“আমার এপার্টমেন্ট থাকার জন্য ঠিক আছে... কিন্তু এখান থেকে ফেসবুকে অনলাইন বিজনেস চালানো সহজ নয়।”

সোশ্যাল মিডিয়া আমাদের জীবনে কিছু শক্ত পোক্ত পরিবর্তন এনেছে। যোগাযোগ আজকাল ভীষণ সহজ। ছবি, ভিডিও, তোলপাড় করা স্ট্যাটাস, কিংবা নিছক মজা করা মিম- সামাজিক প্রেক্ষাপটে এই সবগুলোই তৈরি করছে নতুন নতুন সম্পর্কের বুনিয়াদ, বিস্তার, নয়ত টানাপড়েন। ব্যক্তিগত কালক্ষেপণ থেকে শুরু করে সমষ্টিগত “ইভেন্ট ক্রিয়েশন,” সবখানেই সোশ্যাল মিডিয়া কিছু মাপকাঠি তৈরি করে দিচ্ছে যা প্রতিফলিত হচ্ছে আমাদের দৈনন্দিন কর্মকাণ্ডে। বন্ধুদের নিয়ে কোথাও খেতে গেলে আজকাল খাওয়াদাওয়া কিংবা আড্ডাবাজির চেয়ে মুখ্য হয়ে পড়ে সোশ্যাল মিডিয়াতে আপলোড করার জন্য ছবি তোলা। “ফিয়ার অফ মিসিং আউট” জন্ম দিচ্ছে সাম্প্রতিক কোন বিষয় নিয়ে বুঝে বা না বুঝে দেয়া হাজার হাজার স্ট্যাটাস। মুহূর্তের মাঝে হারিয়ে যাচ্ছে গতকালের ভাইরাল হওয়া কোন প্রতিভা, ঘটনা, কিংবা প্রতিবাদ। আর্থসামাজিক এবং সাংস্কৃতিক প্রেক্ষাপটে সোশ্যাল মিডিয়া কী কী পরিবর্তন আনছে, তা নিয়ে লেখালেখি এবং গবেষণা বহুদিন ধরেই চলে আসছে। তবে আমাদের চারপাশের স্থানিক জগতের ওপর সোশ্যাল মিডিয়ার প্রভাব নিয়ে আলোচনা এখনও সীমিত পরিমণ্ডলে রয়ে গেছে। এই লেখাটার মুখ্য উদ্দেশ্য ছোট্ট একটি স্থানিক পরিসরে কীভাবে সোশ্যাল মিডিয়া বড় ধরণের পরিবর্তন আনছে তার একটি সংক্ষিপ্ত বর্ণনা তুলে ধরা।

গত এক বছর ধরে আমি এবং আমার তিন টিমমেট (বাংলাদেশ প্রকৌশল বিশ্ববিদ্যালয়ের স্থাপত্য বিভাগ থেকে সাদাফ সুমাইয়া খান ও দীপান্বিতা নন্দী এবং যুক্তরাষ্ট্রের মিয়ামি ইউনিভার্সিটির স্থাপত্য বিভাগ থেকে অরুন্ধুতি দে) কাজ করছি ঢাকায় ফেসবুক- নির্ভর অনলাইন বিজনেসে যুক্ত আছেন এমন মেয়েদের নিয়ে যারা মূলত নিজেদের বাড়ি/ এপার্টমেন্ট থেকে তাদের বিজনেস সামলান। আমরা খুঁজে বের করার চেষ্টা করছিলাম তাঁরা কী করে তাঁদের ছোট্ট এপার্টমেন্ট, যা কিনা শুধু মাত্র বসবাসের জন্য ডিজাইন করা, সেখানে পুরোদমে ব্যবসা করছেন, ফেসবুকে লাইভে এসে কাস্টমারদের প্রোডাক্ট দেখাচ্ছেন, প্রোডাক্ট স্টোরিং এবং প্যাকেজিং করছেন। কেউ কেউ কেটারিং সার্ভিস দিচ্ছেন। নিমের তেল থেকে শুরু করে সাতকরার আঁচার- সবই বাসায় তৈরি করছেন এবং ফেসবুকের মাধ্যমে বিক্রি করছেন। অর্থাৎ তাঁদের এপার্টমেন্ট গুলো “শুধুমাত্র আবাসন” এর গণ্ডী থেকে বেরিয়ে ছোট ছোট প্রোডাকশন ইউনিট হয়ে গেছে। বাড়িতে থেকে উপার্জনের সুযোগ, স্বাধীনতা, কিংবা প্যাশনের জায়গাটাকে ধরে রাখতে বর্তমানে হাজার হাজার মেয়েরা যুক্ত হচ্ছে সোশ্যাল মিডিয়া- নির্ভর অনলাইন ব্যবসায়। বদলে যাচ্ছে তাঁদের এপার্টমেন্ট (ভাড়া বা নিজস্ব) এর চেহারা, ব্যবহার এবং স্থানিক বৈশিষ্ট্য। যেমন, আমাদের কেস স্টাডি গুলোতে উঠে এসেছে কী করে বেডরুম হয়ে গেছে স্টোর রুমের মত, ড্রয়িং রুম হয়ে গেছে ফেসবুক লাইভে যাওয়ার “স্টেজ”, ছোট্ট রান্নাঘর আর ডাইনিং রুমে চলছে শত মানুষের খাবার তৈরির প্রস্তুতি। এই সাম্প্রতিক, সোশ্যাল মিডিয়া-উদ্‌ভূত পরিবর্তনটি সত্যিকার অর্থেই “মডার্ন হাউজিং ডিজাইন” এর একদম গভীরে গিয়ে নাড়া দিয়েছে এবং আমাদের চোখের সামনে আবারও তুলে ধরেছে modernist design thinking এর সীমাবদ্ধতা।

পঞ্চাশ-ষাটের দশকে ভারতীয় উপমহাদেশে নগর পরিকল্পনা এবং স্থাপত্য আলোচনায় পশ্চিমা আধুনিক চিন্তাধারা ব্যাপক প্রভাব বিস্তার করে। একদিকে উন্নয়নের চাকা দ্রুত ঘোরাতে দরকার ছিল শহর কেন্দ্রিক শিল্পায়নের বিস্তার। অন্যদিকে দরকার হয়ে পড়েছিল শিল্প কারখানায় কাজ করতে গ্রাম থেকে শহরে আসা বিশাল জনগোষ্ঠীর আবাসন জোগান দেয়া (যা আজও ঢাকা শহরের জন্য বড় একটি চ্যালেঞ্জ)। পশ্চিমা বিশ্বের আধুনিকায়নের মডেল অনুসরণ করে এই অঞ্চলেও শুরু হল কর্মক্ষেত্র-থেকে-আলাদা আবাসন কর্মসূচি, যেখানে আবাসন বলতে বুঝায় এমন জায়গা যেখানে সারাদিন শিল্পকারখানায় কাজ

শেষে কর্মীরা এসে বিশ্রাম নেবে, খাওয়া দাওয়া করবে। তাঁদের পরিবারের জন্য তৈরি হল স্কুল কলেজ হাসপাতাল এবং অন্যান্য সুযোগ সুবিধা। অর্থাৎ শহরজীবনে এক একটা "কাজের" জন্য নাগরিকদের এক একটা "জায়গায়" যেতে হবে। এই "প্রোগ্রাম/ ফাংশন- নির্ভর" শক্ত পোক্ত স্থানিক পৃথকীকরণ পশ্চিমা বিশ্বে প্রকট হলেও আমাদের দেশে হয়নি। তবে সেদিকেই নগর পরিকল্পনা এগোচ্ছে। এই ব্যাপারটা ভাল হচ্ছে না খারাপ হচ্ছে সেই বিষয়ে প্রচুর তর্ক বিতর্ক চলছে। আমরা সেদিকে না যাই। আবাসন বিষয়ে ফিরে আসি। যদিও নগরে স্থানিক পৃথকীকরণ পশ্চিমা বিশ্বের মত প্রকট নয়, তবে উদীয়মান শহরগুলর মত ঢাকাও আত্মস্থ করল modern apartment living and design কনসেপ্ট। সীমিত পরিসরে, যৌক্তিক উপায়ে শহরের নিম্ন-উচ্চ মধ্যবিত্তদের আবাসনের জন্য গড়ে উঠতে থাকল একের পর এক বহুতল এপার্টমেন্ট বিল্ডিং। যার প্রধান ব্যবহার (ধরেই নেয়া হয়) কাজ থেকে ফিরে বিশ্রাম, রান্না, খাওয়া, কিছুটা সামাজিক আচার পালন। স্ট্রাকচারাল/ কাঠামোগত এবং ইনফ্রাস্ট্রাকচারাল/ অবকাঠামোগত কার্যকারিতা অক্ষুণ্ন রাখতে একই ফ্লোর প্ল্যান "কপি-পেস্ট" করে বিল্ডিং তৈরি হচ্ছে। যেহেতু বাবহারিক চাহিদাও সবার একইরকম, মোটামুটি সবারই দৈনিক কর্মসূচী একই প্যাটার্নের, তাই ঢালাওভাবে একই ধাঁচের এপার্টমেন্ট ডিজাইনে কোন বাধা ছিল না। তবে আলো বাতাস চলাচল, আরামদায়ক তাপমাত্রা, এপার্টমেন্ট কমপ্লেক্সে সামাজিকীকরণের সুযোগ ইত্যাদি বরাবরই ভাল, আধুনিক স্থাপনার বৈশিষ্ট্য হিসেবে পরিগণিত হয়ে এসেছে।

"সমস্যা" শুরু হল তখন, যখন সোশ্যাল মিডিয়া- নির্ভর অনলাইন বিজনেস "ট্রেনডি" হয়ে উঠল। আগেও বলেছি, এপার্টমেন্ট গুলো এখন "শুধুমাত্র আবাসন" এর গণ্ডী থেকে বেরিয়ে ছোট ছোট প্রোডাকশন ইউনিট হয়ে গেছে। কাজেই "শুধুমাত্র আবাসন" কে মাথায় রেখে ডিজাইন করা এপার্টমেন্টগুলো নতুন "ফাংশনাল ডিমান্ড" গুলোর সঙ্গে সমন্বয় সাধন করতে পারছে না। তৈরি হচ্ছে স্থানিক টানাপোড়েন। বেশিরভাগ ক্ষেত্রে ভুক্তভোগী হচ্ছে মেয়েরা যারা এমনিতেই নানা কারণে ঘরে কিংবা বাইরে "স্পেস ক্লেইম" করতে পারে না। আমাদের একটা কেস স্টাডি এমন ছিল যেখানে বাড়ির কারও যেন কোন সমস্যা না হয় সেজন্য গভীর রাতে একজন উদ্যোক্তাকে তার প্রোডাক্ট নিয়ে লাইভে যেতে হত। সেসময় তিনি পটেনশিয়াল কাস্টমার বেশি পেতেন না। উপরন্তু মাঝে মধ্যে অনলাইনে হয়রানির শিকার হতেন। পরবর্তীতে তিনি ব্যবসাটি গুটিয়ে ফেলতে বাধ্য হন। অন্য আরেকটি কেসে আমরা দেখেছিলাম একই বিল্ডিংয়ে, দুইটি ভিন্ন তলায়, একই ফ্লোর প্ল্যানের দুইটি এপার্টমেন্টে বসবাসকারী দুইটি পরিবারের একটি অনলাইনে কেটারিং এবং অন্যটি রেডিমেইড গার্মেন্টসের ব্যবসার সঙ্গে জড়িত ছিল। যদিও দ্বিতীয় পরিবার তাঁদের বারান্দাকে স্টোর রুম বানিয়ে বিজনেস চালিয়ে যেতে পারছে, জায়গা এবং অগ্নিনিরোধক ব্যবস্থার স্বল্পতার কারণে প্রথম পরিবার তাঁদের ব্যবসা অন্যত্র সরিয়ে নেয়। কিন্তু নতুন জায়গার ভাড়া পুষিয়ে ব্যবসায় লাভ করা কঠিনতর হতে থাকায় তাঁরা কাজ বন্ধ করে দেয়।

খুব শীঘ্রই আমরা এমন একটা নাগরিকগোষ্ঠী পাব, যারা নিজেদের বাড়ি/ এপার্টমেন্ট থেকেই বিভিন্ন কাজের সাথে অনলাইনে যুক্ত হবেন। কোভিড-১৯ সেই সম্ভাবনা আরও বাড়িয়ে দিয়েছে। modernist design thinking- যা আবাসন এবং কর্মক্ষেত্রকে পৃথকভাবে দেখে এসেছে, একই ধরণের ব্যবহারিক চাহিদা অনুধাবন করে একই ধাঁচের হাউসিং ডিজাইনে স্থপতিদের উদবুদ্ধ করেছে, তা আজকে নানাভাবে প্রশ্ন বিদ্ধ হচ্ছে। আমাদের স্টাডিতে যারা অংশ নিয়েছিলেন তাঁদের অনেকেই বলছিলেন তাঁদের এপার্টমেন্টে যদি একটা রুম বেশি থাকতো তাঁদের কাজ করার জন্য, তাহলে তাঁদের অনেক সমস্যা সমাধান হয়ে যেত। কেউ কেউ বলেছেন বাড়িওয়ালা যখনই জেনেছেন তাঁদের অনলাইন বিজনেসের কথা, ভাড়া বাড়িয়ে দিয়েছেন। কেউ বলেছেন তাঁদের ছাদ ব্যবহার করতে দেয়া হচ্ছে না আঁচার/ কাপড় রোদে দেয়ার জন্য। এপার্টমেন্ট ম্যানেজমেন্ট কমিটি বলেছে "রেসিডেনশিয়াল" বিল্ডিংয়ে "বিজনেস" করা যাবে না। এমন আরও অনেক স্থানিক বাধা বিপত্তির মুখমুখি মেয়েরা হচ্ছেন যার সমাধান শুধুমাত্র

বাড়ি পালটে, একটা বেশি রুম দিয়ে সমাধান করা সম্ভব না। আমাদের হয়ত সময় এসেছে এর বাইরে গিয়ে ভাবার।

আমরা যারা ডিজাইন প্রফেশনের সাথে যুক্ত আছি, আমাদের উচিত এই নতুন তৈরি হওয়া "প্রোগ্রাম" কে ভালভাবে বোঝা। কারা কীভাবে যুক্ত হচ্ছেন, কতক্ষণ কাজ করছেন, কী কী কাজ করছেন, তাঁদের সাপ্লাই-চেইন কেমন, ডিমান্ড কোন কোন বিষয় দিয়ে অনুপ্রাণিত হচ্ছে, সোশ্যাল মিডিয়া প্লাটফর্মগুলো আর কোন কোন নতুন ফিচার আনছে ইত্যাদি সমান গুরুত্ব দিয়ে দেখতে হবে যতটা গুরুত্ব দিয়ে আমরা "ক্রস-ভেন্টিলেশন", "ওয়েস্ট-ওয়াল", "এনার্জি এফিসিয়েন্সি" দেখি। আমাদের ভাবতে হবে কী করে একজন এপার্টমেন্টবাসী তাঁর প্রয়োজন অনুযায়ী (কাঠামো অক্ষুণ্ন রেখে) সাময়িক স্থানিক পরিবর্তন আনতে পারেন যাতে তাঁর কাজ অন্যদের দৈনন্দিন জীবনে বিপত্তি তৈরি করার দায়ে বন্ধ না হয়ে যায়। উপরন্তু, এক এক ধরণের কাজ এক এক ধরণের স্থানিক বৈশিষ্ট্য দাবি করে। যেমন যিনি অফিস পাড়ায় নিয়মিত দুপুরের খাবার সাপ্লাই দেন তাঁর কাজের জায়গা ভিন্ন হবে যিনি গয়না ডিজাইন করেন তাঁর থেকে। আমাদের ভেবে বের করতে হবে হাউসিং ডিজাইনের কোন কোন "প্যারামিটার" এ পরিবর্তন আনলে আমরা এরকম "diverse program" এর সাথে ডিজাইনের দিক থেকে সমন্বয় সাধন করতে পারব। আমাদের দেশীয় কৃষ্টি সংস্কৃতি বজায় রেখে নতুন আবাসন তবে কেমন হয়ে পারে?

নূসরাত জাহান মীম

ডক্টর অফ ডিজাইন ক্যান্ডিডেট

গ্র্যাজুয়েট স্কুল অফ ডিজাইন

হার্ভার্ড ইউনিভার্সিটি