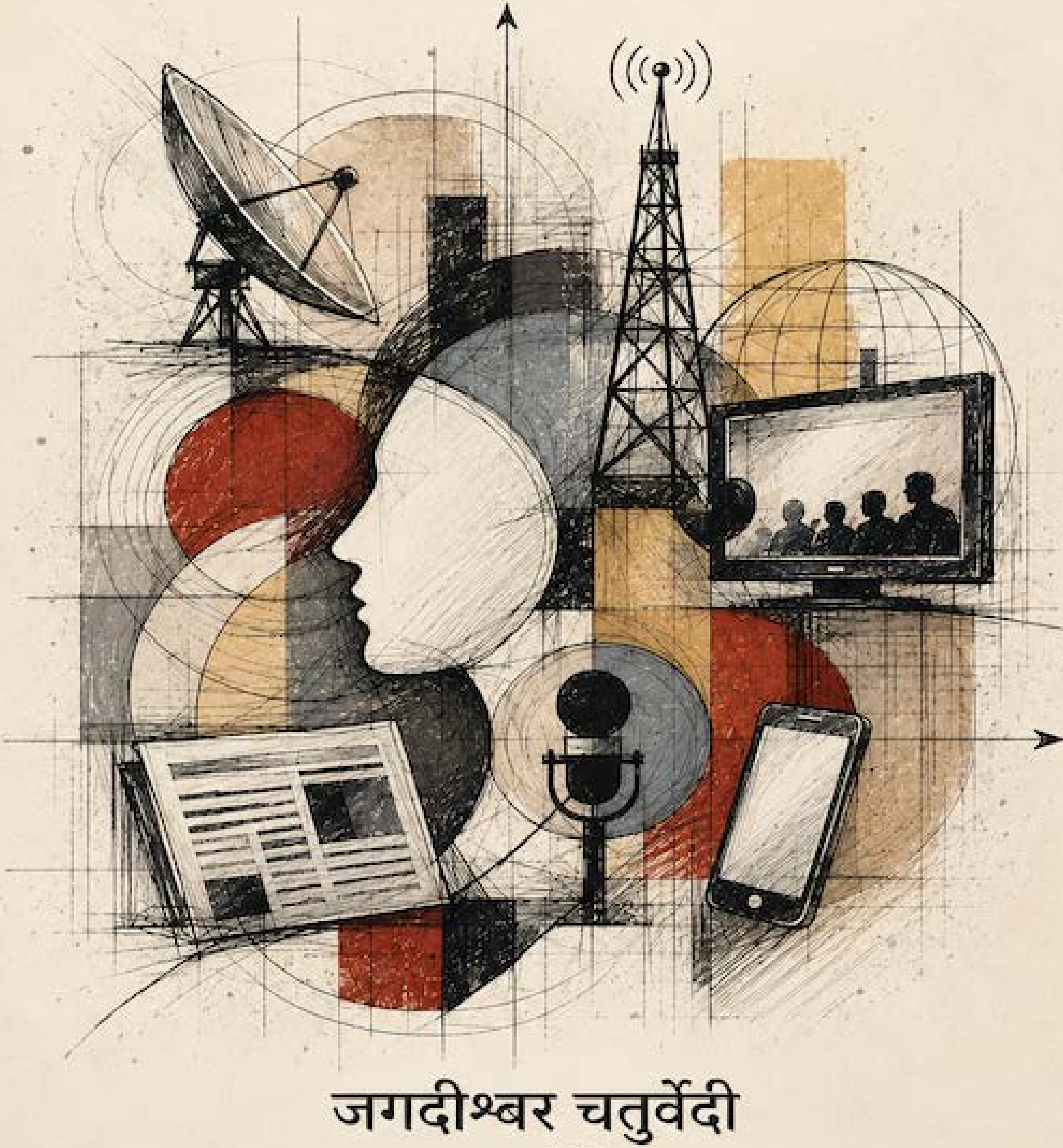
जनमाध्यम

सैद्धांतिकी मॉडल और विचारधारा



जगदीश्वर चतुर्वेदी
सुधा सिंह

जनमाध्यम सैद्धांतिकी मॉडल और विचारधारा

जगदीश्वर चतुर्वेदी

सुधा सिंह

प्रकाशक: नॉटनल

प्रकाशन: अगस्त, 2026

© जगदीश्वर चतुर्वेदी, सुधा सिंह

किताब के बारे में

जनमाध्यमों का सीधा संबंध हमारी आदतों और संस्कारों के निर्माण की प्रक्रिया से है। वे हमारी आदतों-संस्कारों को बनाते हैं। इनको पढ़ने, समझने और विश्लेषित करने का सटीक तरीका है जनमाध्यमों की प्रकृति प्रस्तुति और प्रक्रियाओं का सैद्धांतिकी के आधार पर मूल्यांकन किया जाय। खासकर संचार मॉडलों और विचाराधारा के आधार पर विश्लेषण किया जाय। मीडिया मॉडलों और उसके विचारधारात्मक पहलुओं की मीमांसा करने के लिहाज से प्रस्तुत पुस्तक मीडिया अध्येताओं की मदद कर सकती है। हिंदी में सैद्धांतिकी और मीडिया मॉडल के पठन-पाठन की परंपरा का आरंभ सबसे पहले हम दोनों द्वारा लिखित "जनमाध्यम सैद्धांतिकी' पुस्तक से हुआ। अब यह पुस्तक नई सामग्री के साथ परिवर्दिधत संस्करण के रूप में आपके सामने है।

मीडिया मूल्यांकन में जब कोई मॉडल अप्रासंगिक हो जाता है तो उसे बदल दिया जाता है। उसी तरह मीडिया के संस्कार, व्यवहार और नियम अप्रासंगिक हो जाते हैं तो बदल दिए जाते हैं। मीडिया अध्ययन-अध्यापन सबसे गतिशील क्षेत्र है। इसमें अपडेटिंग की बार-बार जरूरत होती है। क्योंकि मीडिया सीखने और व्यवहार में उतारने में दर्शक पाठक को तेजगति से मदद करता है। हमें पाठक श्रोता की प्रकृति, संस्कृति और सटीक राजनीतिक-आर्थिक संदर्भ का ज्ञान होना चाहिए। मीडियम की प्रकृति उदय और विकास की ऐतिहासिक परिस्थितियों का भी सही ज्ञान होना चाहिए। मीडिया के उपरोक्त पक्षों को

समझने में प्रस्तुत पुस्तक मदद कर सकती है। मीडिया क्यों कहते हैं ? मासमीडिया क्यों कहते हैं ? जनसंचार, संचार और मासकल्चर क्या है और यह किस तरह संप्रेषित होती है ? उसकी विचारधारा किस तरह निर्मित और संप्रेषित होती है ? इत्यादि सवालों पर विभिन्न दृष्टियों से प्रस्तुत पुस्तक में विचार किया गया है।

जनमाध्यमों में वर्गों, समुदाय और स्त्री और जातिका किस तरह रूपायन होता है और वह किस तरह हमारी जीवनशैली, हाव-भाव, भंगिमा, नजरिए और विश्वदृष्टि बनाता है, इन पहलुओं का मीडिया मूल्यांकन की दृष्टि से केन्द्रीय महत्व है। मीडिया कैसे ब्रॉण्डिंग करता है ब्रॉण्ड को कैसे पढ़ें ? ब्रॉण्ड कल्चर किस तरह लक्ष्यीभूत श्रोता को आकर्षित करती है और उसमें दृश्यों, स्क्रिप्ट, गद्य आदि की किस तरह की भूमिका होती है, इसके मूल्यांकन के उपकरण कौन कौन से हैं, इत्यादि सवालों पर विस्तार के साथ विचार किया गया है।

माध्यमों के सबसे अधिक उपभोक्ता मध्यवर्ग मजदूर किसान, युवा और औरतों के विभिन्न समुदायों में हैं। इनके अलावा व्यापारियों और छोटे दुकानदारों में भी बड़ी संख्या में उपभोक्तावर्ग है। इन वर्गों और समूहों में किस तरह की सांस्कृति और वैचारिक प्रक्रियाएं चल रही हैं और उन प्रक्रियाओं के साथ किस तरह के सांस्कृतिक फिनोमिना बन रहे हैं। इनको कैसे उद्घाटित करें और उनका मूल्यांकन कैसे करें, इस पहलू पर यह एक मुकम्मल किताब है।

इस पुस्तक के पहले अध्याय में मीडिया के मार्कसवादी दृष्टिकोण और उसके प्रमुख सिद्धांतकारों के नजरिए का प्रतिपादन किया गया है। इसमें आधार अधिरचना, वर्ग, पूंजीपति

वा बुर्जुआ मजदूरवर्ग मध्यवर्ग आभिजात्य समुदाय, समूह की अवधारणा के अलावा रेमण्ड विलियम्स, बर्मिंघम स्थित संस्कृति अध्ययन केन्द्र, एस. हाल. बर्तोल्त ब्रेख्त, टी और रेडियो की भाषा और समय पर विचार किया गया है। दूसरे अध्याय में मीडिया के समाजशास्त्रीय अध्ययन की पद्धतियों और प्रमुख समाजशास्त्रियों के नजरिए को प्रस्तुत किया गया है। इसमें रिचर्ड होगाट, फ्रैंकफुर्ट स्कूल, शिकागो स्कूल के साथ जुड़े नजरिए का विश्लेषण किया गया है। तीसरे अध्याय में मनोविश्लेषण सिद्धान्त की रोशनी में मीडिया अध्ययन कैसे करें ? इसकी प्रमुख अवधारणाएं क्या हैं ? मीडिया विवेचन में यह सिद्धांत किस तरह मदद करता है, इस पहलू पर खासतौर पर ध्यान दिया गया है। चौथे अध्याय में चिह्नशास्त्रीय पद्धति का विवेचन किया गया है। पांचवें अध्याय में दर्शक-श्रोता या ऑडिएंस के अध्ययन की पद्धतियों का खुलासा किया गया है। छठे अध्याय में टेलीविजन कहानी और धारावाहिकों के मूल्यांकन के तरीकों, नियमों और वैचारिक पहलुओं को पेश किया गया है। सातवें अध्याय में मीडिया की अंतर्वस्तु के अध्ययन के पद्धति और रूपों की मीमांसा की गई है। आठवें अध्याय में टेलीविजन यथार्थवाद, खासकर सीरियल और अन्य टीवी विधाओं के मूल्यांकन की दृष्टियों का विवेचन है। नौवें अध्याय में आतंकवाद के कवरेज के मूल्यांकन के उपकरणों का विस्चार से विवेचन किया गया है। दसवें अध्याय में पर्यावरण संबंधी कवरेज के मूल्यांकन के पद्धतिशास्त्र को रखा गया है। ग्यारहवें अध्याय में साम्प्रदायिकता और पृथकतावाद संबंधी कवरेज के मूल्यांकन के सिद्धांतों की चर्चा की गई है। बारहवें अध्याय में संचार मॉडल की महत्ता प्रमुख संचार मॉडल और उनसे जुड़े विभिन्न

पहलुओं का विस्तार से विवेचन किया गया है। इनमें संचार, इनकोडिंग - डिकोडिंग, माध्यम, माध्यम कोड, जनसंचार बनाम संस्कृति, सहमति मॉडल, असहमति मॉडल, लासवेल मॉडल, सी.शनान बीवर मॉडल, दे फ्लेयर मॉडल, देंस हेलीकत मॉडल, गेटकीपर मॉडल, मैकनेली मॉडल, डबल एक्शन मॉडल. समाचार स्रोत और संवाददाता मॉडल, एजेंडा सेटिंग मॉडल, जनसंचार का समाजशास्त्रीय मॉडल, गरबनर मॉडल. न्यूकॉब्स एबी एक्स मॉडल, बेसली मेकलीन मॉडल, स्क्रॉम मॉडल, मालेट मॉडल, टू-स्टेप फ्लो मॉडल, डिफ्यूजन मॉडल। तेरहवें अध्याय में मैकलुहान के दृष्टिकोण का मूल्यांकन किया गया है। चौदहवें अध्याय में मीडिया का अध्ययन कैसे करें और उसकी समस्याओं पर रोशनी डाली गयी है। पन्द्रहवें अध्याय में मीडिया के मूल्यांकन के स्त्रीवादी नजरिए के विभिन्न पक्षों का विस्तार से विवेचन है। सोलहवें अध्याय में कामुकता के पहलू का माध्यम साम्राज्यवाद, खासकर बहुराष्ट्रीय मीडिया कंपनियों के कारोबार के संदर्भ में विवेचन किया गया है। सत्रहवें अध्याय में पोर्नोग्राफी के मूल्यांकन के स्त्रीवादी पद्धतिशास्त्र का विस्तृत विश्लेषण प्रस्तुत किया गया है। .

हिंदी में इस विषय पर यह एकमात्र मुकम्मल किताब है।

दो शब्द

लंबे अर्से से जनमाध्यमों के पाठ्यक्रमों के अध्ययन-अध्यापन में जनमाध्यम सैद्धांतिकी की विभिन्न पद्धतियों को पढ़ाने में अनेक दिक्कतें महसूस की जा रही थीं। खासकर, हिंदी में ऐसी पुस्तक का अभाव था जो समग्रता में जनमाध्यमों के बारे में प्रचलित प्रमुख माध्यम सिद्धांतों की सही समझ दे। हम दोनों अपने-अपने विश्वविद्यालयों में जनमाध्यमों के पाठ्यक्रम को पढ़ाते हुए बार-बार उस कठिनाई से गुजरे हैं जहाँ शिक्षक के पास सही सैद्धांतिक समझ का अभाव होता है। उच्च कक्षा के छात्र-छात्राओं को जनमाध्यम सैद्धांतिकी के विभिन्न स्कूलों को पढ़ाते समय ही इस पुस्तक के नोट्स तैयार हुए और बाद में यही सोचा गया कि क्यों न एक पुस्तक तैयार कर दी जाए।

प्रस्तुत पुस्तक तैयार करते समय जनमाध्यम सैद्धांतिकी के प्रमुख स्कूलों एवं प्रमुख मॉडल के नजरिए को एक साथ रखकर यहाँ प्रस्तुत किया गया है । आशा है जनमाध्यम अध्येताओं को पुस्तक पसंद आएगी।

जगदीश्वर चतुर्वेदी

सुधा सिंह

अनुक्रम

दो शब्द	6
मार्क्सवादी माध्यम सैद्धांतिकी	8
समाजशास्त्रीय दृष्टिकोण	137
मनोविश्लेषणशास्त्रीय सैद्धांतिकी	211
चिह्नशास्त्रीय दृष्टिकोण	243
दर्शक अध्ययन का दृष्टिकोण	275
टेलीविजन कहानी मूल्यांकन की पद्धति	298
अंतर्वस्तु अध्ययन का पद्धति शास्त्र	324
टेलीविजन यथार्थवाद	352
माध्यम दृष्टिकोण और आतंकवाद	374
माध्यम दृष्टिकोण और पर्यावरण	407
माध्यम दृष्टिकोण और सांप्रदायिकता	416
प्रमुख संचार मॉडल	424
मार्शल मैकलुहान का मीडिया परिप्रेक्ष्य	485
मीडिया का अध्ययन कैसे करें	645
स्त्रीवादी माध्यम सैद्धांतिकी	669
माध्यम साम्राज्यवाद और कामुकता	746
पोर्नोग्राफी, भूमंडलीकरण और स्त्रीवाद	781

मार्क्सवादी माध्यम सैद्धांतिकी

जनमाध्यमों के अध्ययन की मार्क्सीय दृष्टि का आज माध्यम जगत में महत्त्वपूर्ण स्थान है। मार्क्सीय पद्धति वस्तुओं, घटनाओं एवं व्यक्तियों को ऐतिहासिक द्वंद्वात्मक दृष्टि से देखती है। मार्क्स-एंगेल्स-लेनिन के मूल लेखन की रोशनी में कालांतर में ग्राम्शी, रेमंड विलियम्स, एस. हाल आदि ने जनमाध्यमों के अध्ययन की मार्क्सीय पद्धति का खासतौर पर विकास किया इसके तहत उत्पादन के संबंध, स्वामित्व, विनिमय और वितरण ये चार तत्त्व हैं, जिनका अध्ययन किया जाना चाहिए।

मार्क्सीय दृष्टिकोण का मानना है कि जो वर्ग उत्पादन के साधनों का स्वामी होता है, वही विचारों के उत्पादन का स्वामी भी होता है। उत्पादन के संबंधों का विकास उत्पादन के उपकरणों के विकास पर निर्भर है। उत्पादन के संबंध और उत्पादन के उपकरण मिलकर आर्थिक बुनियाद का निर्माण करते हैं। ये संबंध ही सामाजिक संबंधों की प्रकृति का निर्धारण करते हैं।

कार्ल मार्क्स ने राजनीतिक अर्थशास्त्र की आलोचना के एक प्रयास की भूमिका में लिखा, 'अपने जीवन के सामाजिक उत्पादन में मनुष्य ऐसे निश्चित संबंधों में बँधते हैं जो अपरिहार्य एवं उनकी इच्छा से स्वतंत्र होते हैं। उत्पादन के ये संबंध उत्पादन की भौतिक शक्तियों के विकास की एक निश्चित मंजिल के अनुरूप होते हैं। इन उत्पादन संबंधों का पूर्ण योग ही समाज का आर्थिक ढाँचा है, वह असली बुनियाद है, जिस पर कानून और राजनीति

का ऊपरी ढाँचा खड़ा हो जाता है और जिसके अनुकूल ही सामाजिक चेतना के नियत रूप होते हैं। भौतिक जीवन की उत्पादन प्रणाली जीवन की आम सामाजिक, राजनीतिक और बौद्धिक प्रक्रिया को निर्धारित करती है। मनुष्यों की चेतना उनके अस्तित्व को निर्धारित नहीं करती बल्कि उलटे उनका सामाजिक अस्तित्व उनकी चेतना को निर्धारित करता है।'

मार्क्सवादी माध्यमविदों की मान्यता है कि जनमाध्यमों को आर्थिक एवं सामाजिक इतिहास से जोड़कर पढ़ा जाना चाहिए। सिर्फ तथ्यों के संग्रह और खास दिशा विशेष की ओर उन्मुख होकर अध्ययन से बचा जाना चाहिए। आम तौर पर हिंदी के मार्क्सवादियों में जनमाध्यमों के प्रति उपेक्षाभाव दिखाई देता है, ऐसे लोगों को अंतोनियो ग्राम्शी के शब्दों पर ध्यान देना चाहिए। ग्राम्शी की राय थी कि 'इसकी परिश्रमपूर्वक एवं गंभीर आलोचना की जरूरत है। इस क्षेत्र में किसी तरह की भूलों, परंपरागतता और आधे-अधूरे मन से किए गए प्रयासों से काम करने की जरूरत नहीं है। किसी भी समाज की प्रकृति, अंतर्विरोध और संस्कृति को देखने का जनमाध्यम सबसे बड़ा उपकरण हो सकते हैं। यह सच है कि आज जनमाध्यम सूचना और मनोरंजन के प्रमुख स्रोत हैं किंतु उससे भी बड़ा सच यह है कि परंपरागत कलारूप एवं माध्यम आज भी पिछड़े हुए समाजों में सूचना एवं मनोरंजन के प्रभावी उपकरण हैं । अतः परंपरागत एवं आधुनिक दोनों ही किस्म के माध्यम रूपों पर समग्रता में विचार किया जाना चाहिए। मार्क्सीय चिंतकों की राय है कि जनमाध्यमों की शक्ति का अहसास मात्र सूचना एवं मनोरंजन से नहीं होता बल्कि उसे क्रियाशीलता, सामाजिक शिरकत, नागरिक अधिकारों के प्रति जागरूकता और लोकतांत्रिक बोध पैदा

करने में सक्रिय भूमिका निभानी चाहिए। अभी स्थिति यह है कि जनमाध्यम वस्तुतः हर खबर, घटना, मनोरंजन के रूप को सांस्कृतिक माल के रूप में बेच रहे हैं, इसके साथ-ही-साथ वे बाजार के विकास पर भी जोर दे रहे हैं।

पूँजीवादी समाजव्यवस्था में जनमाध्यमों का विकास एक समान गति से नहीं होता, अतः प्रत्येक जनमाध्यम का विशिष्ट ऐतिहासिक संदर्भ है, उसकी विशेष समस्याएँ हैं और उसके अध्ययन की अलग पद्धतियाँ भी हैं। एक ही शैली से सभी माध्यमों का अध्ययन संभव नहीं है।

मसलन, भारत में प्रेस का विकास औपनिवेशिक सत्ता का विरोध करते हुए राष्ट्र, राष्ट्रवाद, राष्ट्रीयता एवं जनतंत्र के विकास की आकांक्षाओं से जुड़ा हुआ है। प्रेस में विदेशी दासता के विरुद्ध तीव्र घृणा का भाव रहा है। यही वजह है कि आज भी जब प्रेस में विदेशी पूँजी निवेश या विदेशी माध्यम कंपनियों के प्रवेश का सवाल उठता है तो उसका सभी भाषा-भाषी प्रेस मालिक मिलकर विरोध करते नजर आते हैं। इसके विपरीत टेलीविजन एवं फिल्म जगत में यह भावबोध गायब है। टेलीविजन, फिल्म एवं रेडियो स्वभावतः भूमंडलीय माध्यम रहे हैं। इनके विकास का संबंध बाजार की शक्तियों से जुड़ा रहा है। इन माध्यमों में प्रभुत्वशाली शक्तियों के विचारों का वर्चस्व रहा है और वर्चस्व शुरू से रहा है। इसके विपरीत प्रेस में वर्चस्वशाली विचारों की विरोधी विचार परंपरा की सुदीर्घ परंपरा रही है। यही वजह है कि प्रेस में प्रतिरोध की शक्ति ज्यादा दिखाई देती है। दूसरी बात यह कि प्रेस शुरू से राजनीति से जड़ा रहा है और राजनीति में भी भिन्न-भिन्न किस्म की राजनीति से