

THE PRICE OF TRUST

....When Narratives Escape Their Creators

FERDINANDO FREGA



আস্থার দাম

SEMANTIC REALITY 2026 · SHAREHOLDERS 02

যখন ন্যারেটিভ তার স্রষ্টার হাত ছাড়িয়ে পালায়।

মানবজাতি বারবার যে সবচেয়ে বোকামির কাজগুলো করেছে, তার একটা হল ক্ষমতাকে আক্রমণ করা আর তারপর তাকে হারানোর আশা করা।

ওভাবে ক্ষমতা কখনও হারে না।

বরং তাকে বোঝার চেষ্টা করতে হয়, আর যখনই সম্ভব, ভাগ করে নিতে হয়।

এমনকি যখন তার খুব সামান্যই তোমার হাতে থাকে, যেমন আমার লেখায়।

নৃতত্ত্বে একটু ডুব দিলেই বোঝা যেত যে ইতিহাসের প্রথম মহা-পরাজিত ছিল পুরুষ, যখন সে নারীর মুখোমুখি হল, আর লক্ষ লক্ষ বছর পরেও কিছুই বদলায়নি।

প্রমাণ শুধু জমতেই থাকে।

কেউ ক্ষমতা দখল করে।

কেউ তা হারায়।

কেউ ভাবে, তা তার হাতে আছে।

কেউ তার গল্প বলে।

আর ঠিক এই কথাটাই আমি বলতে চাই।

কারণ শেয়ারবাজারের দিকে তাকাতে শুরু করে আমি বুঝলাম, কলকবজাটা ভীষণ রকম একই।

সেখানেও ক্ষমতা সবসময় সেখানে থাকে না, যেখানে তাকে দেখা যায়।

আর সেখানেও ন্যারেটিভের গুরুত্ব বিপুল।

কিন্তু আজ আমি শেয়ার নিয়ে কথা বলতে চাই।

যারা নিজেদের সঞ্চয় খাটায়, তারা কখনও সরাসরি শেয়ারবাজারে পৌঁছয় না।

তারা পৌঁছয় মধ্যস্থদের মাধ্যমে, যারা নিজেদের কাজ আর দেওয়া পরিষেবার জন্য কমিশন নেয়।

আর তাদের পারিশ্রমিক পাওয়াটা ন্যায্য।

কিন্তু কী হয়, যখন লেনদেন করার পাশাপাশি তারা পরামর্শ দেয়, মত জানায়, বিশ্লেষণ বিলোয়, আর বিনিয়োগকারীদের এমন রিপোর্ট পড়তে উৎসাহ দেয়, যা প্রায়ই সযত্নে সাজানো?

যা হয় তা এই: যে বিনিয়োগকে আদর্শ বলে দেখানো হয়, সেটা সবসময় বিনিয়োগকারীর জন্য সবচেয়ে বেশি মুনাফা আনে না।

খুব প্রায়ই সেটা তার জন্যই সবচেয়ে বেশি লাভ আনে, যে সেটার সুপারিশ করছে।

আর ঠিক সেখানেই শিকলটা গোড়া থেকে অসুস্থ।

দুর্নীতিগ্রস্ত নয়।

অসুস্থ।

কারণ সমস্যাটা একজন মানুষ নয়।

সমস্যাটা প্রণোদনার ব্যবস্থা।

একটা ছোট্ট বিকৃতি, যা ধাপে ধাপে বাড়তে বাড়তে বিশাল হয়ে ওঠে।

ব্রোকার হয়ে ওঠে কেন্দ্রীয় খেলোয়াড়।

এভাবেই ব্রোকারের রুজিরোজগার চলে।

আর এটাই একমাত্র উপায় নয়।

কিন্তু অদৃশ্য অসুখটা নিজেকে প্রকাশ করে কীভাবে?
শেয়ারবাজারে তালিকাভুক্ত একটা কোম্পানির নিজস্ব বিশ্লেষণ থাকে।
নিজস্ব বিশেষজ্ঞ।
নিজস্ব পরামর্শদাতা।
নিজস্ব ন্যারেটিভ।
আর খুব প্রায়ই সেই ন্যারেটিভ শুধু কোম্পানিটার বর্ণনা দেয় না।
তাকে আরও উজ্জ্বল করে।
তাকে বড় করে দেখায়।
বাজারের চোখে তাকে আরও আকর্ষণীয় করে তোলে।
আসলে বাজার শুধু কোম্পানি কেনে না।
সে সেই কোম্পানিগুলোকে নিয়ে বলা গল্পও কেনে।
বাজার শুধু কোম্পানির দাম ধরে না।
সে সেই ন্যারেটিভেরও দাম ধরে, যা কোম্পানির বাইরে বেঁচে থাকে।
আস্থাই প্রথম বাজার-মূলধন।
কল্পনা করো এমন এক বহুজাতিক কর্পোরেশন, যার সত্তরটা ব্র্যান্ড
নিজের নিজের বাজারে শীর্ষে।
আট হাজার কোটি ডলারের আয়।
তার বাজার-মূলধন তার বার্ষিক বিক্রির পাঁচ গুণ।
কল্পনা করো এমন একটা রিপোর্ট, যাতে বছরে আঠারো শতাংশ মুনাফা
দেখানো হয়েছে।
সুন্দর সংখ্যা।
আকর্ষণীয় সংখ্যা।

বিশ্বাসযোগ্য সংখ্যা।

কিন্তু কী হয়, যদি সেই একই ন্যারেটিভ এই সত্যটার দিকে অনেক কম নজর দেয় যে ম্যানেজমেন্ট আর পরিচালন-কাঠামো আয়ের প্রায় পঁচিশ শতাংশ শুধে নেয়?

ন্যারেটিভটা বদলে যায়।

তবু বাজার ছবির সবচেয়ে উজ্জ্বল অংশটার দিকেই তাকিয়ে থাকে।

আর এভাবেই আমরা আসল কথায় আসি।

একজন COO বছরে এক কোটি আশি লাখ ডলার বেতন পেতে পারেন।

হয়তো অসাধারণ বুদ্ধিমান একজন মানুষ।

হয়তো উচ্চশিক্ষিত।

হয়তো ব্যতিক্রমী রকম দক্ষ।

কিন্তু হয়তো এমন একজনও, যিনি আসল বাজারে কখনও একটা পণ্যও বিক্রি করেননি।

আর এই হল আমার উসকানি।

হয়তো শুধু একজন গুদামরক্ষীই যথেষ্ট, যে পণ্য, প্যালেট আর বাজার বোঝে, নিজের দক্ষতার জন্য ঠিকঠাক পারিশ্রমিক পায়, সবাইকে মনে করিয়ে দিতে যে মূল্য আসলে কোথায় শুরু হয়।

একজন গুদামরক্ষী একটা বহুজাতিক কর্পোরেশন চালাতে পারবে বলে নয়।

বরং কারণ সে সেই বাস্তবটা বোঝে, যা আয় তৈরি করে।

সে পণ্য বোঝে।

সে মালের চলাচল বোঝে।

সে বাজারকে বোঝে, যখন বাজার আর PowerPoint-এর একটা স্লাইড থাকে না।

প্রশ্নটা এক কোটি আশি লাখ ডলার নয়।

প্রশ্নটা হল যারা বাজারে বাঁচে আর যারা বাজারের গল্প বলে, তাদের মধ্যকার দূরত্ব।

আর সেই দূরত্ব শেয়ারহোল্ডারদের কাছে তাঁদের ধারণার চেয়ে অনেক বেশি গুরুত্বপূর্ণ।

কারণ শেয়ারহোল্ডারের থামা উচিত।

পড়া।

লক্ষ করা।

বোঝা।

আর তারপর একটা সহজ প্রশ্ন করা।

আমি কি একটা কোম্পানি কিনছি?

নাকি আমি কিনছি সেই কোম্পানিকে ঘিরে তৈরি ন্যারেটিভ?

কারণ কেউ যখন সে প্রশ্ন করে না, তখন অসাধারণ কিছু ঘটে।

ন্যারেটিভের দাম বাস্তবের চেয়ে বেশি হতে শুরু করে।

সব কিছু লুকিয়ে যায় এমন এক শিকলের ভেতরে, যেখানে ব্যবস্থাটার ওপর নজর রাখার কথা যাদের, প্রায়ই তারাই প্রথম ন্যারেটিভটাকে বাঁচিয়ে রাখতে আগ্রহী।

আর হঠাৎ যে শেয়ারের দাম হয়তো পঞ্চাশ ডলারের বেশি নয়, সেটা কেনা হয় একশো পঁয়ষট্টি ডলার বত্রিশ সেন্টে।

আহ্, হাহাহাহা।

কী আশ্চর্য।

কী তামাশা।

ন্যারেটিভের ওপর কী অসাধারণ বিশ্বাস।

কিন্তু এমন একটা ব্যবস্থা ভাঙতে যুদ্ধের দরকার হয় না।

বিপ্লবের দরকার হয় না।

ক্ষমতার ওপর হামলার দরকার হয় না।

কারণ আক্রান্ত হলে ক্ষমতা কদাচিৎ হারে।

বরং দরকার কোম্পানির ইতিহাস পড়ে দেখা।

তার সংস্কৃতি।

তার আচরণ।

তার প্রণোদনা।

তার ন্যারেটিভ।

আর একটা খুব সহজ জিনিস বোঝা: মূল্য আর মূল্যের ন্যারেটিভ দুটো আলাদা জিনিস।

সেই মুহূর্ত থেকে শেয়ারহোল্ডার বদলে যায়।

শেয়ারহোল্ডার আর শুধু দামের দিকে তাকায় না।

শেয়ারহোল্ডার তাকাতে শুরু করে সেই ন্যারেটিভের দিকে, যা দামটাকে ধরে রেখেছে।

আর একবার এই প্রক্রিয়া শুরু হলে তাকে থামানো খুব কঠিন হয়ে যায়।

কারণ শেয়ারহোল্ডার আবিষ্কার করে যে শেয়ার শুধু কোম্পানির গল্প বলে না।

শেয়ার উন্মোচন করে ক্ষমতা, আস্থা আর বাস্তবের মধ্যকার সম্পর্ক।

আর ক্ষমতাকে হারানো যায় না।

কিন্তু তাকে ভাগ করে নিতে খুব সামান্যই লাগে।

এমনকি যাদের হাতে ক্ষমতা আছে, তাদেরও সেটা ছেড়ে দেওয়ার কোনো ইচ্ছা নেই।

শেষ অনুচ্ছেদ

বছরের পর বছর আমাদের শেখানো হয়েছে, একটা কোম্পানিকে বোঝা মানে কোম্পানি নিজের সম্পর্কে যা লেখে তা পড়া।

তারপর আমি আরও মজার একটা জিনিস আবিষ্কার করলাম।

আসল গল্প শুরু হয়, যখন তুমি অফিসিয়াল ওয়েবসাইট ছেড়ে বেরিয়ে আসো।

যখন একটা ন্যারেটিভ তার জন্মের ডোমেন থেকে পালিয়ে সার্চ, লিংক, অনুসন্ধান আর স্বাধীন পথ ধরে বেঁচে থাকে, তখন এমন কিছু জন্ম নেয়, যা আর তার স্রষ্টার নয়।

প্রথম গুজব।

সেটা সত্যি বলে নয়।

সেটা মিথ্যে বলে নয়।

বরং কারণ সেটা নিজের পায়ে হাঁটতে শুরু করেছে।

প্রথম গুজব দেখা দেয়, যখন ন্যারেটিভ তার স্রষ্টার নিয়ন্ত্রণের বাইরে বাঁচতে শুরু করে।

নিচের স্ক্রিনশটটা কোনো কোম্পানিকে দেখায় না।

কোনো ব্যালান্স শিট দেখায় না।

কোনো শেয়ার দেখায় না।

দেখায় এমন একটা ন্যারেটিভ, যে ঘর ছেড়েছে।

আর একটা ন্যারেটিভ যখন ঘর ছাড়ে, সবচেয়ে বুদ্ধিমান শেয়ারহোল্ডার তখন আর শুধু দামের দিকে তাকিয়ে থাকেন না।

তিনি পায়ের ছাপ অনুসরণ করতে শুরু করেন।

Ferdinando Frega
BLADEFREGA · লিপিকার Nando