
इकाई 4 पारस्परिकता तथा उपहार*

संरचना

- 4.0 उद्देश्य
- 4.1 प्रस्तावना
- 4.2 पारस्परिकता
 - 4.2.1 पारस्परिकता की प्रकृति
 - 4.2.1.1 वैधानिक प्रवर्तन
 - 4.2.1.2 तर्कसंगत प्रवर्तन
 - 4.2.1.3 सामाजिक प्रवर्तन
- 4.3 पारस्परिकता के प्रकार
 - 4.3.1 सामान्यीकृत पारस्परिकता
 - 4.3.2 संतुलित पारस्परिकता
 - 4.3.3 नकारात्मक पारस्परिकता
- 4.4 उपहार
- 4.5 उपहारों के आदान-प्रदान के आयाम
 - 4.5.1 सामाजिक आयाम
 - 4.5.2 आर्थिक आयाम
 - 4.5.3 व्यक्तिगत आयाम
- 4.6 उपहार देने के दृष्टिकोण
 - 4.6.1 नृविज्ञानी दृष्टिकोण
 - 4.6.2 समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण
 - 4.6.3 आर्थिक दृष्टिकोण
- 4.7 सारांश
- 4.8 संदर्भ
- 4.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

4.0 उद्देश्य

इस इकाई में आप पढ़ने के बाद आप समझ सकेंगे:—

- पारस्परिकता और उपहार की धारणाओं का वर्णन;
- प्रवर्तन के तीन रूपों के आधार पर पारस्परिकता की प्रकृति की व्याख्या;
- पारस्परिकता के विविध रूपों का वर्णन;
- उपहार देने संबंधी विविध आयामों का परीक्षण; और

* डॉ. ऐजाज अहमद गिलानी द्वारा लिखित।

- उपहार देने के दृष्टिकोणों के आधार पर उपहार देने की प्रक्रिया का अध्ययन।

4.1 प्रस्तावना

पहले खंड में आप, आर्थिक समाजशास्त्र की परिचय संबंधी समाज, संस्कृति और अर्थव्यवस्था के संबंधों के बारे में पढ़ चुके हैं। आपको बताया गया था कि इन से संबंधित दो विचार धारारयें कौन-कौन सी हैं – औपचारिकतावाद तथा तात्विकतावाद। इन दो विचारधाराओं के मिलने से आर्थिक समाजशास्त्र गठित होता है। आर्थिक समाजशास्त्र का अंततः सविस्तार वर्णन किया गया है।

अगले खंड में, आदान-प्रदान के रूपों का वर्णन पहली इकाई में किया गया है। हम पारस्परिकता और उपहार देने की अवधारणाओं की समाज विज्ञान की दृष्टि से व्याख्या करेंगे। इस इकाई को दो भागों में विभाजित किया गया है। हर भाग में पारस्परिकता और उपहार दोनों धारणाओं को अलग-अलग क्रमानुसार वर्णन किया जायेगा। प्रथम भाग में पारस्परिकता की धारणा पर विचार करते समय स्पष्ट रूप से यह बताने का प्रयास किया गया है कि आदान-प्रदान के क्या-क्या तरीके हैं और पारस्परिकता की प्रकृति को स्पष्ट करते संबंध किस प्रकार विकसित होते हैं। पारस्परिकता की प्रकृति को स्पष्ट करते समय निष्पक्षता और न्यायसंगतता का पूरा ध्यान रखा गया है। इस इकाई में पारस्परिकता के प्रकारों तथा उनके हमारे समाजों में संबंध स्थापित करने के लिए अंतर्निहित महत्व पर भी प्रकाश डाला जायेगा। इस इकाई के दूसरे भाग में उपहारों के अंतर्निहित भावनाओं पर प्रकाश डाला जायेगा और यह बताने का प्रयास भी किया जायेगा कि विभिन्न प्रकार के लोगों के बीच संबंधों को उपहार किस प्रकार प्रभावित करते हैं। उपहार देने की तीन व्यापक पद्धतियों का भी वर्णन किया जायेगा और यह भी बताया जायेगा कि उपहार कैसे दिये जाते हैं और उपहार देने के पीछे किस तरह उद्देश्य छिपे होते हैं।

4.2 पारस्परिकता

पारस्परिकता उसे कहते हैं जो लोगों अथवा उनके समूहों के बीच चीजों के आदान-प्रदान में अंतर्निहित होती है। जिसमें या तो दोनों पक्ष (उपहार देने वाला और प्राप्त करने वाला) या तो दोनों पक्ष परस्पर लाभान्वित होते हैं और यदि नहीं तो कम से कम एक पक्ष अवश्य लाभान्वित होता है। यह एक प्रक्रिया है, जिसके माध्यम से सामाजिक संबंधों का विकास होता है। नये संबंध बनते हैं और पुराने संबंध और अधिक प्रगाढ़ हो जाते हैं। आदान-प्रदान से होने वाले लाभों और सदभावों को बिगाड़ने का एक सीधा सा उदाहरण है चीजों को किसी व्यक्ति को देने की वजाय उन्हें बाजार में बेच देना। बाजार में बेचने वाला तब सक्रिय होता है जब खरीदार उसे वस्तु का मूल्य देता है खरीदने वाले से हमेशा प्रतिदान की उम्मीद रहती है। इस प्रक्रिया में बेचने वाले के व्यवहार को खरीदने वाले की प्रति क्रिया इस आधार पर उचित ठहराई जा सकती है कि वह बेचने वाले को उस वस्तु के रख रखाव की कीमत देता है और इस प्रकार दोनों के बीच एक प्रकार के संबंधों की स्थापना होती है। कुछ विद्वान (जैसे होमैन्स, 1958 तथा गोल्डनर, 1960) यह तर्क देते हैं कि दोनों पक्षों के बीच इस प्रकार का संबंध यह अपेक्षा रखते हैं कि उनके बीच वस्तुओं का आदान-प्रदान जारी रहेगा, यदि ऐसा नहीं होता है तो आदान-प्रदान की प्रक्रिया के आधार पर विकसित होने वाले संबंध हल्के पड़ जायेंगे। इसका अर्थ यह है कि जिस

आदमी ने वस्तु खरीदी है वह बेचने वाले के प्रति एक प्रकार के दायित्व बोध अथवा कृतज्ञता से भरा होता है। इसका अर्थ यह भी नहीं है कि इस प्रकार का आदान-प्रदान सदैव संतुलित ढंग से चलता रहता है जिसमें बेचने वाले की हर क्रिया को खरीदने वाले की ओर से लगातार एक जैसी प्रतिक्रिया प्राप्त होती रहेगी। खरीदने वाले और बेचने वाले के बीच बना संबंध स्थाई और टिकाऊ नहीं हो सकता क्योंकि आदान-प्रदान के दौरान संपर्क में आने से संबंधों में जो नवीनता आ जाती है, दुबारा खरीदारी न करने पर नवीनता का वह क्रम टूट जायेगा।

गोल्डनर (1960) के अनुसार आदान-प्रदान की यह प्रथा सामाजिक प्रणालियों में अंतर्निहित होती है, जिसमें बेचने वाले और खरीदने वाले देने और प्राप्त करने की क्रियाओं के द्वारा परस्पर संबंध स्थापित करते हैं। आर्थिक तथा गैर आर्थिक उत्पाद अथवा अन्य सेवायें अन्य प्रकार के आदान-प्रदानों के लिये मार्ग प्रशस्त करती हैं। इसका अर्थ यह है कि बेचने वालों और खरीदने वालों की संतुष्टि से यह तय होता है कि आदान-प्रदान द्वारा उत्पन्न होने वाले प्रोत्साहन का स्वरूप क्या है। इस प्रक्रिया के दौरान जन्म लेने वाला व्यवहार और संतुष्टि एक दूसरे को एक-दूसरे के प्रति कृतज्ञता व्यक्त करने के आधार बन सकते हैं। दोनों की संतुष्टि इस बात से भी तय की जाती है कि आदान-प्रदान बराबरी का अथवा संतुलित है या नहीं इस प्रकार खरीदने और बेचने वालों के बीच एक प्रकार की आपसी निर्भरता होती है। हमारे समाजों में इस प्रकार के आदान-प्रदान में श्रम विभाजन भी शामिल हो जाता है जो देने और प्राप्त करने की प्रक्रिया के माध्यम से पारस्परिक व्यापार का आधार बनता है।

पारस्परिकता इस बात पर निर्भरता करती है कि आदान-प्रदान की प्रक्रिया दोनों पक्षों को स्वीकार्य हो। इसके ठीक उलट यदि वस्तुओं या सेवाओं का आदान-प्रदान गैर बराबरी वाले लोगों के बीच होता है अर्थात् दोनों ही आदान-प्रदान की प्रक्रिया से संतुष्ट नहीं होते तो इस प्रकार के आदान-प्रदान को पारस्परिक आदान-प्रदान नहीं कहा जायेगा। ऐसी आर्थिक संबंधी की ऐसी व्यवस्था जिसमें एक पक्ष असंतुष्ट रहता है, संबंधों को तोड़ देती है और यह आदान-प्रदान गैर बराबरी का या असंतुलित माना जायेगा। इस प्रकार आदान-प्रदान को पारस्परिकता स्थायित्व एवं अनुरूप प्रदान करती है और लेने वाले और देने वाले दोनों एक दूसरे के प्रति कृतज्ञता से भरे रहते हैं। इससे संबंध प्रगाढ़ होते हैं और उनमें संतुलन बना रहता है।

4.2.1 पारस्परिकता की प्रकृति

पारस्परिकता की मौलिक विशेषता यह है कि दान के बदले वेसा ही प्रतिदान दिया जाय। इसमें पारस्परिकता की नैतिकता निहित रहती है। यह प्राप्त करने वाले व्यक्ति में देने वाले के प्रति कृतज्ञता का भाव उत्पन्न करती है। पारस्परिकता की नैतिक प्रकृति की जड़ें न्यायसंगतता और निष्पक्षता की भावना में अंतर्निहित होती हैं। एक पक्ष से दूसरे पक्ष को जो सद्भावनाएँ प्रदान की जाती हैं। उन्हें पुरस्कार माना जाना चाहिए तथा सभी वस्तुओं तथा सेवाओं के प्रति प्रतिपूरक न्याय माना जाना चाहिए। (कोम, 2008) यह विचार न्याय के वैसे प्रतिमान के रूप में समझा जा सकता है, जैसा जॉन रॉल्स ने 1971 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'थ्योरी ऑफ जस्टिस' में लिखा है। एक प्रकार का प्रतिकार मूलक न्याय, जैसे 'आंख के बदले आंख'। प्रतिकारी न्याय के अनुसार, जो प्राप्त होता है उसका प्रतिस्थानी या तो धन हो सकता है या उत्पाद के बदले उत्पाद या सेवाओं के बदले सेवाएँ हो सकती हैं, जैसाकि वस्तु विनिमय प्रणाली में होता था। इस प्रकार के पारस्परिक आदान-प्रदान वैधानिक समझौतों के माध्यम से

भी किये जा सकते हैं। पारस्परिकता आर्थिक तथा गैर-आर्थिक वस्तुओं के निरंतर आदान-प्रदान में अंतर्निहित रहती है। यद्यपि अदला-बदली में प्राप्त होने वाली चीजें बराबर कीमत की हैं या नहीं या बात कभी स्पष्ट नहीं हो पाती। यह अनिश्चितता और अस्पष्टता आदान-प्रदान की प्रथा के लिए एक बड़ी चुनौती है। इसे तीन रूपों में सुलझाया जा सकता है – वैधानिक आधार, तर्कसंगतता तथा सामाजिक प्रवर्तन।

4.2.1.1 वैधानिक प्रवर्तन

वैधानिक प्रवर्तन में दोनों पक्षों को आदान-प्रदान के समझौते के लिए तैयार किया जाता है जो दोनों पक्षों को मान्य हो यह एक वैधानिक क्रिया होती है जिसके माध्यम से दोनों पक्ष स्वतंत्रतापूर्वक आदान-प्रदान की शर्तों को स्वीकार कर लेते हैं। इस तरह के समझौते प्रायः समान पक्षों के बीच होते हैं, वैधानिक प्रवर्तन की प्रक्रिया के अंतर्गत यदि एक पक्ष दूसरे पक्ष के साथ तय की गई शर्तों का उल्लंघन करे तो दूसरा पक्ष उसके खिलाफ कानूनी कार्रवाई कर सकता है। ऐसी स्थिति में दोनों पक्षों के बीच तनाव उत्पन्न हो जाता है और उन पर पारस्परिकता का सिद्धांत लागू नहीं होता।

4.2.1.2 तर्कसंगत प्रवर्तन

तार्किक प्रवर्तन तर्क पर आधारित होता है दोनों पक्षों के निहित स्वार्थ आदान-प्रदान के पीछे मौजूद रहते हैं। जैसे – यदि आदान-प्रदान की प्रक्रिया बार-बार अस्तित्व में आती है तो इसका अर्थ यह है कि आर्थिक अथवा गैर आर्थिक वस्तुओं के बदलने में दोनों को लाभ हो रहा है। ऐसी अवस्था में पारस्परिकता की अनिश्चयता कम हो जाती है, और दोनों पक्षों के व्यवहार में अंतर्निहित स्वार्थ की भावना पारस्परिकता के प्रवर्तन से विलीन हो जाती है।

4.2.1.3 सामाजिक प्रवर्तन

सामाजिक प्रवर्तन की प्रक्रिया में दो से अधिक लोग भी आदान-प्रदान में शामिल हो जाते हैं। आदान-प्रदान की साख और क्षमता सामाजिक स्तर पर लोगों को इसके लिए आमंत्रित करती हैं। इस प्रक्रिया में दोनों पक्षों को पहले से निजी स्तर पर कोई जानकारी नहीं होती। सामाजिक प्रक्रिया के अंतर्गत जब लोगों की आदान-प्रदान की जानकारी प्राप्त होती है तो वे इसे सामाजिक स्तर पर अपना लेते हैं। साथ ही यह सामाजिक फलक यह सुनिश्चित करता है कि दोनों पक्ष पारस्परिकता के नियमों का सम्मान कर रहे हैं, क्योंकि ऐसा न करने की स्थिति में आदान-प्रदान की कड़ी टूट जाती है।

4.3 पारस्परिकता के प्रकार

मार्शल सालिन ने अपनी प्रसिद्ध पुस्तक 'स्टोन एज इकोनॉमिक्स' में जो 1972 में प्रकाशित हुई थी। तीन प्रकार की पारस्परिकता का उल्लेख किया है, जो पहले के लोगों में पाई जाती थी। (ब्रॉनिशलॉ मैलिनोवस्की, 1922 तथा मार्सेल मॉस 1990 से) और अब भी पाई जाती है। पारस्परिकता के ये तीन प्रकार हैं – सामान्यीकृत पारस्परिकता, संतुलित पारस्परिकता तथा नकारात्मक पारस्परिकता। पारस्परिकताओं के यह तीनों प्रकार सामाजिक संगठन में संबंधों के स्तरों की विविधता दर्शाते हैं। सामान्यीकृत पारस्परिकता सामाजिक समूहों द्वारा अस्तित्व में आती है, संतुलित

पारस्परिकता निकटवर्ती समुदायों द्वारा अपनाई जाती है जो आदान-प्रदान की प्रक्रिया में विश्वास रखते हैं तथा नकारात्मक पारस्परिकता उन समुदायों के बीच पनपती है जो दूर स्थित होते हैं, तीनों प्रकार की पारस्परिकतायें किसी समाज में एक साथ भी मौजूद हो सकती हैं और सम्मिलित रूप से संबंध निर्माण की प्रक्रिया में अपना-अपना योगदान दे सकती हैं।

4.3.1 सामान्यीकृत पारस्परिकता

सामान्यीकृत पारस्परिकता के पीछे सद्भाव और सहयोग की भावना सन्निहित होती है। इस प्रकार की पारस्परिकता बदले में कुछ पाने की चाहत नहीं रखती। इसका अर्थ यह है कि देने वाले को (वस्तुएं या सेवाएं) देने में इतना संतोष प्राप्त होता है कि उसे बदले में कुछ दिया जाये, ऐसी धारणा उसके मन में नहीं रहती। अर्थात् इस पारस्परिकता के अंतर्गत व्यक्ति निःस्वार्थ भाव से देता है। इस प्रकार की पारस्परिकता उन समाजों में मौजूद रहती है जहां लोगों में परस्पर आत्मीयता का भाव रहता है और वे अपनी चीजें और सेवायें दूसरों को देने में खुशी का अनुभव करते हैं। वे यह मानकर चलते हैं कि देना हमारा दायित्व है, इस प्रकार की पारस्परिकता पारम्परिक समाजों तथा आधुनिक समाजों में भी उन लोगों में देखने को मिलती है जिनमें माता-पिता बच्चों का पालन-पोषण तथा उनकी देखभाल बदले में कुछ पाने की भावना के बिना निःस्वार्थ भाव से करते हैं और उनके लिए अधिक से अधिक करने का भाव उनके मन में आनन्द और उल्लास उत्पन्न करता है। इसके (1974) तर्क देता है कि सामान्यीकृत पारस्परिकता में प्राप्त होने वाली वस्तुएं तथा सेवाएं देने वाले को प्राप्त करने वाले द्वारा नहीं लौटाई जातीं, परंतु अन्य लोगों द्वारा लौटाई जाती हैं। इस कारण से फाउलर तथा क्रिस्टेकिस (2010) इसे आगे भुगतान वाली पारस्परिकता कहते हैं।

सामान्यीकृत पारस्परिकता को इस प्रकार भी समझा जा सकता है, जैसाकि महान विद्वाना फाउलर और क्रिस्टेकिस (2010) ने कहा है। उनके अनुसार यदि किसी व्यक्ति को कोई अन्य व्यक्ति सहयोग करता है तो सहयोग प्राप्त करने वाले व्यक्ति के मन दूसरे व्यक्तियों को सहयोग देने की भावना पैदा हो जाती है। उनका यह सहयोग बदले में कुछ पाने की भावना पर आधारित नहीं होता। इसका अर्थ यह है कि लोग दूसरों की सहायता केवल इसलिए नहीं करते कि पहले किसी ने उनकी सहायता की थी और इसलिए भी नहीं कि बदले में कोई उनकी सहायता अवश्य करेगा। इस प्रकार इस पारस्परिकता के अंतर्गत यह संभावना हमेशा बनी रहती है कि जिस व्यक्ति ने पहले किसी की सहायता की है उसकी भविष्य में कोई सहायता अवश्य करेगा। इस क्रम में आरम्भ में सहायता देने वाले और बाद में सहायता प्राप्त करने वाले व्यक्तियों की कोई पहचान नहीं हो पाती। इस तरह की पारस्परिकता उन मानव समूहों में अधिक पाई जाती है जो कम संख्या में एक साथ निवास करते हैं और उनके आपस में अंतर्संबंध होते हैं, या उनके बीच सांस्कृतिक संबंधों की कड़िया होती हैं।

गतिविधि – 1

उपरोक्त भाग के अध्ययन के बाद, अपने परिवार के सदस्यों अथवा मित्रों को इकट्ठा करिये और उन्हें ऐसी सच्ची कहानियां सुनाइये जो मनुष्यों द्वारा मनुष्यों की सहायता पर आधारित हों। जिनमें सहायता करने वाले और सहायता प्राप्त करने वाले एक-दूसर को जानते तक न हों।

सामाजिक समूहों में पारस्परिकता पर दो पृष्ठों में एक निबन्ध लिखिये और अपने अध्ययन केंद्र पर पहुंचकर दूसरे छात्रों के साथ इस विषय पर परिचर्चा का आयोजन कीजिये।

4.3.2 संतुलित पारस्परिकता

इस पारस्परिकता में समुदायों और व्यक्तियों के बीच संबंधों का निर्माण करना तथा इन संबंधों को पारस्परिकता द्वारा लम्बे समय तक निभाना शामिल है। संतुलित पारस्परिकता का एक महत्वपूर्ण उदाहरण है उत्सवों तथा सांस्कृतिक अवसरों पर दूसरों को आमंत्रित करना ऐसे अवसरों पर वस्तुओं अथवा सेवाओं का स्थानांतरण भी किया जाता है। उपहारों के रूप में चीजों का आदान-प्रदान प्रायः बराबर की हैसियत के लोगों के बीच होता है, जिसमें अपेक्षाएँ भी सन्निहित होती हैं और संतुष्टि भी। संतुलित पारस्परिकता में बदले में जो कुछ भी दिया जाता है वो या तो पारस्परिक अपेक्षा पर आधारित होता है या फिर देने वाले द्वारा की गई मांग पर आधारित होता है। यद्यपि देने वाला तुरंत ही बदले में कुछ नहीं चाहता वह समय देता है और उम्मीद करता है कि जिसे दिया गया है वह आगे चलकर कुछ अवश्य देगा। यदि बदले में कोई व्यक्ति कुछ भी नहीं देता तो देने वाले की भावना को चोट पहुंचती है और वो आगे से दूसरों को अपनी सेवाएं और वस्तुएं देना बन्द कर देता है। देने वाले को जब लम्बे समय के बाद भी बदले में कुछ भी प्राप्त नहीं होता तो वह न केवल देने की प्रक्रिया को बन्द कर देता है बल्कि वह दूसरे लोगों से ऐसी बातें भी करने लग जाता है कि हमने इसको दिया था परंतु इसने बदले में हमें कुछ भी नहीं दिया। यहां तक कि देने वाला प्राप्त करने वाले से अपने संबंध भी तोड़ लेता है और तब तक दुबारा उससे संबंध स्थापित नहीं करता जब तक वह उसके द्वारा दी गई वस्तुओं अथवा सेवाओं के बदले में कुछ लौटाना नहीं। संतुलित पारस्परिकता में देने वाले और लेने वाले के बीच कोई सौदेबाजी या सशर्त वार्ता नहीं होती। यही इस पारस्परिकता का मौलिक आधार है।

संतुलित पारस्परिकता में बदले में दी जाने वाली वस्तु या सेवा की कीमत पहले दी जाने वाली वस्तु या सेवा के लगभग समान ही होती है। अतः इसमें एकतरफा स्थानांतरण की गुंजाइश नहीं होती जो लोग दूसरों को कुछ देते हैं, यदि बदले में उन्हें कुछ भी न मिले तो वे बुरा मान जाते हैं और नाराजगी प्रकट करने लगते हैं। भारतीय पारिवारिक संरचनाओं में दो पक्षों के बीच चीजों के आदान-प्रदान से संबंध मजबूत होते हैं और आपसी प्रेम-भाव बढ़ता है। यदि एक ओर से दिया जाए और दूसरी ओर से कुछ भी नहीं लौटाया जाए तो सम्बंधों की प्रगाढ़ता कम होने लगती है और एक दिन संबंध टूट जाते हैं। इस प्रकार दो पक्षों के बीच संबंध आदान-प्रदान की समझ पर निर्भर करते हैं कोई शर्त या सौदेबाजी नहीं होती।

4.3.3 नकारात्मक पारस्परिकता

नकारात्मक पारस्परिकता सामान्यीकृत पारस्परिकता के विपरीत होती है और अर्थशास्त्रियों तथा समाज-विज्ञानियों के बीच इस प्रकार की पारस्परिकता का चलन प्रायः नहीं है। मार्शल साहलिन्स ने 1972 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'स्टोन एज़ इकोनोमिक्स' में इस पारस्परिकता का वर्णन किया है। इसमें एक व्यक्ति दूसरे व्यक्ति की मेहनत के फल को प्राप्त करता है। इसकी विशेषता यह है कि दोनों पक्ष अधिक से अधिक पाना चाहता है, पर बदले में कम से कम देना चाहते हैं। अर्थात् सेवाओं या

वस्तुओं के आदान-प्रदान में स्वयं लाभ में रहने और दूसरे को घाटे में रखने की मनोवृत्ति प्रधान रहती है। एक व्यक्ति दूसरे को घाटा पहुँचाने की नियत से काम करता है और उसका व्यवहार पूरी तरह असहयोग करने का रहता है।

कोम (2008.11) उसका वर्णन करते हुए कहता है कि – 'एक व्यक्ति दूसरे से बदला लेने की मानसिकता रखता है, उसे नुकसान पहुँचाना चाहता है जो कि सामाजिक-आर्थिक परिवेश का अभिन्न अंग है, पारस्परिकता का क्रम टूटता रहता है और अंततः पारस्परिकता की भूमिका समाप्त हो जाती है। नकारात्मक पारस्परिकता में व्यावहारिकता का अभाव रहता है, जो कि सामाजिक-आर्थिक परिवेश का अभिन्न अंग है, व्यवहार नाप तौल कर किया जाता है और कोशिश रहती है कि कम किये जाने पर बदले में ज्यादा ही मिले। इसमें जवाबी कारवाई पर आधारित आदान-प्रदान की भावना निहित रहती है। सौदेबाजी आधारित वस्तुविनिमय होता है, छूत, चोरी, झपटमारी, छल-कपट आधारित गतिविधियाँ शामिल होती हैं, सामाजिक सम्बंधों का अभाव रहता है, (इनगोल्ड, 1986) तथा 'आंख के बदले आंख निकाल देना तथा दात के बदल दांत तोड़ देने' की भावना मौजूद रहती है (फेहर व गेचटर, 1998:845)।

बोध प्रश्न 1

1) पारस्परिकता से आप क्या समझते हैं? कुछ पंक्तियों में उत्तर दें।

.....

.....

.....

.....

.....

2) रिक्त स्थान भरिए –

अ) आश्वासन देता है कि दोनों पक्ष आदान-प्रदान के लिए समझौता करते हैं तथा सशर्त बातचीत करते हैं।

ब) पारस्परिकता पारस्परिकता की प्रकृति तय करती है।

3) निम्न से क्या पारस्परिकता की श्रेणी में नहीं आता?

अ) सकारात्मक पारस्परिकता

ब) संतुलित पारस्परिकता

स) वैकल्पिक पारस्परिकता

द) नकारात्मक पारस्परिकता

4.4 उपहार

उपहार को दुनिया भर के मानव समाजों का सामाजिक, आर्थिक अथवा सांस्कृतिक आदान-प्रदान माना जाता है। सामाजिक संबंधी को स्थायी बनाने में उपहारों की मूलभूत भूमिका है। (केमरर, 1988) उपहार भौतिक पदार्थ भी हो सकता है और गैर भौतिक भी जिसे स्वेच्छा से दिया जाता है या मांग या आवश्यकता की पूर्ति के रूप में आती हैं। भौतिक पदार्थों में वस्तुएँ या नकदी या अन्य ठोस चीज, अभौतिक पदार्थों में

समय, देखभाल, प्यार आदि अदृश्य चीजें शामिल हैं। उपहारों की मूलभूत विशेषता यह है कि उसमें एक तरह की पारस्परिकता शामिल होती है और इसी कारण से उपहार देने की प्रक्रिया को मनुष्यों की आकर्षक तथा सर्वसम्मत गतिविधि माना जाता है। उपहारों को सामाजिक अखण्डता में सहयोगी माना जाता है, क्योंकि उपहारों के माध्यम से सांस्कृतिक आदान-प्रदान होता है और सामाजिक एकता बढ़ती है। एडवार्ड शीफेलिन ने 1980 में प्रकाशित अपने लेख 'रैसीप्रोसिटी एण्ड द कन्सट्रक्शन ऑफ रियलिटी' में लिखा है – उपहार देना ... सामाजिक दायित्वों को गति प्रदान करना है, यह उपहार को समझने का एकतरफा तरीका हो सकता है, जबकि आर्थिक शब्दावली में उपहार एक तरह का व्यापार है जो पारस्परिक आदान-प्रदान के माध्यम से किया जाता है। उपहार आपसी व्यापार का एक प्रकार है। सामान्यतः उपहार एक भौतिक वस्तु है जिसका आदान-प्रदान किया जाता है। व्यापारिक सम्बंधों से प्राप्त होने वाले विभिन्न प्रकार के उपहार, जिनमें भौतिक तथा अभौतिक दोनों प्रकार के उपहार शामिल हैं, समान रूप से दिये और लिए जाते हैं।

उपहार देने के अर्थशास्त्र को समझने के लिए उपहारों के पीछे छिपी संवेदना को समझना जरूरी है। उपहारों के अर्थशास्त्र पर किये गये अध्ययनों से पता लगता है कि उपहार देने वाले उपहारों को विशेष महत्व देते हैं। जबकि तुलनात्मक रूप से उपहार प्राप्त करने वाला उसे इतना महत्व नहीं देता अर्थात् यदि उपहार देने वाले की दृष्टि में उसका महत्व उपहार की वास्तविक कीमत से ज्यादा होता है और उपहार लेने वाले की दृष्टि में उपहार की वास्तविक कीमत से ज्यादा होता है और उपहार लेने वाले की दृष्टि में उपहार का महत्व उसकी वास्तविक कीमत से कम होता है तो इन दोनों पक्षों के बीच उपहारों के लेने-देने की प्रक्रिया अन्ततः समाप्त हो जाती है। यद्यपि 'चील' ने अपनी 1988 में प्रकाशित हुई पुस्तक 'द गिफ्ट इकोनॉमी' में तर्क दिया है कि इन तमाम आर्थिक अपर्याप्तताओं के बावजूद, जिनका उपहार लेने वाले और देने वाले दोनों की मानसिक अवस्था पर विशेष प्रभाव पड़ता है, उपहारों के आदान-प्रदानों की प्रथा विश्व भर में व्याप्त है। इतना ही नहीं बाजार में नये-नये उपहार लगातार आते रहते हैं और उपहारों के आदान-प्रदान का रिवाज बढ़ता ही जा रहा है। गार्नर तथा वैगनर को 'इकोनॉमिक डाइमेंशन्स ऑफ हाउस होल गिफ्ट गिविंग' शीर्षक वाला लेख जो 1991 में प्रकाशित हुआ था उसमें यह कहा गया है कि उपहार चाहे भौतिक हो या अभौतिक वह एक आर्थिक अथवा सामाजिक स्थानांतरण है। यदि इसमें दो पक्षों के बीच पहले से स्थापित संबंध मौजूद हैं तो चीजों के आदान-प्रदान को उपहार ही माना जायेगा। पहले से ही स्थापित संबंधों के परिणामस्वरूप दोनों पक्षों पर यह दबाव होता है कि वे उपहारों का आदान-प्रदान करें।

4.5 उपहारों के आदान-प्रदान के आयाम

लेवी स्ट्रॉस ने नृविज्ञान पर आधारित, 1969 में प्रकाशित अपनी पुस्तक 'द एलीमेंट्री स्ट्रक्चर्स ऑफ किनशिप' में लिखा है – उपहारों के आदान-प्रदान को आर्थिक संदर्भ में देखना उपहार की धारणाओं को समझने का एकतरफा नजरिया है। विभिन्न संदर्भों में दिये जाने वाले उपहारों को तीन आयामों के माध्यम से समझा जा सकता है।

4.5.1 सामाजिक आयाम

सामाजिक पृष्ठभूमि में उपहार देने का उद्देश्य सामाजिक संबंधों को बढ़ावा देना है। साथ ही उपहार देने के पीछे देने वाले की यह ईमानदारी छिपी होती है कि वह उपहार प्राप्त करने की खुशियों में ओर कठिन वक्त में भी उसके साथ खड़ा है। यद्यपि सहभागिता में यह मंतव्य अप्रकट ही रहता है। सामाजिक आयाम में उपहार देने वाले और लेने वाले के बीच जुड़ावों तथा संबंधों का प्रदर्शन होता है, यद्यपि कभी-कभी धोखा न हो जाए, ऐसे नकारात्मक उद्दीपन भी होते रहते हैं, परन्तु हर मामले में नहीं। कभी-कभी उपहारों के पीछे सकारात्मक मंतव्य अधिक प्रबल रहते हैं, जैसे सामाजिक घनिष्ठता बढ़ाना तथा दूरियां रहने से हल्के पड़े सम्बंधों की अंतरंगता को बनाये रखना। मार्सेल मॉस (1990) के अनुसार इस युग में उपहार देने के पीछे दो उद्देश्य छिपे रहते हैं – पहला उपहार देना दोनों पक्षों के बीच सम्बंधों को सुदृढ़ बनाना है दूसरे उपहार देना व्यवहार की एक औपचारिकता है। उपहार देने व लेने में उपहार की कीमत उपहार की गुणवत्ता तथा सम्बंधों को जोड़ने की क्षमता अंतर्निहित रहती है। उदाहरण के लिए अंतरंग सम्बंधों में उपहार देने से उपहार की कीमत या उपयोगिता बढ़ जाती है। यदि सम्बंधों की प्रगाढ़ता में कमी आ रही है, और फिर भी उपहार देना जारी रखा जाए तो उपहार की उपयोगिता बढ़ जाती है। इस प्रकार संबंध की प्रकृति तथा उपहार के तत्वों के बीच एक प्रकार अंतर्सम्बंध होता है। उपहार के आदान-प्रदान के सामाजिक दायरे में व्यक्तिगत तथा साझे हितों तथा विश्वास का स्तर सदा ऊँचा रहता है।

4.5.2 आर्थिक आयाम

आर्थिक आयाम का संबंध उपहार देने के पीछे छिपे निहित आशय से होता है और उपहार की कीमत खुलासा करना भी उसमें शामिल होता है। उपहारों का आदान-प्रदान उपहार प्राप्त करने वाले व्यक्ति के लिए पर्याप्त रूप से लाभकारी माना जाता है। यह प्राप्त करने वाले पर एक प्रकार का दबाव बनाता है और उसे एक दायित्व देता है कि वह बदले में देने वाले को कुछ दे। ऐसे आदान-प्रदानों में उपहार प्राप्त करने वाले की प्रतिष्ठा उस पर विनिमय का दबाव बनाती है और यदि वह उपहार के बदले में कुछ न दे पाये तो संबंध के टूट जाने का अंदेशा भी उसके मन में पैदा करती है। जैसा कि सामाजिक आयाम में व्याख्या की गई है, आर्थिक आयाम के केन्द्र में भी उपहार के तत्व मौजूद रहते हैं। यदि आदान-प्रदान करने वाले उपहारों की कीमत या महत्व लगभग बराबर है तो इस आदान-प्रदान को संतुलित माना जाता है। आर्थिक आदान-प्रदान के सिद्धान्त के अनुसार उपहार देना दोनों पक्षों के बीच एक प्रकार का समझौता होता है। और उसमें यह भाव अंतर्निहित होता है कि उपहार लेने और देने के बीच संतुलन की स्थिति हो। यद्यपि इन मामलों में संबंध औपचारिक होते हैं, तथा दोनों पक्षों के निहित हित अथवा स्वार्थ इसमें शामिल होते हैं, परन्तु यह आवश्यक है कि आदान-प्रदान की निष्पक्षता दोनों पक्षों को संतुष्टि प्रदान करती है तथा आदान-प्रदान की प्रक्रिया को संतुलित बनाती है। उपहार के आर्थिक आयामों में पारस्परिक संबंध आवश्यक नहीं होते। इसलिए उसमें विश्वास बहुत कम होता है या फिर होता ही नहीं।

गतिविधि – 2

किसी के विवाह समारोह में जाओ या फिर तुम्हारे परिवार में किसी की शादी हुई हो तो उसे याद करो, और शादी के अवसर पर दिये गये उपहारों की सूची बनाओ जो दूल्हा और दुल्हन के परिवारों की ओर से (जैसे गहने, कपड़े, उपकरण आदि) एक दूसरे को दिये गये थे। समाजशास्त्री या सामाजिक नृविज्ञानी की दृष्टि से विवाह के उपहार तथा उनका महत्व विषय पर एक पृष्ठ का आलेख तैयार कीजिये। फिर अपने अध्ययन केंद्र पर जाकर अपने साथियों से इस आलेख पर चर्चा कीजिए।

4.5.3 व्यक्तिगत आयाम

व्यक्तिगत आयाम में उपहारों के आदान-प्रदान की जो पद्धति अपनाई जाती है उसमें उपहार देने वाले और उपहार प्राप्त करने वाले दोनों के अनुभव तथा उनकी पहचान मौजूद रहती है। इस प्रकार उपहार देने वाले का व्यक्तित्व और उसकी पहचान का पता इस बात से लगता है कि उसने उपहार किस तरह दिया है। इसी के समानांतर उपहार प्राप्त करने वाले की स्वीकृति का तरीका अथवा उपहार न लेने की इच्छा जाहिर करना यह दर्शाता है कि उसका व्यक्तित्व कैसा है और उसकी पहचान क्या है। उपहार लेने-देने अथवा उपहार लौटाने के तरीकों से उपहार देने वाले तथा उपहार लेने वालों दोनों पक्षों की पहचान सामने आ जाती है अर्थात् इस प्रकार के उपहार में व्यक्तिगत पहचान को सामने लाना उद्देश्य उपहार लेने-देने के पीछे छिपा रहता है। उपहार देने के विभिन्न प्रकार के मन्तव्यों की अलग-अलग समझने का तथा उपहार के लेने-देने में शामिल दोनों पक्षों के व्यवहार को जानने का प्रयास अध्येताओं ने किया है।

सोलोमन (1992) इन मन्तव्यों को दो भागों में विभाजित करता है – एक उपयोगितावादी, दूसरा सुखात्मक।

पहला लाभ प्राप्त करने की उपलब्धि की श्रेणी में आता है और भावनात्मक अनुभूति का प्रतिनिधित्व करता है। इसी प्रकार उपहार देने और प्राप्त करने की सुखात्मक अनुभूति को शैरी (1983) ने दो श्रेणियों में विभाजित किया है – परोपकारी तथा नास्तिक। परोपकारी मन्तव्य में उपहार प्राप्त करने वाले के सुख में वृद्धि करना शामिल होता है, नास्तिक मन्तव्य अपने लिये देने वाले की व्यक्तिगत लाभ की भावना पर केन्द्रित होता है। इस दृष्टि से देखें तो उपहार दिया जाना सदैव उपहार प्राप्त करने वाले प्रभावित करने के लिये होता है। क्योंकि उपहार देने वाले के मन में उपहार प्रदान करने का सुख प्राप्त करने की इच्छा किसी न किसी रूप में अवश्य मौजूद रहती है।

4.6 उपहार देने के दृष्टिकोण

उपहार देने के आयामों का अध्ययन करने से हमें उपहार देने के दृष्टिकोणों का पता लगता है और हम इस निष्कर्ष पर पहुंचते हैं कि कुल मिलाकर उपहार देने के तीन दृष्टिकोण होते हैं। ये हैं – 1) नृविज्ञान आधारित दृष्टिकोण, 2) समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण तथा 3) आर्थिक दृष्टिकोण।

4.6.1 नृविज्ञानीय दृष्टिकोण

सुप्रसिद्ध समाज विज्ञानी ब्रोनिसलॉ मौलिनोवस्की (1922) तथा मार्सेल मॉस (1990 {1950}) का विचार यह है कि उपहार देने की परम्परा मूल रूप से आदिकालीन समाजों में मौजूद थी। इन विद्वानों के अनुसार लोग केवल इसलिये उपहार दिया करते थे कि बदले में उन्हें वे ब्याज सहित लौटाये जायें। इससे यह अर्थ ध्वनित होता है कि आदिकालीन समाजों में उपहार की कीमत पर विशेष ध्यान दिया जाता था। उपहार देने के बदले लोगों को जो धन प्राप्त होता था उसे वे इकट्ठा कर लेते थे और फिर उत्सवों के अवसर पर उसे खर्च करते थे, इस प्रकार प्राचीनकालीन समाजों में उपहार देना किसी व्यक्ति के अमीर होने का प्रतीक था। यह भावना वर्तमान समय में मौजूद उपहारों के आदान-प्रदान में भी देखने को मिलती है। बस अन्तर इस बात का है कि प्राचीन कालीन समाजों में उपहारों के आदान-प्रदान में पारस्परिकता विद्यमान रहती थी, जबकि आधुनिक समाजों में पारस्परिकता जैसी चीज प्रायः नगण्य होती है, अथवा होती ही नहीं।

4.6.2 समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण

समाजशास्त्री मत रखते हैं कि नृविज्ञानी ब्रोनिसला मेलिनोवस्की उपहार देने को आत्म विस्तार की प्रक्रिया मानते हैं। इस धारणा को थोड़ा विकास करते हुए समाजशास्त्री मानते हैं कि उपहार लोगों को आपस में जोड़ते हैं तथा उपहार के पीछे उपहार देने वाले का जो आशय होता है, उसका प्रतिनिधित्व करते हैं। समाजवादियों के अनुसार उपहार देना स्वयं को उपहार लेने वाले तक पहुंचाने का माध्यम है। इससे उपहार प्राप्त करने वाले की पहचान निर्मित होती है। इस प्रकार उपहार दिया जाना देने वाले और लेने वाले के बीच एक सम्बंध का निर्माण करता है। उपहार देने वाले का उपहार देने का आशय उपहार में अंतर्निहित होता है। जिसमें उपहार के तत्व मौजूद रहते हैं – जैसे उपहार का चयन, कीमत तथा उपहार चयन करने का उत्साह आदि। ये सभी घटक व्यापक रूप से काम करते हैं, जैसे पहचान का आदान-प्रदान करना, संबंधों का नियंत्रण करना, निष्पक्ष वितरण का भावना को आगे बढ़ाना (पारस्परिक न्याय-भावना), सम्बन्ध की सीमाएं निर्धारित करना आदि-आदि। ये सब कार्य उपहार देने के मंतव्य में अंतर्निहित होते हैं।

4.6.3 आर्थिक दृष्टिकोण

उपहारों के आदान-प्रदान का अर्थशास्त्र उपहार देने की प्रक्रिया की क्षमताओं तथा अक्षमताओं को दर्शाती है। आर्थिक दृष्टिकोण द्वारा हर व्यक्ति अपने आत्महित की रक्षा करता है और साथ ही जिसे उपहार देता है उसे होने वाले लाभ को ध्यान में रखकर चलता है। आर्थिक दृष्टिकोण के अनुसार उपहारों की मौलिक विशेषता यह है कि वे संकेत का काम करते हैं जबकि समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण के अनुसार उपहार प्रतीक का काम करते हैं। उपहार देने वाले की धारणा उपहार लेने वाले के प्रति कुछ इस तरह होती है कि वह उससे बदले में कुछ तुरंत प्राप्त करने की उम्मीद नहीं रखता, परंतु यह उम्मीद जरूर रखता है कि जो कुछ वो बदले में देगा उसका आर्थिक मूल्य क्या होगा। उदाहरण के लिये एक व्यक्ति दुकान पर जाता है और प्राप्त किये हुए उपहार के बराबर की कीमत की किसी वस्तु की मांग करता है जिसे वो उपहार देने वाले को दे सके तो वह तुरंत लौटाने की प्रक्रिया के अंतर्गत आता है और यह संकेत देता है कि वह उपहार देने वाले से कोई संबंध रखना नहीं चाता इसलिए बराबर की

कीमत का प्रति उपहार देकर इस संबंध से पिंड छुड़ाना चाहता है कि वे पारस्परिकता बनाये रखे और उपहारों का आदान-प्रदान करते रहें। जहां पर उपहार तुरंत वापसी की अपेक्षा रखे बिना तहे दिल से दिये जाते हैं वहां भी आर्थिक दृष्टिकोण अंतर्निहित होता है। जैसे – उपहार दिये जाने के बदले में तुरंत आत्मसम्मान पाने की इच्छा, प्यार, स्नेह और प्रतिष्ठा प्राप्त करने की इच्छा आदि।

बोध प्रश्न 2

1) अपने शब्दों में उपहार की परिभाषा दीजिये।

.....
.....
.....
.....

2) “द एलीमेंट्री स्ट्रक्चर्स ऑफ किनशिप” नामक पुस्तक का लेखक कौन है?

.....
.....
.....
.....

3) नीचे दिये गये कथनों में से कौन सा कथन उपहारों के आयाम नहीं है?

- अ) व्यक्तिगत आयाम
- ब) नातेदारी आयाम
- स) सामाजिक आयाम
- द) आर्थिक आयाम

4) उपहारों के आदान-प्रदान में महसूस होने वाली नकारात्मक संवेदनाएं कभी-कभी सही नहीं होती।

- अ) सत्य
- ब) असत्य

4.7 सारांश

इस इकाई में आपने पारस्परिकता की धारणा और उपहार के बारे में पढ़ा। यह दो भागों में विभाजित है। भाग एक – पारस्परिकता की धारणा से संबंधित है। भाग दो – उपहार के धारणा से संबंधित है। उपहारों का आदान-प्रदान एक जटिल प्रक्रिया है। इसमें ठोस तथा ऐसी गैर-ठोस वस्तुएँ भी आती हैं जिनका वितरण नहीं किया जा सकता। उपहार प्रतीकात्मक रूप से लोगों को अवसर देता है कि वे उपहार प्राप्त करने वाले तक उपहार में छिपी भावनाओं को पहुँचा सके और उनके बीच संबंधों की दृढ़ता का मार्ग प्रशस्त हो। इस भावना से प्रेरित होकर उपहार देने वाला उपहार खरीदने में मोटी रकम खर्च करने को भी तैयार हो जाता है। क्योंकि उपहार देने वाले की भावनाओं को प्राप्त करने वाले तक पहुँचाने का एक सशक्त माध्यम है। साथ ही

एक बात और होती है कि उपहार देने की प्रकृति में लगातार परिवर्तन आता रहता है। उपहार देने को घटनाओं तथा उनके पीछे छिपे मंतव्यों में अंतर होता रहता है। इस इकाई में यह समझाने का प्रयास किया गया है कि किस प्रकार आर्थिक दृष्टि से उपहार देने की उदारता आत्म-हित में बदल जाती है। लेकिन सामाजिक आयाम के अनुसार लगातार उपहारों के आदान-प्रदान से उपहार देने व उपहार लेने वालों के बीच संबंध मजबूत हो जाते हैं। उपहार देने के तीन स्पष्ट दृष्टिकोण होते हैं जिनके माध्यम से यह समझा जा सकता है कि उपहार देने की धारणाएं तथा उनके बदले में कुछ पाने से जुड़ी धारणाओं के स्वरूप क्या-क्या होते हैं। उपहारों के आदान-प्रदान में पारस्परिकता का सिद्धांत अंतर्निहित होता है जिसमें उपहार के पांच तत्व मौजूद रहते हैं – जैसे, कीमत, दूसरों का सम्मान, दायित्व बोध या कृतज्ञता, नैतिक पक्ष तथा परोपकारी और प्रभाव छोड़ने का भाव। उनके अलावा, कुछ ऐसे दबाव भी होते हैं जो आदान-प्रदान की प्रथा में पारस्परिकता की प्रकृति तय करते हैं। इस इकाई में विभिन्न प्रकार की पारस्परिकताओं का वर्णन भी किया गया है तथा यह बताने का प्रयास भी किया गया है कि वे दूसरों से किस प्रकार भिन्न हैं।

4.8 संदर्भ

द गिफ्ट “द फॉर्म एण्ड रीजन फॉर एक्सचेंज इन आरचाइक सोसाइटीज” (डब्ल्यू. डी. हाल्स द्वारा अनुवादित 1990 तथा मेरी डगडस द्वारा आगे आमुखित मार्सेल मॉस (1990/1950), रूटलैग, लंदन।

डी चील (1988). द गिफ्ट इकोनॉमी – रूटलैग, लंदन।

“गिफ्ट एज इकोनोमिक सिगनल्स एण्ड सोशल सिम्बल्स” अमेरिकन जनरल ऑफ सोहयोलॉजी, 94 (सप्लीमेंट), पृ. सं. 180 – एस 214।

एस सी कोम (2008). रैसीप्रोसिटी : “एन इकोनॉमिक्स ऑफ सोशल रिलेशन्स” केंब्रिज यूनीवर्सिटी प्रैस।

ए. डब्ल्यू. गोल्डनर (1960). द नोर्म ऑफ रैसीप्रोसिटी: “ए प्रिलिमिनरी स्टेटमेंट” अमेरिकन सोशयोलॉजिकल रिव्यू 25 (2) पी पी 161–178।

पीपी इके (1974). “सोशल एक्सचेंज थ्योरी : द टू ट्रेडीशन्स” – हावर्ड यूनीवर्सिटी प्रैस।

एस गैचटर एण्ड ई फेहर (1998). “रैसीप्रोहिटी एण्ड इकोनोमिक्स : द इकोनॉमिक इम्प्लीकेशन्स ऑफ होमोरीप्रोकन्स”, यूरोपियन इकोनॉमिक रिव्यू, 42 (3), पीपी 845–859।

“कोऑपरेटिव विहेवियर कैसकेट्स इन ह्यूमन सोशल नेटवर्कस” – एन. ए. क्रिस्टेकिस एण्ड जे. एच. फोलर (2010) प्रोसीडिंग्स ऑफ द नेशनल एकेडेमी ऑफ साइन्सिज यू. एस. ए. 107 (12) पी.पी. 5334–5338।

दी ग्रेनर एण्ड जे. वैगनर (1991). “इकोनॉमिक डाइमैन्शन्स ऑफ हाउसहोल्ड गिफ्टगिविंग”, जरनल ऑफ कन्ज्यूरर रिसर्च, 18 (दिसम्बर), पी. पी. 368–379।

ए डब्ल्यू गोल्डनर (1960). “द नार्म ऑफ रैसीप्रोसिटी : ए प्रिलिमिनरी स्टेटमेंट”, अमेरिकन सोशयोलॉजिकल रिव्यू, 25 (2), पी. पी. 161–178।

जी. होमन्स (1958). “सोशल बिहेवियर एज एक्सचेंज” अमेरिकन जरनल ऑफ सोशयोलॉजी, 63 (6) पी. पी. 597–606।

टी, इन गोल्ड (1986). "द एप्रोप्रियेशन ऑफ नेचर : एसेज ऑन ह्यूमन इकोलॉजी एण्ड सोशल रिलेशन्स", यूनीवर्सिटी प्रैस मैनचेस्टर।

पी. पोलोक (1999). "द इकोनॉमीज ऑफ ऑन लाइन कोओपरेशन : गिफ्ट्स एण्ड पब्लिक गुड्स इन साइबर पेस"। "कम्यूनिटीज इन साइबर पेस", (पी.पी. 220–239), रूटलैज, लन्दन।

सी. लेवी स्ट्रॉस (1969). "द एलीमैन्ट्री स्ट्रक्चर्स ऑफ किनशिप", अय्यर एण्ड स्पोर्टिस बूड, लन्दन।

बी. मेलिनोवस्की (1922). "आरगोनट्स ऑफ द वैस्टर्न पैसिफिक", रूटलैज एण्ड केगन, लन्दन।

जे. राक्स (1971). "ए थ्योरी ऑफ जस्टिस", हारवर्ड यूनीवर्सिटी प्रैस।

एम. साहिंस (1972). "स्टोन एज इकोनोमिक्स", एन. वाई : एलडाइन।

ई. शैफलिन (1980) रैसीप्रोसिटी एण्ड द कन्सट्रक्शन ऑफ रिएलिटी, मैग, 15 (3) पी. पी. – 502–517।

जे. एफ. शैरी जूनियर (1983). गिफ्ट गिविंग इन एन्थ्रोपॉलॉजीकल पर्सपेक्टिव्स", जरनल ऑफ कन्ज्यूमर रिसर्च, 10 (2) पी.पी. 157–168।

एम आर सोलोन (1992). "कन्ज्यूमर विहेवियर : हैविंग, बीइंग एण्ड वाइंग" एम. ए. वोस्टन : एलीन एण्ड वेकन।

जे. वाल्ड फोगल (2002). "गिफ्ट्स कैस एण्ड स्टिगमा", इकोनॉमिक इन्क्वायरी, 40 (3) पी. पी. 415–427।

4.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

- 1) पारस्परिकता सेवाओं या वस्तुओं के पारस्परिक आदान-प्रदान की एक प्रविधि है जो दो पक्षों के बीच होती है जो दोनों पक्षों के संबंधों को बनाए रखने तथा भविष्य में आदान-प्रदान करते रहने के लिए प्रोत्साहित करती है।
- 2) अ) वैधानिक प्रवर्तन
- ब) संतुलित पारस्परिकता
- 3) स)

बोध प्रश्न 2

- 1) उपहार एक भौतिक अथवा अभौतिक वस्तु होती है जिसे अपनी ओर से स्वतंत्रतापूर्वक एक व्यक्ति द्वारा दूसरे व्यक्ति को दिया जाता है अथवा प्रार्थना किये जाने पर दिया जाता है। इसमें तुरंत वापसी की अपेक्षा नगण्य होती है।
- 2) क्लोड, लेवी स्ट्रॉस
- 3) स)
- 4) सत्य