

माध्यम और सांस्कृतिक साम्राज्यवाद



जगदीश्वर चतुर्वेदी

माध्यम और सांस्कृतिक साम्राज्यवाद



जगदीश्वर चतुर्वेदी

प्रकाशक: नॉटनल

प्रकाशन: सितंबर, 2024

© जगदीश्वर चतुर्वेदी

अनुक्रम

पहला खंड

माध्यम परिदृश्य और मीडिया कारोबार

विश्व माध्यम परिदृश्य	4
माध्यम सम्राट	40
माध्यम सुलतान	63

दूसरा खण्ड

माध्यम साम्राज्यवाद : विचारधारा और संस्कृति

माध्यम साम्राज्यवाद और टेलीविजन	76
माध्यम साम्राज्यवाद और विज्ञापन	91
माध्यम साम्राज्यवाद और फैशन	136
माध्यम साम्राज्यवाद और कामुकता	162
माध्यम साम्राज्यवाद और धर्म	200
सांस्कृतिक साम्राज्यवाद	234
इंटरनेट और संचार साम्राज्यवाद	301
माध्यम साम्राज्यवाद का वैकल्पिक परिप्रेक्ष्य	388

पहला खंड

माध्यम परिदृश्य और मीडिया कारोबार

विश्व माध्यम परिदृश्य

माध्यम साम्राज्यवाद आज एक ठोस सच्चाई है। इसकी तरह-तरह की व्याख्याएँ हैं। इन व्याख्याओं की खूबी यह है कि इनमें उसके एक या दो पहलुओं पर चर्चा मिलती है। समग्रता में माध्यम साम्राज्यवाद को समझने के लिए अंतर्विषयी अध्ययन की पद्धति अपनानी होगी। सामान्यतः माध्यम साम्राज्यवाद के तहत माध्यम कंपनियों के स्वामित्व, संरचना, वितरण, अंतर्वस्तु, दबाव, देशी-विदेशी कंपनियों के बीच के अंतस्संबंध, व्यापारिक रिश्तों और उनके देशज संरचनाओं पर पड़ने वाले प्रभाव, विचारधारात्मक भूमिका, विश्व बहुराष्ट्रीय कंपनियों और बहुराष्ट्रीय पूँजी के साथ अंतस्संबंध, भूमंडलीकरण, विश्व बाजार के निर्माण में बहुराष्ट्रीय माध्यम कंपनियों की भूमिका आदि विषयों का विस्तार से अध्ययन किया जाना चाहिए।

‘माध्यम साम्राज्यवाद’ पदबंध का प्रयोग विश्वव्यापी माध्यम गतिविधियों के अध्ययन के संदर्भ में मिलता है। इस संदर्भ में डब्ल्यू. पी. डिजार्ड की कृति टेलीविजन: ए वर्ल्ड व्यू (1996), टी. एच. गुवेक की दि इंटरनेशनल फिल्म इंडस्ट्री (1969), ई. केट्ज और ई. जी. बेवेल की ब्रॉडकास्टिंग इन थर्ड वर्ल्ड (1978), जे. तुस्ताल की दि मीडिया अपर अमेरिकन (1977), एच. आई. शिलर की मास कम्युनिकेशन एंड एंपायर (1961), दि माइंड मैनेजर्स (1973), कम्युनिकेशन एंड कल्चरल डोमीनेशन

(1976), हू नोज इनफॉर्मेशन इन दि एज ऑफ दि फार्चून 500 (1981), इनफॉर्मेशन एंड दि क्राइसिस इकॉनामी (1980), काल्चर (1989), एडवर्ड एस. हिरमैन और नॉम चॉमस्की की मैन्यूफैक्चरिंग कंसेंट (1994), विसेंट मोस्की की दि पॉलिटिकल इकानामी ऑफ कम्युनिकेशन (1996), एडवर्ड एस. हिरमैन और राबर्ट डब्ल्यू. मैकेंजी की दि ग्लोबल मीडिया (1998), आर्मंड मेटलार्त की एडवरटाइजिंग इंटरनेशनल : दि प्राइवेटाइजेशन ऑफ पब्लिक स्पेस (1991), अर्मांड मेटलार्त एवं अन्य लेखकों की कृति इंटरनेशनल इमेज मार्केट्स : इन सर्च ऑफ वन आल्टरनेटिव पर्सपेक्टिव (1984) आदि पुस्तकें 'माध्यम साम्राज्यवाद' के विभिन्न पक्षों पर रोशनी डालती है।

'माध्यम साम्राज्यवाद' पदबंध का तकरीबन 50 वर्षों से प्रयोग चल रहा है। खासकर जनसंचार माध्यमों की प्रभुत्वशाली भूमिका के रूपायन के संदर्भ में ज्यादातर लेखकों ने इस पदबंध का प्रयोग किया है। इसके अलावा नव-उपनिवेशवाद और सांस्कृतिक साम्राज्यवाद संबंधी मूल्यांकन में भी इस पदबंध का प्रयोग मिलता है।

माध्यम साम्राज्यवाद के विश्लेषकों में एक वर्ग ऐसे विशेषज्ञों का है जो इसे बहुराष्ट्रीय कंपनियों के विस्तार और वर्चस्व का उपकरण मानते हैं। दूसरा वर्ग इसे बड़े पूंजीवादी राष्ट्रों के द्वारा गरीब और अविकसित राष्ट्रों पर किए गए सांस्कृतिक हमलों के प्रमुख उपकरण के रूप में देखता है।