इकाई 7 जनसंस्कृति और इसकी आलोचनाएँ*

इकाई की रूपरेखा

7.0 उद्देश्य
7.1 प्रस्तावना
7.2 संस्कृति की परिभाषा
7.3 लोकप्रिय संस्कृति बनाम जन संस्कृति
7.4 फ्रैंकफर्ट स्कूल एवं संस्कृति उद्योग
7.5 जन संस्कृतिः अन्य समालोचनाएँ
7.6 सारांश
7.7 संदर्भ
7.8 बोध प्रश्नों के उत्तर

7.0 उद्देश्य

इस इकाई का अध्ययन करने के बाद, आप योग्य होंगे :

- संस्कृति के विचार पर चर्चा करने में;
- जन संस्कृति और लोकप्रिय संस्कृति के बीच अंतर स्पष्ट करने में;
- उन घटनाओं का निर्धारण करने में जिनके कारण जन संस्कृति का उदय हुआ;
- जन संस्कृति के आलोचनात्मक दृष्टिकोण के रूप में संस्कृति उद्योग के विचार की व्याख्या करने में;
- कई महत्वपूर्ण सिद्धांतकारों के दृष्टिकोण से जन संस्कृति की आलोचना को स्पष्ट करने में।

7.1 प्रस्तावना

जन संस्कृति को समझने के लिए सबसे पहले यह समझना होगा कि संस्कृति क्या है और समाज में इसका प्रसार कैसे होता है। जन संस्कृति क्या है, यह समझने में ये दो कारक महत्वपूर्ण हैं। जन संस्कृति और लोकप्रिय संस्कृति की अवधारणाओं को अक्सर सामान्य समझ के साथ–साथ सामाजिक विज्ञान में एक दूसरे के स्थान पर उपयोग किया जाता है। यह इकाई हमारे परिवेश के उदाहरणों की सहायता से दोनों के बीच स्पष्ट अंतर करने का प्रयास करती है।जन संस्कृति की आलोचना प्रस्तुत करते हुए, यह इकाई संस्कृतिक उद्योग के विचार के बारे में विस्तार से चर्चा

---

*डॉ. गीतांजलि द्वारा लिखित।

करती है, जिसने अन्य महत्वपूर्ण विचारकों को भी जन संस्कृति की अवधारणा का आलोचनात्मक विश्लेषण करने के लिए प्रभावित किया।

7.2 संस्कृति की परिभाषा

संस्कृति एक ऐसी व्यापक मानवीय घटना है जिसकी विविधताओं नेसमाज में और यहां तक कि एक समाज के भीतर भी अक्सर समाजशास्त्रियों के लिए जांच के एक दिलचस्प क्षेत्र का निर्माण किया हैं।सभी विषयों के सैद्धांतिक दृष्टिकोणों ने संस्कृति पर अपने विचारों को अपनी समझ के आईने से व्यक्त किया है – चाहे वह विकासवादी या मार्क्सवादी हो,कार्यात्मक या व्याख्यात्मक हो। वास्तव में यह संस्कृति की पहेली को समझने का जुनून ही है, जिसके कारण सांस्कृतिक अध्ययन का उदय हुआ। संस्कृति की पहली व्यापक समझ ब्रिटिश मानवविज्ञानी और सांस्कृतिक विकासवाद के जनक एडवर्ड बी टायलर द्वारा प्रदान की गई थी। उन्होंने संस्कृति को विश्वासों, प्रथाओं, नैतिकता, रीति–रिवाजों, ज्ञान, कला और कानून के एक समूह के रूप में परिभाषित किया जो एक व्यक्ति किसी एक समाज का हिस्सा होने के आधार पर प्राप्त करता है। धीरे–धीरे किसी एक समाज में लोगों के समूह के लिए जो कुछ भी सामान्य रहा, उसे संस्कृति के दायरे में शामिल कर लिया गया। टायलर के बाद, मालिनोवस्की, बोस, पार्सन्स, क्रोबर, क्लुकोहन, सिंगर और गीर्ट्ज जैसे अन्य लोगों ने भी विभिन्न समाजशास्त्रीय दृष्टिकोणों से संस्कृति के विचार का पता लगाने की कोशिश की। इस प्रकार, इस इकाई के अंतर्गत संस्कृति की एक सर्व–समावेशी परिभाषा प्रदान करना कठिन हो जाता है।

बॉक्स 7.1 संस्कृति की कुछ प्रमुख परिभाषाएं

एडवर्ड बी टायलर (1903): संस्कृति, वह जटिल संपूर्ण है जिसमें ज्ञान, विश्वास, कला, नैतिकता, कानून, प्रथा और समाज के सदस्य के रूप में मनुष्य द्वारा प्राप्त की गई अन्य क्षमताएं और आदतें शामिल हैं।

ब्रोनिस्लाव मालिनोवस्की (1931): संस्कृति में विरासत में मिली कलाकृतियाँ, सामान, तकनीकी प्रक्रियाएँ, विचार, आदतें और मूल्य शामिल हैं – वास्तव में संस्कृति अद्वितीय है और इसका अध्ययन इस तरह किया जाना चाहिए।

ए.एल. क्रोएबर और क्लाइड क्लुकोहन (1952): संस्कृति में पैटर्न, स्पष्ट और निहित, प्रतीकों द्वारा प्राप्त और प्रसारित व्यवहार के होते हैं, जो मानव समूहों की विशिष्ट उपलब्धियों का गठन करते हैं, जिसमें कलाकृतियों में उनके अवतार शामिल हैंय संस्कृति के आवश्यक मूल में पारंपरिक (अर्थात ऐतिहासिक रूप से व्युत्पन्न और चयनित) विचार और विशेष रूप से उनके संलग्न मूल्य शामिल हैंयएक ओर, संस्कृति प्रणालियों को क्रिया के उत्पाद के रूप में माना जा सकता है, दूसरी ओर आगे की कार्रवाई के अनुकूल तत्वों के रूप में।

हाल ही में 1990 में, मानवविज्ञानी विलियम ए. हैविलैंड ने संस्कृति की चार अलग–अलग विशेषताओं का अवलोकन किया, जिन्हें निम्नलिखित के रूप में अभिव्यक्त किया जा सकता है:

- संस्कृति सामाजिक रूप से एक व्यक्ति द्वारा सीखी जाती है और इसे जन्म से स्वाभाविक रूप से प्राप्त नहीं किया जाता है।

- किसी एक समाज में संस्कृति आमतौर पर लोगों के समूह द्वारा धारण की जाती है। इस प्रकार, यह कुछ ऐसा भी है जो लोगों के एक समूह को दूसरे से और एक समाज को दूसरे से अलग करता है। यदि इस तरह से समझे तो,संस्कृति व्यक्तियों के एक समूह के लिए एक विशिष्ट पहचान का सूचक बनी रहती है।

- संस्कृति को प्रतीकों के एक निश्चित समूह द्वारा भी चित्रित किया जाता है, जिससे कुछ मूल्य जुड़ा होता है, उदाहरण के लिएः पूजा की वस्तु, ग्रंथ, अनुष्ठान, कलाकृतियां और चित्र। इन्हीं प्रतीकों के माध्यम से संस्कृति एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी को हस्तांतरित होती है। फिर भी, हैवीलैंड के अनुसार, संस्कृति इनमें से किसी भी प्रतीक से स्वतंत्र रहती है।

- संस्कृति एक ऐसी चीज है जो समय के साथ विकसित होती है और एक व्यक्तिगत प्रयास या एक घटना के माध्यम से स्थापित नहीं की जा सकती है।

इस प्रकार, संस्कृति को समाज के साझा और सामाजिक रूप से प्रसारित विश्वासों, मूल्यों, भाषा और प्रथाओं के रूप में समझा जा सकता है, जो व्यक्तिगत और सामूहिक सामाजिक व्यवहार के लिए महत्वपूर्ण हो सकते हैं। चूंकि, कोई व्यक्ति सांस्कृतिक रूप से अनुकूलन के रूप में पैदा नहीं होता है बल्कि यह सामाजिक रूप से अर्जित होता है, किसी व्यक्ति के सांस्कृतिक व्यवहार में उसके दैनिक व्यवहार, गतिविधियों और भावनाओं के स्वरूप शामिल हो सकते हैं। संस्कृति स्थिर नहीं है, यह लगातार विकसित हो रही है और अर्थव्यवस्था, राजनीति, शिक्षा, व्यवसाय आदि जैसे कारकों के साथ बातचीत कर रही है। इस प्रकार, संस्कृति सर्वव्यापी है। संस्कृति का अर्थ हो सकता है अपने गले में क्रॉस पहनना या अपनी छाती के चारों ओर एक पवित्र धागा पहनना, जैज या हार्ड रॉक, केले के पत्ते पर खाना या लोक और चाकू से खाना। जहां तक निश्चित अभिनय में अभिनेताओं के लिए कुछ अर्थ होता है, जिसे वे साझा करते हैं और और उससे वे संबंधित होते हैं, यह संस्कृति के दायरे में ही होता है। किसी व्यक्ति के प्रत्येक कार्य को उसके संदर्भ समूहों में से एक की संस्कृति के एक भाग के रूप में सुगम बनाया जा सकता है, चाहे वह उसके माता–पिता, उसके शिक्षक, मित्र, सहकर्मी, छात्र, सहकर्मी या अन्य हों।

गतिविधि 1

सांस्कृतिक प्रतीकों की एक सूची बनाएं जो आप अपने घर और पड़ोस में अपने आस–पास देखते हैं। इसके अलावा, प्रत्येक के सामने एक संक्षिप्त नोट लिखें कि आपको क्यों लगता है कि प्रतीक संस्कृति का एक हिस्सा है। अपने अध्ययन केंद्र के अन्य लोगों के साथ अपनी सूची की तुलना करें और उनके तर्क को भी सुनें। उनके साथ अपनी चर्चा करें।

बोध प्रश्न 1

1. टायलर की संस्कृति की परिभाषा क्या है?

....

....

2. मलिनॉस्की 'संस्कृति' को किस प्रकार परिभाषित करता है?

....

....

3. हैविलैंड द्वारा चर्चा की गई संस्कृति की चार विशेषताएं क्या हैं?

....

....

4. इनमें से कौन आपके अनुसार संस्कृति का हिस्सा है?

क) आपका हेयरस्टाइल ख) वायलिन सीख लेना

ग) जन्मदिन मनाना घ) ऊपर के सभी

7.3 लोकप्रिय संस्कृति बनाम जन संस्कृति

संस्कृति की व्यापक रूप से समझ अक्सर संस्कृति के 'लोकप्रिय' या पॉप संस्कृति के रूप में वर्गीकरण से जुड़ी होती है। उन्नीसवीं शताब्दी तक, संस्कृति दो छोरों में विभाजित थी, एक तरफ उच्च संस्कृति या कुलीन संस्कृति और दूसरी ओर निम्न संस्कृति या लोक संस्कृति। जबकि उच्च संस्कृति के तत्वों में पेंटिंग, मूर्तिकला, संगीत और साहित्य जैसे प्रदर्शन और दृश्य कला शामिल थे, वे एक अच्छे स्वाद के साथ 'सुसंस्कृत' या अभिजात वर्ग बनने के विचार से निकटता से जुड़े थे। इसने उच्चकला में रुचि रखने वाले शासक वर्ग के बीच एक रेखा खींची, जोकि गिटार और ड्रम को अपनी संस्कृति का हिस्सा नहीं मानते थे, और अपनी लोक संस्कृति से संबंध रखने वाले आम लोगों को नीचा देखते थे। लोक संस्कृति के तत्वों में लोक कथाएँ, सांस्कृतिक नृत्य, जातीय पहनावा और लोगों के बीचसामान्य बातचीत शामिल थी। हालाँकि, उन्नीसवीं सदी में, जन संचार और औद्योगिक क्रांति के उदय के साथ, संस्कृति की इन दो श्रेणियों के बीच का अंतर धुंधला हो गया था।

इस अवधि में, इन विकासों के परिणामस्वरूप, लोकप्रिय संस्कृति शब्द ने पहले से मौजूद शब्द 'लोक संस्कृति' को बदल दिया। जनसंचार माध्यमों के साधनों की पहुंच के कारण, लोकप्रिय संस्कृति इतनी व्यापक हो गई कि समाज द्वारा इसे इस स्तर तक आत्मसात कर लिया गया कि यह लगभग अदृश्य हो गई। दूसरे शब्दों में, इसने सांस्कृतिक समरूपता को जन्म दिया। सबकी सभी सांस्कृतिक प्रणालियों तक समान पहुंच थी। स्वाद का पदानुक्रम अब कोई मायने नहीं रखता था। संस्कृति अब बड़े पैमाने पर निर्मित हो चुकी थी और जनसंचार माध्यमों ने इसके प्रसार की दिशा में काम किया और सामूहिक मध्यस्थता के परिणामस्वरूप उत्पन्न संस्कृति को जन संस्कृति के रूप में जाना जाता था।अब, यहाँ वह बदलावहै जो लोकप्रिय संस्कृति से जन संस्कृति को वर्गीकृत करता है। यहां यह समझने की जरूरत है कि जनसंचार माध्यमों ने संस्कृति का इतना व्यापक प्रसार क्यों किया कि उच्च और निम्न संस्कृति के बीच की सीमा भंग हो गई।

जन संस्कृति का बड़े पैमाने पर उत्पादिन, बड़े पैमाने पर वितरणऔर लाभ कमाने के पूंजीवादी इरादे से विपणन किया जाता है। लोकप्रिय संस्कृति, जबकि वह संस्कृति है जो जन संस्कृति के परिणामस्वरूप उभरती है। आइए इसे एक समसामयिक उदाहरण से समझने की कोशिश करते हैं। जब संगीत का उत्पादन औद्योगिक पैमाने पर किया जाता है और गाना, स्पॉटिफ, यूट्यूब, विंक या ऐप्पल म्यूजिक जैसे कई ऐप के माध्यम से वितरित किया जाता है, तो यह जन संस्कृति का एक हिस्सा बना रहता है, जिसे ग्राहकों को लाभ और हानि के तर्क के साथ बेचा जा रहा है। लेकिन, जब कोई विशेष कलाकार या गीत बड़े पैमाने पर उपभोग के परिणामस्वरूप ट्रेंड करना शुरू कर देता है या शीर्ष पर पहुंच जाता है, तो यह परिणाम लोकप्रिय संस्कृति की ओर इशारा करता है। इस प्रकार, जन संस्कृति पूंजीवाद की तर्ज पर चलती है और बड़े पैमाने पर उपभोग के लिए अपने उत्पादों का उत्पादन करती हैय और लोकप्रिय संस्कृति यह है कि इसका अधिकांश दर्शकों द्वारा उपभोग किया जाता है।

गतिविधि 2

समाजशास्त्र के एक छात्र के रूप में, आपको इस बात से अवगत रहना चाहिए कि आप संस्कृति के किस उत्पाद का उपभोग करते हैं और साथ ही साथ ही आप पूरे संस्कृति उद्योग में इस की प्रासंगिकता के बारे में भी सोचते हैं। जन और लोक प्रिय संस्कृति के दृष्टिकोण से अपने दैनिक जीवन का पता लगाने का प्रयास करें और उत्पादों, आदतों, व्यवहार, दृष्टिकोण और दृष्टिकोण का एक वर्गीकरण विकसित करने का प्रयास करें – जो आपको एक सांस्कृतिक प्राणी बनाता है। यह देखने की कोशिश करें कि जनसंस्कृति के रूप में क्या आता है और क्या रहता है, अध्ययन केंद्र में अपने दोस्तों के साथ अपने अवलोकन पर चर्चा करें और एक दूसरे के उदाहरणों से सीखने का प्रयास करें।

इसलिए, अधिकतम लाभ के उद्देश्य से नवीनतम तकनीक और बड़े पैमाने पर उत्पादन के साधनों का उपयोग करके जन संचार द्वारा व्यापक रूप से वितरित की जाने वाली संस्कृति को जन संस्कृति के रूप में जाना जाता है। रेडियो, फिल्म, टीवी, विज्ञापन और इंटरनेट जैसे बड़े पैमाने पर वितरण के उपकरण निर्धारित करते हैं कि संस्कृति के किन घटकों को लोकप्रिय बनाया जा सकता है। जन संस्कृति के वितरण के इन साधनों से सभी आबादी को समान रूप से परिचित कराया जाता है। इससे लोकप्रिय संस्कृति का उदय होता है जिसमें अधिकांश आबादी किसी विशेष सामग्री को लोकप्रिय बनाती है। उदाहरण के लिएय बाहुबली फिल्मों की लोकप्रियता और सवाल, ''कटप्पा ने बाहुबली को क्यों मारा?!''के उदाहरण को समझें । जन संस्कृति के बड़े पैमाने पर उपभोग से उभरती लोकप्रिय संस्कृति को समझने के लिए यह एक आदर्श उदाहरण है। हालाँकि, जन संस्कृति और लोकप्रिय संस्कृति दोनों ही आज पूंजीवाद के वैश्विक आधिपत्य के प्रभाव के तहत जीवन में व्याप्त हैं, दोनों उत्पादन और उपभोग के द्वंद्व को सुनिश्चित करने में अपनी भूमिका निभा रहे हैं।

अब तक की चर्चा के आधार पर, कोई यह निष्कर्ष निकाल सकता है कि लाभ और हानि के औद्योगिक एल्गोरिदम के भीतर उत्पन्न होने वाली संस्कृति को जन संस्कृति के रूप में जाना जाता है और परिणामस्वरूप, संस्कृति आधारित उद्योग सांस्कृतिक

गतिविधियों से जुड़े होते हैं जो तकनीकी माध्यमों से बड़े पैमाने पर दर्शकों को वितरित किए जाते हैं, व्यावसायिक रूप से व्यवहार्य होते हैं और स्पष्ट रूप से पहचाने जाने योग्य सांस्कृतिक वस्तुओं से निपटते हैं, जिसके उदाहरण है किताबें, फिल्में, वीडियो, रिकॉर्ड आदि।

बोध प्रश्न 2

1. उन्नीसवीं सदी से पहले, संस्कृति का कौन सा वर्गीकरण प्रमुख था? उदाहरण सहित स्पष्ट कीजिए।

    ....

    ....

2. उस विकास का उल्लेख कीजिए जिसके कारण उच्च और निम्न के बीच वर्गीकरण लुप्त हो गया।

    ....

    ....

3. उन्नीसवीं शताब्दी में 'लोक संस्कृति' शब्द को निम्नलिखित में से किस शब्द से प्रतिस्थापित किया गया था:

    क) जन संस्कृति ख) निम्न संस्कृति

    ग) लोकप्रिय संस्कृति घ) समृद्ध संस्कृति

4. लोकप्रिय संस्कृति और जन संस्कृति में क्या अंतर है?

    ....

    ....

7.4 फ्रैंकफर्ट स्कूल और संस्कृति उद्योग

संस्कृति के बड़े पैमाने पर उत्पादन के सामाजिक–राजनीतिक संदर्भ को समझना महत्वपूर्ण है जिसे उभरते मीडिया द्वारा सुगम बनाया गया था। पूंजीवाद, जैसा कि आप अब तक अच्छी तरह से समझ चुके हैं, लाभ के लिए बनाई गई व्यवस्था थी और इसके सबसे उग्र आलोचकों कार्ल मार्क्स थे।मार्क्स को उम्मीद थी कि ऐसी स्थितियां सामने आएंगी जो श्रमिकों को उनकी सीमांत अधीनता के प्रति जागरूक करेंगी और इसलिए दमनकारी, सर्वव्यापी पूंजीवाद व्यवस्था का विरोध करेंगी। लेकिन ऐसी स्थिति पैदा नहीं हुई जिससे लोगों ने पूंजीवादी व्यवस्था की झूठी चेतना को तोड़ दिया हो। इसके अलावा, औद्योगीकृत यूरोप ने 1920 और 1930 के दशक में जर्मनी और इटली में फासीवाद और नाजीवाद का उदय देखा, जिसने प्रगति, विज्ञान और विकास की मुक्त क्षमता पर एक सवाल खड़ा कर दिया।एडोर्नो और होर्खाइमर के शब्दों में जन संस्कृति या संस्कृति उद्योग प्रतिरोध की संभावना को कम करते हैं और लोगों को बढ़ते उपभोक्तावाद के लिए इच्छुक विषय बनाते

हैं, जिससे पूंजीवाद संचालित नए तरीकों को एक अतिरिक्त आयाम देता है। एडोर्नो और होर्खाइमर, फ्रैंकफर्ट स्कूल से संबंधित अन्य लोगों के बीच जनसंस्कृति के मजबूत आलोचक थे।

नीचे के खंडों में हम फ्रैंकफर्ट स्कूल और उसकी आलोचनात्मक सोच पर एक नजर डालते हैं जो समकालीन संस्कृति को समझने की कोशिश करती है। हम संस्कृति उद्योग पर एडोर्नो और होर्खाइमर के विचारों को संक्षेप में स्पर्श करते हैं क्योंकि हमारे पास बाद में उनकी सोच के लिए समर्पित एक पूरी इकाई है।

7.4.1 फ्रैंकफर्ट स्कूल

'फ्रैंकफर्ट स्कूल' 1920 के दशक के अंत में फ्रैंकफर्ट विश्वविद्यालय में स्थापित सामाजिक अनुसंधान संस्थान (इंस्टीट्यूट फर सोजियालफोर्सचुंग) से जुड़ा हुआ था। इसने कार्ल मार्क्स के सिद्धांतों और पूंजीवाद की उनकी आलोचना और सिगमंड फ्रायड के मनोविश्लेषणात्मक सिद्धांतों से प्रेरणा लेते हुए समकालीन समाज का अध्ययन किया। आप अन्य इकाइयों में मार्क्स के बारे में पहले ही पढ़ चुके हैं और उनके कार्यों से परिचित होंगे।फ्रैंकफर्ट स्कूल के प्रसिद्ध विद्वान मैक्स होर्खाइमर, थियोडोर एडोर्नो और एरिक फ्रॉम, हर्बर्ट मार्क्यूज और जुर्गन हैबरमास थे। 1930 के दशक में जर्मनी में हिटलर के अधीन फासीवाद और नाजियों के उदय ने इन विद्वानों के लिए एक खतरनाक स्थिति पैदा कर दी, जो ज्यादातर कट्टरपंथी यहूदी बुद्धिजीवी थे। इसलिए उन्होंने जर्मनी छोड़ दिया और यू.एस.ए. में स्थानांतरित हो गए जहां उन्होंने अपने शोध को जारी रखा और कुछ बहुत महत्वपूर्ण कार्यों का निर्माण किया।यह संस्थान कोलंबिया विश्वविद्यालय से मान्यता प्राप्त हो गया। उन्होंने समकालीन पूंजीवाद और उपभोक्तावाद और मानव स्वतंत्रता पर इसके नकारात्मक प्रभाव को समझने के लिए अपना दृष्टिकोण बदल दिया। 1950 और 1960 के दशक में संयुक्त राज्य अमेरिका उन्नत औद्योगिक समाजों पर उनके अध्ययन के लिए एक उपजाऊ जमीन थी क्योंकि इसमें उपभोक्तावाद, खपत, मास मीडिया काबोलबाला और रूढ़िवाद की विशेषताएं शामिल थीं।

मैक्स होर्खाइमर के नेतृत्व में, जिन्होंने 1930 में इसके निदेशक के रूप में पदभार संभाला, सिगमंड फ्रायड और मार्क्सवादी भौतिकवाद के मनोविश्लेषणात्मक दृष्टिकोणों को जटिल सामाजिक और राजनीतिक मुद्दों को श्रमिक वर्ग संघर्षों की गतिशीलता को समझने के लिए एकीकृत किया गया। उन्होंने मार्क्स, वेबर, फ्रायड, नीत्शे और अन्य के शास्त्रीय सिद्धांतों को संशोधित और पुनर्व्याख्या की। केल्नर ने देखा कि उन्होंने मार्क्सवादी सिद्धांत को अद्यतन किया और अध्ययन किया कि पूंजीवाद और फासीवाद के नए चरण कैसे उभरे। उन्होंने मैक्स वेबर के युक्तिकरण के विचारों और नीत्शे की जन संस्कृति की आलोचना और व्यक्तित्व के पतन को और भी विकसित किया। फ्रैंकफर्ट स्कूल के आलोचनात्मक विश्लेषण को ही आलोचनात्मक सिद्धांत कहा गया।

आलोचनात्मक सिद्धांत का उद्देश्य समाज के आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक और सामाजिक क्षेत्रों के बीच अंतर्संबंधों को उजागर करके समाज और सामाजिक प्रक्रियाओं की एक अंतःविषय समझ है। आलोचनात्मक सिद्धांतकारों ने पश्चिम के उन्नत पूंजीवादी समाजों को और उन्होंने अनुरूपता को कैसे लागू किया, को

समझने में महत्वपूर्ण योगदान दिया। उन्होंने समाज के संगठन में जन संचार और संस्कृति, विज्ञान और प्रौद्योगिकी, बाजार, वस्तुओं और उपभोग की भूमिका का अध्ययन किया। उन्होंने देखा कि कैसे 'जन समाज' ने व्यक्ति के व्यक्तित्व और स्वतंत्रता को कम कर दिया और श्रमिक वर्गों द्वारा सामूहिक कार्रवाई और लोकतांत्रिक प्रक्रिया में उनकी भागीदारी पर नकारात्मक प्रभाव डाला।वे स्पष्ट रूप से कल्पना कर सकते थे कि कैसे 'संस्कृति उद्योग' और जनसंचार माध्यम जनसंख्या को नियंत्रण में रखेंगे और प्रमुख विचारधारा, अर्थात् उपभोक्तावादी पूंजीवाद के अनुरूप लागू करेंगे। हर्बर्ट मार्क्यूज शायद फ्रैंकफर्ट स्कूल के सबसे लोकप्रिय व्यक्ति थे और 1960 के दशक के छात्र आंदोलन के लिए प्रेरणादायक व्यक्ति बन गए, जिसने वियतनाम युद्ध में अमेरिकी भागीदारी का विरोध किया था।छात्रों के आंदोलन ने परिवार, चर्च और राज्य में सन्निहित रूढ़िवादी मूल्यों के खिलाफ भी विद्रोह किया।

आलोचनात्मक सिद्धांत के मूल विचारों में से एक 'आसन्न समालोचना' है, यह एक ऐसी समालोचना जो मौजूदा विचारों की श्रेणियों के भीतर से काम करती है और उनके अंतर्विरोधों को उजागर करती है जिससे नए कट्टरपंथी विचारों का मार्ग प्रशस्त होता है।एक ऐसे युग के दौरान जब फासीवाद, साम्यवाद और अन्य अधिनायकवादी शासन व्यक्तिगत स्वतंत्रता और मानवाधिकारों को कमजोर कर रहे थे, आत्मज्ञान के दौरान पैदा हुए स्वतंत्रता, समानता, न्याय के विचारों को उन मानदंडों के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता था जिनके खिलाफ अपने आदर्शों और मूल्यों का उपयोग करके समाज का मूल्यांकन और आलोचना की जा सकती थी। प्रतीत होता है कि मुक्त आधुनिक युग का विरोधाभास, जहां लोगों के पास विकल्प और स्वतंत्रता है, संस्कृति उद्योग शब्द के उपयोग से एडोर्नो और होर्खाइमर द्वारा सबसे प्रासंगिक और निर्णायक रूप से लाया गया है।

7.4.2 सांस्कृतिक उद्योग

थिओडोर एडोर्नो और मैक्स होर्खाइमर ने अपनी महान कृति डायलेक्टिक ऑफ एनलाइटेनमेंट (1972) के माध्यम से संस्कृति उद्योग के विचार को मूर्त रूप दिया। सांस्कृतिक उद्योग शब्द बड़े पैमाने पर उत्पादित संस्कृति के औद्योगीकरण की प्रक्रिया और इस तरह की प्रणाली को चलाने वाली व्यावसायिक अनिवार्यताओं को दर्शाता है। इस प्रकार कोई यह समझ सकता है कि सांस्कृतिक उद्योग पर बहस में, संस्कृति का विचार ही एक अलग अर्थ ग्रहण करता है। इस संदर्भ में, सांस्कृतिक शब्द एक सौंदर्य क्षेत्र से मेल खाता है, जिसे सांसारिक रोजमर्रा की गतिविधियों से अलग रहना चाहिए।इस अर्थ में प्रयुक्त होने पर संस्कृति एक रचनात्मक प्रयास होगी जो सामान्य से ऊपर है।कोई निश्चित रूप से इस सांस्कृतिक अभिव्यक्ति को बड़े पैमाने पर उत्पादन के साथ नहीं जोड़ता हैय कुछ ऐसा जो औद्योगिक स्तर पर उत्पादित होता है। संस्कृति की रचनात्मक खोज के साथ बड़े पैमाने पर उत्पादन के विचार को जानबूझकर जोड़कर, एडोर्नो और होर्खाइमर हमारे समकालीन समय में सांस्कृतिक उत्पादन के विरोधाभास पर हमारा ध्यान आकर्षित करते हैं।

लेकिन जब संस्कृति मीडिया उद्योग के पूंजीवादी तर्क द्वारा उस पर थोपी गई लोकलुभावनवाद की मिलावटी विशेषताओं से ओतप्रोत हो जाती है, तो इसका

परिणाम संस्कृति उद्योग में होता है। यह एक ऐसी संस्कृति को जन्म देता है जो अब सौंदर्य की दृष्टि से उन्नत नहीं है बल्कि संस्कृति का एक व्यापक या व्यावसायिक संस्करण है। इसलिए उत्पादित संस्कृति रोजमर्रा की सामान्य गतिविधियों से बंधी हो जाती है।उदाहरण के लिए, डेविड चानी ने डिपार्टमेंटल स्टोर के बारे में एक सांस्कृतिक रूप के रूप में लिखा है। इसी तरह – क्रिकेट उद्योग, फिटनेस उद्योग, सौंदर्य उद्योग, पर्यटन उद्योग, अवकाश उद्योग, विवाह उद्योग और कई अन्य रोजमर्रा की गतिविधियाँ लोकप्रिय संस्कृति के क्षेत्र में आती हैं और स्वाभाविक रूप से वाणिज्यिक उद्यम उपयुक्त रूप से संस्कृति उद्योग की व्यापक श्रेणी के तहत अपना स्थान पाएंगे।

संस्कृति उद्योग के विचार के माध्यम से, एडोर्नो और होर्खाइमर इस प्रकार बताते हैं कि मास मीडिया द्वारा संस्कृति के बड़े पैमाने पर उत्पादन की तरह यह उद्योग समाज को स्वतंत्रता और व्यक्तित्व को पोषित करने की क्षमता को प्रतिबंधित करता है।इन संस्कृति उद्योगों का उद्देश्य पूंजीवादी अर्थव्यवस्था की बड़ी मांगों को पूरा करना और उत्पाद की गुणवत्ता की कीमत पर सुरक्षित, मानकीकृत उत्पादों का उत्पादन करना है।उनका मानना था कि विज्ञान, वैज्ञानिक कारण और प्रौद्योगिकी उत्पादन और सामाजिक वर्चस्व की मौजूदा प्रक्रियाओं का एक महत्वपूर्ण हिस्सा थे इसीलिए इन पर भी अविश्वास किया जाना चाहिए।

मीडिया उद्योग के उदय के साथ, एडोर्नो और होर्खाइमर ने देखा कि पूंजीपतियों ने व्यक्तिगत चेतना को नियंत्रित करने के लिए विभिन्न मीडिया का इस्तेमाल किया। लाभ उन्मुख विक्रेताओं के पास कोई बड़ा मानवीय लक्ष्य नहीं है। उदाहरण के लिए, एक बड़ी खाद्य कंपनी का मकसद अपने उत्पाद को अधिक से अधिक लोगों को बेचना है तो उसे पर्यावरण की स्थिरता या स्वास्थ्य की चिंता नहीं है।नतीजतन, सांस्कृतिक उत्पाद भोग की वस्तु बन गए और जन संस्कृति ने जन की जरूरतों को पूरा करने की आड़ में लाभ के मकसद, बाजार, प्रौद्योगिकी के मिश्रण के रूप में शुरुआत की। इसलिए इसके द्वारा प्रचारित सांस्कृतिक रूपों को इस उद्देश्य के अनुकूल होना चाहिए।विज्ञापन या आधुनिक मीडिया का उपयोग लोगों में उपभोग को सबसे ऊपर रखनेके लिए मनाने, समझाने के लिए किया जाता है। संस्कृति उद्योग की पूरी प्रथा लाभ के उद्देश्य को सांस्कृतिक वस्तुओं में स्थानांतरित करती है। इस प्रकार, वे संस्कृति उद्योग को बड़े पैमाने पर धोखे की युक्ति कहते हैं। संस्कृति उद्योग बड़े पैमाने पर उपभोग के लिए उत्पादन करता है और उस खपत के निर्धारण में महत्वपूर्ण योगदान देता है। उपभोक्ताओं के पास बस अपनी कोई संप्रभुता नहीं होती है। लोगों को संस्कृति निर्माता उन्हें जो पेशकश करते हैं उसे स्वीकार करना होगा। यह उपभोक्ताओं को उनके सहज कार्य से लूटता है। उपभोक्ताओं के पास वर्गीकृत करने के लिए कुछ भी नहीं बचा है, यही संस्कृति उद्योग के उत्पादकों ने उनके लिए किया है।

बोध प्रश्न 3

1. एडोर्नो और होर्खाइमर ने संस्कृति को कैसे देखते हैं?

   ....

   ....

2. निम्नलिखित में से किस विकास के कारण संस्कृति उद्योग का उदय हुआः

   क) द्वितीय विश्व युद्ध ख) औद्योगिक क्रांति

   ग) जन संचार घ) लोकप्रिय संस्कृति

3. जनसंचार माध्यमों का संस्कृति पर क्या प्रभाव पड़ा? दो उदाहरणों की सहायता से स्पष्ट कीजिए।

   ....

   ....

4. संस्कृति उद्योग का अंतिम उद्देश्य क्या है? और, इसका उपभोक्ताओं पर क्या प्रभाव पड़ता है?

   ....

   ....

   ....

7.5 जनसंस्कृतिः अन्य समालोचनाएँ

जबकि एडोर्नो और होर्खाइमर की जनसंस्कृति की आलोचना, जैसा कि इकाई के पिछले भाग मेंचर्चा की गई है, को पूंजीवाद की मार्क्सवादी आलोचना और झूठी चेतना बनाने में इसकी भूमिका से इसकी प्रेरणा के रूप में समझा जा सकता है, जनसंस्कृति की उनकी आलोचना ने विभिन्न सामाजिक तत्वों पर चर्चा के माध्यम से संस्कृति के साथ गंभीर रूप से जुड़ने के लिए फ्रैंकफर्ट स्कूल के भीतर एक झुकाव की शुरुआत की। आइए हम जन संस्कृति की आलोचना पर चर्चा करें, क्योंकि यह फ्रैंकफर्ट स्कूल के उल्लेखित सिद्धांतकारों से बहुत संक्षेप में आया है, क्योंकि इस पाठ्यक्रम की कुछ इकाइयों इनमें से कुछ सिद्धांतकारों पर विस्तार से चर्चा करेंगे। हमें नीत्शे के विचारों और जन संस्कृति की आलोचना को भी एक संक्षिप्त रूप मे समझेंगे जिसने उन कई विद्वानों को प्रेरित किया जिनके बारे में हमने बात की थी। ''नीत्शे ने जनसंस्कृति को आधुनिक सामाजिक पुन रुत्पादन प्रक्रियाओं के केंद्र के रूप में देखते हुए इसकी पहली निरंतर आलोचना की, और विशेष रूप से जिसे उन्होंने आधुनिक समाजों की विशिष्ट विशेषताओं के रूप में देखाः सामूहिकता और व्यक्तित्व को खत्म करना, झुंड और औसत दर्जे का समाज बनाना" केल्नर, 1999:79) ।

7.5.1 हर्बर्ट मार्क्यूज

हर्बर्ट मार्क्यूज का ध्यान इस बात पर बना रहता है कि कैसे जनसंचार माध्यमों और अन्य आधुनिक तकनीकों ने आर्थिक और राजनीतिक प्रशासन के पारंपरिक साधनों को बदल दिया है, जिसे वे ''नियंत्रण का नया रूप'' कहते हैं। आधुनिक समाज में जनसंचार माध्यमों की भूमिका व्यक्तियों को उपभोक्ता समाज के लिए निर्धारित ढांचे में शामिल करना और स्थिर करना है।ऐसा नियंत्रण तंत्र व्यक्ति को

एक आयामी समाज में डाल देता है, जहां विकल्प तलाशने की उसकी आलोचनात्मक सोच को नई तकनीकों ने तोड़ दिया है। आप हमारी अगली इकाई में जन संस्कृति के इस पहलू पर मार्क्यूज के विचारों के बारे में अधिक पढ़ेंगे।

7.5.2 एरिक फ्रॉम

फ्रॉम के अनुसार, बीसवीं शताब्दी सांस्कृतिक पूंजीपतियों और उनके विज्ञापन द्वारा उन्नत है, जो उपभोक्ताओं को ''घरेलू उपभोक्ता'' बनने के लिए सामाजिक बनाती है, जो अधिक से अधिक उपभोग करने के लिए प्रेरित होते हैं। 21वीं सदी में भी, संस्कृति अभी भी पूंजीवादी उपभोक्ता संस्कृति बनी हुई है। हालांकि, इस अवधि में उपभोक्ता तेजी से उस संस्कृति का हिस्सा बनते जा रहे हैं जिसका वे उपभोग करते हैं। उदाहरण के लिए, आइए कुछ समकालीन उदाहरणों के माध्यम से इसे समझने की कोशिश करेंः हम स्वयं फर्नीचर को इकट्ठा कर सकते हैं, जिसे हम मास मीडिया द्वारा सिखाए जाने के बाद खरीदते हैं कि यह चलन में है। इसी तरह, हम कई अन्य स्रोतों से डिजिटल सामग्री का उपभोग करते हुए स्वयं की यूट्यूबसामग्री बना सकते हैं। यह हमें वह बनाता है जिसे फ्रॉम ''अभियोजक'' या उत्पादक उपभोक्ता कहते हैं। इसे वे उपभोग के सामाजिक चरित्र के रूप में देखते हैं, जहां संस्कृति अर्थव्यवस्था के साथ एक अंतःक्रियात्मक संबंध में आती है।

फ्रेडरिक नीत्शे (1844 – 1900)

एक जर्मन दार्शनिक थे, जिनके काम ने आधुनिक विद्वानों पर गहरा प्रभाव डाला है। उनके काम ने कला, संगीत, इतिहास, संस्कृति, विज्ञान, धर्म त्रासदी आदि सहित कई विषयों को छुआ। जन संस्कृति पर उनके विचार यहां हमारी इकाई के लिए सबसे अधिक प्रासंगिक हैं इसलिए हम जन संस्कृति पर नीत्शे के विचारों पर बहुत संक्षेप में चर्चा करेंगे।

नित्शे ने आधुनिकता को खंडित प्रतिस्पर्धी शैलियों, विचारों और कार्यों के एक निराकार समामेलन के रूप में देखा और आधुनिक संस्कृति की विशेषता के रूप में अत्यधिक तर्कवाद, अहंकारी व्यक्तिवाद, उथला आशावाद, होमजीनाइजेशन और विखंडन व्यक्तिवाद, उथला आशावाद, समरूपता और विखंडन पर हमला किया। नीत्शे का मानना था कि आधुनिक मनुष्य के पास कुछ भी नहीं है जो वह वास्तव में बनाता है या उसके पास हैय वास्तव में, वह वास्तविक ज्ञान को आत्मसात करता है जो जीवन को बदलने के लिए कुछ नहीं करता है। नीत्शे के लिए जन संस्कृति धर्म, प्रेस, बीयर और राष्ट्रवाद है; ये वे चीजें जो आपको मूर्ख बनाती हैं और औसत दर्जे की संस्कृति और व्यक्तियों का निर्माण करती हैं। नीत्शे ने आधुनिक राज्य और समाज दोनों को व्यक्तियों को समतल करने, औसत दर्जे का सांस्कृतिक पिछड़ापन पैदा करने के साथ–साथ राष्ट्रवाद जैसे बड़े पैमाने पर उन्माद पैदा करने के रूप में देखा। उन्होंने विशेष रूप से सोचा था कि प्रेस और जन संस्कृति अधः पतन और औसत दर्जे की ताकतें थीं, जो तुच्छ, फालतू और सनसनीखेज पर ध्यान केंद्रित कर रही थीं, और समरूपता और अनुरूपता पैदा कर रही थीं।

7.5.3 जुर्गन हैबरमास

जुर्गन हैबरमास भी जनता द्वारा उत्पादित संस्कृति के बजाय बड़े पैमाने पर उत्पादित संस्कृति के बारे में अधिक चिंतित थे। वे इसे उदार पूंजीपति संस्कृति

कहते हैं, जिसका उद्देश्य किसी भी तरह से उत्पादकों और उपभोक्ताओं को समान बनाना नहीं है। जन संस्कृति जनता को केवल उपभोक्ताओं के रूप में संबोधित करती है और उत्पादन की इसकी गुमनाम प्रणाली जन संस्कृति को एक ऐसे माध्यम में बनाती है जो सार्वजनिक क्षेत्र के विपरीत बड़े पैमाने पर निजी संपत्ति के रूप में वर्गीकृत करता है। इसके परिणामस्वरूप, न तो जन संस्कृति के उपभोक्ता एक सक्रिय वर्ग के रूप में विकसित होते हैं, जैसा कि मार्क्स ने कल्पना की थी, और न ही वे जन संस्कृति तक पहुंच से पहले हम जैसे संप्रभु बने रहते हैं।वे केवल बाहर से प्रशासित समूहों की एक श्रृंखला में घुल जाते हैं। इस तर्क को आगे बढ़ाते हुए, जुर्गन हैबरमास ने इसे सार्वजनिक क्षेत्र के विचार से जोड़ा, जिसमें उन्होंने बताया कि जन संस्कृति के प्रसार से पहले, सार्वजनिक क्षेत्र प्रकृति में उदार था, और चर्चा और बहस के परिणामस्वरूप जनता की राय बनती लेकिन जन–संस्कृति के समाज में, सार्वजनिक क्षेत्र से व्यक्ति का संबंध टूट गया है, और अब जनसंचार माध्यमों के हस्तक्षेप से राय और सहमति को हेरफेर और निर्मित किया जाता है। एक विचार जो संस्कृति उद्योग के साथ प्रतिध्वनित होता है, जैसा कि पिछले खंड में चर्चा की गई है।

7.5.4 लियो लोवेन्थल

संस्कृति की संस्थागत समग्रता के लिए एक मामला बनाते हुए, लोवेन्थल का तर्क है कि संस्कृति आर्थिक प्रक्रियाओं से दृढ़ता से जुड़ी हुई है। उनका मानना था कि उत्पादन के संबंध सत्ता के संबंधों से जुड़े रहते हैं, जिसमें पूर्व का बाद वाले पर अधिक नियंत्रण होता है। बीसवीं शताब्दी में सामने आए नए संस्कृति उद्योग ने व्यक्तिगत अनुभव के नुकसान के साथ संस्कृति की रूढ़िवादिता को जन्म दिया। उनकी समझ में इस तरह के एक सांस्कृतिक पुनरुत्पादन ने सामाजिक दुनिया के वस्तुकरण के लिए भी मार्ग प्रशस्त किया। इस प्रवृत्ति के परिणामस्वरूप चेतना की एक मानकीकृत प्रणाली के उभरने के साथ, व्यक्तिगत कल्पना और अनुभव करने की क्षमता आर्थिक प्रक्रियाओं के शीर्ष पर उन लोगों के हाथों में बंद हो गई थी।

बोध प्रश्न 4

1. निम्नलिखित में से किसने कहा कि जन संस्कृति अप्रामाणिक, जोड़ तोड़ और असंतोषजनक है:

   क) एफ. आर. लेविस   ख) हर्बर्ट मार्क्यूज

   ग) जुर्गन हैबरमास   घ) टी. एस. एलियट

2. टी.एस. एलियट के अनुसार, सत्रहवीं शताब्दी के ब्रिटेन में संस्कृति के सभी तत्व एक–दूसरे से विखंडित रहे। – सही या गलत।

3. जुर्गन हैबरमास के अनुसार उदार पूंजीवदी संस्कृति या जन संस्कृति की आलोचना क्या है?

   ....

   ....

4. हर्बर्ट मार्क्यूज ने जन संस्कृति की आलोचना कैसे की?

....

....

5. जन संस्कृति की अपनी समालोचना प्रस्तुत करते हुए एरिच फ्रॉम का 'होमो कंज्यूमेंस' से क्या मतलब था?

....

....

6. लोवेंथल ने जन संस्कृति की आलोचना में किस प्रकार योगदान दिया?

....

....

7.7 सारांश

भले ही संस्कृति की कोई एक विशेष परिभाषा नहीं हो सकती है, यह मोटे तौर पर उन मूल्यों, प्रथाओं, दृष्टिकोणों, विश्वासों, नैतिकताओं को संदर्भित करता है जो एक व्यक्ति विशेष सामाजिक समूह के सदस्य होने के आधार पर सामाजिक रूप से प्राप्त करता है। संस्कृति प्रतीकों के एक समूह से जुड़ी होती है, जो उस समाज के एक हिस्से के रूप में मूल्य से लदी होती है। उन्नीसवीं सदी तक, संस्कृति को उच्च और निम्न के छोरों के बीच विभाजित माना जाता था। उच्च संस्कृति परिष्कृत कला, संगीत, खेल, कपड़े और जीवन शैली के सभी संबंधित पहलुओं के स्वाद के साथ अभिजात वर्ग के सांस्कृतिक सेट को संदर्भित करती है और निम्न संस्कृति मूल रूप से कोई संस्कृति नहीं थी, जो जनता से जुड़ी हुई थी।हालांकि, जनसंचार माध्यमों के उदय के बाद तेजी से औद्योगीकरण और विज्ञान और प्रौद्योगिकी में प्रगति के बाद, उच्च संस्कृति ने अभिजात वर्ग की सीमाओं को खत्म कर दिया और रेडियो, टीवी, फिल्म, समाचार पत्र और विज्ञापन जैसे मीडिया के माध्यम से जनता के बीच प्रसारित किया गया।सांस्कृतिक समरूपता, जिसे इस प्रकार शुरू किया गया था, को इंटरनेट के आगमन के साथ और सोशल मीडिया की लगातार बढ़ती पहुंच के साथ हमारे चारों ओर तीव्र गति से देखा जा सकता है। मास मीडिया द्वारा निर्मित संस्कृति को आलोचकों द्वारा जन संस्कृति के रूप में देखा गया था, जो तब असहज महसूस करते थे जब उच्च संस्कृति में जनता की लोकलुभावनता ने घुसपैठ की थी। वे संस्कृति को एक पवित्र वस्तु के रूप में परंतु इस प्रकार जीवन की सांसारिक रोजमर्रा की जिंदगी से अलग देखते थे । लेकिन, जब जन संस्कृति जनता के जीवन में प्रवेश कर रही थी, तो समाजशास्त्र, नृविज्ञान, दर्शन, भाषा विज्ञान जैसे विषयों के ऐसे विचारकों ने इस प्रक्रिया की आलोचना करना शुरू कर दिया। वे जन संस्कृति को उस संस्कृति के रूप में देखते थे जो उत्पादन किए जा रहे मूल्यों के समूह की गुणवत्ता पर कोई विचार किए बिना लाभ को अधिकतम करने के पूंजीवादी तर्क के साथ निर्मित होती है। इस प्रकार, वे अपने

ignou THE PEOPLE'S UNIVERSITY

विश्लेषण की इकाई के रूप में जन संस्कृति का उपयोग करके आधुनिक समाजों के पूंजीवादी आधार की आलोचना कर रहे थे।

7.8 संदर्भ

एडोर्नो, टी. और होर्खाइमर, एम. (1972). द डायलेक्टिक्स ऑफ इनलाइटनमेंटन्यू यॉर्कः हर्डर और हेरडर

एलियट, टी.एस. (1948)। नोट्स टूवर्ड्स द डेफिनेशन ऑफ कल्चर। लंदनः फैबर और फैबेर

फ्रॉम, ई. (1965)। दएप्लीकेशन ऑफ ह्यूमैनिस्ट साइकोएनालिसिस टु मार्क्स थ्योरी। ई. फ्रॉम (सं.) सोशलिस्ट ह्यूमैनिज्मः एन इंटरनेशनल सिंपोजियम। गार्डन सिटीः डबलडे। पीपीः 207–22

गीर्ट्ज, सी. (1973). द इंटरप्रिटेशंस ऑफ कल्चर। न्यूयॉर्कः बेसिक बुक्स

हैबरमास, जे. (1962)। द स्ट्रक्चरल ट्रांसफॉरमेशन ऑफ पब्लिक स्पेयरः एन इंक्वारी इनटू ए कैटेगरी ऑफ बुर्जुआ जी सोसाइटी । कैम्ब्रिजः पॉलिटी प्रेस

हैविलैंड, डब्ल्यू.ए. (1990)। कल्चरल एंथ्रोपोलॉजी। न्यूयॉर्कः होल्ट मैकडॉगला

क्रोएबर, ए. और क्लकहोन, सी. (1952)। कल्चरः अ क्रिटिकल रिव्यू ऑफ कांसेप्ट एंड डेफिनेशंस। न्यूयॉर्कः विंटेज बुक्स

लोवेंथल, एल। (1984)। लिटरेचर एंड मास कल्चर कम्युनिकेशनस इन द सोसाइटी, खंड 1. न्यू ब्रंसविकः ट्रांजैक्शन

मालिनोवस्की, बी. (1931)। कल्चर इन इनसाइक्लोपीडिया ऑफ सोशल साइंस, खंड 4, लंदनः मैकमिलन, पीपी. 621–23

मार्क्यूज, एच। (1964)। वन–डायमेंशनल मैनः स्टडीज इन द आइडियोलॉजी ऑफ एडवांस्ड इंडस्ट्रियल सोसाइटी। बोस्टनः बीकन प्रेस

फ्रेडरिक, एन. (1967). द बर्थ ऑफ ट्रेजेडी। न्यूयॉर्कः रैंडम हाउस

टायलर, ई.बी. (1903)। प्रिमिटिव कल्चर : रिसर्च इनटू द डेवलपमेंट ऑफ इम्यूनोलॉजी, फिलासफी, रिलिजन, लैंग्वेज ,आर्ट एंड कस्टम, खंड ᒐ लंदनः जॉन मरे।

7.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

बोध प्रश्न 1

1. टायलर के अनुसार संस्कृति वह जटिल समग्रता है जिसमें ज्ञान, विश्वास, कला, नैतिकता, कानून, प्रथा और समाज के सदस्य के रूप में मनुष्य द्वारा अर्जित की गई अन्य क्षमताएं और आदतें शामिल हैं।

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY

2. संस्कृति में विरासत में मिली कलाकृतियां, सामान, तकनीकी प्रक्रिया, विचार, आदतें और मूल्य शामिल हैं – संस्कृति वास्तव में सुई जेनेरिस है और इसका अध्ययन इसी तरह किया जाना चाहिए।

3. मानवविज्ञानी विलियम ए हैविलैंड के अनुसार संस्कृति की चार विशेषताएं हैंः

   - संस्कृति सामाजिक रूप से एक व्यक्ति द्वारा सीखी जाती है और इसे जन्म से स्वाभाविक रूप से प्राप्त नहीं किया जाता है।
   - किसी दिए गए समाज में संस्कृति आमतौर पर लोगों के समूह द्वारा धारण की जाती है।
   - संस्कृति को प्रतीकों के एक निश्चित समूह द्वारा भी चित्रित किया जाता है, जिससे कुछ मूल्य जुड़ा होता है, उदाहरण के लिएः पूजा की वस्तु, ग्रंथ, अनुष्ठान, कलाकृतियां और चित्र।
   - संस्कृति एक ऐसी चीज है जो समय के साथ विकसित होती है।

3. घ ।

बोध प्रश्न 2

1. उन्नीसवीं सदी से पहले, संस्कृति दो छोरों में विभाजित थी – उच्च संस्कृति या कुलीन संस्कृति और निम्न संस्कृति या लोक संस्कृति। जबकि उच्च संस्कृति के तत्वों में चित्रकला, मूर्तिकला, संगीत और साहित्य जैसे प्रदर्शन और दृश्य कला शामिल थे, लोक संस्कृति के तत्वों में लोक कथाएं, सांस्कृतिक नृत्य, जातीय पहनावा, सामान्य वार्तालाप शामिल थे।

2. जनसंचार माध्यमों और औद्योगिक क्रांति के उदय के साथ, संस्कृति की उच्च और निम्न श्रेणियों के बीच का अंतर धुंधला हो गया था।

3. ग

4. जन संस्कृति का बड़े पैमाने पर उत्पादिन, बड़े पैमाने पर वितरण और लाभ कमाने के पूंजीवादी इरादे से विपणन किया जाता है। लोकप्रिय संस्कृति, वह संस्कृति है जो जन संस्कृति के परिणामस्वरूप उभरती है। जन संस्कृति पूंजीवाद की तर्ज पर चलती है और बड़े पैमाने पर उपभोग के लिए अपने उत्पादों का उत्पादन करती हैय और लोकप्रिय संस्कृति यह है कि अधिकांश दर्शकों द्वारा क्या खाया जाता है.

बोध प्रश्न 3

5. एडोर्नो और होर्खाइमर नहीं चाहते थे कि संस्कृति अभिजात वर्ग के एकाधिकार से बाहर आए, क्योंकि उनका मानना था कि संस्कृति को जनता की रोजमर्रा की गतिविधियों से परे रहना चाहिए। यह भोग का विषय ही रहना चाहिए। उच्च संस्कृति का आधिपत्य अपने लोक समकक्ष पर विद्यमान रहना चाहिए।

उनका मानना था कि मीडिया उद्योग द्वारा थोक में उत्पादित होने पर कुलीन संस्कृति संस्कृति उद्योग के उद्भव की ओर ले जाती है।

6. ग.

7. मास मीडिया बड़े पैमाने पर संस्कृति का उत्पादन करता है जो समाज को स्वतंत्रता और व्यक्तित्व को पोषित करने की क्षमता को प्रतिबंधित करता है।

8. संस्कृति उद्योग बड़े पैमाने पर उपभोग के लिए उत्पादन करता है और उस खपत के निर्धारण में महत्वपूर्ण योगदान देता है। उपभोक्ताओं के पास बस अपनी कोई संप्रभुता नहीं होती है। फुरसत के लोगों को यह स्वीकार करना होगा कि संस्कृति निर्माता उन्हें क्या पेशकश करते हैं।

बोध प्रश्न 4

1. क ।

2. सत्य.

3. जन संस्कृति, हैबरमास के अनुसार, उत्पादकों और उपभोक्ताओं को समान बनाने के लिए अभिप्रेत है। लेकिन न तो जन संस्कृति के उपभोक्ता एक सक्रिय वर्ग के रूप में विकसित होते हैं, जैसा कि मार्क्स ने कल्पना की थी, और न ही वे जन संस्कृति तक पहुंच से पहले हम जैसे संप्रभु बने रहते हैं।

4. मार्क्यूज के अनुसार, जन संस्कृति नियंत्रण का एक नया रूप है जिसके परिणामस्वरूप विकल्प की तलाश करने के लिए उपभोक्ता की आलोचनात्मक सोच को तोड़ दिया जाता है।

5. होमो उपभोक्ता बड़े पैमाने पर उपभोग करने वाले उपभोक्ता हैं जो अधिक से अधिक उपभोग करने के लिए प्रेरित होते हैं।

6. लोवेंथल के अनुसार, बीसवीं शताब्दी में जो नया संस्कृति उद्योग आया, उसने व्यक्तिगत अनुभव के नुकसान के साथ संस्कृति की रूढ़िवादिता को जन्म दिया।