
इकाई 6 जनसंचार और भूमंडलीकरण

इकाई की रूपरेखा

- 6.1 प्रस्तावना
- 6.2 प्रौद्योगिक क्रांति
- 6.3 भूमंडलीकरण की प्रक्रिया
- 6.4 भूमंडलीकृत मीडिया का उदय
- 6.5 सांस्कृतिक उत्पादों का बाजार
- 6.6 नई विश्व संचार व्यवस्था
- 6.7 वैचारिक नियंत्रण
- 6.8 असमान बाजार प्रतियोगिता
- 6.9 साइबर स्पेस की विषमताएँ
- 6.10 सारांश
- 6.11 बोध प्रश्न

6.0 उद्देश्य

मौजूदा युग भूमंडलीकरण का युग है। इस इकाई में संक्षेप में भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के अनेक तरह के रुझानों पर प्रकाश डाला गया है। भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के उपरांत उभरे भूमंडलीकृत मीडिया की भूमिका और इसके स्वामित्व के चरित्र पर भी इस इकाई में रोशनी डाली गई है। इस इकाई में आप अवगत होंगे कि किस तरह भूमंडलीकरण के इस दौर में देशों के बीच और इसके भीतर आर्थिक असमानताएँ और सामाजिक विषमताएँ बढ़ रही हैं।

6.1 प्रस्तावना

हाल ही के वर्षों में और विशेष रूप से 1992 में सोवियत संघ के विघटन के उपरांत भूमंडलीकरण की प्रक्रिया ने नया आवेग ग्रहण किया और इसी के साथ इसके अनेक नए आयाम भी सामने आए। भूमंडलीकरण की इस प्रक्रिया का मूलमंत्र यही था कि सोवियत व्यवस्था के विफल होने के बाद पश्चिमी शैली की लोकतांत्रिक राजनीतिक व्यवस्था, मुक्त आर्थिक प्रणाली और इसी के अनुरूप सूचना और संचार व्यवस्था का कोई विकल्प शेष नहीं रह गया है और अब यही विश्व में एक आदर्श, एक प्रतिमान के रूप में स्थापित हो चुके हैं। विश्वभर में मुक्त आर्थिक प्रणाली की ओर उन्मुख आर्थिक सुधार लागू किए गए। इनके तहत आर्थिक जीवन में सरकार की भूमिका को न्यूनतम करना तथा बाजार शक्तियों की अधिकतम भूमिका का लक्ष्य निर्धारित किया गया। व्यापार और पूंजी के मुक्त प्रवाह का मार्ग प्रशस्त करने वाले सुधार लागू किए गए। भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के माध्यम से एक एकीकृत वैश्विक बाजार की स्थापना का लक्ष्य निर्धारित किया गया।

भूमंडलीकरण की इस प्रक्रिया के पैरवीकारों का मानना था कि निजी पूंजी और बाजार को पूरी स्वतंत्रता देने से उत्पादकता और संसाधनों का कुशल प्रयोग किया जा सकेगा। इससे पूंजी और संपत्ति के सृजन को नई गति मिलेगी। इस प्रक्रिया के समर्थकों की भी यह मान्यता थी कि अंततः संपन्नता का पूरे समाज में विस्तार होगा और विकास के मूलभूत उद्देश्यों को हासिल किया जा सकेगा।

6.2 प्रौद्योगिक क्रांति

निश्चय ही पिछले पचास वर्षों की अभूतपूर्व प्रौद्योगिकीय उन्नति के उपरांत मानव जाम की संपत्ति के सृजन की क्षमता में अभूतपूर्व वृद्धि हुई। इस प्रौद्योगिकीय उन्नति में सनी बड़ा हिस्सा सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों का रहा है। इसी प्रौद्योगिकीय प्रगति का परिणाम सूचना क्रांति है।

नई प्रौद्योगिकियों की मदद से श्रम और पूंजी की उत्पादकता में अभूतपूर्व वृद्धि हुई। विश्व में विकास ने नए आयाम ग्रहण किए और आर्थिक उदारीकरण के उपरांत एक तरह के वैश्विक बाजार का भी उदय हुआ। लेकिन विकास और संपदा का राष्ट्रों के भीतर और राष्ट्रों के बीच वितरण पहले से भी अधिक असमान होता चला गया। भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के अनेक कष्ट समर्थक भी आज यह स्वीकार कर रहे हैं कि भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया उस रास्ते से भटक गई है जिसके माध्यम से विकास के लक्ष्य हासिल करने की उम्मीदें की गई थीं।

6.3 भूमंडलीकरण की प्रक्रिया

मुक्त अर्थव्यवस्था की स्थापना की ओर उन्मुख आर्थिक सुधारों के कारण अनेक विकासशील देशों के राष्ट्रीय अर्थतंत्रों को भारी नुकसान पहुंचा है और ऐसे देशों की संख्या बहुत सीमित है जिन्हें इस प्रक्रिया से अधिक विकास का लक्ष्य हासिल करने में

भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया पर चंद बड़े बहुराष्ट्रीय निगमों ने अपना नियंत्रण कायम कर लिया है और इस प्रक्रिया के माध्यम से लोगों के व्यापकतम तबकों को जीवन की मूलभूत सुविधाएं मुहैया करने के बजाय यह संकीर्ण आर्थिक और व्यापारिक हितों की ही अधिक पूर्ति कर रही है। इसका एक मुख्य कारण वित्तीय अर्थतंत्र या शेयर बाजार अर्थतंत्र का व्यापक विस्तार है। वित्तीय आर्थिक गतिविधियों से पूंजी के प्रवाह के बल पर अधिकाधिक मुनाफा कमाने की प्रवृत्ति को बल मिला है। इसीलिए इसे सट्टेबाजी की अर्थव्यवस्था का नाम भी दिया जाता है। इसके अलावा इस नए अर्थतंत्र में ऐसे प्रतिष्ठान ही सबसे अधिक कुशल और उत्पादक साबित हुए हैं जिनमें श्रमशक्ति न्यूनतम हो, प्रौद्योगिकी सबसे उन्नत हो और संपत्ति के सृजन की क्षमता अत्यधिक हो। इस तरह के आर्थिक विकास से एक ओर संपत्ति का सृजन बेतहाशा बढ़ा है और वहीं दूसरी ओर रोजगार के अवसर सीमित हो रहे हैं। इसके अलावा निजी पूंजी, मुनाफे पर टिकी अर्थव्यवस्था में जहाँ एक ओर शिक्षा और स्वास्थ्य जैसे सामाजिक क्षेत्रों में सरकार की भूमिका का ह्रास हुआ है वहीं उपभोक्ता क्षेत्र का तीव्र विकास हुआ है। इससे संपन्न तबके अधिक संपन्न हुए हैं और दुनिया भर में विपन्नों की संख्या में वृद्धि हुई है। इस दृष्टि से यह माना जा रहा है कि भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया विश्वभर के

समाज के उन तबकों तब ही सीमित रह गई है जिनमें पास अतिरिक्त क्रय शक्ति है और जा इस रूप में बाजार हैं। यही तबका नए-नए उपभोक्ता उत्पादों के खरीददार होने में सक्षम हैं। इन रुझानों के कारण ही चंद हलकों में भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया का निगमीकृत भूमंडलीकरण की भी संज्ञा दी गई है जो चंद बहुराष्ट्रीय निगमों के मुनाफ तो इजाफा कर रही है लेकिन विकास के व्यापक लक्ष्यों से भटक गई है।

6.4 भूमंडलीकृत मीडिया का उदय

भूमंडलीकरण की इस प्रक्रिया को सूचना क्रांति से सबसे अधिक ताकत मिली। सूचना क्रांति और इसकी कोख से जन्मे भूमंडलीकृत मीडिया की ताकत के बल पर विश्व की शक्तिमान राजनीतिक, आर्थिक और सांस्कृतिक ताकतों को विकासशील देशों पर अपनी विचारधारा और संस्कृति थोपने में मदद मिली। दूरसंचार (सेटेलाइट) और कंप्यूटरों के बल पर विश्व में शक्तिशाली सूचना और मीडिया तंत्रों का उदय हुआ। इन तंत्रों की ताकत, क्षमता और पहुँच लगभग पूरे विश्व में कायम हो चुकी है और इसे वास्तविक रूप से भूमंडलीकृत मीडिया कहा जा सकता है। वैसे तो पहले से ही विश्व में एक तरह का भूमंडलीकृत मीडिया अस्तित्व में रहा था। संसाधनों की दृष्टि से संपन्न और प्रौद्योगिक रूप से उन्नत कुछ समाचारपत्रों का विश्व भर में सूचना, समाचारों और अन्य मीडिया उत्पादों के प्रवाह पर वर्चस्व रहा है लेकिन पहले इनकी पहुँच आम लोगों तक प्रत्यक्ष नहीं थी बल्कि अनेक तरह के राष्ट्रीय और क्षेत्रीय माध्यमों के बल पर ही इनमें उत्पादों का वितरण हो पाता था। आज सेटेलाइट और कम्प्यूटर इंटरनेट के माध्यम से इनकी प्रत्यक्ष पहुँच कायम हो चुकी है। आज विश्व में बी.बी.सी., सी.एन.एन जैसे अनेक सेटेलाइट टेलीविजन चैनल हैं जिनकी पूरी दुनिया तक पहुँच है और पूरी दुनिया में शहरों का मध्यम वर्ग केबल के माध्यम से इन चैनलों को देख सकता है। साथ ही अब नई प्रौद्योगिकियाँ भी विकसित हो चुकी हैं जिनकी मदद से दुनिया भर के अपेक्षतया संपन्न लोग अपने मनचाहे टेलीविजन चैनल देख सकते हैं।

6.5 सांस्कृतिक उत्पादों का बाजार

इस भूमंडलीकृत मीडिया ने राष्ट्रीय सीमाओं को बेमानी बना दिया है। नई सूचना और संचार प्रौद्योगिकियों से सज्जित इस भूमंडलीकृत मीडिया से होने वाले सूचना, समाचारों और अन्य मीडिया प्रोग्रामिंग के प्रवाह पर अंकुश लगाना अब लगभग असंभव हो गया है। मीडिया के माध्यम से होने वाले इस तरह के सांस्कृतिक आवागमन सीमाविहीन हो चुका है। इस नए परिदृश्य से विकासशील देशों में लोगों को जहाँ दुनिया भर की जानकारियों और अन्य तरह के मनोरंजक कार्यक्रम आनन-फानन में प्राप्त हो रहे हैं वहीं इसके अनेक नकारात्मक परिणाम भी सामने आ रहे हैं। विकसित विश्व से विकासशील विश्व को मीडिया उत्पादों का प्रवाह यँ तो पहले से ही एकतरफा रहा है लेकिन अब इसकी गति और आकार के विशाल रूप धारण कर लिया है। विकसित विश्व (मुख्य रूप से अमेरिका और पश्चिमी देशों) से विकासशील देशों को मीडिया उत्पादों के माध्यम से होने वाला यह सांस्कृतिक प्रवाह इतना तीव्र और शक्तिशाली है कि अनेक संस्कृतियाँ इसे झेल पाने में अपने आपको असमर्थ महसूस कर रही हैं। इससे अनेक तरह की सामाजिक और सांस्कृतिक विकृतियाँ भी पैदा हो रही हैं। लोगों की जीवनशैली और रहन-सहन में

अनेक तरह के परिवर्तन आ रहे हैं और इनके सकारात्मक और नकारात्मक पहलुओं पर नई बहस शुरू हो गई है। लेकिन इस बहस का दायरा जितना व्यापक हो रहा है और इस संदर्भ में उठ रहे सवालों में जिस तेजी से वृद्धि हो रही है उससे कहीं अधिक तेजी से इन सवालों के उत्तर सीमित होते जा रहे हैं।

आज यह सवाल उठ रहे हैं कि लोगों और विशेष रूप से विकासशील देशों के लोगों की सूचना और सांस्कृतिक आवश्यकताएँ क्या हैं और नया मीडिया किस हद तक इनकी पूर्ति कर रहा है और किस हद तक इनमें विकृतियाँ पैदा कर रहा है। इस नए मीडिया परिदृश्य से लोगों की सूचना और मनोरंजन की जरूरतों की जरूरत से कहीं अधिक सांस्कृतिक प्रदूषण को भी जन्म दे रहा है।

6.6 नई विश्व संचार व्यवस्था

भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के उपरांत उभरे परिदृश्य में अंतर्राष्ट्रीय सूचना और संचार व्यवस्था पर भी बहुराष्ट्रीय निगमों का नियंत्रण कायम हो चुका है। मीडिया उत्पादों के बाजार पर पश्चिम और विशेष रूप से अमेरिका का वर्चस्व कायम हो चुका है। आज विश्व का लगभग 75 प्रतिशत संचार और मीडिया बाजार पर मात्र 80 से भी कम

निगमों द्वारा छोटे प्रतिष्ठानों के विलय (टेकओवर) का रुझान भी काफी प्रबल हुआ है। इस तरह जहाँ एक ओर मीडिया का विस्फोट दिखाई पड़ता है वहीं दूसरी ओर यह प्रभुत्वशाली वर्ग के शिकंजे में कसता जा रहा है। भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया के अमेरिका में ही हथियार सबसे बड़े उद्योगों में से है और अमेरिका मीडिया के अनेक बड़े और प्रभावशाली मीडिया संगठनों का स्वामित्व हथियार उद्योग के पास है।

मीडिया के क्षेत्र में बढ़ते व्यापारीकरण के कारण सूचना और मनोरंजन के विलय की प्रक्रिया भी तेज हुई है जिसके लिए 'इन्फोटेनमेंट' शब्द का भी इस्तेमाल किया जाता है। सूचना (समाचारों) को लोगों को जानकार बनाने के बजाय उनका मनोरंजन करने के लिए इस्तेमाल किया जाता रहा है। परंपरागत रूप से समाचार और मनोरंजन के क्षेत्र में मीडिया की दो अलग-अलग धाराएँ रही हैं लेकिन हाल ही के वर्षों में भूमंडलीकरण और मीडिया के व्यापारीकरण के कारण यह रुझान अत्यंत प्रबल हो गया है।

6.7 वैचारिक नियंत्रण

भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया में भूमंडलीकृत मीडिया की अहम भूमिका है। मीडिया के माध्यम से ही लोगों को खास तरह से सोचने और उनके रहन-सहन को प्रभावित किया जा रहा है। आधुनिक भूमंडलीकृत मीडिया का हाल ही का विकास यह दर्शाता है कि इसने लोगों को सूचित करने और जागरूक बनाने के बजाय शक्तिशाली राजनीतिक और आर्थिक हितों की पूर्ति करने का ही रुझान अधिक प्रबल हुआ है।

भूमंडलीकरण की मौजूदा प्रक्रिया ने मुक्त बाजार में एक ऐसी प्रतियोगिता को जन्म दिया है जो बेहद असमान है। शक्तिशाली और कमजोर अर्थतंत्रों के बीच मुक्त

बाजार प्रतियोगिता से शक्तिशाली कमजोरों पर हावी होते जा रहे हैं। विकसित देश पहले ही पक्के माल तथा मीडिया और अन्य तरह के सांस्कृतिक उत्पादों और उन्नत प्रौद्योगिकियों के बाजार में अपनी धाक जमा चुके हैं। हाल ही के वर्षों में अनेक विकसित देशों में सूचना और मीडिया की भूमिका इतनी शक्तिशाली हो गई है कि इन्हें सूचना समाज भी कहा जा रहा है। विकासशील देशों के मध्यम वर्ग को भी सूचना समाज के अनेक लाभ प्राप्त हो रहे हैं। लेकिन अधिकांश विकासशील देश कृषि प्रधान हैं और कृषि पर निर्भर व्यापक सामाजिक तबकों तक सूचना युग के लाभ नहीं पहुंच पा रहे हैं। विकास के इस तरह के प्रारंभिक चरण वाले विकासशील देशों को भूमंडलीकरण के इस युग में असमान प्रतियोगिता का सामना करना पड़ रहा है। इससे चंद लाभकारी क्षेत्रों में तो तेजी से विकास हो रहा है लेकिन दूरगामी और वास्तविक विकास का आधार कमजोर हो रहा है। कृषि क्षेत्र में जिस दर से श्रमशक्ति अतिरिक्त हो रही है उस दर से आधुनिक प्रतिष्ठानों का विस्तार रोजगार के अवसर पैदा नहीं कर पा रहा है। इससे एक ओर समृद्धि के टापू और समृद्ध हो रहे हैं और दूसरी ओर गरीबी के महासागरों का और भी तेजी से विस्तार हो रहा है। इससे विकसित और विकासशील देशों के बीच और इन देशों के भीतर शहरी और ग्रामीण क्षेत्रों में विषमताएँ बढ़ रही हैं। महानगरों में भी गरीबों की संख्या बढ़ रही है।

6.8 असमान बाजार प्रतियोगिता

भूमंडलीकरण के इस दौर में विकासशील देशों को ऐसे समय में अपने अर्थतंत्रों के दरवाजे बहुराष्ट्रीय निगमों के लिए खोलने पड़ रहे हैं जब उनके उद्योग बाजार प्रतियोगिता में शक्तिशाली विदेशी कंपनियों के सामने टिक पाने में समर्थ नहीं हैं। उपभोक्ता उद्योग तो हमेशा ही मुनाफे का सौदा रहा है लेकिन अब बिजली, पानी और ढाँचागत क्षेत्रों में भी विदेशी कंपनियाँ प्रवेश कर रही हैं या इन्हें निजी हाथों को सौंपा जा रहा है। भूमंडलीकरण के इस दौर में बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ विकासशील देशों के सस्ते श्रम का लाभ उठाने के लिए नए-नए तरीके अपना रही हैं। अनेक देशों में सस्ते श्रम का लाभ उठाने के लिए विदेशी कंपनियाँ देशी रूप धारण कर रही हैं। इस तरह हर देश के लिए श्रम-विभाजन के अलग-अलग मानदंड तय किए जा रहे हैं। सस्ते श्रम के लिए अनेक बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ अपनी अनेक गतिविधियों को विकासशील देशों को स्थानांतरित कर रही हैं। इससे विकसित विश्व में हजारों लोग बेरोजगार हो रहे हैं।

आउटसोर्सिंग (outsourcing) की इस प्रक्रिया से स्वयं विकसित देशों के भीतर भी नए तरह का असंतोष पैदा हो रहा है।

6.9 साइबर स्पेस की विषमताएँ

सेटलाइट, दूरसंचार और कम्प्यूटर तथा इनके सबसे बड़े उत्पाद इंटरनेट की जगह को आमतौर पर साइबरस्पेस कहा जाता है। नया भूमंडलीकृत मीडिया साइबरस्पेस में अपने को स्थापित कर चुका है। आज साइबरस्पेस में उपलब्ध जानकारियों का वितरण भी असमान है। संपन्न तबकों की साइबरस्पेस तक पहुँच है और इसमें उपलब्ध जानकारियाँ भी उन्हीं की हैं जो संपन्न हैं, समृद्ध हैं। साइबरस्पेस में उपलब्ध जानकारियाँ नई विश्व व्यवस्था की प्रभुत्वकारी शक्तियों के हितों और

उद्देश्यों की ही पूर्ति करते हैं। इसमें आज ऐसी जानकारियों का अंबार लगा है जो एक खास विचारधारा और आर्थिक हितों की ही पूर्ति अधिक करते हैं। लेकिन इस बीच एक नया रुझान पैदा हुआ है अनेक छोटे संगठन भी साइबरस्पेस में अपनी उपस्थिति दर्ज कराने में सफल रहे हैं। साइबरस्पेस में आज वैकल्पिक विचारों के लिए भी थोड़े स्थान का सृजन हुआ है। लेकिन साइबरस्पेस का उपभोक्ता संपन्न वर्ग ही है जिसके पास कम्प्यूटर और इसके माध्यम से इंटरनेट की सुविधा उपलब्ध है। इंटरनेट आज भूमंडलीकृत मीडिया का एक अहम मंच बन चुका है। लेकिन विश्व के तीन-चौथाई लोगों के पास टेलीफोन की सुविधा तक उपलब्ध नहीं है। इंटरनेट वाच फाउंडेशन के अनुसार दो तिहाई वेब साइटें और इंटरनेट के 50 प्रतिशत उपभोक्ता अकेले अमेरिका में ही हैं। विश्व के 74 प्रतिशत फोन अकेले अमेरिका में हैं। इस तरह साइबर स्पेस का भी अत्यधिक केंद्रीकरण विश्व के विकसित देशों और विकासशील देशों के एक छोटे से संपन्न तबके तक ही सीमित है।

6.10 सारांश

भूमंडलीकरण और इससे उपजा भूमंडलीकृत मीडिया पर सामाजिक तत्वों के बजाय व्यापारिक हित ही अधिक हावी हैं। नई स्थिति में राजनीतिक और आर्थिक शक्ति का विकेंद्रीकरण होने के बजाय केंद्रीकरण ही अधिक हो रहा है। भूमंडलीकृत मीडिया में नकारात्मक रुझान अधिक पनप रहे हैं और लोगों के व्यापक सरोकारों को अभिव्यक्त करने की इसकी भूमिका सीमित होती जा रही है। नए मीडिया ने मानव ज्ञान के आदान-प्रदान के रास्ते तो तैयार कर डाले लेकिन इनकी पहुँच अभी तक एक छोटे से तबके तक ही सीमित है।

भूमंडलीकृत मीडिया का सबसे अहम हिस्सा टेलीविजन चैनल है। समाचार चैनलों (राज 24 घंटे और सप्ताह में सातों दिन) की संख्या बढ़ती जा रही है। बी.बी.सी. और सी.एन.एन. जैसे पश्चिमी चैनलों की पहुँच लगभग पूरी दुनिया में है लेकिन अधिकांश भारतीय चैनलों की पहुँच भी काफी व्यापक हो चुकी है। चौबीसों घंटे चलने वाले इन समाचार चैनलों में बाजार पर कब्जा करने की जबर्दस्त होड़ है। इस तरह की व्यापारिक होड़ के कारण अनेक अवसरों पर सामान्य घटनाओं को सनसनीखेज और गंभीर विषयों को सतही बनाने का रुझान भी देखा जा सकता है। नकारात्मक घटनाएँ लोगों में अधिक रुचि पैदा करती हैं इस कारण इस तरह के मीडिया में ऐसी घटनाओं के समाचारों को जरूरत से अधिक अहमियत देने का रुझान प्रबल हो रहा है। पश्चिमी देशों में पिछली सदी के नौवें दशक में समाचारों को मनोरंजक बनाने का रुझान पैदा हो गया था। आज भारतीय मीडिया में भी यह रुझान प्रबल होता जा रहा है। चुनावों के दौरान ही अनेक ऐसे समाचार कार्यक्रम देखे जा सकते हैं जिनका तथ्यों और समाचार से कोई वास्ता ही नहीं होता और जो तथ्यों और नाटक के तत्वों का समावेश कर निर्मित किए जाते हैं। मीडिया के भूमंडलीकरण से मीडिया उद्योगों पर पश्चिम की पकड़ और मजबूत हुई है। आज विश्व में मीडिया के विभिन्न क्षेत्रों – समाचार एजेंसियाँ, समाचारपत्रों और पत्रिकाओं, संगीत, रेडियो और टेलीविजन, पुस्तक प्रकाशन, विज्ञापन और फिल्मों पर पश्चिमी उद्योगों का वर्चस्व है। 27/4 पत्रकारिता से समाचारों का अधिकाधिक और जल्द से जल्द कवरेज की प्रतियोगिता से इनमें सामाजिक और राजनीतिक महत्व तथा विश्लेषण के तत्वों का ह्रास हो रहा है। फिर समाचारों की इस तरह

की तेज और सघन बमबारी से लोगों को घटनाओं को समझने और इनके परिणामों के बारे में सोचने का समय ही नहीं मिलता। एक घटना से दूसरी घटना पर मीडिया तेज गति से जाता है और लोग निष्क्रिय उपभोक्ता बनने की ओर अधिक उन्मुख होते हैं।

6.11 प्रश्न

1. भूमंडलीकरण की प्रक्रिया पर प्रकाश डालिए।

.....

.....

.....

.....

2. भूमंडलीकरण की प्रक्रिया से क्यों असमानताएँ बढ़ रही हैं जबकि संपत्ति का सृजन बड़े पैमाने पर हो रहा है।

.....

.....

.....

3. भूमंडलीकृत मीडिया और भूमंडलीकरण की प्रक्रिया के अंतःसंबंधों का विश्लेषण कीजिए।

.....

.....

.....

.....

4. भूमंडलीकृत मीडिया का विकासशील समाजों पर पड़ने वाले प्रभाव पर रोशनी डालिए।

.....

.....

.....

.....

5. साइबरस्पेस का क्या अर्थ है? विश्व में आज इसकी क्या भूमिका है?

जनसंचार और
भूमंडलीकरण

.....

.....

.....

.....

