিময়ে কোন কিছু প্রত্যাশা না করেই দরিদ্র এবং পীড়িতদের সাহায্য করা। এগুলোর মধ্যে বেশ কিছু সংখ্যক সামাজিক আচরণ সাধারণ বলে মনে হয়। তবুও, এসব আচরণের পেছনে যে প্রক্রিয়াগুলো রয়েছে সেগুলো ব্যাখ্যা করা একটি জটিল ব্যাপার। এই অধ্যায়টি মনোভাব, সামাজিক চেতনা এবং সমাজ-অনুকূল আচরণের সাথে সম্পর্কযুক্ত মূল ধারণাগুলো যেভাবে সমাজ মনোবিজ্ঞানীদের দ্বারা ব্যাখ্যা করা হয়েছে তা সম্পর্কে বর্ণনা করবে।

সামাজিক আচরণের ব্যাখ্যা (Explaining Social Behaviour)

মানব জীবনের একটি প্রয়োজনীয় অংশ হল সামাজিক আচরণ এবং সামাজিক হওয়া বলতে নিছক অন্যদের সঙ্গে লাভ করা থেকে অনেক বেশি কিছুকে বোঝায়। তোমরা একাদশ শ্রেণিতে যা পড়েছ তা একবার মনে করতে পার, যে সমাজ মনোবিজ্ঞান সেইসব আচরণ নিয়ে চর্চা করে যা অন্যদের বাস্তব, কল্পিত অথবা উহা উপস্থিতিতে ঘটে থাকে। এই সরল উদাহরণটি ধরে নেওয়া যাক : যদি তোমাদেরকে একটি কবিতা মনে করে আবৃত্তি করতে বলা হয়, তখন তোমাদের নিজে নিজে এইটা করতে কোন অসুবিধেই হবে না। কিন্তু যদি তোমাদেরকে এই কবিতাটি দর্শকের সামনে আবৃত্তি করতে বলা হয়, তবে তোমাদের পরিবেশনাটি প্রভাবিত হতে পারে, কারণ তোমরা এখন একটি সামাজিক পরিস্থিতিতে উপস্থিত রয়েছ। তোমাদের আবৃত্তি সবাই শুনছে (যদিও তারা বাস্তবে উপস্থিত নাও থাকতে পারে) এই কথাটি কল্পনা করেও তোমাদের পরিবেশনায় পরিবর্তন আসতে পারে। এইটা একটা উদাহরণ মাত্র যা এই প্রদর্শন করে কীভাবে আমাদের সামাজিক পরিবেশ আমাদের চিন্তাধারা, আবেগ তথা আচরণকে জটিলভাবে প্রভাবিত করে। সমাজ মনোবিজ্ঞানীরা সামাজিক আচরণের বিভিন্ন রূপগুলোকে পরীক্ষণ করে এবং তাদের ভিত্তিকে ব্যাখ্যা করে। সামাজিক প্রভাবের কারণে, মানুষ অন্য মানুষ, জীবনের বিভিন্ন সমস্যা যা আচরণের প্রবণতা রূপে বিদ্যমান, তা সম্পর্কে মতামত অথবা মনোভাব (attitudes) তৈরি করে থাকে। আমাদের যখন কোনো লোকের সাথে দেখা হয় তখন আমরা তাদের ব্যক্তিগত গুণ সম্পর্কে

অনুমান করি, একে বলা হয় ধারণা গঠন (impression formation)। মানুষ কেন তাদের মতো করে আচরণ করে সেই ব্যাপারে আমরা আগ্রহী— অর্থাৎ আমরা একটি নির্দিষ্ট সামাজিক পরিস্থিতিগুলোতে প্রদর্শিত আচরণের কারণ নির্ধারণ করি। এই প্রক্রিয়াকে বলা হয় আরোপণ (attribution)। প্রায়শই, ধারণা গঠন এবং আরোপণ মনোভাব দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। এই তিনটি প্রক্রিয়া সামাজিক জগৎ সম্পর্কে তথ্যের সংগ্রহ ও ব্যাখ্যার সঙ্গে সম্পর্কযুক্ত মানসিক কার্যকলাপের উদাহরণ, যাদের সম্মিলিতভাবে বলা হয় সামাজিক চেতনা (social cognition)। উপরন্তু, সামাজিক চেতনা জ্ঞানমূলক একক দ্বারা সক্রিয় হয়, যাকে বলা হয় স্কিমা (schemas)। জ্ঞানমূলক প্রক্রিয়াগুলো সরাসরি দেখা যায় না; বাহ্যিক আচরণের উপর ভিত্তি করে তাদের অনুমান করতে হয়। পরিলক্ষিত আচরণের রূপে আরও অন্যান্য সামাজিক প্রভাব বিস্তারের আরও অনেক উদাহরণ আছে। এমন দুটো উদাহরণ হল সামাজিক উৎসাহদান / বাধাদান (social facilitation/inhibition) অর্থাৎ অন্যদের উপস্থিতিতে কর্ম সম্পাদনে উন্নতি/পতন এবং সাহায্য, অথবা সমাজ-অনুকূল আচরণ (pro-social behaviour) অর্থাৎ অন্যদের প্রয়োজনে অথবা সমস্যায় সাড়া দেওয়া। সামাজিক পরিপ্রেক্ষিত কীভাবে ব্যক্তিকে প্রভাবিত করে তা সম্পূর্ণরূপে উপলব্ধি করতে, সামাজিক-জ্ঞানমূলক প্রক্রিয়া এবং সামাজিক আচরণের অধ্যয়ন করা প্রয়োজনীয়। সমাজ মনোবিজ্ঞানীরা দেখিয়েছেন যে মানুষ কীভাবে পর্যবেক্ষণ করে এবং তাদের নিজের ও অন্যদের ব্যতিক্রমী আচরণ সম্পর্কে ধারণা তৈরি করে তার জন্য কোন একজনকে সাধারণ জ্ঞান তথা লোকজ্ঞানের উর্ধ্বে যাওয়া

উচিত। নিয়মবদ্ধ বিষয়নিষ্ঠ পর্যবেক্ষণ এবং বৈজ্ঞানিক পদ্ধতি অবলম্বন করে যুক্তিপূর্ণ কার্যকারণ সম্পর্ক স্থাপন করা সম্ভব হয়, যা সামাজিক আচরণকে ব্যাখ্যা করে।

এই অধ্যায়টি উপরোক্ত বিষয়বস্তুগুলোর মূল দৃষ্টিভঙ্গির বিবরণ দেবে। আমরা মনোভাবের বর্ণনা দিয়ে এর সুত্রপাত করব।

মনোভাবের স্বরূপ ও উপাদান (Nature and Components of Attitudes)

কয়েক মিনিটের জন্যে চুপচাপ নীচের মানসিক অনুশীলনটিকে লক্ষ কর। আজকে তোমরা কতবার নিজেদের বলেছ : “আমার মতে...” অথবা “অন্যরা এরকম বলতে পারে এবং তাই, কিন্তু আমি মনে করি...”

তোমরা যা এই শূন্যস্থানে পূরণ করবে, তাকে বলা হয় মতামত। এখন অনুশীলনটি চালিয়ে যাও : এই মতামতগুলো তোমাদের জন্য কতটা প্রয়োজনীয়; সেগুলো চিন্তাধারার উপায়মাত্র এবং অন্যরা তোমাদের মতের সাথে সম্মত অথবা অসম্মত কি না সে বিষয়ে কিছু আসে যায় না। অপরদিকে আবার তোমরা দেখবে যে অন্য কোন বিষয়বস্তু তোমাদের জন্য খুবই গুরুত্বপূর্ণ। তোমাদের এই দৃষ্টিভঙ্গির প্রতি যদি কেউ অমত অথবা বিরোধিতা প্রকাশ করে, তাহলে তোমরা আবেগপ্রবণ হয়ে পর। তোমরা এই সকল মতকে নিজেদের আচরণের একটি অংশ হিসেবে ধরে নিয়েছ। অন্য কথায় যদি তোমাদের দৃষ্টিভঙ্গি

নিছক চিন্তাধারা না হয়, তবে তাদের প্রাক্ক্ষোভিক এবং ক্রিয়ামূলক উপাদানও রয়েছে, তাহলে এই দৃষ্টিভঙ্গিগুলো ‘মতামত’ থেকেও বেশি, এই ক্ষেত্রে সেগুলো মনোভাবের (attitudes) উদাহরণ।

মনোভাবের সব সংজ্ঞা এই সম্মতি দেয় যে, একটি মনোভাব হল কোন বিষয়বস্তু সম্পর্কে (যাকে ‘মনোভাবের বস্তু’ বলে) মনের অবস্থান, দৃষ্টিভঙ্গির একটি বিন্যাস, অথবা চিন্তাধারা, যার একটি মূল্যায়নমূলক বৈশিষ্ট্য (ধনাত্মক, ঋণাত্মক অথবা নিরপেক্ষ) রয়েছে। এর মধ্যে সম্মিলিত রয়েছে একটি প্রাক্ক্ষোভিক উপাদান এবং মনোভাবের বস্তু অনুযায়ী একটি নির্দিষ্ট ধরনের ক্রিয়া করার প্রবণতা। চিন্তনমূলক উপাদানটিকে জ্ঞানমূলক (cognitive) দিক বলে উল্লেখ করা হয়েছে, প্রাক্ক্ষোভিক উপাদানকে বলা হয় আবেগমূলক (affective) দিক এবং ক্রিয়া করার প্রবণতাকে বলা হয় আচরণমূলক (behavioural, অথবা সক্রিয়তামূলক, conative) দিক বলা হয়। এই তিনটি দৃষ্টিভঙ্গিকে একসাথে মনোভাবের A-B-C উপাদান (Affective-Behavioural-Cognitive components) বলা হয়। এইটা লক্ষ্য করতে হবে যে মনোভাবগুলো আচরণ নয়, কিন্তু এগুলো একটি নির্দিষ্ট ধারায় আচরণ অথবা ক্রিয়া করার প্রবণতাকে বর্ণনা করে, এগুলো একটি প্রাক্ক্ষোভিক উপাদানের সাথে চিন্তনের (cognition) অংশ বিশেষ এবং এগুলো বাইরে থেকে দৃশ্যমান নয়। বাস্তব 6.1-এ তিনটি উপাদানের মধ্যে সম্পর্ক দেখিয়ে পরিবেশের প্রতি মনোভাবের একটি উদাহরণ প্রস্তুত করা হয়েছে।

বাক্স
6.1

একটি ‘সবুজ পরিবেশ’ : মনোভাবের A-B-C উপাদান (A ‘Green Environment’ : The A-B-C Components of an Attitude)

ধরা যাক তোমাদের প্রতিবেশীদের একটি দল ‘সবুজ পরিবেশ’ আন্দোলনের একটি অংশ হিসেবে বৃক্ষরোপণ অভিযান শুরু করে। পরিবেশ সম্পর্কে পর্যাপ্ত তথ্যের উপর ভিত্তি করে ‘সবুজ পরিবেশ’ সম্পর্কে তোমাদের দৃষ্টিভঙ্গিটি ইতিবাচক (মূল্যায়নমূলক দিকের সাথে জ্ঞানমূলক অথবা ‘C’ উপাদান) হয়। তোমরা সবুজ দেখলে খুব আনন্দিত অনুভব কর। গাছ কাটতে দেখলে তোমাদের দুঃখ ও রাগের অনুভূতি হয়। এই দিকগুলো একই মনোভাবের আবেগমূলক (প্রাক্ক্ষোভিক), অথবা ‘A’ উপাদানকে প্রতিফলিত করে। এখন ধরে নাও তোমরাও বৃক্ষরোপণে সক্রিয়ভাবে অংশগ্রহণ করে থাক। এইটা একটি ‘সবুজ পরিবেশ’-এর প্রতি তোমাদের মনোভাবের আচরণমূলক অথবা ‘B’ উপাদান। সাধারণ অর্থে আমরা প্রত্যাশা করি যে, এই তিনটি উপাদানগুলোকে একে অপরের সাথে দৃঢ় সংঘবদ্ধ থাকবে অর্থাৎ একই অভিমুখে থাকবে। যদিও, এইরূপ সামঞ্জস্য সব পরিস্থিতিতে পাওয়া সম্ভবপর হয়ে উঠে না। উদাহরণস্বরূপ, তোমাদের ‘সবুজ পরিবেশ’-এর প্রতি মনোভাবের জ্ঞানমূলক দিকটি খুব দৃঢ় কিন্তু আবেগমূলক এবং আচরণমূলক উপাদানগুলো তুলনামূলকভাবে কম হওয়ার সম্ভাবনা প্রবল হতে পারে। আবার জ্ঞানমূলক এবং আবেগমূলক উপাদানগুলো নিরপেক্ষও হতে পারে। অতএব একটি উপাদানের উপর ভিত্তি করে আরেকটিকে অনুমান করা সবসময় আমাদেরকে মনোভাবের সঠিক বিশ্লেষণ নাও প্রদান করতে পারে।

মনোভাবকে অবশ্যই অন্য দুটো গুণপ্রাপ্তভাবে জড়িত ধারণা যেমন— বিশ্বাস (beliefs) এবং মূল্যবোধ (values)-এর থেকে পৃথক করা হয়। বিশ্বাস (Beliefs) বলতে মনোভাবের জ্ঞানমূলক উপাদানকে বোঝায় এবং এটি মনোভাবের স্থায়িত্বের ভিত্তিতে তৈরি করে যেমন— ভগবানের প্রতি বিশ্বাস অথবা রাজনৈতিক ভাবাদর্শ হিসেবে গণতন্ত্রে বিশ্বাস। মূল্যবোধ (Values) সেই মনোভাব বা বিশ্বাস থাকে। যার মধ্যে 'উচিত অথবা 'কর্তব্য' এই দিকটি বিদ্যমান থাকে, যেমন- নৈতিক মূল্যবোধের একটি উদাহরণ হল এই ধারণাটি যে, ব্যক্তির সবসময় সৎ হওয়া উচিত কারণ সত্যতা সর্বশ্রেষ্ঠ নীতি। যখন কোন একটি নির্দিষ্ট বিশ্বাস বা মনোভাব একজন ব্যক্তির জীবনের অবিভাজ্য অংশ হয়ে দাঁড়ায় তখন মূল্যবোধ তৈরি হয়। ফলস্বরূপ, মূল্যবোধকে পরিবর্তন করা কঠিন।

মনোভাব কোন উদ্দেশ্য সাধন করে? আমরা পেয়েছি যে মনোভাব একটি পটভূমি তৈরি করে যা ব্যক্তিকে একটি নতুন পরিস্থিতিতে ক্রিয়া করার জন্য সিদ্ধান্ত নেওয়ার বিষয়টিকে সহজ করে তোলে। উদাহরণস্বরূপ, একজন বিদেশির সাথে দেখা হওয়ার পর কী ধরনের আচরণ করব তার একটি মানসিক 'বুপরেখা' (layout) অথবা 'প্রতিচিত্র' (blueprint)-এ আমরা বিদেশিদের প্রতি আমাদের মনোভাব থেকে পেয়ে থাকি।

মনোভাবের আবেগমূলক, জ্ঞানমূলক এবং আচরণমূলক উপাদানগুলোর সাথে আরও অনেক বৈশিষ্ট্য আছে। মনোভাবের চারটি গুরুত্বপূর্ণ বৈশিষ্ট্য হল : যোজ্যতা (Valence, ধনাত্মক অথবা ঋণাত্মক), চরমাবস্থা (Extremeness), সরলতা (Simplicity) অথবা জটিলতা (Complexity, বহুবিধতা, (multiplexity) এবং কেন্দ্রীয়তা (Centrality)।

যোজ্যতা (ধনাত্মক অথবা ঋণাত্মক) [Valence (positivity or negativity)] : একটি মনোভাব বস্তুর প্রতি মনোভাবটি ধনাত্মক বা ঋণাত্মক তা সম্পর্কে মনোভাবের যোজ্যতা আমাদের তথ্য প্রদান করে। ধরা যাক, একটি মনোভাব (যেমন পারমাণবিক গবেষণার প্রতি) একটি 5 পয়েন্ট স্কেল দ্বারা প্রকাশ করতে হবে যা 1 (খুব খারাপ) থেকে শুরু করে 2 (খারাপ), নিরপেক্ষ— না ভাল না খারাপ) এবং 4 (ভাল), 5 (খুব ভাল) পর্যন্ত শেষ হয়। যদি একজন ব্যক্তি পারমাণবিক গবেষণার প্রতি মতামতকে 4 অথবা 5 পয়েন্ট রেইট দেয়, তবে সেটা সুস্পষ্ট ভাবে ধনাত্মক মনোভাব। তার মানে, এই যে, ব্যক্তিটির পারমাণবিক গবেষণার প্রতি ধারণাটিকে পছন্দ করে

এবং এই ভাবে যে এটি কোন ভাল কিছু। অপরদিকে, যদি 1 রেটিং অথবা 2 দেওয়া হয়, তাহলে মনোভাবটি ঋণাত্মক। অর্থাৎ ব্যক্তিটি পারমাণবিক গবেষণার ধারণাটি অপছন্দ করে এবং ভাবে যে এটি কোন একটা খারাপ কিছু। আমরা নিরপেক্ষ মনোভাবকেও অস্বীকৃতি দেই। এই উদাহরণে পারমাণবিক গবেষণার প্রতি নিরপেক্ষ মনোভাবকেও ওই স্কেলেও রেটিং দিয়ে প্রকাশ করা হয়। একটি নিরপেক্ষ মনোভাবের না ধনাত্মক না ঋণাত্মক কোন যোজ্যতা থাকে।

চরমাবস্থা (Extremeness) : মনোভাবের চরমাবস্থা চিহ্নিত করে কীভাবে একটি মনোভাব ধনাত্মক অথবা ঋণাত্মক হয়। উপরোক্ত পারমাণবিক গবেষণার উদাহরণটিকে ধরা যাক, 1-এর রেটিং ঠিক ততটাই চরম যতটা 5-এর : এগুলো শুধুমাত্র বিপরীতমুখী (যোজ্যতা)। 2 এবং 4-এর চরমতা কম। একটি নিরপেক্ষ মনোভাব অবশ্যই চরমাবস্থার দিক দিয়ে সর্বনিম্ন হয়।

সরলতা অথবা জটিলতা (বহুবিধতা) [Simplicity or Complexity (multiplexity)] : একটি বৃহত্তর/মনোভাবের মধ্যে কতগুলো মনোভাব বিদ্যমান, সেটাই এই বৈশিষ্ট্যটিকে বোঝায়। একটি মনোভাবকে পরিবার হিসেবে চিন্তা কর যার 'সদস্য' হল অসংখ্য মনোভাব। বিভিন্ন বিষয়বস্তু যেমন— স্বাস্থ্য, বিশ্বশাস্তির ক্ষেত্রে মানুষের একটি মাত্র মনোভাবের জয়গায় অনেকগুলো মনোভাব আছে। একটি মনোভাবের তন্ত্রকে 'সরল' বলে গণ্য করা হয় যদি তার একটি অথবা কিছু মনোভাব বিদ্যমান থাকে এবং আবার 'জটিল' বলে মনে করা হবে যখন এটি অনেকগুলো মনোভাব দ্বারা গঠিত হয়। স্বাস্থ্য এবং কুশলতার প্রতি মনোভাবের উদাহরণটি ধরা থাক। এই মনোভাবের তন্ত্রটিকে অসংখ্য মনোভাবের 'সদস্য' দ্বারা গঠিত, যেমন— শারীরিক ও মানসিক স্বাস্থ্যের ধারণা, আনন্দ ও কুশলতার মতামত এবং ব্যক্তির সুস্বাস্থ্য ও আনন্দলাভ করার বিশ্বাস। একটি মনোভাব তন্ত্রে বহু সদস্যযুক্ত মনোভাবগুলোকে পূর্বে আলোচিত তিনটি উপাদানের সাথে মিলিয়ে বিজ্ঞান হওয়া উচিত নয়। মনোভাবতন্ত্রে প্রত্যেক মনোভাব সদস্যের A-B-C উপাদান আছে।

কেন্দ্রীয়তা (Centrality) : এটা হল একটি মনোভাবতন্ত্রের মধ্যে একটি নির্দিষ্ট মনোভাবের ভূমিকা। অধিক মাত্রায় কেন্দ্রীয়তা সম্পন্ন মনোভাবতন্ত্রের অন্যান্য মনোভাবকে অ-কেন্দ্রিক (অথবা সীমাস্তবর্তী) মনোভাবের তুলনায় অনেক বেশি প্রভাবিত করতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, বিশ্ব শাস্তির প্রতি মনোভাবের সাথে উচ্চ সামরিক

ব্যয়-এর মতো একটি ঋণাত্মক মনোভাব উপস্থিত থাকতে পারে যা বহুবিধ মনোভাব তন্ত্রের মনোভাবকে একটি মূল অথবা কেন্দ্রীয় মনোভাব হিসেবে প্রভাবিত করে থাকে।

মনোভাব গঠন ও পরিবর্তন (Attitude Formation and Change)

মনোভাব গঠন (Attitude Formation)

একটি গুরুত্বপূর্ণ প্রশ্ন যার উত্তর দিতে মনোবৈজ্ঞানিকরা খুব আগ্রহী তা হল : মনোভাব কীভাবে গঠিত হয় ? যেভাবে অন্যান্য অসংখ্য চিন্তাধারা এবং ধারণা যা বিকশিত হয়ে আমাদের জ্ঞানমূলক তন্ত্রের অংশ হিসেবে তৈরি হয়, ঠিক সেভাবেই আমরা যখন অন্যদের সাথে ভাব বিনিময় করি তখন বিভিন্ন বিষয়বস্তু, বস্তু ও ব্যক্তির প্রতি মনোভাব তৈরি হয়। যদিও কিছু বিশেষ অবস্থা থেকেই বিশেষ মনোভাবের সৃষ্টি হয়।

সাধারণভাবে, মনোভাব ব্যক্তির নিজের অভিজ্ঞতা এবং অন্যদের সাথে ভাব বিনিময়ের মাধ্যমে অর্জিত হয়ে থাকে। এখানে খুব কম সংখ্যক গবেষণামূলক অধ্যয়ন রয়েছে যেগুলোতে মনোভাবের তৈরিতে কিছু জন্মগত দিকও রয়েছে এই কথা উল্লেখ করা হয়েছে কিছু শিখানের সাথে এরূপ জিনগত উপাদান মনোভাবকে শুধুমাত্র পরোক্ষভাবে প্রভাবিত করে থাকে। সুতরাং বেশিরভাগ সমাজ মনোবৈজ্ঞানিকরা মনোভাবের শিখনের শর্তগুলোর উপর দৃষ্টিনিষ্ক্রেপ করে।

মনোভাব গঠনের পদ্ধতি (Process of Attitude Formation)

শিখনের বিভিন্ন পদ্ধতি ও শর্তগুলো ভিন্ন হতে পারে, যার ফলে মানুষের মধ্যে ভিন্নতা দেখা যায়।

- *অনুষঙ্গের মাধ্যমে মনোভাব শিখন (Learning attitudes by association)* : তোমরা হয়তো দেখেছ যে ছাত্রদের শিক্ষকের প্রতি প্রায়ই একটি নির্দিষ্ট বিষয় সম্পর্কে ভালবাসা তৈরি হয়, কারণ তারা সেই শিক্ষকের মধ্যে অনেক ইতিবাচক গুণ লক্ষ্য করে। এই ইতিবাচক গুণগুলো তার শিক্ষাদানের সাথে যুক্ত হয় এবং অবশেষে এটি বিষয়ের প্রতি ভালবাসা রূপে প্রকাশিত হয়। অন্য শব্দে, বিষয়টি সম্পর্কে ধনাত্মক মনোভাব একজন শিক্ষক ও একজন শিক্ষার্থীর মধ্যে ধনাত্মক অনুষঙ্গের মাধ্যমে অর্জিত হয়ে থাকে।

- *পুরস্কার অথবা শাস্তির মাধ্যমে মনোভাব শিখন (Learning attitudes by being rewarded or punished)* : যদি কোন ব্যক্তিকে একটি নির্দিষ্ট মনোভাব প্রদর্শন করার জন্য প্রশংসা করা হয়, তবে তার এই মনোভাবটি আরও বিকশিত হওয়ার সম্ভাবনা খুব বেশি থাকে। উদাহরণস্বরূপ, যদি একজন তরুণী নিয়মিত যোগাসন করে এবং তার স্কুলে 'মিস গুড হেলথ'-এর সম্মান পায়, তাহলে সাধারণত তার যোগাসনের প্রতি একটি ধনাত্মক মনোভাব তৈরি হতে পারে। একইভাবে, যদি একটি শিশু সঠিক আহারের জায়গায় বাইরের খাবার খাওয়ার ফলে বার বার অসুস্থ হতে থাকে, তাহলে তার বাইরের খাবারের প্রতি একটি ঋণাত্মক মনোভাব ও স্বাস্থ্যকর খাদ্যের প্রতি ধনাত্মক মনোভাব জন্মায়।

- *মডেলিং (অন্যদের লক্ষ্য করা)-এর মাধ্যমে মনোভাব শিখন [Learning attitudes through modelling (observing others)]* : প্রায়শই আমাদের মনোভাব শিখন, অনুযজ্ঞা অথবা পুরস্কার বা শাস্তি প্রদানের মাধ্যমে হয় না। তার পরিবর্তে, আমরা অন্যদের তাদের চিন্তাভাবনা, অভিব্যক্ত করার জন্য পুরস্কৃত বা শাস্তি প্রদান করা হয় অথবা কোন মনোভাব বস্তুর প্রতি একটি বিশেষ প্রকারের আচরণের প্রদর্শন লক্ষ্য করে শিখি। উদাহরণস্বরূপ, শিশুরা যদি তাদের অভিভাবকদেরকে তাদের গুরুজনদের প্রতি শ্রদ্ধা প্রদর্শন করে প্রশংসিত হতে দেখে তবে তাদের মধ্যে গুরুজনদের প্রতি শ্রদ্ধার মনোভাব তৈরি হয়।

- *গোষ্ঠীগত অথবা সাংস্কৃতিক আদর্শের মাধ্যমে মনোভাব শিখন (Learning attitudes through group or cultural norms)* : প্রায়শই, আমরা আমাদের গোষ্ঠী অথবা সংস্কৃতির আদর্শের মাধ্যমেও মনোভাব অর্জন করি। আদর্শ হল আচরণ সম্পর্কে অলিখিত নিয়মাবলি যেগুলো সম্ভবত সবাইকে নির্দিষ্ট পরিস্থিতিতে প্রদর্শন করতে হয়। সময়ের সাথে এই আদর্শগুলো মনোভাব রূপে আমাদের সামাজিক চেতনার অংশ হয়ে উঠতে পারে। গোষ্ঠীগত অথবা সাংস্কৃতিক আদর্শ দ্বারা মনোভাব শিখন বস্তুত, উপরে বর্ণিত শিখনের তিনটি রূপ— অনুযজ্ঞা, পুরস্কার অথবা শাস্তি এবং মডেলিং দ্বারা শিখনের উদাহরণ হতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, কিছু ধর্মের ক্ষেত্রে উপাসনার জায়গায় টাকা, মিষ্টি, ফল এবং ফুল অর্পণ করা একটি আদর্শ আচরণ, যখন

মানুষ লক্ষ্য করে যে অন্যের দ্বারা প্রদর্শিত এইরূপে আচরণ প্রত্যাশিত এবং সামাজিকভাবে স্বীকৃত, তবে তারা এইরূপ আচরণ এবং সম্পর্কযুক্ত ভক্তির প্রতি একটি ধনাত্মক মনোভাব বিকশিত করতে পারে।

- **তথ্য অবলোকনের মাধ্যমে শিখন (Learning through exposure to information)** : বহু মনোভাব একটি সামাজিক প্রেক্ষাপটে অর্জিত হয়, কিন্তু এতে অন্যের বাস্তবিক উপস্থিতির প্রয়োজন বাধ্যতামূলক নয়। আজকের দিনে, গণমাধ্যম প্রদত্ত বিশাল পরিমাণে তথ্যের মাধ্যমে ধনাত্মক ও ঋণাত্মক মনোভাব উভয়ই তৈরি হয়ে থাকে। আত্ম উপলক্ষিকারী ব্যক্তির জীবনী পড়ে, একজন ব্যক্তি কঠিন পরিশ্রম ও জীবনে সফলতা লাভের পথ অন্যান্য দিকগুলোর প্রতি একটি ধনাত্মক মনোভাব বিকশিত করতে পারে।

মনোভাব গঠনে প্রভাববিস্তারকারী উপাদান (Factors that Influence Attitude Formation)

নিম্নে আলোচিত উপাদানগুলো উপরোক্ত প্রক্রিয়াগুলোর মাধ্যমে মনোভাব শিখনের প্রেক্ষাপট প্রদান করে।

1. **পারিবারিক ও বিদ্যালয়ের পরিবেশ (Family and School Environment)** : বিশেষত জীবনের প্রারম্ভিক বয়সে অভিভাবক তথা পরিবারের অন্যান্য সদস্যরা মনোভাব গঠনে একটি গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। পরবর্তীকাল, বিদ্যালয়ের পরিবেশ মনোভাব গঠনে একটি গুরুত্বপূর্ণ পটভূমি হয়ে উঠে। পরিবার ও বিদ্যালয়ে মনোভাবের শিখন সাধারণত পুরস্কার ও শাস্তি এবং মডেলিং এর মাধ্যমে হয়ে থাকে।
2. **রেফারেন্স গোষ্ঠী (Reference Groups)** : রেফারেন্স গোষ্ঠী গ্রহণযোগ্য আচরণ এবং চিন্তাধারার ধরন সম্পর্কে একজন ব্যক্তির আদর্শকে নির্দেশ করে। সুতরাং, তারা গোষ্ঠীগত অথবা সংস্কৃতিক আদর্শ দ্বারা মনোভাব শিখনকে অনুধাবন করে। বিভিন্ন বিষয়বস্তু সম্পর্কে মনোভাব যেমন— রাজনৈতিক, ধর্মিক ও সামাজিক গোষ্ঠী, পেশা, রাষ্ট্রীয় এবং অন্যান্য সমস্যা প্রায়শই রেফারেন্স গোষ্ঠীর মাধ্যমে বিকশিত হয়ে থাকে। তাদের প্রভাব বিশেষত বয়ঃসন্ধিকালের শুরুর দিকে দেখা যায়। ব্যক্তি একটি গোষ্ঠীর অন্তর্ভুক্ত হওয়ার গুরুত্ব অনুভব করে। অতএব, মনোভাব গঠনে রেফারেন্স

গোষ্ঠীর ভূমিকা পুরস্কার ও শাস্তির মাধ্যমে শিখনের একটি বিষয় হতে পারে।

3. **ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা (Personal Experiences)** : বহু মনোভাব শুধুমাত্র পারিবারিক পরিবেশ অথবা রেফারেন্স গোষ্ঠী দ্বারাই তৈরি হয় না, আবার সরাসরি ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতার মাধ্যমেও তৈরি হয়ে থাকে যা আমাদের মানুষের প্রতি মনোভাবে এবং আমাদের নিজেদের জীবনে একটি বিশাল পরিবর্তন নিয়ে আসে। একজন আর্মির গাড়িচালক একটি ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতার মধ্য দিয়ে যায় যা তার জীবনকে পরিবর্তন করে ফেলেছে। একটি মিশনে, সে কোনক্রমে মৃত্যুর হাত থেকে অব্যাহতি লাভ করে যেখানে তার সব সাথীরা নিহত হয়। নিজের জীবনের উদ্দেশ্য সম্পর্কে দূরকল্পনা করে সে আর্মির চাকুরি ছেড়ে মহারাষ্ট্রে তার স্থানীয় গ্রামে ফিরে গিয়ে সম্প্রদায়ের নেতা (community leader) হিসেবে সক্রিয়ভাবে কাজ করে। একটি সম্পূর্ণ ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা লাভ করার পর এই ব্যক্তিটি তার সম্প্রদায়ের উন্নয়নের এই ধনাত্মক মনোভাবটি বিকশিত করে। তার এই প্রচেষ্টায় তার গ্রামের চেহারা বদলে দেয়।
4. **গণমাধ্যম সম্পর্কিত প্রভাব (Media-related Influences)** : বর্তমান সময়ে প্রযুক্তিগত অগ্রগতি / অডিও-ভিজুয়াল গণমাধ্যম এবং ইন্টারনেটকে তথ্যের শক্তিশালী উৎস হিসেবে গড়ে তুলেছে যার ফলে মনোভাব গঠিত ও পরিবর্তিত থাকে। উপরন্তু, বিদ্যালয় স্তরের পাঠ্যবইও মনোভাব গঠনকে প্রভাবিত করে। এই উৎসগুলো প্রথমে মনোভাবের জ্ঞানমূলক ও আবেগমূলক উপাদানগুলোকে শক্তিশালী করে তোলে এবং পরবর্তীকালে আচরণমূলক উপাদানকেও প্রভাবিত করতে পারে। গণমাধ্যম মনোভাবের উপর ভাল এবং খারাপ উভয় প্রভাবই নিষ্ক্ষেপ করতে পারে। অপরদিকে গণমাধ্যম ও ইন্টারনেট মানুষকে অন্যান্য যোগাযোগ ব্যবস্থার তুলনায় বেশি ভালভাবে সচেতন রাখে। আবার, সংগৃহীত তথ্যের প্রকৃতির উপর কোন নিয়ন্ত্রণ নাও থাকতে পারে যার ফলে গঠিত মনোভাব অথবা বর্তমান মনোভাবগুলোর পরিবর্তনের অভিমুখের উপর কোন নিয়ন্ত্রণ থাকে না। গণমাধ্যমকে ভোগবাদী মনোভাব তৈরিতে ব্যবহার করা যেতে পারে যেখানে কারোর অস্তিত্ব নেই এবং সামাজিক শাস্তিকে সহজতর করতে ধনাত্মক মনোভাব গঠনের

ক্ষেত্রে সুসজ্জিতও করা যায়।

মনোভাব পরিবর্তন (Attitude Change)

মনোভাব গঠনের প্রক্রিয়াকরণের সময় এবং তার পরে, মনোভাব বিভিন্ন প্রভাব দ্বারা পরিবর্তিত তথা পরিমিত করা যেতে পারে। কিছু মনোভাব অন্যান্য মনোভাব থেকে বেশি পরিবর্তিত হয়। যেই মনোভাবগুলো এখনও গঠনমূলক স্তরে রয়েছে এবং যার বেশিরভাগটিই মতামতের মতো সেগুলো ব্যক্তির মূল্যবোধের অংশে পরিণত হওয়া দৃঢ়ভাবে গঠিত মনোভাবের তুলনায় পরিবর্তিত হওয়ার সম্ভাবনা বেশি থাকে। ব্যবহারিক দৃষ্টিভঙ্গি অনুযায়ী, মানুষের মনোভাবে পরিবর্তন আনতে সম্প্রদায়ের নেতা, রাজনীতিবিদ, ভোক্তা সামগ্রীর উৎপাদক এবং অন্যান্যদের আগ্রহের বিষয়। যতক্ষণ না পর্যন্ত আমরা খুঁজে বের করতে পারি মনোভাব কীভাবে পরিবর্তিত হয় এবং এইরূপে পরিবর্তনের জন্য কোন পরিস্থিতি দায়ী, মনোভাব পরিবর্তনের ক্ষেত্রে পদক্ষেপ নেওয়া সম্ভব নয়।

মনোভাব পরিবর্তনের প্রক্রিয়া (Process of Attitude Change)

তিনটি প্রধান ধারণা যেগুলো মনোভাবের পরিবর্তনের কিছু গুরুত্বপূর্ণ প্রক্রিয়ার উপর দৃষ্টিনিষ্কেপ করে সেগুলো নিম্নে বর্ণনা করা হল :

(a) Fritz Heider দ্বারা প্রস্তাবিত সামঞ্জস্যতার (balance) ধারণা কখনো কখনো 'P-O-X' ত্রিভুজের রূপে বর্ণিত হয়, যা মনোভাবের তিনটি দৃষ্টিভঙ্গি অথবা উপাদানের মধ্যে সম্পর্কে উপস্থাপিত করে। P হল সেই ব্যক্তি যার মনোভাব সম্পর্কে অধ্যয়ন করা হয়, O হল আরো একজন ব্যক্তি এবং X হল সেই বিষয়বস্তু যার প্রতি মনোভাব অধ্যয়ন করা হয় (মনোভাব বস্তু)। এইটাও সম্ভব যে এই তিনটিই ব্যক্তি।

এখানে মূল ধারণাটি হল এই যে, একটি মনোভাব পরিবর্তিত হয় যদি P-O মনোভাবে, এবং P-X মনোভাবের মধ্যে সামঞ্জস্যতার পরিস্থিতি থাকে এর কারণ হলো যুক্তিসম্মতভাবে অসামঞ্জস্যতা। অতএব মনোভাব সামঞ্জস্যতার অভিমুখে পরিবর্তিত হয়।

সামঞ্জস্যহীনতা লক্ষ্য করা যায় যখন :

- (i) P-O-X ত্রিভুজের সবকটি বাহু ঋণাত্মক অথবা,
- (ii) দুটি বাহু ধনাত্মক এবং একটি বাহু ঋণাত্মক হয়।

সামঞ্জস্যহীনতা লক্ষ্য করা যায় যখন :

- (i) সবকটি বাহু ধনাত্মক অথবা

(ii) দুটি বাহু ঋণাত্মক এবং একটি বাহু ধনাত্মক হয়।

পণকে একটি মনোভাবের বিষয়বস্তু (X)-এর উদাহরণ হিসেবে নেওয়া যাক। ধরা যাক একজন ব্যক্তি (P) র পণ (P-X ধনাত্মক) সম্পর্কে ধনাত্মক মনোভাব রয়েছে। P তার ছেলেকে কোন একজনের (O) মেয়ের সাথে বিয়ে দিতে চায় যার পণের (O-X ঋণাত্মক) প্রতি ঋণাত্মক মনোভাব রয়েছে। মনোভাবের প্রকৃতি কি হবে এবং পরিস্থিতি অনুযায়ী সামঞ্জস্য অথবা অসামঞ্জস্যতা কীভাবে নির্ধারণ করা হবে ?

প্রাথমিকভাবে যদি 'O' -র P-এর ধনাত্মক মনোভাব থাকে, তাহলে পরিস্থিতি অসম হবে। P-X ধনাত্মক, O-P ধনাত্মক কিন্তু ঋণাত্মক। O-P ধনাত্মক কিন্তু O-X ঋণাত্মক মনোভাব রয়েছে। তাহলে তিনটির মধ্যে একটির মনোভাব পরিবর্তিত হবে। এই পরিবর্তন P-X সম্পর্কে হতে পারে (P পণকে প্রথা হিসেবে অপছন্দ করতে শুরু করে), অথবা O-P এর সম্পর্কে (O-P কে অপছন্দ করতে শুরু করে)। সংক্ষেপে বলা যায়, মনোভাব পরিবর্তন তখনই হবে যখন একটি ত্রিভুজে তিনটি ধনাত্মক সম্পর্ক থাকবে অথবা দুটি ঋণাত্মক এবং একটি ধনাত্মক সম্পর্ক থাকবে।

(b) Leon Festinger জ্ঞানমূলক অসংগতির (cognitive dissonance) ধারণাটি প্রস্তাবিত করেন। এইটা জ্ঞানমূলক উপাদানের উপর গুরুত্ব আরোপ করে। এখানে মূল ধারণা হল, মনোভাবের জ্ঞানমূলক উপাদানগুলো 'সংগতিপূর্ণ' (অসংগতি'র বিপরীত) হওয়া উচিত, অর্থাৎ তারা একইভাবে একে অপরের সাথে যুক্তিযুক্তভাবে একটি রেখায় থাকে। একজন ব্যক্তি যদি দেখে যে মনোভাবের ক্ষেত্রে দুটি চিন্তন প্রক্রিয়া অসংগতিপূর্ণ, তাহলে একটিকে সংগতির অভিমুখে পরিবর্তন করা হবে। উদাহরণস্বরূপ, নিম্নোক্ত ধারণাগুলোর (চিন্তন প্রক্রিয়া) সম্পর্কে চিন্তা কর :

চিন্তন প্রক্রিয়া ১ (Cognition I) : পান মশলার কারণে মুখের ক্যান্ডার হয়ে থাকে যা খুব মারাত্মক।

চিন্তন প্রক্রিয়া ২ (Cognition II) : আমি পান মশলা খাই।

এই দুটো ধারণা বা জ্ঞান পোষণ করলে পান মশলার প্রতি মনোভাবের ক্ষেত্রে কোন ব্যক্তিকে কিছুটা 'বেসুরো' অথবা অসংগতিপূর্ণ বলে অনুভব করাতে পারে। সুতরাং, এই ধারণাগুলোর কোন একটাকে পরিবর্তন করতে হবে যাতে সংগতি সাধন করা যায়। উপরোক্ত উদাহরণে, অসংগতিক সরাতে অথবা কমাতে, আমি পান মশলা খাওয়া বন্ধ করে দেব (চিন্তন প্রক্রিয়া II কে পরিবর্তন করা হবে)।

এইটা অসংগতি কমানোর জন্য স্বাস্থ্যকর, যুক্তিযুক্ত তথা বিচক্ষণ উপায় হতে পারে।

Festinger এবং Carlsmith, নামক দুজন সমাজ মনোবিজ্ঞানী একটি পরীক্ষণ পরিচালনা করে জ্ঞানমূলক অসংগতি কীভাবে কাজ করে সে সম্পর্কে প্রদর্শন করেন। (বাক্স 6.2 দেখ)।

সামঞ্জস্যতা এবং জ্ঞানমূলক অসংগতি উভয়ই জ্ঞানমূলক দৃঢ়তার (cognitive consistency) উদাহরণ। জ্ঞানমূলক দৃঢ়তার অর্থ হল মনোভাব বা মনোভাব তন্ত্রের দুটি উপাদান, পরিপ্রেক্ষিত অথবা পদার্থ একই অভিমুখে থাকে। প্রত্যেকটি উপাদান অন্যান্য উপাদান সাথে যুক্তিযুক্তভাবে একই সারিতে থাকা উচিত। যদি তা না হয়ে থাকে, তবে ব্যক্তি এক প্রকার অস্বস্তি অনুভব করে অর্থাৎ মনোভাব তন্ত্রের মধ্যে এই অনুভূতি হলো “কিছু একটা জিনিস পুরোপুরিভাবে সঠিক নয়”। এইরূপ অবস্থায়, দৃঢ়তার অভিমুখের মধ্যে মনোভাব

তন্ত্রের কিছু বিষয়ে পরিবর্তন হয়, কারণ আমাদের জ্ঞানমূলক পদ্ধতির ক্ষেত্রে যুক্তিযুক্ত দৃঢ়তার প্রয়োজন।

(c) দ্বি-ধাপ ধারণাটি (two-step concept) S.M. Mohsin, একজন ভারতীয় মনোবৈজ্ঞানিক দ্বারা প্রস্তাবিত হয়েছে। উনার মত অনুসারে, মনোভাব পরিবর্তন দুটি ধাপে হয়ে থাকে। প্রথম ধাপে, পরিবর্তনের লক্ষ্য উৎসের সাথে সনাক্ত হয়ে। ‘লক্ষ্য’ হল সেই ব্যক্তির যার মনোভাব পরিবর্তিত করা হবে। ‘উৎস’ হল সেই ব্যক্তির প্রভাব যার দ্বারা পরিবর্তনটি হবে। চিহ্নিতকরণ (Identification)-এর অর্থ হল লক্ষ্যের উৎসের প্রতি পছন্দ অথবা বিবেচনাবোধ আছে কি না। সে নিজেকে লক্ষ্যের জায়গায় রেখে তার মতো অনুভব করতে চেষ্টা করে। উৎসের লক্ষ্যের প্রতি ধনাত্মক মনোভাব থাকা উচিত এবং বিবেচনাবোধ অথবা আকর্ষণ পারস্পরিক হয়ে যায়। দ্বিতীয় ধাপে, উৎস মনোভাব বস্তুর প্রতি তার আচরণকে প্রকৃতপক্ষে পরিবর্তন

20 ডলারের জন্য মিথ্যা বলা (Telling a Lie for Twenty Dollars)

বাক্স
6.2

খুব বিরক্তিকর একটি পরীক্ষণে অংশ গ্রহণ করার পর, ছাত্র-ছাত্রীদের একটি দলকে বলা হয়েছিল তারা যেন বাইরে অপেক্ষাকারী ছাত্র-ছাত্রীদের দলকে বলে যে পরীক্ষাটি খুব মজাদার ছিল। অপেক্ষাকারী ছাত্র-ছাত্রীদের এই মিথ্যে কথাটি বলার জন্য প্রথম দলের অর্ধেক ছাত্রছাত্রীদের 1 ডলার এবং বাকি অর্ধেককে 20 ডলার দেওয়া হল। কিছু সপ্তাহ পরে, বিরক্তিকর পরীক্ষণের অংশ গ্রহণকারীদের পরীক্ষণটি সম্পর্কে পুনরুদ্ধার করতে বলা হয়। তাদের জিজ্ঞাসা করা হল যে তাদের কাছে পরীক্ষণটি কতটা মজাদার ছিল। বিভিন্ন প্রতিক্রিয়া দ্বারা বোঝা গেল যে 1 ডলারের দলটি পরীক্ষণটিকে 20 ডলারের দল থেকে বেশি মজাদার বলে বর্ণনা করেছে। এটির ব্যাখ্যা হল : 1 ডলারের ছাত্রছাত্রীরা জ্ঞানমূলক অসংগতির অভিজ্ঞতার কারণে পরীক্ষণের প্রতি তাদের মনোভাব পরিবর্তিত করে।

1 ডলারের দলের ক্ষেত্রে

প্রাথমিক চিন্তাগুলো হবে :

(অসংগতিপূর্ণ চিন্তন)

“পরীক্ষণটি খুব বিরক্তিকর ছিল”;

“আমি অপেক্ষাকারী ছাত্রছাত্রীদের বলেছি যে

ওইটা খুব মজাদার ছিল”;

“আমি মাত্র 1 ডলারের জন্য মিথ্যে কথা বলেছি”

পরিবর্তিত চিন্তন গুলো হবে :

(অসংগতি কমবে)

“পরীক্ষণটি বাস্তবে মজাদার ছিল”;

“আমি অপেক্ষাকারী ছাত্রছাত্রীদের বলেছি যে

ওইটা খুব মজাদার ছিল”;

“আমি মাত্র 1 ডলারের জন্য মিথ্যে কথা বলতাম না”

20 ডলারের দলটির জ্ঞানমূলক অপসংগতির অভিজ্ঞতা হয়নি। তাই তারা পরীক্ষণটির প্রতি তাদের মনোভাব পরিবর্তন করেনি এবং একে বিরক্তিকর হিসেবে বিবেচনা করে।

20 ডলারের দলের (অসংগতি ছাড়া) ক্ষেত্রে চিন্তাগুলো হতে পারে :

“পরীক্ষণটি খুব বিরক্তিকর ছিল”;

“আমি অপেক্ষাকারী ছাত্রছাত্রীদের বলেছি যে ওইটা খুব মজাদার ছিল”;

“আমি মিথ্যে কথা বলেছি কারণ আমাকে 20 ডলার দেওয়া হয়েছিল.”

করে নিজেই মনোভাবে পরিবর্তন দেখায়। উৎসের পরিবর্তিত মনোভাব এবং আচরণকে পর্যবেক্ষণ করে, লক্ষ্য ও তার আচরণের দ্বারা মনোভাবে পরিবর্তন দেখায়। এইটা হল অনুকরণ অথবা পর্যবেক্ষণমূলক শিখনের একটি ধরন।

দ্বি-ধাপ মনোভাব পরিবর্তনের নিম্নোক্ত উদাহরণটিকে ধরা যাক, প্রীতি খবরের কাগজে পড়ে যে, সে যেই নির্দিষ্ট কোমল পানীয়টি ভালোবাসে সেটি অত্যন্ত ক্ষতিকারক। কিন্তু প্রীতি দেখে যে তার প্রিয় খেলোয়াড় একই পানীয়টির বিজ্ঞাপন করে আসছে। সে ওই খেলোয়াড়ের সাথে নিজেকে একাত্ম করেছে এবং তাকে অনুকরণ করতে পছন্দ করে। এখন ধরা যাক, এই খেলোয়াড়টি এই কোমল পানীয় সম্পর্কে মানুষের মনোভাব ধনাত্মক থেকে ঋণাত্মক করতে চান। খেলোয়াড়টি প্রথমে তার ভক্তদের প্রতি ধনাত্মক অনুভূতি দেখানো উচিত এবং তারপর তার নিজের কোমল পানীয় পান করার অভ্যাস সত্যি সত্যি পরিবর্তন করবে (ধাপ-I) সম্ভবত একটি স্বাস্থ্যকর পানীয়ের সাথে একে প্রতিস্থাপিত করে। যদি খেলোয়াড় প্রকৃতপক্ষে তার আচরণ পরিবর্তন করে, এইটার সম্ভাবনা প্রবল হয় যে এখন প্রীতিও তার মনোভাব ও আচরণ পরিবর্তন করবে এবং ক্ষতিকারক কোমল পানীয় পান করা বন্ধ করবে (ধাপ-II)।

মনোভাব পরিবর্তনে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদান (Factors that Influence Attitude Change)

মনোভাব পরিবর্তিত হবে কি না এবং যদি হয়, ঠিক কতটা হবে, একটি প্রশ্ন যা অনেক মনোবেত্তানিকদের বিচলিত করে। যদিও তাদের মধ্যে বেশিরভাগরাই নিম্নে দেওয়া মনোভাব পরিবর্তনের প্রধান উপাদানগুলোর সাথে সহমত পোষণ করেছেন :

- *বিদ্যমান মনোভাবের বৈশিষ্ট্য (Characteristics of the existing attitude)* : পূর্বে উল্লেখিত মনোভাবের চারটি বৈশিষ্ট্য যথা— যোজ্যতা (ধনাত্মকতা অথবা ঋণাত্মকতা), চরমাবস্থা, (সরলতা অথবা জটিলতা) বহুবিধতা এবং কেন্দ্রীয়তা অথবা মনোভাবের তাৎপর্য, মনোভাবের পরিবর্তনকে নির্ধারণ করে। চরম মনোভাব এবং কেন্দ্রীয় মনোভাব সীমাস্তবর্তী মনোভাবের (কম গুরুত্বপূর্ণ) তুলনায় পরিবর্তন করা কঠিন। বহুবিধ মনোভাবের তুলনায় সরল মনোভাব সহজেই পরিবর্তন করা যায়।

উপরন্তু, মনোভাব পরিবর্তনের অভিমুখ এবং বিস্তারকে ধরা উচিত। একটি মনোভাব সর্বসম (congruent) হতে পারে— এইটা

বর্তমান মনোভাবের অভিমুখেই পরিবর্তিত হতে পারে (উদাহরণস্বরূপ, একটি ধনাত্মক মনোভাব আরো ধনাত্মক হতে পারে অথবা একটি ঋণাত্মক মনোভাব আরো ঋণাত্মক হতে পারে)। উদাহরণস্বরূপ, ধরা যাক একজন ব্যক্তির নারীর স্বশক্তিকরণের মনোভাবের প্রতি কিছুটা ধনাত্মক মনোভাব রয়েছে। একজন সফল মহিলার ব্যাপারে পড়লে সেই মনোভাবটিকে আরও ধনাত্মক করে তুলতে পারে। এইটা সর্বসম পরিবর্তন হবে। অপরদিকে, একটি মনোভাব অসম (incongruent) হতে পারে— বর্তমান মনোভাবের বিপরীত দিকে পরিবর্তিত হতে পারে (উদাহরণস্বরূপ, একটি ধনাত্মক মনোভাব কম ধনাত্মক অথবা ঋণাত্মক হতে পারে অথবা একটি ঋণাত্মক মনোভাব কম ঋণাত্মক অথবা ধনাত্মক হতে পারে)। পূর্বোক্ত উদাহরণ অনুযায়ী, একজন সফল মহিলার ব্যাপারে পড়ার পর, একজন ব্যক্তি ভাবতে পারে যে, মহিলা অতি শীঘ্রই খুব শক্তিশালী হয়ে উঠবে এবং নিজেদের পারিবারিক দায়িত্বকে অবহেলা করবে। এটা ব্যক্তির নারী স্বশক্তিকরণের বর্তমান ধনাত্মক মনোভাবকে কম ধনাত্মক অথবা ঋণাত্মকও করতে পারে। যদি তা হয়, তাহলে এটি অসম পরিবর্তনের একটি ঘটনা হবে। দেখা গেছে যে, সাধারণত অসম মনোভাবে পরিবর্তন আনার তুলনায় সর্বসম পরিবর্তন আনা অনেক সহজতর।

উপরন্তু, মনোভাব তথ্য উপস্থাপনার অভিমুখে, অথবা সেই তথ্য উপস্থাপনার বিপরীত দিকে পরিবর্তিত হতে পারে। দাঁত মাজার গুরুত্ব বর্ণনা করা পোস্টারগুলো দাঁতের যত্নের সম্পর্কে ধনাত্মক মনোভাবকে শক্তিশালী করে তোলে। কিন্তু যদি মানুষকে দাঁতের ক্ষয়ের ভয়ঙ্কর ছবি দেখানো হয়, তারা সেই ছবিগুলো হয়তো বিশ্বাস নাও করতে পারে এবং দাঁতের যত্নের প্রতি কম ধনাত্মক হয়ে যেতে পারে। গবেষণায় দেখা গেছে যে কোনসময় বিশ্বাসী লোকের ক্ষেত্রে ভয় ভালই কাজ করে কিন্তু যদি একটি বার্তা খুব বেশি ভয় উৎপাদন করে তবে গ্রহীতাকে অন্য পথে চালিত করে এবং এতে স্বল্প প্রত্যয়কারী প্রভাব থাকে।

- *উৎস বৈশিষ্ট্যসমূহ (Source characteristics)* : উৎসের বিশ্বাসযোগ্যতা (credibility) এবং আকর্ষণীয়তা (attractiveness) হলো দুটি বৈশিষ্ট্য যা মনোভাব পরিবর্তনকে প্রভাবিত করে থাকে। মনোভাব পরিবর্তনের সম্ভাবনা তখনই থাকে যখন বার্তাটি একটি অতি বিশ্বাসযোগ্য উৎস থেকে আসে নাকি কম বিশ্বাসযোগ্য উৎস থেকে। উদাহরণস্বরূপ, যেসব প্রাপ্ত বয়স্করা ল্যাপটপ কেনার পরিকল্পনা করছেন, তারা একজন কম্পিউটার ইঞ্জিনিয়ার যে

নাকি একটি নির্দিষ্ট কোম্পানির ল্যাপটপের কিছু বিশেষ বৈশিষ্ট্য তুলে ধরে তার তুলনায় সেই স্কুল বাচ্চা যে নাকি ল্যাপটপের ব্র্যান্ডের কিছু বিশেষ বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে একই তথ্য প্রদান করবে, তার প্রতি কম সন্তুষ্ট হবে। কিন্তু যদি ক্রেতার নিজেই স্কুলের শিশু হয়, তারা কোনো পেশাদারী লোকের তথ্যের তুলনায় আরেকটি স্কুলের শিশুর ল্যাপটপের বিজ্ঞপ্তি দ্বারা বেশি প্রভাবিত হয়ে থাকবে (চিত্র 6.1 দেখ)। কিছু কিছু পণ্য যেমন— গাড়ির সম্পর্কে প্রচারের কারণে বিক্রি বাড়তে পারে, এইটা আবশ্যিক নয় যে সেই প্রচার কোনো বিশেষজ্ঞ করে না তা কোনো বিখ্যাত ব্যক্তিত্ব দ্বারা করতে পারে।

• **বার্তার বৈশিষ্ট্য (Message characteristics)** : বার্তা হল সেই তথ্য যা মনোভাবে পরিবর্তন আনতে উপস্থাপন করা হয়। মনোভাব পরিবর্তিত হবে যখন কোনো বিষয়বস্তু সম্পর্কে যে পরিমাণ তথ্য দেওয়া হয় তা যথেষ্ট, না খুব বেশি, না খুব কম। বার্তাটিতে

যৌক্তিক (rational) অথবা **প্রাক্ষেপিক আবেদন (emotional appeal)** রয়েছে কি না, এই পার্থক্যটিও পরিলক্ষিত হয়। উদাহরণস্বরূপ, প্রেসার কুকারে রান্না করার একটি বিজ্ঞাপন এই ইচ্ছিত দিতে পারে যে এইটা জ্বালানি সঞ্চয় করে যেমন— রান্নার গ্যাস (এল.পি.জি) ও অর্থ সঞ্চয়ী (যুক্তিসঙ্গত আবেদন)। অন্যথা, বিজ্ঞাপনটি বলতে পারে যে প্রেসার কুকারে রান্না করলে খাদ্যের পুষ্টি বজায় থাকে এবং যারা পরিবারের প্রতি যত্নশীল, তাদের জন্য পুষ্টি একটি প্রধান উদ্বেগের বিষয় (প্রাক্ষেপিক আবেদন) (চিত্র 6.2 দেখ)।

এই বার্তাটি দ্বারা সক্রিয় হওয়া অভিপ্ৰায় ও মনোভাব পরিবর্তনকে নির্ধারণ করে। উদাহরণস্বরূপ, দুধ পান করলে ব্যক্তি স্বাস্থ্যবান এবং ভাল দেখতে হতে পারে অথবা নিজের কাজে খুব কর্মচঞ্চল এবং নিজের কাজে বেশি সফল হবে বলে বলা যেতে পারে।



চিত্র 6.1 : কোন চিত্রটি তোমাদেরকে একটি ল্যাপটপ কিনতে বেশি আগ্রহী করবে— চিত্র A, অথবা চিত্র B? কেন?

যৌক্তিক আবেদন
(টাকা সঞ্চয় করা)

আপনারা কি রাম্মার গ্যাসে
অনেক টাকা খরচা করছেন?
প্রেসার কুকারের দিকে মোড়
ঘোরান এবং আপনাদের
বাজেটের সমস্যাকে বিদায়
জানান!



প্রাক্ফোডিক আবেদন
(আপনাদের পরিবারের প্রতি যত্নশীল হওয়া)

আপনারা যদি আপনাদের
পরিবারের প্রতি যত্নশীল হন,
তাহলে পুষ্টি থেকে বেশি
গুরুত্বপূর্ণ আর কিছু নয়।
প্রেসার কুকারের দিকে মোড়
ঘোরান এবং স্বাস্থ্যকর
খাদ্যাভ্যাসকে নিশ্চিত করুন!

চিত্র 6.2 : যৌক্তিক এবং প্রাক্ফোডিক আবেদন

অবশেষে, বার্তাটি প্রচারিত হওয়ার ধরন (mode) একটি
গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে। বার্তার মুখোমুখি সম্প্রচার সাধারণত

পরোক্ষ সম্প্রচারের তুলনায় বেশি কার্যকরী হয়ে থাকে, যেমন— চিঠি
বা প্রচারপত্রের মাধ্যমে অথবা গণমাধ্যম দ্বারাও। উদাহরণস্বরূপ,

“ও.আর.এস
আপনাদের
শিশুদের
গ্রীষ্মকালের তাপ
থেকে রক্ষা
করবে”



“ও.আর.এস.
আপনাদের
শিশুদের
গ্রীষ্মকালের তাপ
থেকে রক্ষা
করবে”



চিত্র 6.3 : সরাসরি কথোপকথন বনাম গণমাধ্যমের সম্প্রচার। কোনটা ভাল কাজ করে? কেন?

ছোট শিশুদের ক্ষেত্রে ওরেল রিহাইড্রেশন সল্টস্ (ও আর এস)-এর প্রতি ধনাত্মক মনোভাব বেশি কার্যকরীভাবে তৈরি করা যায় যদি সম্প্রদায় সমাজ কর্মীরা এবং ডাক্তাররা রেডিওতে ও.আর.এস-এর উপকারিতা সম্পর্কে বর্ণনা না দিয়ে, মানুষের সাথে সরাসরি কথা বলে বার্তাটি পৌঁছায়। (চিত্র 6.3 দেখ)। আজকাল দর্শন মাধ্যমে যেমন- টেলিভিশন এবং ইন্টারনেট সরাসরি কথোপকথনের অনুরূপ, কিন্তু সেগুলো পরেরটির জন্য বিকল্প নয়।

• **লক্ষ্যের বৈশিষ্ট্য (Target characteristics) :** লক্ষ্যের গুণাবলি যেমন- প্রত্যয় জন্মানো (**persuasibility**), শক্তিশালী পক্ষপাত (**strong prejudices**), আত্মসম্মান (**self-esteem**), এবং বুদ্ধি (**intelligence**) মনোভাব পরিবর্তনের সম্ভাবনা ও পরিসরকে প্রভাবিত করে। যেসব ব্যক্তিদের মন খোলা এবং নমনীয় ব্যক্তিত্ব রয়েছে, তাদের খুব সহজেই পরিবর্তন হয়। বিজ্ঞাপনদাতারা এইরূপ ব্যক্তিদের থেকে উপকৃত হয়। যেসব ব্যক্তিদের শক্তিশালী পক্ষপাত রয়েছে তাদের শক্তিশালী পক্ষপাত নেই এমন লোকের তুলনায় মনোভাব পরিবর্তনের প্রবণতা খুব কম থাকে। যাদের আত্মসম্মান কম এবং নিজেদের প্রতি যথেষ্ট বিশ্বাস নেই, এরা উচ্চ আত্মবিশ্বাসী ব্যক্তিদের তুলনায় খুব সহজেই মনোভাবে পরিবর্তন আনে। বেশি বুদ্ধিমান ব্যক্তির কম বুদ্ধিসম্পন্ন ব্যক্তিদের তুলনায় অধিকতর সহজে তাদের মনোভাব পরিবর্তন করতে পারে না। যদিও কখনো বেশি বুদ্ধিমান ব্যক্তির তাদের মনোভাব কম বুদ্ধিসম্পন্ন ব্যক্তিদের তুলনায় স্বেচ্ছায় পরিবর্তন করে থাকেন, কারণ তারা তাদের মনোভাবকে তথ্য ও চিন্তনের উপর ভিত্তি করে তৈরি করে থাকেন।

মনোভাব আচরণ সম্পর্ক (Attitude-Behaviour Relationship)

আমরা সাধারণত প্রত্যাশা করি যে আচরণ যুক্তিযুক্তভাবে মনোভাবকে অনুসরণ করবে। যদিও ব্যক্তির মনোভাব তার আচরণের মাধ্যমে সবসময় প্রদর্শিত হয় না। ঠিক তেমনি, একজন ব্যক্তির আসল ব্যবহার সে বিষয়বস্তুর প্রতি তার মনোভাবের ঠিক বিপরীত হতে পারে।

মনোবিজ্ঞানীরা পেয়েছেন যে মনোভাব ও আচরণের মধ্যে তখনই সামঞ্জস্য থাকবে যখন :

- মনোভাবটি শক্তিশালী এবং মনোভাব তুলে একটি মুখ্য আসন গ্রহণ করেছে,
- ব্যক্তি তার মনোভাবের প্রতি সচেতন হয়,
- এখানে কোন বিশেষভাবে আচরণ করার জন্য ব্যক্তির উপর খুব

কম চাপ বা কোন বাহ্যিক চাপ থাকে। উদাহরণস্বরূপ, যখন কোনো নির্দিষ্ট আদর্শকে অনুসরণ করতে কোনো গোষ্ঠীগত চাপ থাকে না।

- ব্যক্তির আচরণ অন্যের দ্বারা লক্ষ্য বা মূল্যায়ন করা হয় না, এবং
- ব্যক্তি ভাবে যে আচরণটির একটি ধনাত্মক পরিণাম থাকবে এবং তাই সে আচরণটি করে থাকে।

যখন আমেরিকানদের চিনাদের বিরুদ্ধে পক্ষপাত আছে বলে বলা হত, তখন Richard LaPiere, একজন আমেরিকান সমাজ মনোবিজ্ঞানী, নিম্নোক্ত অধ্যায়টি করে থাকেন। তিনি চিনা দম্পতিদের মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে ভ্রমণ করতে গিয়ে বিভিন্ন হোটেলে থাকতে বলেন। কিছুদিন পর LaPiere চিনা দম্পতিরা যেসব এলাকায় ভ্রমণ করেছিল সেসব এলাকার হোটেলে এবং পর্যটক গৃহগুলোর ম্যানেজারদের প্রশ্নাবলি পাঠায় যাতে জিজ্ঞাসা করা হয়েছিল যে তারা কি চিনা অতিথিদের আবাসন দেবেন কি না। একটি বৃহৎ অংশের লোকেরা বলেন যে, তারা তা করবেন না। এই প্রতিক্রিয়াটি চিনাদের প্রতি একটি ঋণাত্মক মনোভাব প্রদর্শন করে যা তাদের ভ্রমণকারী চিনা দম্পতিদের প্রতি প্রকৃত রূপে যে ধনাত্মক আচরণ করা হয়েছিল তার সাথে বেমানান। অতএব, মনোভাব সবসময় ব্যক্তির আচরণের প্রকৃত ধরনের পূর্বভাস নাও দিতে পারে।

কোনো কোনো সময়, আচরণ মনোভাবকে নির্ধারণ করে।

একটি পত্রিকা অথবা ম্যাগাজিন থেকে তোমাদের চোখে পড়া কোনো বিশেষ দৃষ্টি আকর্ষণকারী বিজ্ঞাপন কেটে নাও। বিজ্ঞাপনটি সম্পর্কে নিম্নোক্ত খুঁটিনাটি গুলো লেখ এবং তোমাদের শ্রেণিকক্ষে উপস্থাপন কর।

- বিজ্ঞাপনটির বিষয়বস্তু (উদাহরণস্বরূপ, বিজ্ঞাপনটি কি কোনো ভোক্তার পণ্য, কিছু খাদ্য, একটি কোম্পানি, একটি স্বাস্থ্য বিষয়, একটি জাতীয় বিষয় ইত্যাদি)
- বিজ্ঞাপনের ভাল ও খারাপ পরিণাম।
- এটার মধ্যে কি প্রাথমিক আবেদন রয়েছে না যৌক্তিক আবেদন।
- এটিতে কি কোন জনপ্রিয় ব্যক্তি অন্তর্ভুক্ত রয়েছে : একজন বিশেষজ্ঞ অথবা একজন জনপ্রিয় ব্যক্তি।

কার্যকলাপ
6.1

Festinger এবং Carlsmith-এর পরীক্ষণে (বাক্স 6.2), যেসব ছাত্র-ছাত্রীরা অন্যদের পরীক্ষণটি মজাদার বলার জন্য 1 ডলার পেয়েছিল, এইটা আবিষ্কার করে যে তারা পরীক্ষণটিকে পছন্দ করেছিল। অর্থাৎ তাদের আচরণের উপর ভিত্তি করে (মাত্র সামান্য কিছু টাকার জন্য অন্যদের বলা যে পরীক্ষণটি মজাদার ছিল), তারা এই সিদ্ধান্তে আসে যে পরীক্ষণের প্রতি ছাত্র-ছাত্রীদের মনোভাব ধনাত্মক ছিল (“আমি এই সামান্য কিছু টাকার জন্য মিথ্যে কথা বলতাম না, তার মানে এই যে পরীক্ষণটি আসলে মজাদার ছিল”)

পক্ষপাত ও বৈষম্য (Prejudice and Discrimination)

পক্ষপাত হল কোন নির্দিষ্ট গোষ্ঠীর প্রতি মনোভাবের উদাহরণ। এগুলো সাধারণত ঋণাত্মক হয় এবং অনেক ক্ষেত্রে কোন নির্দিষ্ট গোষ্ঠী সম্পর্কে স্টিরিয়োটাইপ (stereotypes, জ্ঞানমূলক উপাদান)-এর ওপর ভিত্তি করে হতে পারে। যেহেতু এই খণ্ডে নিম্নে সামাজিক চেতনা সম্পর্কে আলোচনা করা হবে, একটি স্টিরিয়োটাইপ হল কোনো নির্দিষ্ট গোষ্ঠীর বৈশিষ্ট্য সম্পর্কে ধারণার সমষ্টি। এই গোষ্ঠীর অন্তর্গত সকল সদস্যের এইরূপ বৈশিষ্ট্য আছে বলে অনুমান করা হয়ে থাকে। প্রায়শই, স্টিরিয়োটাইপ উদ্দীষ্ট গোষ্ঠী সম্পর্কে অপ্রত্যাশিত বৈশিষ্ট্য দ্বারা গঠিত হয় এবং তারা কোনো নির্দিষ্ট গোষ্ঠীর সদস্যদের সম্পর্কে ঋণাত্মক মনোভাব অথবা পক্ষপাতের দিকে চালিত করে। পক্ষপাতের জ্ঞানমূলক উপাদান বারবার অপছন্দ অথবা ঘৃণা, আবেগমূলক উপাদানের অনুষ্কী হয়ে থাকে। পক্ষপাত বৈষম্যেও পরিবর্তিত হতে পারে যা একটি আচরণমূলক উপাদান, যার দ্বারা মানুষ আনুকূল্য গোষ্ঠীর তুলনায় উদ্দীষ্ট গোষ্ঠীর প্রতি কম ইতিবাচক আচরণ করে। ইতিহাসে বর্ণ ও সামাজিক শ্রেণি অথবা জাতির ওপর ভিত্তি করে বৈষম্যের অসংখ্য উদাহরণ রয়েছে। জার্মানিতে ইহুদিদের বিরুদ্ধে নাৎসিদের গণহত্যা পক্ষপাতকীভাবে ঘৃণা, বৈষম্য এবং নির্দোষদের গণহত্যার দিকে পরিচালিত করে, তার একটি প্রকৃষ্ট উদাহরণ।

পক্ষপাত বৈষম্যরূপে প্রদর্শিত না হয়েও বিদ্যমান থাকতে পারে। একইভাবে, বৈষম্য পক্ষপাত ছাড়াও প্রদর্শিত হতে পারে। তবুও দুটি প্রায়শই একই সাথে চলে। যেখানেই পক্ষপাত ও বৈষম্য বিদ্যমান, সেখানে একই সমাজে গোষ্ঠীদের মধ্যে দ্বন্দ্ব সৃষ্টি হওয়ার সম্ভাবনা থাকে। আমাদের নিজেদের সমাজে লিঙ্গ, ধর্ম, সম্প্রদায়, জাতি, শারীরিক প্রতিবন্ধকতা এবং অসুস্থতা যেমন- AIDS-এর উপর ভিত্তি করে পক্ষপাতযুক্ত অথবা পক্ষপাতবিহীন বৈষম্যের অনেক

দুঃখজনক দৃষ্টান্ত রয়েছে। তাছাড়া, অনেক ক্ষেত্রে আইন দ্বারা বৈষম্যমূলক আচরণ দাবানো যায়। কিন্তু, পক্ষপাতের জ্ঞানমূলক এবং আবেগমূলক উপাদানগুলো পরিবর্তন করা খুব কঠিন। সমাজ মনোবৈজ্ঞানিকরা দেখিয়েছেন যে পক্ষপাতের নিম্নোক্ত এক বা একাধিক উৎস রয়েছে :

- **শিখন (Learning)** : অন্যান্য মনোভাবের মত, পক্ষপাতও অনুষ্কী, পুরস্কার এবং শাস্তি, অন্যদের গোষ্ঠী অথবা সাংস্কৃতিক আদর্শগুলোকে লক্ষ্য করে এবং তথ্যের প্রতি অবলোকন যা পক্ষপাতকে উৎসাহিত করে এগুলোর মাধ্যমে অর্জন করা যায়। পরিবার রেফারেন্স গোষ্ঠী, ব্যক্তিগত অভিজ্ঞতা এবং গণমাধ্যমের পক্ষপাত শিখনে ভূমিকা থাকতে পারে (মনোভাব গঠন ও পরিবর্তন'-এর খণ্ডে দেখ)। যেসব মানুষেরা পক্ষপাতপূর্ণ মনোভাব শেখে, তারা 'পক্ষপাতপূর্ণ ব্যক্তিত্ব' বিকশিত করতে পারে এবং স্বল্প অভিযোজন ক্ষমতা, উদ্বেগ এবং বহির্গোষ্ঠীর বিরুদ্ধে প্রতিকূলতার অনুভূতি প্রদর্শন করতে পারে।
- **একটি শক্তিশালী সামাজিক পরিচিতি এবং অসুস্থগোষ্ঠীয় পক্ষপাতদৃষ্টি (A strong social identity and ingroup bias)** : যেসব ব্যক্তিদের মধ্যে সামাজিক পরিচিতির দৃঢ় অনুভূতি রয়েছে এবং তাদের নিজেদের গোষ্ঠীর প্রতি খুব ধনাত্মক মনোভাব রয়েছে, তারা অন্য গোষ্ঠীর প্রতি ঋণাত্মক মনোভাব পোষণ করার মাধ্যমে এই মনোভাবের উন্নতিসাধন করে। এগুলোকে পক্ষপাত হিসেবে দেখা হয়।
- **স্কেপগোটিং (Scapegoating)** : এটি হল সংখ্যাগুরু গোষ্ঠী সংখ্যালঘু বহিঃগোষ্ঠীকে তার নিজস্ব সামাজিক, অর্থনৈতিক অথবা রাজনৈতিক সমস্যার জন্য দোষারূপ করার একটি ঘটনা। সংখ্যালঘু গোষ্ঠীটি এইরূপ অভিযোগের প্রতি বুখে দাঁড়ানোর জন্য অতি দুর্বল অথবা খুব কম হয়। স্কেপগোটিং হতাশার বহিঃপ্রকাশের একটি গোষ্ঠীভিত্তিক পদ্ধতি এবং প্রায়শই এর ফলে দুর্বল গোষ্ঠীর বিরুদ্ধে ঋণাত্মক মনোভাব অথবা পক্ষপাত তৈরি হয়।
- **সত্যতার ধারণার মূল বিষয় (Kernel of truth concept)** : কখনো কখনো মানুষ স্টিরিয়োটাইপ পোষণ করে থাকতে পারে কারণ তারা ভাবে যে, সবশেষে সবাই অন্য গোষ্ঠী সম্পর্কে যা বলে তাতে কিছু তো সত্যতা থাকবে বা 'সত্যতার মূল বিষয়', যেখানে সবাই অন্য গোষ্ঠী সম্পর্কে কিছু বলে এমনকি 'সত্যতার

মূল বিষয়' ধারণাটিকে সমর্থনে উদাহরণও পর্যাপ্ত রয়েছে হয়।

- আত্ম-পরিভূঁপ্তির অনুমান (*Self-fulfilling prophecy*) : কিছু কিছু ক্ষেত্রে যে গোষ্ঠীটি পক্ষপাতের লক্ষ্য সেটি নিজেই পক্ষপাতটিকে চালিয়ে যাওয়ার জন্য দায়ী থাকে। উদ্দেশ্য প্রণোদিত গোষ্ঠীটি পক্ষপাতটিকে যেভাবে যুক্তি দ্বারা সমর্থন করে সেভাবেই আচরণ করে, অর্থাৎ নেতিবাচক প্রত্যাশাগুলোকে সুনিশ্চিত করে। উদাহরণস্বরূপ, যদি উদ্ভীষ্ট গোষ্ঠীকে 'পরাদীন' বলে ব্যাখ্যা করা হয় এবং সে কারণে অগ্রগতিতে অক্ষম হয়, উদ্ভীষ্ট গোষ্ঠীর সদস্যরা এমনভাবে আচরণ করে যে এই ব্যাখ্যাটিকে সত্য বলে প্রমাণিত করে। এইভাবে, তারা উপস্থিত পক্ষপাতকে শক্তিশালী করে তোলে।

পক্ষপাতকে পরিচালনা করার কৌশল (Strategies for Handling Prejudice)

পক্ষপাতকে মোকাবিলা করার প্রথম ধাপ হল তার কারণ অথবা উৎস সম্পর্কে জানা। সুতরাং, পক্ষপাতকে পরিচালনা করার কৌশলগুলো তখনই কার্যকরী হতে পারে যদি তাদের এই লক্ষ্যগুলো থাকে :-

- (a) পক্ষপাত শিখনের সুযোগগুলোকে সীমিত করা,
- (b) এইরূপ মনোভাবগুলোকে পরিবর্তন করা,
- (c) অন্তর্গোষ্ঠীর উপর ভিত্তি করে একটি সংকীর্ণ সামাজিক পরিচয়ের উপর বারবার জোর না দেওয়া এবং
- (d) পক্ষপাতের শিকারদের মধ্যে আত্ম পরিভূঁপ্তির অনুমানের প্রবণতাকে নিরুৎসাহিত করা।

এই লক্ষ্যগুলো সম্পন্ন করা যেতে পারে :

- শিক্ষা এবং তথ্য প্রচারের মাধ্যমে (*Education and information dissemination*), নির্দিষ্ট উদ্ভীষ্ট গোষ্ঠীর সাথে সম্পর্কযুক্ত স্টিরিওটাইপগুলোকে সংশোধন করার জন্য এবং শক্তিশালী অন্তর্গোষ্ঠীয় পক্ষপাতদূর্নতির সমস্যার সাথে মোকাবিলা করা।
- আন্তর্গোষ্ঠীয় যোগাযোগ বাড়ানো (*Increasing intergroup contact*) সরাসরি যোগাযোগ, গোষ্ঠীগুলোর মধ্যে আবিষ্কার অপসারণ করতে, এমনকি বহির্গোষ্ঠীর মধ্যে ইতিবাচক গুণাবলি স্থানান্তরিত করে। যদিও এই কৌশলগুলো শুধুমাত্র

তখনই সফল হয় যখন :

- দুটি গোষ্ঠী যদি প্রতিযোগিতামূলক প্রসঙ্গের বদলে সহযোগিতামূলক প্রসঙ্গে একত্রিত হয়,
 - গোষ্ঠীগুলোর মধ্যে ঘনিষ্ঠ মিথস্ক্রিয়া তাদের একে অপরকে ভালভাবে জানতে সাহায্য করে এবং
 - দুটো গোষ্ঠী শক্তি অথবা প্রতিষ্ঠা অনুযায়ী ভিন্ন নয়।
- গোষ্ঠীগত পরিচয়ের তুলনায় ব্যক্তিগত পরিচয়কে প্রাধান্য দেওয়া (*Highlighting individual identity rather than group identity*), যার ফলে, অন্য ব্যক্তিকে মূল্যায়ন করার উপর ভিত্তি করে গোষ্ঠীর (অন্তর্গোষ্ঠী ও বহির্গোষ্ঠী উভয়ই) গুরুত্বকে দুর্বল করে। পরের অধ্যায়ে সামাজিক প্রভাব এবং গোষ্ঠীগত প্রক্রিয়ায় এবং আন্তর্গোষ্ঠীয় দ্বন্দ্ব সম্পর্কে আরো বিস্তারিত দেওয়া আছে।

সামাজিক চেতনা (Social Cognition)

চেতনা (Cognition) সেইসব মানসিক প্রক্রিয়াগুলোকে বোঝায় যা তথ্য অর্জন এবং প্রক্রিয়াকরণ নিয়ে চর্চা করে। এই ধারণাটিকে সামাজিক জগতে প্রসারিত করলে, 'সামাজিক চেতনা' (*social cognition*) শব্দটি পাওয়া যায় যা সেই মনোবৈজ্ঞানিক প্রক্রিয়াগুলোকে বোঝায় যেগুলো সামাজিক বস্তুর সাথে সম্পর্কযুক্ত তথ্যের সংগ্রহ ও প্রক্রিয়াকরণকে নিয়ে চর্চা করে। সামাজিক আচরণকে উপলব্ধি, বর্ণনা ও ব্যাখ্যা করতে সাহায্যকারী সব প্রক্রিয়াগুলো এর অন্তর্গত রয়েছে।

তথ্যের সাথে সম্পর্কযুক্ত সামাজিক বস্তুগুলোর (বিশেষত ব্যক্তি, গোষ্ঠী, মানুষ, সম্পর্ক, সামাজিক সমস্যা, আরো অন্য কিছু) প্রক্রিয়াকরণ থেকে ভিন্ন হয়। ব্যক্তি সামাজিক জ্ঞানমূলক প্রক্রিয়া চলাকালীন, জীব হিসেবে নিজেরাই নিজেদেরকে পরিবর্তন করতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, একজন শিক্ষক/শিক্ষিকা যিনি তাঁর এক ছাত্র/ছাত্রীকে বিদ্যালয় পরিবেশে পর্যবেক্ষণ করেন উনার অভিমতের সঙ্গে এ ছাত্র/ছাত্রীর মা যিনি গৃহ পরিবেশে তাদের পর্যবেক্ষণ করেন তার অভিমতের মধ্যে যথেষ্ট পার্থক্য লক্ষ্য করা যায়। ছাত্র/ছাত্রীকে লক্ষ্য করছে, তার শিক্ষক না তার মা এর উপর ভিত্তি করে সে আলাদা আলাদা আচরণ দেখাতে পারে। সামাজিক চেতনা মানসিক একক দ্বারা চালিত হয়ে থাকে যাকে স্কীমা (*schemas*) বলা হয়।

স্কীমা এবং স্টিরিওটাইপ (Schemas and Stereotypes)

স্কীমা (*schema*) হল একটি মানসিক গঠন যা কোন বস্তু সম্পর্কে তথ্য প্রক্রিয়াকরণের জন্য কাঠামো, নিয়মাবলি অথবা নির্দেশিকা প্রদান করে। স্কীমা (অথবা *schemata*) আমাদের স্মৃতিতে সংরক্ষিত মৌলিক একক এবং তারা তথ্য প্রক্রিয়াকরণের সংক্ষেপ পদ্ধতি হিসেবে ক্রিয়া করে, ফলস্বরূপ চেতনার ক্ষেত্রে প্রয়োজনীয় সময় এবং মানসিক প্রচেষ্টা কমানো যায়। সামাজিক চেতনার ক্ষেত্রে, সামাজিক স্কীমা হল মৌলিক একক। কিছু মনোভাবও সামাজিক স্কীমা হিসেবে ক্রিয়া করতে পারে। আমরা অনেক রকম স্কীমা ব্যবহার করতে পারি এবং এদের বিশ্লেষণ ও উদাহরণের মাধ্যমে এগুলো সম্পর্কে জানতে পারি।

অধিকাংশ স্কীমাগুলোই শ্রেণি বিভাগ বা শ্রেণি আকারে থাকে। যে সমস্ত স্কীমা শ্রেণি বিভাগ হিসেবে ক্রিয়া করে সেগুলোকে বলা হয় জাতিবৃত্ত (*prototypes*) যে হল বৈশিষ্ট্য বা গুণাবলির সমগ্র বিন্যাস এবং এটি কোন একটি বস্তুকে সম্পূর্ণভাবে সংজ্ঞায়িত করার ক্ষেত্রে আমাদের সাহায্য করে। সামাজিক চেতনার ক্ষেত্রে শ্রেণি বিভাগ ভিত্তিক স্কীমা যোগে মানুষের দলের সাথে সম্পর্কযুক্ত, সেগুলোকে স্টিরিওটাইপ বলা হয়। এগুলো হল বিভাগভিত্তিক স্কীমা যোগে অতি সাধারণীকরণ করা হয়, যোগে সরাসরি যাচাই করা হয় না এবং যেখানে ব্যতিক্রম বলতে কিছু থাকে না। উদাহরণস্বরূপ, ধরে নাও তোমাদেরকে গোষ্ঠী 'G' সম্পর্কে সংজ্ঞায়িত করতে হবে। তোমরা যদি কোনদিনও এই গোষ্ঠীর কোন সদস্যকে সরাসরি না চেনো অথবা আগে যদি কখনো দেখা হয়না, তবে তোমরা খুব সম্ভবত গোষ্ঠী 'G'-র সেই প্রতিনিধি স্থানীয় সদস্যের সম্পর্কে 'সাধারণ জ্ঞান' ব্যবহার করবে। সেই তথ্যের সাথে তোমরা তোমাদের পছন্দ ও অপছন্দকে যোগ করবে। তোমরা যদি গোষ্ঠী 'G' সম্পর্কে অনেক ইতিবাচক বিষয় শুনে থাক, তাহলে পুরো গোষ্ঠী সম্পর্কে তোমাদের সামাজিক স্কীমাটি নেতিবাচক থেকে অনেক বেশি ইতিবাচক হবে। অপরদিকে, তোমরা যদি গোষ্ঠী 'G' সম্পর্কে অনেক নেতিবাচক বিষয় শুনে থাক, তবে তোমাদের সামাজিক স্কীমাটি নেতিবাচক স্টিরিওটাইপের রূপে হবে। তোমরা যেই সিদ্ধান্তে পৌঁছেছ সেগুলো তোমাদের যুক্তিযুক্ত চিন্তন অথবা সরাসরি অভিজ্ঞতার ফল নয়, আসলে সেগুলো একটি নির্দিষ্ট গোষ্ঠী সম্পর্কে পূর্বকল্পিত ধারণার উপর ভিত্তি করে হয়ে থাকে। পরবর্তীকালে তোমাদের যখন বাস্তবে গোষ্ঠী 'G'-র কোন সদস্যের সাথে দেখা হয়, সেই ব্যক্তির প্রতি তোমাদের ধারণা এবং

তার প্রতি তোমাদের ব্যবহার তোমাদের স্টিরিওটাইপ দ্বারা প্রভাবিত হবে। পূর্বে উল্লেখ করা হয়েছে যে স্টিরিওটাইপ কোন নির্দিষ্ট গোষ্ঠীর বিপক্ষে পক্ষপাত ও পক্ষপাতদূষিতার বৃদ্ধির জন্য উর্বর ক্ষেত্র প্রদান করে থাকে। কিন্তু পক্ষপাত স্টিরিওটাইপ ছাড়াও বিকশিত হতে পারে।

ধারণা গঠন ও আরোপণের মাধ্যমে আচরণের ব্যাখ্যা (Impression Formation and Explaining Behaviour of Others through Attributions)

প্রত্যেক সামাজিক মিথোষ্ক্রিয়া কোন ব্যক্তি যার সাথে আমাদের দেখা হয় তাদের সম্পর্কে ধারণা গঠন দিয়ে এর সূত্রপাত হয়ে থাকে। জনপ্রিয় ব্যক্তিত্ব এবং চাকুরির সাক্ষাৎকারের জন্য উপস্থিত প্রার্থীর এই ক্ষেত্রে সূচ্য উদাহরণ, কারণ তাদের ক্ষেত্রেও অন্যদের সামনে 'ভাল ধারণা তৈরি' করাটাই গুরুত্বপূর্ণ। একজন ব্যক্তিকে জানার প্রক্রিয়া বিস্তৃতভাবে দুটি অংশে ভাগ করা যেতে পারে :

- ধারণা গঠন এবং
- আরোপণ।

যে ব্যক্তি ধারণা গঠন করে, তাকে বলা হয় প্রত্যক্ষকারী (*perceiver*)। যেই ব্যক্তি সম্পর্কে ধারণাটি গঠিত হয়েছে তাকে বলা হয় টার্গেট (*target*)। প্রত্যক্ষকারী তথ্য সংগ্রহ করে, অথবা প্রদত্ত তথ্য, টার্গেটের গুণাবলি সম্পর্কে প্রতিক্রিয়া করে, এই তথ্যগুলোকে সংগঠিত করে এবং টার্গেট সম্পর্কে সিদ্ধান্তে আসে।

আরোপণের ক্ষেত্রে, প্রত্যক্ষকারী আরো একটু এগিয়ে যায় এবং টার্গেট একটি নির্দিষ্ট ভঙ্গিতে আচরণ কেন করেছে সে সম্পর্কে ব্যাখ্যা করে। টার্গেটের আচরণের কারণ দর্শানো হল আরোপণের মূল ধারণা। প্রায়শই প্রত্যক্ষকারীরা টার্গেট সম্পর্কে শুধুমাত্র একটি ধারণা তৈরি করে, কিন্তু পরিস্থিতির প্রয়োজনীয়তা অনুযায়ী তারা টার্গেট সম্পর্কেও আরোপণ করতে পারে।

ধারণা গঠন ও আরোপণ প্রভাবিত হয় :

- প্রত্যক্ষকারীর কাছে তথ্যের লভ্যতার স্বরূপের দ্বারা।
- প্রত্যক্ষকারীদের মধ্যে যে সামাজিক স্কীমা (স্টিরিওটাইপ সমেত) রয়েছে।
- প্রত্যক্ষকারীদের ব্যক্তিত্বের বৈশিষ্ট্যাবলি, এবং
- পরিস্থিতি সংক্রান্ত উপাদানের দ্বারা।

ধারণা গঠন (Impression Formation)

নিম্নোক্ত বিষয়বস্তুগুলো ধারণা গঠনে পাওয়া গেছে :

- ধারণা গঠন প্রক্রিয়ার অন্তর্গত রয়েছে নিম্নলিখিত তিনটি উপপ্রক্রিয়া:
 - (a) *চয়ন (Selection)* : আমরা টার্গেট ব্যক্তির সম্পর্কে শুধুমাত্র তথ্যের কিছু অংশ নিয়ে বিবেচনা করি,
 - (b) *সংগঠন (Organisation)* : বাছাই করা তথ্যগুলো শৃঙ্খলাবদ্ধভাবে সংযুক্ত করা হয়, এবং
 - (c) *সিদ্ধান্ত (Inference)* : টার্গেটটি কী ধরনের ব্যক্তি সম্পর্কে রয়েছে সে বিষয়ে আমরা সিদ্ধান্ত নেই।
- অন্যান্য সংলক্ষণের তুলনায় কিছু নির্দিষ্ট গুণাবলি ধারণা গঠনকে প্রভাবিত করে থাকে।
- তথ্যগুলোকে যেইক্রম বা সারিতে উপস্থাপন করা হয়, সেগুলো ধারণা গঠনের প্রকারের উপর প্রভাব ফেলে। অধিকাংশ ক্ষেত্রে, শেষে উপস্থাপিত তথ্যের তুলনায় প্রথমে উপস্থাপিত তথ্যগুলোর বেশি প্রভাব থাকে। একে বলা হয় **প্রধান্য প্রভাব (primacy effect)**, প্রথম ধারণাটিই শেষ ধারণা। যাই হোক, যদি প্রত্যক্ষকারীকে বলা হয়, যে শুধুমাত্র প্রথম তথ্যটিকে নয়, সবগুলো তথ্যের উপর মনোনিবেশ করতে, তবে যেইসব তথ্যগুলো শেষে আসবে সেগুলোর প্রভাব অনেক জোড়াল হতে পারে। একে বলা হয় **সাম্প্রতিক তার প্রভাব (recency effect)**।
- আমাদের এটা ভাবার প্রবণতা রয়েছে যে, টার্গেট ব্যক্তি যার মধ্যে ইতিবাচক গুণাবলির একটি বিন্যাস রয়েছে তার মধ্যে অবশ্যই আরো অন্য নির্দিষ্ট ইতিবাচক গুণাবলিও রয়েছে যগুলো আবার প্রথম বিন্যাসের সাথে যুক্ত। একে বলা হয় **হ্যালো (halo effect)**। উদাহরণস্বরূপ, যদি আমাদেরকে বলা হয় যে একজন ব্যক্তি 'পরিচ্ছন্ন' এবং 'সময়নিষ্ঠ', আমাদের মধ্যে এই ভাবার সম্ভাবনা থাকে যে ব্যক্তিটি নিশ্চয়ই 'কঠোর পরিশ্রমী' হবে।

কার্যকারণ সম্পর্কীয় আরোপণ (Attribution of Causality)

একটি ধারণা গঠনের পর, আমরা প্রায়শই ব্যক্তির আচরণের কারণগুলো নির্ধারণ করার প্রক্রিয়াকরণগুলোকে বিচার করি। আরোপণের উপর হওয়া গবেষণাগুলো এটা চিহ্নিত করেছে যে এটি একটি নিয়মাবদ্ধ প্রক্রিয়া। আরোপণের নিম্নলিখিত দৃষ্টিভঙ্গিগুলো পাওয়া গেছে।

- যখন আমরা কোন ব্যক্তির আচরণের কারণ নির্ধারণ করি, আমরা

কারণকে বিস্তৃতভাবে শ্রেণিবদ্ধ করতে পারি যেমন অভ্যন্তরীণ (**internal**)— ব্যক্তির ভিতরে রয়েছে এমন কিছু একটা অথবা বাহ্যিক (**external**)— ব্যক্তির বাইরে রয়েছে এমন কিছু। উদাহরণস্বরূপ, আমরা যদি দেখি ব্যক্তি A, ব্যক্তি B কে আঘাত

এই অনুশীলনটি তোমাদেরকে ধারণা গঠনের উপাদানগুলোকে দেখতে সাহায্য করবে। এতে তোমাদের দুজন অংশগ্রহণকারীর প্রয়োজন হবে, একটি মেয়ে ও একটি ছেলে (যারা তোমাদের ক্লাসের শিক্ষার্থী নয় এবং যারা এই বিষয়টি সম্পর্কে পড়েনি)। অংশগ্রহণকারীদের নিম্নলিখিত নির্দেশগুলো দাও। মেয়ে অংশগ্রহণকারীকে শূন্যস্থানে একজন ছেলের নাম লিখতে অনুরোধ কর এবং ছেলেটির ক্ষেত্রে মেয়ের নাম লিখতে বল।

“ _____ একজন কঠোর পরিশ্রমী শিক্ষার্থী, তোমার মতানুসারে নিম্নোক্ত কোনো গুণগুলোও এই শিক্ষার্থীর মধ্যে পাওয়া যেতে পারে? দয়া করে সেইসব গুণগুলোর নিচে দাগ দাও। ”

বৃদ্ধিমান/বৃদ্ধিমতি উপকারী স্বার্থপর
বন্ধুত্বপূর্ণ সময়নিষ্ঠ অসাধু
বিচলিত উগ্রস্বভাব

দেখো যে : (a) কোন গুণগুলো বাছাই করা হয়েছে? এবং (b) মেয়ে ও ছেলে অংশগ্রহণকারীদের মধ্যে কোনো পার্থক্য রয়েছে কি না?

করছে, প্রত্যক্ষকারী হিসেবে আমরা এই আঘাতজনিত আচরণকে এই বলে ব্যাখ্যা করতে পারি যে, (i) A, B কে আঘাত করে কারণ A একজন বদমেজাজী, যা একটি অভ্যন্তরীণ (ব্যক্তিত্ব-সম্পর্কিত) কারণ, অথবা এই যে, A, B কে আঘাত করে কারণ B জঘন্যভাবে আচরণ করেছে যা একটি বাহ্যিক, পরিস্থিতিগত কারণ।

- যখন মানুষ সাফল্য ও ব্যর্থতার জন্য আরোপণ করে থাকে, তারা যেই কারণগুলো দর্শায় সেগুলো **অভ্যন্তরীণ** অথবা **বাহ্যিক** উপাদান হিসেবে শ্রেণিবদ্ধ করা যেতে পারে এবং স্থায়ী অথবা অস্থায়ী উপাদান হিসেবেও হতে পারে। Bernard Wiener একটি শ্রেণিবিভাগ সম্পর্কে প্রস্তাব করেন যা চিত্র 6.4-এ দেখানো হয়েছে। যেই কারণগুলো সময়ের সাথে পরিবর্তিত

হয় না, তাদের স্থায়ী উপাদান বলা হয়, যেখানে পরিবর্তিত উপাদানগুলোকে অস্থায়ী উপাদান বলে।

- আরোপণ তৈরির ক্ষেত্রে, মানুষের অভ্যন্তরীণ অথবা স্বভাবগত (dispositional) উপাদানকে বাহ্যিক অথবা পরিস্থিতিগত উপাদানের তুলনায় বেশি গুরুত্ব দেওয়ার সামগ্রিক প্রবণতা রয়েছে। একে বলা হয় মৌলিক আরোপণ ত্রুটি (fundamental attribution error)। এই প্রবণতা কোন কোন সংস্কৃতিতে অন্যের সংস্কৃতির তুলনায় অনেক বেশি দৃঢ়। উদাহরণস্বরূপ, গবেষণায় দেখা গেছে যে ভারতীয়দের মধ্যে আমেরিকানদের তুলনায় বাহ্যিক (পরিস্থিতিগত) আরোপণ করার বেশি ঝোঁক দেখা যায়।
- সাফল্যের জন্য আরোপণ এবং ব্যর্থতার জন্যে আরোপণের মধ্যে একটি পার্থক্য রয়েছে। সাধারণত, মানুষ সফলতার গুণকে অভ্যন্তরীণ কারণ বলে থাকে যেমন, তাদের কঠোর পরিশ্রম করার ক্ষমতা। তাদের ব্যর্থতাকে বাহ্যিক উপাদানের গুণ হিসেবে দেখে যেমন- দুর্ভাগ্য, কাজের কাঠিন্যতা প্রভৃতি।
- একজন ব্যক্তির নিজস্ব ইতিবাচক ও নেতিবাচক অভিজ্ঞতা (কর্মসম্পাদনকারী ভূমিকা) এবং অপর ব্যক্তির ইতিবাচক ও নেতিবাচক অভিজ্ঞতার (প্রত্যক্ষকারী - ভূমিকা) আরোপণের মধ্যেও পার্থক্য পাওয়া গেছে। একে বলা হয় কর্মসম্পাদনকারী-প্রত্যক্ষকারী প্রভাব (actor-observer effect) উদাহরণস্বরূপ, তোমরা যদি কোন পরীক্ষায় ভাল নম্বর

পাও, তোমরা তবে তোমাদের নিজেদের ক্ষমতা অথবা কঠোর পরিশ্রমকে (কর্মসম্পাদনকারী— ভূমিকা, ইতিবাচক অভিজ্ঞতার জন্য অভ্যন্তরীণ আরোপণ) আরোপ করে থাকবে। যদি তোমরা খারাপ নম্বর পাও, তবে তোমরা বলবে যে এটা তোমাদের দুর্ভাগ্যের জন্য হয়েছে বা পরীক্ষাটি খুব কঠিন ছিল (কর্ম সম্পাদনকারী— ভূমিকা, নেতিবাচক অভিজ্ঞতার কারণে বাহ্যিক আরোপণ)। অপরদিকে, যদি তোমাদের কোন একজন সহপাঠী পরীক্ষায় ভাল নম্বর পায়, তোমরা তার সাফল্যকে সৌভাগ্য অথবা সোজা পরীক্ষার (প্রত্যক্ষকারী— ভূমিকা, ইতিবাচক অভিজ্ঞতার জন্য বাহ্যিক আরোপণ) উপর আরোপণ করবে। যদি একই সহপাঠী খারাপ নম্বর পায়, তোমরা সম্ভবত বলবে যে তার ব্যর্থতার কারণ তার মধ্যকার নিম্নমানের অক্ষমতা অথবা প্রচেষ্টার অভাবকে (প্রত্যক্ষকারী— ভূমিকা, নেতিবাচক অভিজ্ঞতার জন্য অভ্যন্তরীণ আরোপণ) আরোপণ করবে। অভিনেতা এবং প্রত্যক্ষকারীর ভূমিকার মধ্যে পার্থক্যের মূল কারণ হল এই যে মানুষ অন্যদের তুলনায় নিজেদের একটি ভাল ভাবমূর্তি বজায় রাখতে চায়।

এই অধ্যায়ে এত দূর পর্যন্ত, আমরা সামাজিক আচরণের জ্ঞানমূলক অথবা চিন্তন সম্পর্কিত পরিপ্রেক্ষিতকে দৃষ্টিগোচর করেছি। চল এখন আমরা প্রকৃত আচরণের কিছু পরিপ্রেক্ষিত যা বাইরে থেকে প্রত্যক্ষ করা যায় সেগুলোকে পরখ করি।

	অভ্যন্তরীণ উপাদান	বাহ্যিক উপাদান
স্থায়ী উপাদান	ক্ষমতা	ভাগ্য
অস্থায়ী উপাদান	প্রচেষ্টা, কঠোর পরিশ্রম	কার্যের বৈশিষ্ট্য

চিত্র 6.4 : Wiener-এর কারণগত উপাদানের শ্রেণি বিভাগ

অন্যের উপস্থিতিতে আচরণ (Behaviour in the Presence of Others)

সামাজিক আচরণ সম্পর্কে প্রথম পর্যবেক্ষণটি করা হয়েছিল যে নির্দিষ্ট কাজ সম্পাদনের উপর শুধুমাত্র অন্যের উপস্থিতি প্রভাব বিস্তার করে। একে বলা হয় সামাজিক উৎসাহদান (social facilitation)। উদাহরণস্বরূপ, রিনা একটি সজ্জিত প্রতিযোগিতায় অংশগ্রহণ করবে। সে খুব প্রতিভাশালী, তবুও সে অনুষ্ঠানটি নিয়ে বিচলিত বোধ করছে। তেমনরা যদি রিনার জয়গায় থাকতে, তেমনরা কি দর্শকের সামনে ভাল প্রদর্শন করতে নাকি একা থাকলে করতে? 1897 সালে Norman Triplett-এ, লক্ষ্য করেন যে ব্যক্তি একই কাজ একা থাকলে যেমন সম্পাদন করে সেই তুলনায় দর্শকের সামনে সে বেশি ভাল কর্মদক্ষতার প্রদর্শন করে। যেমন— একা সাইকেল চালানোর তুলনায় একজন সাইক্লিস্ট একে অপরের সাথে রেইসে বেশি ভাল প্রদর্শন করে। সময়ের সাথে এই ব্যাপারে আরো অনেক বিস্তারিত জানা গেছে।

- অন্যের উপস্থিতিতে কর্মদক্ষতা ভাল হওয়ার কারণ হল এই যে ব্যক্তি সক্রিয়তার (arousal) অভিজ্ঞতা লাভ করে থাকে, যা ব্যক্তিকে আরো ভালোভাবে প্রতিক্রিয়া করতে সাহায্য করে। এই ব্যাখ্যাটি Zajonc (এই নামটি 'science' টিকে যদি ছড়ানো মতো বললে যে উচ্চারণটি হয় তেমন) প্রদত্ত।
- উত্তেজনার কারণ হল ব্যক্তি অনুভব করে যে তাকে মূল্যায়ন করা হবে। একে বলে মূল্যায়ন উপলব্ধি (evaluation apprehension)। ব্যক্তির কর্মক্ষমতা ভাল হলে প্রশংসিত হবে (পুরস্কার) অথবা বাজে হলে সমালোচিত হবে (শাস্তি)। আমরা প্রশংসিত হওয়ার কামনা করি এবং সমালোচনা এড়াতে চাই, তারজন্য আমরা ভালভাবে কর্ম সম্পাদন করতে এবং ভুল এড়ানোর চেষ্টা করি।
- কার্যের স্বরূপ (nature of the task) কাজটা করতে হবে, তা অন্যের উপস্থিতিতে কর্মদক্ষতাকেও প্রভাবিত করে থাকে। উদাহরণস্বরূপ, সরল ও পরিচিত কাজের ক্ষেত্রে, ব্যক্তি ভালভাবে কাজ সম্পাদন করবে এই বিষয়ে নিশ্চিত থাকে এবং প্রশংসা বা পুরস্কার পাওয়ার আগ্রহটি খুব বেড়ে যায়। তাই সেই ব্যক্তিটি একা কাজ করার তুলনায় অন্যের উপস্থিতিতে বেশি ভালভাবে কাজ করে। কিন্তু জটিল অথবা নতুন কাজের ক্ষেত্রে, ব্যক্তির মধ্যে ভুল করার ভয় থাকে। সমালোচনা বা শাস্তির ভয় অনেক

বেশি থাকে। তাই ব্যক্তিটি একা তুলনায় অন্যদের উপস্থিতিতে অনেক বেশি খারাপ প্রদর্শন করে।

- উপস্থিত অন্যরাও যদি একই কাজ সম্পাদন করে, তাকে বলা হয় সহ-ক্রিয়া (co-action)। এই পরিস্থিতিতে, সামাজিক তুলনা এবং প্রতিযোগিতা দেখা যায়। আবার, যখন কাজটি সরল অথবা পরিচিত হয়, তার প্রদর্শনটি একার তুলনায় সহ-ক্রিয়ায় বেশি ভাল হয়।

সংক্ষেপে, ব্যক্তির কার্য সম্পাদন অন্যের উপস্থিতিতে সুগম অথবা উন্নত হয়, অথবা বাধা প্রাপ্ত অথবা খারাপ হয়। উদাহরণস্বরূপ, আমরা যদি দলবদ্ধভাবে একসাথে কাজ করি, দলটি যত বড় হবে, প্রত্যেকটি সদস্য তত কম প্রচেষ্টা করে। এই ঘটনাকে বলা হয় সামাজিক কালক্ষয় (social loafing) যার ভিত্তি হলো দায়িত্বের

দুটি পরিস্থিতিতে ভেবে দেখ :

পরিস্থিতি X : একজন ব্যক্তি দর্শকের সামনে একটি একক নৃত্য প্রদর্শন করছে।

পরিস্থিতি Y : একজন ব্যক্তি আরো পাঁচজন ক্রীড়াবিদের সাথে রেস-এ দৌড়াচ্ছে।

নিম্নোলিখিত উপাদানগুলোর মধ্যে কোন উপাদানটি পরিস্থিতি Y এ আছে, কিন্তু পরিস্থিতি X -এ নেই?

(a) উত্তেজনা

(b) মূল্যায়ন উপলব্ধি

(c) প্রতিযোগিতা

(d) কঠিন কাজ

প্রদত্ত পরিস্থিতির উপর ভিত্তি করে সঠিক বিকল্প বাছাই কর।

দর্শকদের উপস্থিতিতে, মূল্যায়ন উপলব্ধি পরিচালিত হয় :

A. পরিচিত ও নতুন কাজে

উভয় কার্য সম্পাদনের উন্নতি। হ্যাঁ না

B. পরিচিত ও নতুন

উভয় কার্য সম্পাদনের পতন। হ্যাঁ না

C. পরিচিত কার্য

সম্পাদনে উন্নতি এবং

নতুন কার্য সম্পাদনে পতন। হ্যাঁ না

D. উত্তেজনা, যা 'C'-এর দিকে

পরিচালিত হয়। হ্যাঁ না

কার্যকলাপ
6.3

এড়ানো (*diffusion of responsibility*)। তোমরা সামাজিক কালঙ্কয় সম্পর্কে পরবর্তী অধ্যায়ে পড়বে।

দায়িত্ব এড়ানো, যা প্রায়শই সামাজিক কালঙ্কয়ের ভিত্তি হয়, এটি বার বার এমন পরিস্থিতিতেও দেখা যেতে পারে যেখানে মানুষ সাহায্য করবে এই প্রত্যাশা করা হয়। এই দিকগুলো ও সাহায্যকারী আচরণের সাথে যুক্ত অন্যান্য উপাদানগুলো পরবর্তী অংশে আমরা দেখব।

সমাজ-অনুকূল আচরণ (Pro-social Behaviour)

সারা বিশ্ব জুড়ে, অন্যদের জন্য ভাল করা এবং সাহায্যকারী হওয়াকে পুণ্য হিসেবে ব্যাখ্যা করা হয়। সব ধর্মই আমাদের শেখায় যে আমরা যেন যাদের সাহায্যের প্রয়োজন, তাদের সাহায্য করি। এই আচরণকে বলা হয় সাহায্যকারী অথবা সমাজ-অনুকূল আচরণ (*pro-social behaviour*)। সমাজ অনুকূল আচরণ ‘পরার্থপরতা’ (*‘altruism’*)-এর খুব অনুরূপ যার মানে নিজের স্বার্থ ছাড়া অন্যদের কল্যাণের কথা চিন্তা করা (ল্যাটিন ভাষায় ‘alter’ মানে ‘অন্য’, ‘ego’-এর বিপরীত যার মানে ‘নিজস্ব’)। সমাজ-অনুকূল আচরণের কিছু উদাহরণ হল, কোন কিছু ভাগ করে নেওয়া, অন্যদের সাথে সহযোগিতা করা, প্রাকৃতিক বিপর্যয়ের সময় সাহায্য করা, সহানুভূতি দেখানো, অন্যদের উপকার করা এবং দাতব্য অনুদান করা।

সমাজ-অনুকূল আচরণের নিম্নলিখিত বৈশিষ্ট্যগুলো রয়েছে। সেগুলো হল :

- অন্য ব্যক্তি বা ব্যক্তিগণের সুবিধা বা ভালো করার লক্ষ্যে কাজ করবে,
- পরিবর্তে কোন কিছু প্রত্যাশা না করে কাজ করা,
- কোন চাপের কারণে না করে নিজের ইচ্ছেতে করা এবং
- এতে কিছু জটিলতা থাকে। অথবা তাকে সাহায্য প্রদানকারীকে এর জন্য ‘মূল্য’ দিতে হয়।

উদাহরণস্বরূপ, যদি একজন ব্যক্তি অনেক টাকা দান করে থাকে যা বেআইনিভাবে অর্জন করা হয়েছে, এই ধারণা নিয়ে যে তার ছবি এবং নাম খবরের কাগজে উঠবে, এইটা সমাজ-অনুকূল আচরণ হতে পারে না যদিও দানটি অনেক মানুষের ভাল করতে পারে।

সমাজ-অনুকূল আচরণের সাথে সংযুক্ত বিশাল মূল্য এবং গুরুত্ব থাকা সত্ত্বেও মানুষ একরকম আচরণ খুব বেশি একটা প্রদর্শন করে

না। 11 জুলাই, 2006 -এর মুম্বাই ব্রাস্টে তৎক্ষণাতই সম্প্রদায় থেকে যে যেভাবে পাবে সেভাবেই তাদের সাহায্যের জন্য এগিয়ে এসেছিল। অন্যদিকে, পূর্বের অন্য একটি ঘটনার ক্ষেত্রে, শহরতলিতে একটি চলন্ত ট্রেনে একটি মেয়ের পার্স ছিনতাই করা হয়েছিল তখন কেউ এগিয়ে আসেনি। অন্যান্য যাত্রীরা সাহায্যের জন্য কিছুই করেনি এবং মেয়েটিকে ট্রেন থেকে ছুঁড়ে ফেলে দেওয়া হয়। এমনকি মেয়েটি যখন আহত অবস্থায় রেল লাইনের উপর পড়েছিল তখন সে এলাকার আশপাশের বাড়িঘরে-এর বসবাসকারী কোন মানুষই সাহায্যের জন্য এগিয়ে আসেনি।

এখন প্রশ্ন হল : কোন পরিস্থিতিতে এবং কি উদ্দেশ্য মানুষ অন্যদের সাহায্য করে? সমাজ-অনুকূল আচরণের উপর গবেষণা সমাজ-অনুকূল আচরণকে প্রভাবিত করার অসংখ্য উপাদানকে তুলে ধরেছে।

সমাজ-অনুকূল আচরণের প্রভাববিস্তারকারী উপাদান (Factors Influencing Pro-social Behaviour)

- সমাজ-অনুকূল আচরণ হল মানুষের মধ্যে জন্মগত, স্বাভাবিক প্রবণতার উপর ভিত্তি করে তাদের প্রজাতির অন্যান্য সদস্যদের সাহায্য করা। এই জন্মগত প্রবণতা প্রজাতির উদ্ভবতনকে সহজতর করে।
- সমাজ-অনুকূল আচরণ শিখন দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। যেসব ব্যক্তি এমন পারিবারিক পরিবেশে বড় হয় যেখানে অন্যদের সাহায্য করার নজির থাকে। সাহায্যকারীকে একটি মূল্যবোধ হিসেবে গুরুত্ব দেয় এবং উপকারিতাকে প্রশংসা করে তারা এসব বৈশিষ্ট্যবলিবিহীন পারিবারিক পরিবেশ বড় হওয়া ব্যক্তিদের তুলনায় বেশি সমাজ-অনুকূল আচরণ প্রদর্শন করে থাকে।
- সাংস্কৃতিক উপাদান সমাজ-অনুকূল আচরণকে প্রভাবিত করে। কিছু সংস্কৃতি সক্রিয়ভাবে দুঃস্থ ও পীড়িতদের সাহায্য করতে উৎসাহ যোগায়। সেই সংস্কৃতিতে স্বাধীনতাকে উৎসাহিত করে, ওই সংস্কৃতির ব্যক্তি কম সমাজ অনুকূল আচরণ প্রদর্শন করে কারণ মানুষ নিজের খেয়াল নিজে রাখার প্রত্যাশা করে এবং অন্যের সাহায্যের উপর নির্ভর হয় না। যেসব সংস্কৃতিতে ব্যক্তির সম্পদের অভাব অনুভব করে তারা উচ্চস্তরীয় সমাজ-অনুকূল আচরণ প্রদর্শন নাও করতে পারে।
- সমাজ অনুকূল আচরণ তখন প্রকাশ পায় যখন পরিস্থিতি

অন্যদেরকে সাহায্য করার প্রয়োজনীয় নির্দিষ্ট আদর্শকে সক্রিয় করে তুলে। সমাজ অনুকূল আচরণের পরিপ্রেক্ষিতে তিনটি আদর্শ (norm) সম্পর্কে উল্লেখ করা হয়েছে :

(a) সামাজিক দায়িত্বের (social responsibility)

আদর্শ: অন্য কোন কারণকে বিবেচনা না করেই আমাদের যে কোন লোক, যাদের সাহায্যের প্রয়োজন তাদের সাহায্য করা উচিত।

(b) ক্রিয়া-প্রতিক্রিয়ার (reciprocity) আদর্শ: যারা আমাদেরকে পূর্বে সাহায্য করেছিল তাদেরকে আমাদের সাহায্য করা উচিত।

(c) সমদর্শিতার (equity) আদর্শ: যখনই মনে হবে এটা সঠিক তখনই আমাদের অন্যদেরকে সাহায্য করা উচিত। উদাহরণস্বরূপ, আমরা অনেকেই মনে করি যে কোন একজন জুয়াতে সব হারিয়েছে তাকে সাহায্য করা থেকে যে ব্যক্তি বন্যায় সর্বস্ব হারিয়েছে তাকে সাহায্য করা অনেক ভাল।

- সমাজ-অনুকূল আচরণ যে ব্যক্তিকে সাহায্য করা হচ্ছে, তার প্রতিক্রিয়া দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। উদাহরণস্বরূপ, মানুষ একজন দুস্থ ব্যক্তিকে টাকা নাও দিতে চাইতে পারে কারণ তারা ভাবে যে সেই ব্যক্তিটি অপমানিত বোধ করতে পারে, অথবা পর নির্ভর হয়ে উঠতে পারে।
- সমাজ-অনুকূল আচরণ উচ্চমানের সহমর্মিতাপূর্ণ ব্যক্তি দ্বারা প্রদর্শন করার সম্ভাবনা বেশি থাকে, তার মানে, ব্যক্তিকে সাহায্য করা হবে তার মর্ম পীড়া অনুভব করার ক্ষমতা থাকে, যেমন বাবা সাহেব অমতে, মাদার টেরেসা। সমাজ-অনুকূল আচরণ সহমর্মিতাকে জাগিয়ে তোলার পরিস্থিতিতেও ঘটর সম্ভাবনা থাকে, যেমন—দুর্ভিক্ষে ক্ষুধার্ত শিশুদের ছবি।
- খারাপ মেজাজ, ব্যক্তির নিজের সমস্যা নিয়ে ব্যস্ত থাকা এটা ভাবা যে যাকে সাহায্য করতে হবে সে তার নিজের অবস্থার জন্য নিজেই দায়ী (অর্থাৎ, যখন অন্য ব্যক্তির প্রয়োজন পরিস্থিতির জন্য একটি অন্তর আরোপণ তৈরি করা হয়) ইত্যাদি উপাদান দ্বারা সমাজ-অনুকূল আচরণ কমে যেতে পারে।
- যখন প্রত্যক্ষদর্শীর সংখ্যা একাধিক থাকে তখনও সমাজ-অনুকূল আচরণে কমে যেতে পারে। উদাহরণস্বরূপ, একটি পথ দুর্ঘটনার ক্ষতিগ্রস্ত ব্যক্তি মাঝে মাঝে সাহায্য পায় না কারণ সেই দুর্ঘটনার ঘটনাস্থলে অনেক মানুষ দাঁড়িয়ে থাকে। প্রত্যেকে ভাবে যে

সাহায্য করাটা তার একার দায়িত্ব নয়, এবং অন্য কেউ হয়তো এই দায়িত্বটা নেবে। এই ঘটনাটিকে বলা হয় দায়িত্ব এড়ানো (diffusion of responsibility)। অপর দিকে, যদি শুধুমাত্র একজন প্রত্যক্ষদর্শী থাকেন, সেই ব্যক্তিটি দায়িত্ব নিয়ে ক্ষতিগ্রস্ত লোকটিকে বস্তুত সাহায্য করা সম্ভাবনা বেশি থাকে।

এই অধ্যায়ে, তোমরা মনোভাব এবং সামাজিক চিন্তনের মূল ধারণা সম্পর্কে শিখতে পেরেছ এবং সামাজিক আচরণের কিছু রূপের আভাস পেয়েছ। পরবর্তী অধ্যায়ে তোমরা ব্যক্তির উপর গোষ্ঠীর প্রভাব বিস্তার সম্পর্কে পড়বে।

A. এক গাদা ভারি বই আর প্রবন্ধ নিয়ে বিদ্যালয়ের গ্রন্থাগারে যাও। গ্রন্থাগারের বাইরে একটি সুবিধাজনক স্থানে যখন তোমরা দেখবে যে (a) শুধুমাত্র একজন ব্যক্তি (প্রত্যক্ষদর্শী) উপস্থিত আছে, (b) একজনের বেশি লোক (প্রত্যক্ষদর্শী) উপস্থিতি আছে, তখন বই আর প্রবন্ধগুলো এমনভাবে ফেলে দেবে যেমন এইটা ঘটনাক্রমে হয়েছে। নিম্নলিখিত বিষয়গুলো পর্যবেক্ষণ কর :-

- (a) যখন একজন প্রত্যক্ষদর্শী ছিল, লোকটি কি পড়ে যাওয়া জিনিসগুলো তোলার জন্য তোমায় সাহায্য করতে এগিয়ে এসেছে?
- (b) যখন একের বেশি প্রত্যক্ষদর্শী ছিল, তাদের মধ্যে কজন পড়ে যাওয়া জিনিসগুলো তোলার জন্য তোমায় সাহায্য করতে এগিয়ে এসেছে?

একটি বিশদ শ্রেণি আলোচনা কর।

সাম্প্রতিক কিছু খবরের কাগজ এবং পত্রিকা পড়ে দেখ। প্রত্যক্ষদর্শীরা সাহায্য করার অন্তত একটি প্রতিবেদন সংগ্রহ কর। প্রতিবেদনটির সাথে খবরের কাগজ/পত্রিকার কাটা অংশ সাঁটা হয়েছে কি না নিশ্চিত কর। প্রত্যক্ষদর্শীদের বর্ণিত পরিস্থিতিতে কেন সাহায্যের হাত বাড়িয়ে দিয়েছিল সে সম্পর্কে আলোচনা কর। তোমরা তোমাদের ব্যক্তিগতভাবে পরিচিত ব্যক্তিদের সম্পর্কে ব্যাখ্যা দিতে পার যারা আপাতকালীন পরিস্থিতিতে অন্যদের সাহায্য করেছে। সেই প্রতিবেদনগুলো সম্পর্কে একটি সংক্ষিপ্ত বর্ণনা দিয়ে শ্রেণিকক্ষে সেগুলোকে উপস্থাপন কর।

কার্যকলাপ
6.4

মুখ্য পদ (Key Terms)

কর্মসম্পাদনকারী-প্রত্যক্ষকারী প্রভাব, উত্তেজনা, মনোভাব, আরোপণ, ভারসাম্য, মনোভাবের কেন্দ্রীয়তা, সহ-ক্রিয়া, জ্ঞানমূলক দৃঢ়তা, জ্ঞানমূলক অসংগতি, সর্বসম মনোভাব পরিবর্তন, দায়িত্ব এড়ানো, বৈষম্য, সহানুভূতি, মূল্যায়ন, উপলব্ধি, মনোভাবের চরমাবস্থা, মৌলিক আরোপণ ত্রুটি, হ্যালো এফেক্ট, চিহ্নিতকরণ, অসম মনোভাব, পরিবর্তন, সত্যতার মূল বিষয়, প্রত্যয় জন্মানো, পক্ষপাত, প্রাধান্য প্রভাব, সমাজ-অনুকূল আচরণ, আদিরূপ, সাম্প্রতিক প্রভাব, স্কেপগটিং, স্কীমা, আত্মতৃপ্তির অনুমান, মনোভাবের সরলতা অথবা জটিলতা (বহুবিধতা), সামাজিক উৎসাহদান, সামাজিক কালক্ষয়, স্টিরিওটাইপ, মনোভাবের যোজ্যতা, মূল্যবোধ।

সারাংশ

- মানুষের অন্যদের সাথে মিথস্ক্রিয়া করতেও সম্পর্ক স্থাপন করতে, এবং নিজেদের অন্যদের আচরণ সম্পর্কে ব্যাখ্যা করার একটি চাহিদা রয়েছে।
- মানুষ শিখন প্রক্রিয়া, পরিবার ও বিদ্যালয়ের প্রভাব, প্রাসঙ্গিক গোষ্ঠী ও গণমাধ্যমের মাধ্যমে মনোভাব, অথবা চিন্তন এবং আচরণমূলক প্রবণতা বিকশিত করে। মনোভাবের একটি আবেগমূলক, জ্ঞানমূলক ও আচরণমূলক উপাদান রয়েছে এবং যোজ্যতা, চরমাবস্থা, সরলতা অথবা জটিলতা (বহুবিধতা) এবং কেন্দ্রীয়তার নিরিখে উপলব্ধি করা যেতে পারে।
- মনোভাব পরিবর্তন ভারসাম্যের ধারণা, জ্ঞানমূলক সংগতি এবং দ্বি-ধাপ ধারণা অনুযায়ী হয়ে থাকে। মনোভাব উৎসের বৈশিষ্ট্য, টার্গেট (লক্ষ্য) এবং বার্তা দ্বারা প্রভাবিত হয়ে থাকে। একটি গোষ্ঠীর প্রতি ঋণাত্মক মনোভাব (পক্ষপাত) প্রায়শই একটি সমাজের মধ্যে ধ্বংস সৃষ্টি করে এবং বৈষম্যের মাধ্যমে তা প্রকাশ পায় কিন্তু পক্ষপাতকে পরিচালনা করার জন্য কার্যকরী কৌশলও রয়েছে।
- আমাদের চারপাশের সামাজিক পরিবেশকে উপলব্ধি করার সাথে জড়িত সমগ্র প্রক্রিয়ার বিন্যাসকে সামাজিক চেতনা বলে, যা মানসিক অবয়ব, যা সামাজিক স্কীমা নামক প্রক্রিয়া দ্বারা পরিচালিত হয়ে থাকে। একপ্রকার সামাজিক স্কীমায় একটি স্টিরিওটাইপে, একটি নির্দিষ্ট গোষ্ঠী সম্পর্কে অতি সাধারণীকৃত বিশ্বাস রয়েছে, যা প্রায়শই পক্ষপাতের দিকে নিয়ে যায় এবং এটিকে শক্তিশালী করে।
- ধারণা গঠন সংগঠিত পদ্ধতিতে হয়ে থাকে এবং কিছু প্রভাব যেমন- প্রাধান্য, সাম্প্রতিকতা এবং হ্যালো প্রভাব প্রদর্শন করে।
- মানুষ অভ্যন্তরীণ ও বাহ্যিক কারণ আরোপণ করে তাদের নিজেদের ও অন্যদের আচরণ ও অভিজ্ঞতা যেমন, সাফল্য ও ব্যর্থতার কারণও দর্শায়। আরোপণ, মৌলিক আরোপণ ত্রুটি এবং কর্মসম্পাদনকারী প্রত্যক্ষকারী প্রভাবের মত প্রভাব প্রদর্শন করে থাকে।
- অন্যের উপস্থিতিতে উত্তেজনা এবং মূল্যায়নের উপলব্ধির জন্য পরিচিত কার্যের সম্পাদন উন্নত হতে পারে (সামাজিক উৎসাহদান) এবং অপরিচিত অথবা নতুন কার্য সম্পাদনে হ্রাস দেখা যেতে পারে (সামাজিক বাধাদান)।
- মানুষ সাহায্যের প্রয়োজনীয় ব্যক্তিদের সাহায্য করে অন্যদের প্রতি প্রতিক্রিয়া করে (সমাজ-অনুকূল আচরণ) কিন্তু এগুলো অসংখ্য উপাদান দ্বারা নির্ধারিত হয়ে থাকে।

পর্যালোচনামূলক প্রশ্নসমূহ

1. মনোভাবের সংজ্ঞা দাও। মনোভাবের উপাদানগুলো সম্পর্কে আলোচনা কর।
2. মনোভাব কি অর্জিত? কীভাবে ব্যাখ্যা কর।
3. মনোভাব গঠনে প্রভাব বিস্তারকারী উপাদানগুলো কী কী?
4. আচরণ কি সবসময় ব্যক্তির মনোভাবের একটি প্রতিফলন? যথাযথ উদাহরণের সাথে ব্যাখ্যা কর।
5. সামাজিক চেতনার ক্ষেত্রে স্কীমার গুরুত্বকে উল্লেখ কর।
6. পক্ষপাত ও স্টিরিওটাইপের মধ্যে পার্থক্য লেখ।
7. বৈষম্য ছাড়া পক্ষপাতের অস্তিত্ব আছে এবং তদ্বিপরীত। মন্তব্য কর।
8. ধারণা গঠনের গুরুত্বপূর্ণ প্রভাববিস্তারকারী উপাদানগুলোকে বর্ণনা কর।
9. 'কর্ম সম্পাদনকারী'র আরোপণ থেকে 'প্রত্যক্ষকারী'র আরোপণ কীভাবে ভিন্ন তা ব্যাখ্যা কর।
10. সামাজিক উৎসাহদান কীভাবে হয়ে থাকে?
11. সমাজ-অনুকূল আচরণের ধারণাকে ব্যাখ্যা কর।
12. তোমাদের বন্ধু অতিরিক্ত বাইরের খাবার খায়, তোমরা তার খাদ্যের প্রতি তার মনোভাবের মধ্যে পরিবর্তন আনতে পার?

1. বর্জ্য ব্যবস্থাপনার প্রতি মনোভাব ও সচেতনতা : একটি সমীক্ষা (Attitudes Towards and Awareness of Waste Management : A Survey)

গৃহস্থালী আবর্জনার (গার্হস্থ্য বর্জ্য) সমস্যা ভারতীয় শহরগুলোতে খুব প্রচলিত। একটি স্বচ্ছ পরিবেশের জন্য উদ্বেগ ক্রমবর্ধমান কিন্তু আমরা জানি না নাগরিকরা কতটা জানে যে তাদের গৃহস্থলীতে সংগৃহীত বর্জ্য পদার্থগুলো কীভাবে নিষ্পত্তি হয়। তোমাদের কয়েকজন সহপাঠীদের সাথে মিলে তোমাদের কলোনিতে এটা খোঁজার জন্য একটি সমীক্ষা কর যে মানুষ তাদের গার্হস্থ্য বর্জ্য কী করে। প্রত্যেকটি ছাত্র/ছাত্রী কলোনির দুটো বাড়িতে গিয়ে বাড়ির প্রধানকে নিম্নের প্রশ্নগুলো জিজ্ঞাসা করতে পারে। তাদের উত্তরগুলো অবশ্যই লেখা উচিত।

1. আপনার পুরোনো খবরের কাগজ, পত্রিকা, টিন এবং বোতল দিয়ে কি করেন?
2. আপনার প্লাস্টিক প্যাকেট এবং অন্যান্য প্লাস্টিকের বস্তু (যেমন খেলনা, পাত্র ইত্যাদি) দিয়ে কি করেন?
3. আপনারা কীভাবে রামাঘরের বর্জ্য (যেমন- সবজি ও ফলের খোসা, ব্যবহৃত চায়ের পাতা বা টি ব্যাগ, খাবার যা আর খাওয়া যাবে না ইত্যাদি) নিষ্পত্তি করেন?
4. আপনারা কীভাবে অন্যান্য ব্যবহৃত বস্তু যাতে রাসায়নিক পদার্থ থাকে (যেমন, টর্চের সেল, ব্যবহৃত বা নষ্ট সি.ডি, ক্যাসেট, কীটনাশকের পাত্র ইত্যাদি) সেগুলো নিষ্পত্তি করেন?
5. আপনারা কি বাড়ির সংগৃহীত সব বর্জ্য প্রতিনিধি একই জায়গায় রাখেন না বিভিন্ন প্রকার বর্জ্য আলাদা আলাদা ডাস্টবিন/ওয়েস্ট বাল্কেটে ফেলেন?
6. আপনাদের ও প্রতিবেশীদের বাড়ি থেকে সংগৃহীত বর্জ্য পদার্থের কি হয় এবং ওগুলো কোথায় নিয়ে যাওয়া হয়?
7. 'পুনর্ব্যবহার' (recycling)-এর মানে কি?
8. আপনি (ব্যক্তিগতভাবে) আপনার কলোনি / পারিপার্শ্বিককে আরো স্বচ্ছ রাখতে কি করতে পারেন?

সমস্ত ছাত্রদের দ্বারা সংগৃহীত প্রতিক্রিয়াগুলোর তুলনা কর এবং মানুষ তাদের গৃহস্থালির বর্জ্য পদার্থের পরিচালনায় ক্ষেত্রে কী ধরনের মনোভাব ও সচেতনতার প্রদর্শন করে তা দেখ।

2. আন্তঃ ব্যক্তিগত বিচার অনুশীলন (Interpersonal Judgment Exercise)

নিম্নোক্ত অনুশীলনটি তোমাদের জানতে সাহায্য করবে যে তোমরা তোমাদের সর্বশ্রেষ্ঠ বস্তু একে অপরকে কতটা ভাল করে জান।

নিচের তালিকার প্রত্যেকটি গুণের জন্য তোমরা নিজেদেরকে (কলাম 1) এবং তোমাদের প্রিয় বস্তুকে (কলাম 2) রেট কর এবং তোমাদের বস্তুকেও একইরকম রেটিং করতে বল, তার নিজের জন্য (কলাম 1) এবং তোমাদের জন্য (কলাম 2)। নিম্নলিখিত রেটিং স্কেলটি ব্যবহার কর :

1	2	3	4	5
গুণে খুব নিম্ন	নিম্ন	না নিম্ন না উচ্চ	উচ্চ	গুণে খুব উচ্চ

তোমরা আর তোমাদের বস্তুর রেটিং শেষ হয়ে গেলে তোমাদের বস্তুর পাতার কলাম 2-এর রেটিং তোমাদের পাতায় কলাম 3 হিসেবে লেখ। প্রত্যেক গুণের ক্ষেত্রে কলাম 3-এর রেটিং-এর সাথে কলাম 1-এর রেটিং-এর তুলনা কর। তোমাদের বস্তুকেও একই কাজ করতে বল— অর্থাৎ তোমাদের পাতা থেকে কলাম 2-এর রেটিং তার পাতায় কলাম 3-এ লিখে সেগুলো তার কলাম 1-এর সাথে তুলনা করতে। কলাম 4-এ কলাম 3 থেকে কলাম 1 বিয়োগ করে লেখ।

কলাম 1	কলাম 2	কলাম 3	কলাম 4
তোমরা নিজেদের রেট কর	তোমরা তোমাদের বস্তুকে রেট কর	তোমাদের বস্তুর দ্বারা তোমাদের রেট	কলাম 3 বিয়োগ কলাম 1

বস্তুত্বপূর্ণ

উদ্বিগ্ন

আন্তরিক

মনোরম

নতুন ধারণার জন্য উন্মুক্ত

নিম্নোক্তগুলো পরীক্ষণ কর। কলাম 4-এ কোন শূন্য আছে কি না? কোন গুণটিতে পার্থক্য সর্বোচ্চ? কোন গুণের ক্ষেত্রে পার্থক্য সর্বনিম্ন (শূন্য বাদে)? সাধারণ অর্থে, তোমাদের বন্ধু তোমাদেরকে রেটিং দিয়েছে, তোমরা কি নিজেদেরকে বেশি বা কম রেটিং দিয়েছে? তোমরা তোমাদের বন্ধুকে যা রেটিং দিয়েছ তা কি তোমাদের বন্ধু নিজেকে যা রেটিং দিয়েছে তার থেকে বেশি না কম? পার্থক্যের চিহ্ন (যোগ অথবা বিয়োগ) শুধুমাত্র পার্থক্যের অভিমুখটি দেখার জন্য নোট করা উচিত।

তোমাদের উভয়ের জন্য কলাম 1 এবং কলাম 3-এর মধ্যে যত কাছাকাছি রেটিং হবে, তোমরা একে অপরকে ততটাই ভাল চেন। তোমরা তোমাদের কলাম 1-এর সাথে তোমাদের বন্ধুর কলাম 1-এর সাথেও তুলনা করতে পার। এই রেটিংগুলো যত বেশি একরকম হবে, তোমাদের আর তোমাদের বন্ধুর মধ্যে ততটাই সাদৃশ্য থাকবে।



ওয়েবলিঙ্কস্ (Weblinks)

<http://tip.psychology.org/attitude.html>

<http://changingminds.org/explanations/theories/schema.htm>

http://www.12manage.com/methods_heider_attribution_theory.html

<http://www.answers.com/topic/social-facilitation>



শিক্ষক সংক্রান্ত নির্দেশাবলি (Pedagogical Hints)

1. মনোভাবের বিষয়বস্তুতে, ছাত্রছাত্রীদের একদিকে, মনোভাবগুলোর মধ্যে পার্থক্য করতে (A-B-C উপাদানের সাথে) এবং আরেকদিকে মনোভাবের সাথে সম্পর্কযুক্ত আচরণ সম্পর্কে উপলব্ধি করাতে হবে।
2. মনোভাবের পরিবর্তন সম্পর্কে ব্যাখ্যা করতে, ছাত্র-ছাত্রীদের মনোভাব পরিবর্তনের বাস্তব জীবনের উদাহরণ সম্পর্কে চিন্তা করতে উৎসাহিত করা যেতে পারে যেমন-- গণমাধ্যম দ্বারা বিজ্ঞাপনদাতাদের তাদের পণ্যগুলোকে প্রচার করার প্রয়াস করা। তারপর আলোচনা কর মনোভাব পরিবর্তনে এই প্রয়াসগুলো বাস্তবে সফল কি না।
3. স্কীমা, আদিরূপ এবং পক্ষপাতের মধ্যে সম্পর্কের উপলব্ধি করতে, স্টিরিওটাইপ কীভাবে আদিরূপে পরিণত হতে পক্ষপাতের দিকে চালিত হয় সে সম্পর্কে ছাত্র-ছাত্রীদের সক্ষম করতে।
4. সামাজিক চেতনার বিষয়বস্তুতে, ছাত্র-ছাত্রীদের উপলব্ধি করা উচিত যে ধারণা গঠন এবং আরোপণ জ্ঞানমূলক প্রক্রিয়ার মূল বিষয় যা অন্য ব্যক্তি সম্পর্কে তথ্য প্রক্রিয়াকরণে সাহায্য করে। এই পরিপ্রেক্ষিতে স্কীমার ভূমিকার ওপর জোর দিতে হবে।
5. সামাজিক উৎসাহদান ও সমাজ-অনুকূল আচরণকে সমাজ জীবনের জ্ঞানমূলক দৃষ্টিভঙ্গির বদলে আচরণমূলক দৃষ্টিভঙ্গি হিসেবে তুলে ধরে আলোচনা করা আবশ্যিক।