

## গণমাধ্যম ও বিশ্বায়ন: আন্তঃসম্পর্ক বিশ্লেষণ

মাহাবুবুর রহমান, পিএইচ ডি<sup>১</sup>

### সারসংক্ষেপ

যোগাযোগ মাধ্যম হিসেবে বিশ্বায়নের একটি শক্তিশালী এজেন্ট হলো গণমাধ্যম। বাংলাদেশের মতো একটি বিকাশমান অর্থনৈতিক এবং গণতান্ত্রিক দেশে বিশ্বায়নের অভিঘাত বহুলাংশে প্রতীয়মান হয় গণমাধ্যমের মাধ্যমে। বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সঙ্গে সমগ্র বিশ্বের মতো বাংলাদেশেরও ভবিষ্যৎ আর্থ-সামাজিক, রাজনৈতিক, সাংস্কৃতিক সম্ভাবনা জড়িয়ে আছে ব্যাপকভাবে। এরূপ পরিস্থিতিতে বিশ্বায়নের এজেন্ট হিসেবে গণমাধ্যম কি আমাদের দেশ, সমাজ ও মানুষকে পণ্যে পরিণত করে উন্নত বিশ্ব ও তাদের অনুগত বহুজাতিক কর্পোরেশনসমূহের স্বার্থ চরিতার্থ করার জন্য কাজ করছে, নাকি বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সুফল পাওয়ার লক্ষ্যে সমাজ, রাষ্ট্র এবং জাতিকে সচেতন করছে, পথ নির্দেশনা দিচ্ছে সেটা পর্যালোচনা করা অত্যন্ত জরুরি। বিভিন্ন মাধ্যমিক উৎস হতে পাওয়া তথ্যের উপর ভিত্তি করে বর্তমান নিবন্ধে বৈশ্বিক ও বাংলাদেশ প্রেক্ষাপটে বিশ্বায়ন ও গণমাধ্যমের আন্তঃসম্পর্ক নিয়ে একটি তাত্ত্বিক পর্যালোচনা হাজির করা হয়েছে। বিশ্লেষণে দেখা গেছে, গণমাধ্যম বৈশ্বিক ও বাংলাদেশ প্রেক্ষাপটে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়াকে এগিয়ে নিতে সাহায্য করে এবং এর মাধ্যমে সমাজের পুঁজিপতি ও এলিট শ্রেণীর মতাদর্শকে জোরদার করার জন্য কাজ করে। যেহেতু গণমাধ্যমের মালিকানা কাঠামো নিয়ন্ত্রিত হয় বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সুবিধাভোগী গোষ্ঠী হিসাবে চিহ্নিত সমাজের মুষ্টিমেয় ক্ষমতাবান ও ধনীক শ্রেণী দ্বারা, ফলে গণমাধ্যমের প্রচার, প্রকাশ ও চিত্রায়ণে বিশ্বায়নের স্বপক্ষে প্রতিনিয়ত বিশ্লেষণ উঠে আসে।

**Abstract:** As a medium of communication, mass media is one of the most powerful agents of globalization. The impact of globalization is largely distinct through mass media in a booming economic and democratic country like Bangladesh. Likewise the whole worlds, future economic, social, political and cultural prospects of Bangladesh are significantly related with the globalization process. In this circumstance, it is a crying need to understand whether mass media, as an agent of globalization, is setting agenda to uphold the interest of developed countries and their loyal multinational corporations by turning our society, country and people into a product or is working to aware and guide our society and people to enjoy the benefits of globalization. Based on the secondary data collected from different sources, the present article tries to sketch an inclusive theoretical discussion on the interrelationship of mass media and globalization from both Bangladesh and global perspectives. It has been found that mass media is playing a significant role to strengthen the globalization process in both Bangladesh and global standpoint and on the basis of globalization; mass media is reinforcing the ideology of the elite and the richest class of the society. As the ownership structure of the media is controlled mostly by some wealthier people as well as the ruling class of the society, who are identified as the beneficiary of the globalization process, therefore analysis in favour of globalization is reflected regularly in the published, broadcasted and illustrated piece of mass media.

<sup>১</sup> সহযোগী অধ্যাপক, গণযোগাযোগ ও সাংবাদিকতা বিভাগ, রাজশাহী বিশ্ববিদ্যালয়।

## ভূমিকা

বিশ্বের বিভিন্ন অঞ্চলের মানুষের মধ্যে যোগাযোগের এবং পণ্য-পুঁজি প্রবাহের অভূতপূর্ব বিকাশের পরিপ্রেক্ষিতে 'বিশ্বায়ন' শব্দটি বহুলভাবে ব্যবহৃত হচ্ছে। বিশ্বায়নের বর্তমান সময়ে সারা পৃথিবীর অধিকাংশ দেশ আন্তর্জাতিক বাজারে অধিক হারে প্রবেশের মাধ্যমে সেখান থেকে পুঁজি আহরণ, বিনিয়োগ ইত্যাদির জন্য তাদের দেশের অর্থনীতিকে বিশ্ব-বাণিজ্যে উন্মুক্ত করে দিয়েছে (Bennet *et. al.*, 2004:12)। বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ায় প্রত্যক্ষ এবং পরোক্ষভাবে নেতৃত্ব দিচ্ছে উন্নত দেশসমূহ এবং তাদের অনুগত সংস্থাগুলো (Harris, 1993:48)। তাদের যুক্তি হলো, তৃতীয় বিশ্বের অনুন্নত এবং উন্নয়নশীল দেশগুলোর আর্থ-সামাজিক মুক্তি বিশ্বায়নের মধ্যেই নিহিত রয়েছে (Falk, 1997:17)। প্রকৃতপক্ষে, আমাদের সবকিছুকে অর্থাৎ যা কিছু মানবীয় তার সবকিছুর উপর বিশ্বায়নের প্রভাব পড়েছে। অন্যভাবে বলা যায়, আমরা এই সময়ের মানুষেরা বিশ্বায়নের ভেতর দিয়েই চলছি। বিশ্বায়ন আমাদের সম্পূর্ণ গ্রাস করে ফেলেছে (Terrill, 1999: 34)। সবকিছুকে এই যে বিশ্বায়িত বা ভুবনীকরণ করে ফেলা, এটাই সমকালীন বিশ্বের প্রধান বৈশিষ্ট্য। আমরা চাই বা না চাই, আমরা করি বা না করি, মানবীয় সমস্ত ক্রিয়াকর্ম এমনই হয়ে উঠছে যে, মানুষের ভুবনীকরণ ঘটে যাচ্ছে, ঘটিয়ে ফেলা হচ্ছে (Went, 2004:24)। ভুবনীকরণের এই বৈশিষ্ট্য লক্ষ করেই মার্কিন সমাজবিজ্ঞানীরা বিশ্বায়নকে 'গ্লোবলাইজম' বা ভুবনীকরণ বলে আখ্যায়িত করেছেন। *কনটেম্পোরারি সোসিওলজি*র একটি সংখ্যার সম্পাদকীয় নোটে এর ব্যাখ্যা দেয়া হয়েছিলো এভাবে, 'বিশ্বায়ন হলো বর্তমানে প্রচলিত বিশ্বব্যবস্থার এক অনন্য সক্রিয় অংশ। বিশ্বের সকল কিছুই (সংস্কৃতি, পরিবার, ব্যক্তিজীবন) বিশ্বায়নের কল্যাণে ক্রমান্বয়ে বৈশ্বিক রূপ বা কাঠামো লাভ করেছে' (Editor's note, 1996:67)।

বোঝাই যাচ্ছে বিশ্বায়নের পরিধি কতটা বিস্তৃত। সংস্কৃতিকে ছুঁয়ে যাওয়ার পাশাপাশি পরিবার এমনকি ব্যক্তিগত জীবনেও ঢুকে পড়েছে বিশ্বায়ন। কেউ কেউ অবশ্য শুধু উল্লিখিত ক্ষেত্রগুলোতেই বিশ্বায়নকে আবদ্ধ দেখতে চাননি, এর পরিসর আরও বিস্তৃত বলে ভেবেছেন। এরূপ মতের অনুসারি গবেষক জন লী বিষয়টিকে বিস্তারিতভাবে ব্যাখ্যা করতে গিয়ে বলেছেন, 'বিশ্বায়ন অন্য সকল বহুমাত্রিক ধারণার মতোই অসংখ্য অসম ধারণার সমন্বয় বা বহুজাতিক কর্পোরেশন এবং আন্তর্জাতিক অর্থনৈতিক গোষ্ঠীর স্বার্থ রক্ষায় বহুমাত্রিক ভূমিকা পালন করে। নয়া তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি এবং বিশ্বের নানা অঞ্চলের ভিন্ন ভিন্ন সংস্কৃতির সমকেন্দ্রিক রূপ, বিশ্বব্যাপী বিশ্বায়নকে পুঁজিবাদের একটি সমার্থক বিষয়ে পরিণত করেছে' (Lee, 1996:32)।

আবার, কেউ কেউ সামাজিক প্রক্রিয়া হিসাবেও বিশ্বায়নকে তুলে ধরতে চেয়েছেন। ম্যালকম ওয়াটারস এর মতে, বিশ্বায়নের সামাজিক প্রক্রিয়াটি প্রধান প্রধান প্রায় প্রতিটি ক্ষেত্রেই অনুভূত হয়। 'বিশ্বায়নের কল্যাণে অর্থনীতি ধাবিত হচ্ছে উদারীকরণের দিকে ... রাজনৈতিক ব্যবস্থা ধাবিত হচ্ছে গণতন্ত্রায়নের দিকে ... এবং সংস্কৃতি ধাবিত হচ্ছে বৈশ্বিকীকরণের দিকে' (Waters, 1996:1)।

বিশ্বায়ন তাই কতটা বিস্তৃতি পেয়েছে, এর প্রভাব যে কতটা ব্যাপক, তা সহজেই বোঝা যায়। বিশ্বায়নের পাশাপাশি উত্তর আধুনিকতা বা তারও আগের আধুনিকতা কখনোই এতটা সর্বত্রচারী ছিলো না, সমধর্মীতো নয়ই। বিশ্বায়ন মানবীয় সমস্ত বিষয়কে প্রভাবিত করতে পেরেছে বলেই বর্তমান বিশ্বে সবচেয়ে বেশি আলোচনা-সমালোচনা হচ্ছে যে বিষয়টি নিয়ে সেটি সুনিশ্চিতভাবে 'বিশ্বায়ন'। মোদাকথা, অর্থনীতি, রাজনীতি, সংস্কৃতি, সাহিত্য, ভাষা, নৃবিজ্ঞান, সমাজবিজ্ঞান, শিল্পকলা, বিজ্ঞান ও প্রযুক্তি, যোগাযোগ ইত্যাদি - কোনো বিষয় নেই, যা বিশ্বায়নের ইতিবাচক বা নেতিবাচক বৈশিষ্ট্য দ্বারা প্রভাবিত হয়নি (Loroche, 2004:21)।

আবার কারো কারো মতে, বিশ্বায়ন সমগ্র বিশ্বের জন্য নয় বরং আন্তর্জাতিক এলিট গোষ্ঠী, বহুজাতিক কর্পোরেশন এবং পুঁজি ব্যবস্থাপকদের সামনে বিরাট সুযোগ ও সম্ভাবনার দুয়ার খুলে দিয়েছে। দীর্ঘদিনের

বাণিজ্য ও পুঁজি প্রবাহের ক্ষেত্রে বিদ্যমান রাষ্ট্রীয় বাধা ধীরে ধীরে উঠে যেতে শুরু করায় তারা এখন বিশ্বের যেকোনো বাজারেই অবাধে প্রবেশ করতে পারবে (Julius, 1997:14)। অন্যদিকে, শ্রমজীবী মানুষ ও জনগণের আন্দোলনগুলো ধীরে ধীরে এই উপলব্ধিতে পৌঁছাচ্ছে যে, বিশ্বায়ন দরিদ্র মানুষের জীবনযাত্রায় ভয়াবহ নেতিবাচক প্রভাব ফেলছে। বিশ্বের যে অংশেই যে বসবাস করুক না কেন, অধিকাংশ মানুষই এখন উপলব্ধি করছে যে, বিশ্বায়ন সমৃদ্ধির যে প্রতিশ্রুতি দিয়েছিলো তা কোনোভাবেই অর্জিত হয়নি (Armijo, 1999:21)। অধিকন্তু, অর্থনৈতিক বিশ্বায়নের ফলে প্রবৃদ্ধির গতি শ্লথ হয়েছে, জীবনযাত্রার মান নেমে গেছে, আর্থিক সংকট দেখা দিয়েছে, সামাজিক ও রাজনৈতিক সংঘাত তৈরী হয়েছে। একইভাবে স্বাস্থ্য, শিক্ষাসহ অন্যান্য সামাজিক খাতগুলোর অবস্থা বিপর্যস্ত হয়ে পড়েছে (Held and Anthony, 2003:9)। কাভালজিং সিং-এর মতে, 'চরিত্রগতভাবেই বিশ্বায়ন একটি অসম প্রক্রিয়া। এর স্বাভাবিক প্রবণতাই হলো অসমতা সৃষ্টি করা ... বিশ্বায়নের বৈপরীত্য হলো এটাই যে, এই প্রক্রিয়া কেবল ধনী ও সমৃদ্ধ একটি নির্দিষ্ট শ্রেণীকেই একত্রিত ও পূর্ণতা দান করেছে; কিন্তু যাদের প্রয়োজনীয় দক্ষতা ও সম্পদ নেই, তারা বিশ্ব-বাজারের কোনো সুবিধাই ভোগ করতে পারছে না, তারা ক্রমাগত প্রান্তিক অবস্থানে নেমে যাচ্ছে' (Singh, 2005:17)।

সব মিলিয়ে দেখা যাচ্ছে, বিশ্বায়নের ভালো-মন্দ দুই ধরনের প্রভাবের কথাই উঠে আসছে। বিশ্বায়ন নিয়ে যারা গবেষণা করছেন তারা বিশ্বায়নের মধ্যে বিপরীতধর্মী দুটি ব্যাপার লক্ষ্য করেছেন – ইতিবাচক ও নেতিবাচক। গবেষকগণ লক্ষ্য করেছেন যে, প্রযুক্তি ও তথ্য বিপ্লবের কারণে আমাদের পৃথিবীর মানুষ ও দেশগুলো পূর্বের যে কোনো সময়ের তুলনায় অনেক কাছাকাছি চলে এসেছে, অর্থনীতি ও সংস্কৃতি ক্রমশই পরস্পর নির্ভরশীল হয়ে পড়েছে। বিশ্বায়নের সবচেয়ে ইতিবাচক দিক হচ্ছে, বিপরীতধর্মী কিংবা বৈচিত্র্যপূর্ণ বিভিন্ন সমাজকে তা একধরনের ঐক্যসূত্রে গাঁথতে পেরেছে। তারা সামগ্রিকভাবে হয়ে উঠেছে 'বিশ্বগ্রাম' (World Bank, 2002:15)। পৃথিবীর বিভিন্ন দেশে সংস্কৃতির মধ্যে মিথস্ক্রিয়ার কারণেই এটি সম্ভব হয়েছে। তবে এই মিথস্ক্রিয়ার কাজটি স্বাভাবিক প্রক্রিয়ায় ঘটেনি। ক্ষমতাবান, আধিপত্যকারী কিছু রাষ্ট্র ও বিশ্বজুড়ে ছড়িয়ে পড়া হাতেগোনা কয়েকটি বাণিজ্যিক সংস্থার মুনাফা অর্জনের লক্ষ্যই প্রক্রিয়াটিকে গতিশীল করে তুলেছে। পৃথিবীর দরিদ্র জাতি-রাষ্ট্রগুলোর অর্থনীতি ও রাজনীতি তাদের দ্বারাই নিয়ন্ত্রিত হচ্ছে। বাংলাদেশের দিকে তাকালেও আমরা এর সত্যাসত্য বুঝতে পারবো।

বর্তমান বাংলাদেশের অর্থনৈতিক, সামাজিক, সাংস্কৃতিক, রাজনৈতিক এমনকি শিক্ষাক্ষেত্রেও বিভিন্ন সংস্কার কর্মসূচীগুলোর দিকে দৃষ্টি দিলে আমরা দেখি, এগুলোর অধিকাংশই হয় বিশ্বব্যাপক নতুবা আর্ন্তজাতিক মুদ্রা তহবিল (আইএমএফ) কিংবা যুক্তরাষ্ট্রের প্রেসক্রিপশন অনুযায়ী সাধিত হচ্ছে। তাদের পরামর্শ অনুযায়ী সংস্কার কর্মসূচী হাতে না নিলে সরকারকে ঋণ, অনুদান ইত্যাদির অর্থ আটকে দেয়ার হুমকি দেয়া হয়েছে, এমন উদাহরণ বিরল নয়। আর বর্তমান বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সবচেয়ে সুবিধাভোগী অংশ হিসাবে উল্লিখিত রাষ্ট্র ও বহুজাতিক কর্পোরেশনগুলোকেই দায়ী করছেন বিশেষজ্ঞরা (Weiss, 1998: 117)। এ কারণেই বলা হয় বিশ্বায়ন হচ্ছে একটি জটিল বিষয়। এর মধ্যে আমরা বিপরীতধর্মী শক্তির সংঘাত ও সহাবস্থান দুই-ই লক্ষ্য করি। একদিকে বিশ্বায়ন ব্যাপক অর্থনৈতিক ও প্রায়ুক্তিক বিস্তারকে সম্ভব করে তুলেছে, অন্যদিকে তা অসমতা, সামাজিক ও সাংস্কৃতিক অস্থিরতা এবং ব্যক্তিক বিচ্ছিন্নতাবোধের জন্ম দিয়েছে। বিশেষজ্ঞদের মতে, বিশ্বায়নের অভিঘাত কেমন হবে তা নির্ভর করে কোন দেশ এক্ষেত্রে কেমন প্রস্তুতি গ্রহণ করেছে তার উপর। গবেষকরা মনে করেন, 'যারা সামাজিক ও অর্থনৈতিক জোর প্রস্তুতি নিতে পারছে তারাই বিশ্বায়নের যুগে ভালো করছে, প্রতিযোগিতায় টিকতে পারছে। আমাদের মতো দেশে (বাংলাদেশ) সুশাসনের ঘাটতির কারণে সেরকম প্রস্তুতি গৃহীত হয় নি এবং এখনও হচ্ছে না। ফলে সুবিধার চেয়ে বৃহত্তর জনগোষ্ঠীর জন্য অসুবিধাই বেশি হচ্ছে' (রহমান, ২০০৩:২৬)।

সুতরাং বোঝা যাচ্ছে, বিশ্বায়ন সুবিধা বয়ে এনেছে বা আনবে উন্নত দেশসমূহ এবং তাদের অনুগত বিভিন্ন সংস্থাগুলোর জন্য (Hertz, 2002:48)। যদিও বিশ্বায়নের পক্ষে-বিপক্ষে উঠে আসছে নানান মত, তারপরও বিশ্বায়নকে না বলা বিশ্বের কোনো দেশের পক্ষেই বর্তমানে সম্ভব নয় বলে বিশেষজ্ঞরা মনে করেন (Hirst and Grahame, 1999:53)। তবে একটা কথা অস্বীকার করার কোন উপায় নেই যে, বর্তমান বিশ্বায়ন প্রক্রিয়া প্রতিষ্ঠিত হওয়ার পিছনে গণমাধ্যম তথা যোগাযোগ প্রযুক্তির উন্নয়নের একটি গুরুত্বপূর্ণ সম্পর্ক রয়েছে। গবেষকরা এ বিষয়ে একমত পোষণ করে বলেন, ‘জাতীয় সীমানা অতিক্রমী জ্ঞান প্রক্রিয়ার সঙ্গে বিশ্বায়নের অনুভবযোগ্য দিকগুলোর আপাত সম্পর্ক এতটাই প্রত্যক্ষ বলে মনে হয় যে, বিশ্বায়ন সংক্রান্ত যেকোনো প্রসঙ্গে গণমাধ্যম না এসে পারে না। কিন্তু ‘বিশ্বায়ন’-এর মতই বিশ্বায়ন-গণমাধ্যম সম্পর্ক এরকম একমাত্রিক নয়। গণমাধ্যম কীভাবে বিশ্বায়নের আধার কিংবা আধেয় কিংবা এর উল্টোটাই কীভাবে বাস্তবায়িত হচ্ছে তা আজকের প্রেক্ষাপটে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ বিষয়’ (ডেরা, ২০০২:২৬)।

ডেরার মতো লার্বাসও মনে করেন, ইলেকট্রনিক্স ও কম্পিউটারের একীভূতিকরণ এবং যোগাযোগ প্রযুক্তির বিস্তারই এখনকার পৃথিবী তথা বিশ্বায়িত এই পৃথিবী সৃষ্টির ভিত্তি। ‘একদিকে কম্পিউটার এবং ইলেকট্রনিক্সের একীভূতিকরণ, অন্যদিকে বিশ্বব্যাপী যোগাযোগ প্রযুক্তির অভূতপূর্ব বিস্তার এবং এই দুয়ের সমন্বয়ই হলো বিশ্বায়িত পৃথিবীর ভিত্তি যাকে টফলার আখ্যায়িত করেছেন, ‘তৃতীয় মাত্রা’ হিসাবে। প্রতিনিয়ত নয়া তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির প্রভাবের সঙ্গে মানুষের মনোজাগতিক দৃন্দ এবং স্পুটনিক, সযুজ, এ্যাপোলো ইত্যাদি নভোযানের কার্যক্রম নতুন এক বিশ্বের আগমনী বার্তা ঘোষণা করছে। সিএনএন এবং ইন্টারনেটই হয়ে উঠেছে বর্তমানে প্রচলিত বিশ্ব ব্যবস্থার অন্যতম উৎস। পুঁজি এবং প্রযুক্তির প্রবাহ আমাদের সামনে তথ্য ও যোগাযোগ যুগের আবির্ভাব সম্পর্কে ক্রমাগত কড়া নাড়ছে। বলা হচ্ছে যে, নয়া তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তির সমন্বয় আজ এক বিশ্ব ব্যবস্থা, এক বিশ্ব সম্প্রদায়ের সৃষ্টি করে চলেছে’ (Lubbers, 2000:15)।

বিশেষজ্ঞরা তাই মনে করেন, বিশ্বায়ন প্রক্রিয়াকে বোঝার জন্য আমাদের অবশ্যই যোগাযোগের দিকে নজর দিতে হবে। আলী রিয়াজের মতে, ‘গ্লোবলাইজেশনের সঙ্গে যোগাযোগের এই অঙ্গঙ্গী সম্পর্কের কারণেই গ্লোবলাইজেশন যোগাযোগ ও সমাজের মধ্যকার পুরোনো সম্পর্কগুলো বদলে দিয়েছে ও দিচ্ছে এবং তার জায়গায় নতুন ধরনের সম্পর্ক সৃষ্টি করেছে। সমাজ ও যোগাযোগের এই নতুন সম্পর্কের রয়েছে নানা দিক’ (রিয়াজ, ২০০৪: ৩৪)।

আবার অনেকের মতে, যোগাযোগ মাধ্যম হিসেবে বিশ্বায়নের একটি সক্রিয় এজেন্ট হলো গণমাধ্যম (Soros, 1998: 231)। বাংলাদেশের মতো একটি বিকাশমান অর্থনৈতিক এবং গণতান্ত্রিক দেশে বিশ্বায়নের অভিঘাত বহুলাংশে প্রতীয়মান হয় গণমাধ্যমের মাধ্যমে। বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সঙ্গে সমগ্র বিশ্বের মত বাংলাদেশেরও ভবিষ্যত আর্থ-সামাজিক, রাজনৈতিক, সাংস্কৃতিক সম্ভাবনা জড়িয়ে আছে ব্যাপকভাবে।

এরকম পরিস্থিতিতে বিশ্বায়নের এজেন্ট হিসেবে গণমাধ্যম কি আমাদের দেশ, সমাজ, মানুষকে পণ্যে পরিণত করে উন্নত বিশ্ব এবং তাদের অনুগত বহুজাতিক কর্পোরেশনসমূহের স্বার্থ চরিতার্থ করার জন্য কাজ করছে, নাকি বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার সুফল পাওয়ার লক্ষ্যে সমাজ, রাষ্ট্র এবং জাতিকে সচেতন করছে, পথ নির্দেশনা দিচ্ছে, সেটা পর্যালোচনা করা অত্যন্ত জরুরি। আন্দ্রে স্কলকেই মনে করেন, ‘বিশ্বের অপরাপর দেশগুলোর মতো উন্নয়নশীল ও অনুন্নত বিশ্বেও সমাজ পরিবর্তনের একটি শক্তিশালী এজেন্ট হিসাবে গণমাধ্যম কাজ করে। ফলে বিদ্যমান সমাজ ব্যবস্থায় নতুন কিছু সংযোজন করা কিংবা সমাজ ব্যবস্থার মোড় ঘুরিয়ে নতুন পথে পরিচালনার ক্ষেত্রে গণমাধ্যমের রয়েছে বিস্তৃত ভূমিকা’ (Skolkey, 2004:32)।

কিন্তু গণমাধ্যমে বিশ্বায়নের এই চিত্রায়ন কেমন সেটা সুস্পষ্ট নয়। বিশেষজ্ঞদের মতে, বিশ্বায়ন এবং এর প্রভাবের বিষয়টি যেভাবে গণমাধ্যমে চিত্রায়িত হয় সেটা সুস্পষ্ট নয়। আর তাই গণমাধ্যম বিশ্বায়ন সম্পর্কিত

আধেয়কে কীভাবে উপস্থাপন করে সেটা বোঝা অত্যন্ত জরুরি। যোগাযোগ গবেষণা থেকে আমরা সুস্পষ্টভাবে বুঝতে পারি যে, গণমাধ্যমের উপস্থাপনা জনগণের দৃষ্টিভঙ্গিকে প্রভাবিত করে যা পরবর্তী সময়ে বৃহত্তর প্রেক্ষাপটে জনস্বার্থ সম্পর্কিত নীতিমালাকে প্রভাবিত করে থাকে (Ohmae, 1990:27)। বিশ্লেষণ করলে দেখা যায়, মূলধারার গণমাধ্যমগুলোতে বিশ্বায়নের চিত্রায়ন ইতিবাচক-নেতিবাচক এই দুইভাবেই উঠে এসেছে। অনেকে মনে করেন, গণমাধ্যমগুলো সাধারণত বিশ্বায়নকে ইতিবাচকভাবেই তুলে ধরেছে (Ohmae, 1990:16)। আবার কেউ কেউ মনে করেন, বিশ্বায়ন সম্পর্কিত বার্তা তুলে ধরার ক্ষেত্রে গণমাধ্যমের ভূমিকা নেতিবাচক। গণমাধ্যম তার উপস্থাপনার মাধ্যমে বিশ্বায়নকে একটি চাঞ্চল্যকর ইস্যু হিসেবে তুলে ধরে যার ধরন সাধারণত নেতিবাচক (Hirst and Grahame, 1999: 89)। বর্তমান নিবন্ধে বাংলাদেশের মূলধারার গণমাধ্যমগুলোতে বিশ্বায়ন চিত্রণের গতিপ্রকৃতি কেমন তার স্বরূপ অন্বেষণের লক্ষ্যে একটি তাত্ত্বিক পর্যালোচনা উপস্থাপন করা হয়েছে।

### গবেষণা পদ্ধতি

বর্তমান প্রবন্ধটি একটি পর্যালোচনামূলক প্রবন্ধ যা অধিকাংশ ক্ষেত্রেই মাধ্যমিক উৎস থেকে প্রাপ্ত তথ্য নির্ভর। গণযোগাযোগ গবেষণার ক্ষেত্রে মাধ্যমিক উৎস হতে প্রাপ্ত তথ্যের বিশ্লেষণ একটি গুরুত্বপূর্ণ পদ্ধতি হিসেবে বিবেচিত হয়ে আসছে। বর্তমান প্রবন্ধটির উদ্দেশ্যের সাথে সামঞ্জস্য রেখে বিভিন্ন মাধ্যমিক উৎস যেমন, বই, জার্নাল, ম্যাগাজিন, পত্রিকায় প্রকাশিত রিপোর্ট, ওয়েবসাইট থেকে প্রাপ্ত তথ্যের বিশ্লেষণের মাধ্যমে প্রবন্ধটির অবয়ব নির্মিত হয়েছে। প্রাপ্ত তথ্যের মাধ্যমে গণমাধ্যম ও বিশ্বায়নের আন্তঃসম্পর্ক সম্পর্কে একটি সুস্পষ্ট ধারণা বেরিয়ে এসেছে। এছাড়া, বাংলাদেশের মূলধারার গণমাধ্যমগুলোতে বিশ্বায়ন চিত্রণের গতিপ্রকৃতি সুস্পষ্টভাবে গবেষণার বিশ্লেষণ থেকে বেরিয়ে এসেছে।

### বিশ্বায়ন: সংজ্ঞা-পাঠ থেকে ধারণায়ন

ওহমের মতে, ‘রাষ্ট্রের অধীনে অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ড পরিচালনার দিন শেষ হয়ে গেছে। জাতি-রাষ্ট্র এখন অতি দ্রুততার সাথে তার প্রকৃতিগত সত্তা হারাচ্ছে, হয়ে উঠছে অকার্যকর ... রাষ্ট্র এখন এক মৃত্যুপথযাত্রী ‘ডাইনোসর’ (Ohmae, 1995:27)। বিশ্বায়নের প্রবল দাপটে জাতি- রাষ্ট্রের ধারণা ধীরে ধীরে বিলুপ্ত হতে চলেছে। যুক্তি দেখানো হচ্ছে, বিশ্বায়ন প্রক্রিয়া সত্যিকার অর্থেই এক বিশ্ব অর্থনীতির জন্ম দিয়েছে। বহুজাতিক কোম্পানি ও পুঁজিবাজার এই বিশ্ব অর্থনীতিকে নিয়ন্ত্রণ করছে। রাজনৈতিক সীমা-পরিসীমার ধারণা ও অস্তিত্ব আজ প্রায় অপ্রাসঙ্গিক হয়ে গেছে। এমনকি এটাও দাবি করা হচ্ছে যে, জাতীয় পর্যায়ে নীতি-পলিসি গ্রহণের বিষয়টি এখন সেকেলে ধারণায় পর্যবসিত হয়েছে। কিন্তু কী সেই জাদুর কাঠি যাকে আমরা চিহ্নিত করছি ‘বিশ্বায়ন’ হিসেবে।

প্রকৃতপক্ষে বিশ্বায়নের ধারণা নির্মাণ করা খুব সহজ নয়। বহুল আলোচিত হওয়া সত্ত্বেও এটি সম্বন্ধে বোধগম্যতার পরিমাণ খুবই কম। তারপরও বিশ্বায়ন সম্পর্কিত আলাপ-আলোচনা বিশ্বব্যাপী আজ রীতিমতো একটি ফ্যাশনে পরিণত হয়েছে। পল হাষ্ট ও গ্রাহাম থমসন এ ফ্যাশন সম্পর্কে বলেন, ‘সময়ের সাথে সাথে বিশ্বায়ন আজ সমাজবিজ্ঞানের একটি অন্যতম আলোচ্য বিষয়ে পরিণত হয়েছে। ব্যবস্থাপনা সংক্রান্ত ধ্যান-ধারণা বা অনুশাসনের সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ মর্মবস্তুতে পরিণত হয়েছে এবং গণমাধ্যমকর্মী ও রাজনৈতিক নেতৃবৃন্দের জন্য প্রতিটি পদক্ষেপেই এটি একটি কার্যকরী স্লোগানে পরিণত হয়েছে’ (Thomas, 2000:43)। বিংশ শতাব্দীর ষাটের দশকের শেষের দিকে ‘ক্লাব অব রোম’ অর্থনৈতিক উন্নয়ন বিষয়ে পাস্চাত্য মডেলের সীমাহীন প্রবৃদ্ধি সম্পর্কে যে-কথা ঘোষণা করে, তাকেই বিশ্বায়নের সূচনাকাল বলা যায়। পুঁজিবাদী বিশ্ব এর প্রবর্তক। বলা যায়, গত শতাব্দীর নবম দশকে এই রীতি সারা বিশ্বে আলোড়ন তৈরি করে (O’ Brian et.al., 2000:66)। ইদানিং বিশ্বায়ন শব্দটি একটি সত্তা পদবাচ্যে পরিণত হয়েছে। বহুল ব্যবহৃত এ শব্দ বা

ধারণার তেমন কোনো উপযুক্ত সংজ্ঞা নেই। যথাযথ সংজ্ঞা না থাকায় ধারণাটির সঠিক ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ দাঁড় করানো তাই বেশ কঠিন। বিশ্বায়ন সম্পর্কে কোনো সাধারণ বা গ্রহণযোগ্য মতামত নেই। কেননা, একেক জনের কাছে বিশ্বায়নের অর্থ একেক রকম। ব্যাপক অর্থে, বিশ্বায়ন বলতে বিভিন্ন দেশের সমাজ, অর্থনীতি, রাজনীতি ও সংস্কৃতির সকল ক্ষেত্রে একত্রিত হওয়ার তীব্র প্রবণতাকে বোঝায়। অন্য অর্থে বললে, বিশ্বায়ন এমন এক বিশ্বের ধারণাকে তুলে ধরে যেখানে জটিল সামাজিক, রাজনৈতিক, অর্থনৈতিক ও সাংস্কৃতিক প্রক্রিয়াগুলোর ত্রিাশীলতার ক্ষেত্রে রাষ্ট্রীয় সীমান্ত বা জাতীয় সীমারেখার কোনো ভূমিকা থাকবে না (Singh, 2005:52)।

বিদ্যায়তনিক মহলে বিশ্বায়ন তথা সমাজ, অর্থনীতি, রাজনীতি ও সংস্কৃতির একত্রীকরণ প্রবণতাকে বোঝাতে নানান ধরনের শব্দ ব্যবহৃত হয়। যেমন: Globality, Globaloncy, Internationalization বা আন্তর্জাতিকীকরণ, Universalization বা বৈশ্বিকীকরণ, Westernization বা পশ্চিমীকরণ, Americanization বা মার্কিনীকরণ, Transnationalization বা বহুজাতিকীকরণ, Deterritorialization বা বি-পরিসীমাকরণ ইত্যাদি।

বিশ্লেষকরা সাধারণত বিশ্বায়নকে অর্থনৈতিক ধারণার সাথে সম্পৃক্ত করে বুঝতে চেষ্টা করেন। তাঁরা রাজনীতি, ইতিহাস, সংস্কৃতি, পরিবেশ কিংবা সমাজের সাথে বিশ্বায়নের সম্পর্ক তুলে ধরেন না। তাদের মতে, বিশ্বায়ন একটি অর্থনৈতিক সংস্কার কর্মসূচি, অর্থনৈতিক সম্পর্ক প্রয়োজনের খাতিরে বিবর্তিত হয়। অর্থনৈতিক প্রবৃদ্ধি, মানুষের জীবনের মানোন্নয়ন, দারিদ্র বিমোচন, ব্যবসা-বাণিজ্য বৃদ্ধি, শিল্পায়ন এবং কর্মক্ষেত্রের পরিবেশ উন্নয়নের লক্ষ্যে বিশ্বব্যাপক ও তার সহযোগী সংস্থা-আন্তর্জাতিক মুদ্রা তহবিল একটি নতুন অর্থনৈতিক ব্যবস্থা প্রবর্তনের সুপারিশ করেন। আর্থিক সংস্কারের এই নতুন কর্মসূচি বিশ্বায়ন নামে পরিচিত (ভূঁঞা, ২০০১:২৩)। আবার অনেকেই বিশ্বায়নকে শুধুমাত্র অর্থনৈতিক পরিসীমার মধ্যে সীমাবদ্ধ রাখতে নারাজ। এছাড়া গিডেন্স বিশ্বায়নের ব্যাখ্যায় বলেন, 'বিশ্বায়ন হলো রাজনৈতিক, প্রায়ুক্তিক, সাংস্কৃতিক এবং একই সঙ্গে অর্থনীতির সমন্বয়। বিশ্বায়ন হলো একটি সাম্প্রতিক এবং বৈপ্লবিক ধারণা যা পুঁজির অবাধ এবং আন্তর্জাতিক বিনিময়ের মাধ্যমে ক্রমান্বয়ে দৃঢ় থেকে দৃঢ়তর হচ্ছে। যোগাযোগ প্রযুক্তির নাটকীয় উন্নতির ফলে বিশ্বায়ন আরো অনেক সহজতর হয়েছে যা ক্রমান্বয়ে কম্পিউটারভিত্তিক তথ্য বিনিময় ব্যবস্থার মাধ্যমে আরো গতিশীলতা লাভ করবে' (সুলতানা, ২০০৩:৪৫)।

বিশ্বায়নের বিশ্লেষণের ক্ষেত্রে যদি অর্থনীতি হয় তবে এর মূল ফোকাস থাকে পুঁজি, উৎপাদনের ট্রান্সন্যাশনাল ফর্ম, একীভূত অর্থনীতি, পারস্পরিক-নির্ভর বাণিজ্য। বিশ্বজুড়ে আদর্শ হিসাবে একে গ্রহণযোগ্য করে তোলার যে চেষ্টা তার পেছনে ত্রিাশীল মুক্ত বাণিজ্যের দর্শন। এডওয়ার্ড এস. হারম্যানের মতে, 'বিশ্বায়ন হলো আসলে দেশীয় সীমার উর্ধ্বে শিল্প কর্পোরেশনের প্রসারতা এবং আন্তঃসীমাভিত্তিক অর্থনৈতিক সুবিধা ও সম্পর্কের এক সংযুক্ত প্রক্রিয়া যা ক্রমাগত পরিবর্তনের মধ্য দিয়ে দ্রুত পরিণতি লাভ করেছে। সমস্ত বিশ্বজুড়ে এই মতাদর্শকে গ্রহণযোগ্য করে তোলার যে চেষ্টা তার পেছনে ত্রিাশীল মুক্তবাণিজ্যের দর্শন। এই মুক্ত বাণিজ্যের অশ্বমেধ ঘোড়াকে বাধামুক্ত করতে এর অনুসারী কিছু দর্শনকেও বিশ্বজুড়ে ছড়িয়ে দেবার চেষ্টা চলছে, যেকোনো রকম প্রতিরোধ শক্তিকে প্রতিহত করার জন্য (চট্টোপাধ্যায় ও ঘোষ, ২০০২:২২)।

বিশ্বায়নকে বলা হচ্ছে অর্থনৈতিক ও সাংস্কৃতিক জীবনের ক্রমবর্ধমান পরাজাতীয়করণ, যার ফলে সৃষ্টি হয়েছে এক বিশ্ব সীমানা, এক বিশ্ব সম্প্রদায়। স্ট্যানলি জে. ব্যারান এবং ডেনিস আর. ডেভিস এর মতে, 'বিশ্বায়ন হলো সামাজিক প্রতিষ্ঠানের ক্রমবর্ধমান পরাজাতীয়করণ যা ভৌগোলিক, রাজনৈতিক এবং সাংস্কৃতিক সীমানাকে অবলুপ্ত করেছে' (Barran et.al., 1984:68)। এইচ. ভিম বিশ্বায়ন সম্পর্কে বলেন, 'বিশ্বায়ন হলো

উৎপাদিত পণ্যের বৈশ্বিক বাজারজাতকরণের মাধ্যমে একটি বৈশ্বিক বাজার গড়ে তোলা এবং বিশ্বব্যাপী একটি সুনির্দিষ্ট অর্থনৈতিক নীতিকে কার্যকর হিসাবে প্রতিষ্ঠিত করা' (Hveem, 1998:74)।

যদিও বিশ্বায়নকে বিশেষজ্ঞরা ভিন্ন ভিন্ন দৃষ্টিকোণ থেকে ব্যাখ্যা করেছেন তারপরও অনেকে মনে করেন, 'বিশ্বায়ন' কে কোনো সুনির্দিষ্ট বিষয় দ্বারা সংজ্ঞায়িত করা সম্ভব নয়। কারণ এটা আমাদের সমগ্র জীবন ব্যবস্থার সাথেই জড়িয়ে আছে ওতোপ্রোতভাবে। কেলভিন রবিনস্ মনে করেন, 'বিশ্বায়ন একই সাথে জটিল, অস্পষ্ট, বৈপরীত্যপূর্ণ ও অনিশ্চিত একটি প্রক্রিয়া' (Robins, 1997: 51)। একই ধরনের মন্তব্য করেন জে. এ. স্কলট। তিনি মনে করেন, 'বিশ্বায়নের পরিসর এতই বৃহৎ এবং বিস্তৃত যে, এটাকে সুনির্দিষ্টভাবে সংজ্ঞায়িত বা ব্যাখ্যা করা অত্যন্ত কঠিন' (Scholte, 1997:44)।

বিশেষজ্ঞদের অনেকেই তাই চেষ্টা করেছেন বিশ্বায়নকে বিস্তৃত পরিসরে তুলে ধরতে। তারা বিশ্বায়নকে ব্যাখ্যা করতে চেয়েছেন এর প্রভাব ছুঁয়ে গেছে এরকম দিকগুলোর সম্মিলনের মাধ্যমে। আবুল কালাম বিশ্বায়নের সরাসরি প্রভাব পড়ে এরকম চারটি দিককে সুনির্দিষ্ট করেছেন, যথা –

- ক. প্রায়ুক্তিক বিশ্বায়ন;
- খ. অর্থনৈতিক বিশ্বায়ন;
- গ. সাংস্কৃতিক বিশ্বায়ন;
- ঘ. পরিবেশগত বিশ্বায়ন (Kalam, 2002: 32)।

আর বর্তমান সময়ে খ্যাতিমান মিডিয়া বিশেষজ্ঞ ও ভাষাবিদ নোয়াম চমস্কি বিশ্বায়নকে এক বাক্যে অভিহিত করেছেন, 'বহুজাতিক কর্পোরেশনগুলোর শোষণের একটি মহোৎসব' বলে। তাঁর মতে, 'বিশ্বায়নকে আমি আন্তর্জাতিকীকরণেরও অধিক কিছু বলবো। এ হলো বাণিজ্য সংস্থার দুঃশাসন। এরা হলো বিশাল কর্পোরেশন এবং অত্যাচারী ও সম্মিলিত এক গোষ্ঠী। বিপুল অর্থের মালিক এই জগৎশেঠরা নানাবিধ উদ্দেশ্যে একে অপরের সঙ্গে গ্রথিত। এদের কোনো জবাবদিহিতা নেই। তাদের মূল আগ্রহ মুনাফা' (ওমর, ২০০৩: ৯৪)।

বিশেষজ্ঞদের বিশ্বায়ন সম্পর্কিত ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণের রেশ ধরে বলা যায়, বিশ্বায়নকে দেখতে হবে আধুনিক পুঁজিবাদের বিস্তৃত প্রেক্ষাপটে। তা না- হলে এ সংক্রান্ত যেকোনো ব্যাখ্যা-বিশ্লেষণ অসম্পূর্ণ থেকে যাবে। আবার এটাও মনে রাখা দরকার যে, গত শতাব্দীর ৭০-এর দশকের শুরু থেকে পুঁজিবাদ নানা ধরনের কাঠামোগত সংকটের মধ্য দিয়ে অগ্রসর হচ্ছে। সাম্প্রতিক সময়ে অর্থনৈতিক বিশ্বায়নের দুটি গুরুত্বপূর্ণ দিক লক্ষ করা যায়-উৎপাদন প্রক্রিয়ার বিশ্বায়ন (যা বাণিজ্য, উৎপাদন ও প্রকৃত অর্থনীতির সাথে সম্পর্কিত) এবং লগ্নি পুঁজির বিশ্বায়ন (Rodrick, 1997:23)। মূলত ৭০-এর দশকের শুরুতে ব্রেটন উডস ব্যবস্থা ভেঙ্গে পড়ার পর পরই উল্লিখিত দুটি প্রবণতা অসম্ভব গতিশীল হয়ে পড়ে। এই ব্যবস্থার আদর্শিক ভিত্তি নয়া-উদারনৈতিকতাবাদ ইতোমধ্যেই ব্যাপকভাবে গ্রহণযোগ্যতা পেয়েছে। এই মতবাদের মূলকথা হলো-রাজস্ব ক্ষেত্রে মিতব্যয়িতা, বি-নিয়ন্ত্রণ, বেসরকারিকরণ ও উদারীকরণ (Robinson, 1997:54)। যোগাযোগ ও তথ্য-প্রযুক্তির ক্ষেত্রে যে ব্যাপক উন্নয়ন ঘটেছে তার ফলাফল হিসাবে 'বাণিজ্য' ও 'পুঁজি' এখন আন্তঃরাষ্ট্রীয় সীমারেখা অতিক্রম করতে সক্ষম হয়েছে (Rugman, 2000:75)।

নয়া-উদারনৈতিকতাবাদী দৃষ্টিভঙ্গীর আলোকে বিশ্বায়নকে যেভাবে চিত্রিত করা হয় বাস্তবে কিন্তু তেমনটা দেখা যায় না। নয়া-উদারনৈতিক ধারণার বিপরীতে প্রকৃত সত্য হলো, বিশ্বায়ন কোনো প্রাকৃতিক কিংবা স্বয়ংক্রিয় প্রক্রিয়া নয়। উপরন্তু, বহুজাতিক পুঁজির সাথে রাষ্ট্র নামক প্রতিষ্ঠানটির জটিল ও সক্রিয় সম্পর্কই বিশ্বায়নের আকার ও পরিধি নির্ধারণ করে থাকে (Singh, 1998:56)।

গণমাধ্যম ও বিশ্বায়ন: সামগ্রিক পর্যালোচনা

বিশ্বায়ন এবং এর বিপরীতে যে সামাজিক আন্দোলন তা বোঝার জন্য গণমাধ্যম এবং নয়া তথ্য ও যোগাযোগ প্রযুক্তি অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ। বহুজাতিক কর্পোরেশন এবং বিভিন্ন বেসরকারি প্রতিষ্ঠান (যেমন- এনজিও) তাদের দৈনন্দিন কার্যক্রম পরিচালনার জন্য প্রতিনিয়তই গণমাধ্যমের উপর নির্ভর করে থাকে। স্থানীয় ও আঞ্চলিক গোষ্ঠী যারা বৈশ্বিক প্রতিষ্ঠানগুলোকে বিভিন্ন কর্মকাণ্ড বাস্তবায়নের ক্ষেত্রে বাধা দেয় বা প্রতিহত করে তাদের জন্যও গণমাধ্যম একটি কার্যকর হাতিয়ার (Baran and Davis, 2003: 98)।

অনেক বিশেষজ্ঞই মনে করেন, আধিপত্যশীল কর্পোরেট সংস্থাগুলো এবং ধনিক দেশগুলো বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার অন্যতম সুবিধাভোগী অংশীদার এবং এক্ষেত্রে তারা ডব্লিউটিও, আইএমএফ, ওয়ার্ল্ড ব্যাংক ইত্যাদি আধিপত্যশীল বাণিজ্যিক প্রতিষ্ঠানগুলোকে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়াকে আরও ত্বরান্বিত করার জন্য প্রয়োজনীয় সাহায্য সহযোগিতা করে থাকে। বিশ্ব জনগণের একটি বিশাল অংশই যখন বিশ্বায়নের নামে বহুজাতিক কর্পোরেশন আর পুঁজিবাদী দেশগুলোর বাণিজ্যিক স্বার্থের বিরুদ্ধে, তখন বিশ্বের প্রাধান্যশীল মূলধারার গণমাধ্যমসমূহ তাদের সংবাদ-সম্পাদকীয় ইত্যাদির মাধ্যমে কর্পোরেশনগুলোর সাথে সুর মিলিয়ে বর্তমানে ক্রিয়াশীল ‘বিশ্বায়নের’ পক্ষে প্রচারণা চালাচ্ছে। অনেকের মতে, বিশ্বায়নের পক্ষে গণমাধ্যমের এই প্রচারণার পেছনে নিহিত মূল কারণ বৈশ্বিকভাবে বিজ্ঞাপনের প্রসার। ম্যাকচেজনির ভাষায়, বাজারের নিয়ম অনুসরণ করে এবং বাজারকে সম্প্রসারিত করার লক্ষ্যেই বৈশ্বিক বাণিজ্যিক মিডিয়াগুলো সেইসব ভোগবাদী জনসমষ্টির পক্ষে প্রচারণা চালাতে আগ্রহী যারা সামাজিক ও রাজনৈতিক চিন্তা-চেতনা এবং কাজকর্মের চেয়ে ভোগবাদী চেতনাতেই বেশি স্বাচ্ছন্দ্যবোধ করে... তাই বর্তমানের বিশ্ব বাণিজ্যিক মিডিয়া সমাজের ক্ষমতাবান ও এলিট শ্রেণীর প্রয়োজন ও আগ্রহের বিষয়টি বিবেচনা করে সাংবাদিকতার চর্চা করে ... মুদ্রণ ও সম্প্রচার মাধ্যম উভয়ই এমন সংবাদ তুলে ধরে যা বিজ্ঞাপনদাতাদের স্বার্থকে সম্মুখ রাখবে (McChesney, 2000, উদ্ধৃতি, মামুন, ২০০২: ৬৩-৭৬)।

প্রকৃতপক্ষে, বিজ্ঞাপনদাতাদের পছন্দ-অপছন্দের উপর গণমাধ্যমের সফলতা ও ব্যর্থতা অনেকাংশে নির্ভর করে। জেমস কারান এবং ডব্লিউ সিয়েটল মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের অভিজ্ঞতা তুলে ধরে বলেছেন, বিজ্ঞাপনদাতারা মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রে প্রকারান্তরে লাইসেন্স প্রদানকারী কর্তৃপক্ষে পরিণত হয়েছে। কারান বিজ্ঞাপনদাতাদের সমর্থন না পেলে গণমাধ্যমের পক্ষে অর্থনৈতিকভাবে টিকে থাকা সম্ভব হয় না (Kurran and Seatol, 1979, উদ্ধৃতি, মামুন, ২০০৩: ৬৯-৭০)। আর এই বিজ্ঞাপনদাতারা, যারাই আবার বিভিন্ন বহুজাতিক কর্পোরেশনের মালিক এবং সেই সূত্রে তারাই বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ারও সবচেয়ে সুবিধাভোগী অংশীদার বলে বিশেষজ্ঞরা মনে করেন। গবেষকদের মতে, “মিডিয়া প্রতিষ্ঠান টিকে থাকবে কি থাকবে না চূড়ান্ত অর্থে তা ক্রেতার সিদ্ধান্তের উপর নয় বরং বিজ্ঞাপনদাতাদের উপর নির্ভর করে। মূলত বৈশ্বিক বাণিজ্যিক মিডিয়া সিস্টেম গড়ে উঠেছে বড় বড় কর্পোরেশনের বিপণন অর্থ এবং সেই সূত্রে তাদের উপযোগী মতাদর্শ প্রচারের জন্য। আর এ কারণেই বাজার অর্থনীতির কর্তাদের সাথে মিডিয়ার সম্পর্ক অতি ঘনিষ্ঠ” (মামুন, ২০০৩: ৬৯)।

রবার্ট ডব্লিউ ম্যাকচেজনি মনে করেন, বিজ্ঞাপন বাজারের ক্রমবর্ধমান প্রসারই বৈশ্বিক মিডিয়া বাজার গড়ে ওঠার ক্ষেত্রে সবচেয়ে গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা রেখেছে। ... অর্থনীতিতে বিশ্বায়নের করাল খাবা পড়ার সাথে সাথেই বিশ্ব অর্থনীতিতে আধিপত্যকারী গুটি কয়েক প্রতিষ্ঠানের স্বাধ রক্ষার্য গুরুত্বপূর্ণ ভূমিকা পালন করে বিজ্ঞাপন। উদাহরণ হিসাবে বলা যায়, ১৯৯৫ সালে পৃথিবীর আটটি বৃহৎ ভোগ্যপণ্য উৎপাদনকারী প্রতিষ্ঠান তাদের মোট ব্যয়কৃত ৩০০ বিলিয়ন ডলার থেকে শুধু বিজ্ঞাপন প্রচারের জন্যই ব্যয় করে ২৫ বিলিয়ন ডলার। এই পরিসংখ্যান পৃথিবীর যেকোনো দেশের মাথাপিছু জিডিপি বাড়ার তুলনায় বেশি (McChesney, 1998, উদ্ধৃতি, মামুন, ২০০৩: ৬৯)।



কোনো কোনো বিশেষজ্ঞ মনে করেন, মিডিয়া অন্যান্য ব্যবসার চেয়ে আলাদা কিছু নয়। মুনাফাটাই তাদের কাছে মুখ্য। আর অটেল মুনাফার পথ নির্বিঘ্ন করতে তাদের প্রয়োজন হয় ক্রয়মনস্ক ভোক্তা-শ্রেণী নির্মাণ মামুন, ২০০৩:৭০)। আর এই ভোক্তাশ্রেণী নির্মাণের পথকে প্রশস্ত করে দেয় বিশ্বায়ন। গণমাধ্যমে নানাবিধ পণ্যের প্রচার-প্রসারের মাধ্যমে নিজেদের তথা মালিক, বিজ্ঞাপনদাতা, বহুজাতিক কর্পোরেশন এবং ক্ষমতাবানদের স্বার্থ হাসিল করে বলেও গণমাধ্যম সমালোচকরা মনে করেন। ক্রিস সমি'র মতে, মিডিয়া অন্যান্য কর্পোরেশনের মতোই মুনাফা লাভের জন্য ক্রেতার কাছে পণ্য বিক্রি। মোটাদাগে মনে হতে পারে সংবাদ ও বিনোদন অনুষ্ঠান এবং অডিয়েন্স হলো ক্রেতা। কিন্তু আসলে তা নয়। মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের স্থানীয় টেলিভিশনের উদাহরণ দিয়ে এটা সহজেই ব্যাখ্যা করা যায়। একটা স্থানীয় টিভি স্টেশন অর্থ আয় করে মূলত বিজ্ঞাপন থেকে, দর্শকদের কাছ থেকে নয়। ফলে, টিভি স্টেশনগুলো তাদের অধিকাংশ অনুষ্ঠানমালা এবং সংবাদ এমন সব অডিয়েন্সকে লক্ষ্য করে প্রচার করে যে অডিয়েন্সকে বিজ্ঞাপনদাতারা পছন্দ করে (Shumway,

<http://chrisshumway.com>, উদ্ধৃতি, মামুন, ২০০৩: ৭০)।

বাংলাদেশের মূলধারার সংবাদপত্রগুলোর দিকে দৃষ্টি দিলেই বিষয়টি আমাদের কাছে পরিষ্কার হবে। উদাহরণ হিসাবে আমরা দৈনিক *প্রথম আলো*'র কথা বলতে পারি। *প্রথম আলো* বর্তমানে দু'পৃষ্ঠা খেলার খবরের জন্য ব্যয় করে এবং বেশিরভাগ খেলার খবরই ক্রিকেট সংক্রান্ত। কারণ ক্রিকেট খেলাতেই এক সাথে ধারাবাহিকভাবে অনেক বেশি বিজ্ঞাপন দেয়া সম্ভব হয়। আর তাই বহুজাতিক কোম্পানীগুলোর আগ্রহ এখন ক্রিকেটে (মামুন, ২০০৩: ৭০)।

এভাবেই সাধারণ মানুষের জীবনের ঘটনাবলী প্রকাশের চেয়ে বেশি গুরুত্ব পায় বিশ্ব সুন্দরী খেতাব পাওয়া কারো ছবি ও জীবনী। কেননা, তাতে সৌন্দর্য ব্যবসার সঙ্গে যুক্ত বৃহৎ বহুজাতিক সংস্থাগুলোর বিজ্ঞাপন পাওয়া যায় অনেক বেশি। দূরদর্শনের পর্দায় কিংবা সংবাদপত্রের পাতায় প্রতিদ্বন্দ্বী ব্র্যান্ডের ঠাণ্ডা কোমল পানীয় কিংবা বোতলে-ভরা জলের বিক্রি বাড়াতে দুটি বহুজাতিক সংস্থার মধ্যে বিজ্ঞাপনের লড়াই দেখেন গ্রাহকরা তখন তারা কী জানতে পারেন বাংলাদেশের একটি বিশাল জনগোষ্ঠীর পরিস্রুত পানীয় জল পাওয়ার কোনো সুযোগ নেই। ক্ষুধার জ্বালায় মঙ্গাপীড়িত উত্তরাঞ্চলের মা বিক্রি করে দিচ্ছেন তার সন্তানকে। তার ছবি উঠে আসে না মিডিয়ায়। কিন্তু দেখা যায় তুক মোলায়েম রাখতে কিংবা চুলের সৌন্দর্য বাড়াতে কোন ক্রিম বা শ্যাম্পু ব্যবহার করতে হয়। কোন প্রসাধনীটি ব্যবহার না করলে বয়ফ্রেন্ডের মন যোগানো দুরূহ হবে। ক্রয়মনস্কতাকে নেতিবাচকভাবে প্রভাবিত করতে পারে এমন অনুষ্ঠানমালা বিজ্ঞাপনদাতারা এড়িয়ে যেতে চায়। তারা এমনভাবে অনুষ্ঠান স্পন্সর করতে চায় যেগুলো হালকা বিনোদন যোগাবে, ফলে অনুষ্ঠানটি স্পন্সর করার প্রাথমিক যে উদ্দেশ্য- বিপণন বার্তার বিস্তার ঘটানো- তা সফল হয়। শুধু এখানেই শেষ নয়। বিজ্ঞাপনদাতাগোষ্ঠীকে তুষ্ট করতে 'সংবাদের' মোড়কে বিপণন-বার্তা প্রচার করে, বিজ্ঞাপনদাতাদের সম্পর্কিত নেতিবাচক সংবাদ এড়িয়ে যায়। বেন এইচ. বাগডিকিয়ান বলছেন, বর্তমানে এটি অত্যন্ত সুস্পষ্টভাবেই পরিলক্ষিত হয় যে, অধিকাংশ মিডিয়ার মালিকানা কাঠামোই তাদের সাংবাদিকদের এই ধরনের দিক-নির্দেশনা দেন যেন তারা সংবাদ করার ক্ষেত্রে বিজ্ঞাপনদাতাদের স্বার্থের প্রতি এবং মালিকানা কাঠামোর স্বার্থের প্রতি লক্ষ্য রাখে (Bagdikian, 1997:xii, উদ্ধৃতি, মামুন, ২০০৩: ৭০)।

একটা কথা বুঝে নিতে আমাদের খুব বেশি কষ্ট হয় না যে, বিশ্বায়নে পণ্য উৎপাদন কোনো সমস্যা নয়। যুক্তরাষ্ট্রের পণ্য ঠিকই তাইওয়ানে কিংবা জাপানী পণ্য মালয়েশিয়ায় সস্তা শ্রমের মাধ্যমে অনায়াসে উৎপাদন হচ্ছে। সমস্যা হলো, এতো বড় বিশ্ববাজারে এগুলোর বিপণন কীভাবে হবে। বর্তমান পুঁজিবাদ বিপণনের ক্ষেত্রে বিপুল পরিমাণ অর্থ ব্যয় করে থাকে। ১৯৯২ সালে যুক্তরাষ্ট্রের ব্যবসা খাত বিপণনের পেছনে ১ ট্রিলিয়ন ডলার (জিডিপি'র ছয় ভাগের এক ভাগ) খরচ করেছিলো (Dawson and Foster, 2001:97)। এখন প্রোডাকশন

ম্যানেজারের চাইতে মার্কেটিং ম্যানেজারের মর্যাদা বেশি। আর এ কারণেই তথ্য মাধ্যমসমূহের কদর বেড়েছে। কারণ সেলস প্রমোশন অফিসাররা তো দেশে দেশে ঘুরতে পারবেন না, তাদের পক্ষ থেকে কাজটা করার দায়িত্ব নিয়েছে গণমাধ্যম। আর সেই গণমাধ্যমের যদি বিশ্ব বিস্তৃত নেটওয়ার্ক থাকে তাহলে তো কথাই নেই। এজন্যই এতো এতো স্যাটেলাইট টিভি চ্যানেলের প্রসার, ইন্টারনেটকে প্রত্যন্ত অঞ্চলে পৌঁছে দেবার জন্য এতো তোড়জোড়। তথ্যপ্রযুক্তি তথা মুক্ত গণমাধ্যমের পক্ষে সোচ্চার তারাই যারা বিশ্বায়নে লাভবান (হক, ২০০৩:৭৮)। গবেষকের দৃষ্টিতে, ব্রিটিশরা এদেশে (বাংলাদেশে) রেললাইন প্রবর্তন করেছিল মূলত প্রত্যন্ত বাংলা থেকে যাতে আরও সম্পদ লুণ্ঠন করা যায় সে উদ্দেশ্যে। আর বর্তমানে ইন্টারনেটকেন্দ্রিক ইনফরমেশন সুপার হাইওয়ে নির্মাণ করা হয়েছে বৈশ্বিক পুঁজিবাদী শক্তি যাতে আরও সহজে বিশ্বজুড়ে ব্যবসা-বাণিজ্য করতে পারে— সে উদ্দেশ্যে। পরিবর্তিত নতুন বিশ্ব-অর্থনৈতিক ব্যবস্থায় পুঁজির দাপটকে সঙ্গী করে যে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়াটি চলছে তা সম্ভব হয়েছে যোগাযোগ মাধ্যমের ব্যাপক প্রসারের কারণে। স্যাটেলাইট বা ইন্টারনেটের মতো তথ্য-প্রযুক্তিসমূহের দ্রুত যোগাযোগের ক্ষমতাকেই বিশ্বায়নওয়ালারা ব্যবহার করছে তাদের স্বার্থে (হক, ২০০৩:৭৭)।

বিশ্ববিস্তৃত তথ্য-মাধ্যমে বিজ্ঞাপন প্রদানের মাধ্যমে পণ্যের পরিচিতির কাজটা করে থাকে। কেবল তাই নয়, চমকপ্রদ বিজ্ঞাপনের মাধ্যমে অডিয়েন্সকে পণ্য-সংস্কৃতির অংশীদার করে ফেলে। আর তাই বিজ্ঞাপনের পেছনে পুঁজিপতিদের বিনিয়োগও প্রচুর। ঊনবিংশ শতাব্দীতে বিশুদ্ধ পুঁজিবাদের যুগে বিজ্ঞাপন বাবদ কোনো খরচ প্রায় ছিলো না। এটার শুরু হয়েছে ১৯২০-এর দশকে আর ১৯৬২ সালে মার্কিন যুক্তরাষ্ট্রের মোট জাতীয় উৎপাদনের প্রায় ২ শতাংশ (১২০ কোটি ডলার) খরচ হয়েছে বিজ্ঞাপন খাতে (মুখার্জি, ২০০২: ১২, উদ্ধৃতি, হক, ২০০৩:৭৭)।

হার্বট শিলার তাই বলেন, “গণমাধ্যমের প্রধান কাজ এখন পণ্য বিক্রি করা এবং বিক্রিতে সহায়তা করা” (Schiller, 1979:88)। শিলারের বক্তব্যের প্রতিধ্বনি পাওয়া যায় নোম চমস্কীর বক্তব্যেও। তাঁর মতে, তাদের (গণমাধ্যমের) প্রাথমিক কাজ হলো বিজ্ঞাপনদাতাদের নিকট অডিয়েন্সকে বিক্রি করা। তারা তাদের সাবস্ক্রিপশন থেকে মুনাফা অর্জন করে না। আপনি যখন টেলিভিশন খুলে বসেন তখন সিবিএস-নিউজ নিশ্চয়ই আপনার কাছ থেকে টাকা নেয় না। যখন কোনো বিজ্ঞাপনদাতা তাকে টাকা দেয় সেখান থেকে সে মুনাফা অর্জন করে। কিন্তু বিজ্ঞাপনদাতারা শুধুমাত্র কিছু নির্দিষ্ট বিষয়ের জন্য টাকা দেয়। কর্পোরেট শক্তিকে প্রতিহত করার জন্য জনমত তৈরি বিষয়ক কোনো অনুষ্ঠানে কিংবা গণতান্ত্রিকভাবে সবকিছুতে অংশগ্রহণ করতে উদ্বুদ্ধ করে এমন কোনো অনুষ্ঠানে নিশ্চয়ই তারা বিজ্ঞাপন দিবে না (ওমর, ২০০৩:৯৫)।

অবশ্য নোম চমস্কী মনে করেন, বিশ্বায়নের পক্ষে প্রচার-প্রচারণা চালানোর ক্ষেত্রে গণমাধ্যমের একমাত্র উদ্দেশ্য বিজ্ঞাপন নয়। গণমাধ্যমের উদ্দেশ্য আরও ব্যাপক ও বিস্তৃত। যারা বিপুল ধন-সম্পদ পুঞ্জীভূত করে আর্ন্তজাতিক গণমাধ্যম চালাচ্ছে বিশ্বায়নের পক্ষে কথা বলার মাধ্যমে তাদের মতামতই প্রতিফলিত হয়। এর ফলে গণমাধ্যমে তথ্য এবং বৈচিত্র্য সঙ্কুচিত হবে এবং ক্ষমতাবান অধিপতিশ্রেণীর স্বার্থ সুরক্ষিত হবে। তাঁর মতে, গণমাধ্যম বিশ্বায়নের পক্ষ নিয়ে বিশ্বব্যাপী একটি সুনির্দিষ্ট ধরনের অডিয়েন্স তৈরি করতে চায়, যাদের জীবন-যাপন পদ্ধতি হবে কৃত্রিম চাহিদা নির্ভর। তারা এমন অডিয়েন্স তৈরি করতে চায় যারা হবে নিঃসঙ্গ ও বহুধাভিভক্ত। যাতে করে তারা রাজনৈতিক অঙ্গনে প্রবেশ করতে না পারে এবং ক্ষমতামতালীদের বিরক্ত করতে না পারে (ওমর, ২০০৩:৯৪)।

বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার কেন্দ্রে যে অর্থনৈতিক দর্শনটি বিরাজমান তার বিরুদ্ধে একটি বড় অভিযোগ হলো, এটি ভোগবাদী ধ্যান-ধারণার বিস্তার ঘটাবে। পরাজাতিক পুঁজিবাদ পণ্যায়িত পশ্চিমা সংস্কৃতিকে আমাদের জীবন-যাপনের একমাত্র মডেল হিসাবে চাপিয়ে দিচ্ছে। ফলে তৈরী হচ্ছে প্যাকেট বন্দী দর্শক-শ্রোতা যাদের আনুগত্য

ব্র্যান্ডনেম পণ্যে আবদ্ধ আর সামাজিক বাস্তবতাকে যারা উপলব্ধি করে পণ্য পরিতৃপ্তির মাপকাঠির মধ্য দিয়ে (Schiller, 1979: 95)।

ভোক্তা-সংস্কৃতির বিকাশ তথ্যকে বিক্রয়যোগ্য, লাভজনক একটি পণ্যে পরিণত করেছে। প্রয়োজনীয় তথ্যগুলো সমাজের সদস্যদের কাছে ক্রমশ বেশি করে নির্দিষ্ট মূল্যে বিক্রি করা হচ্ছে। যাদের কেনার সামর্থ্য আছে কেবল তারাই প্রবেশাধিকার পাচ্ছে তথ্য প্রবাহে। আর এভাবে সামাজিক স্তরবিন্যাস ও সম্পদ বণ্টনে অসাম্য তীব্রতর হচ্ছে। সমাজে সৃষ্টি হচ্ছে ‘তথ্য-ধনী ও তথ্য-দরিদ্র’ শ্রেণীর (Schiller, 1979:95)।

তথ্যকে পণ্যে পরিণত করা এবং যত বেশি সম্ভব গ্রাহকের কাছে একে আকর্ষণীয় করে তোলার তাড়না থেকে দেখা দিয়েছে তথ্য-মাধ্যমের বাণিজ্যিকীকরণ প্রবণতা। বিশ্বের বিভিন্ন দেশে বর্তমানে বিস্তার লাভ করেছে অসংখ্য বাণিজ্যিক মিডিয়া প্রতিষ্ঠান। জনগণের জানার প্রয়োজন রয়েছে এমন তথ্য নয় বরং বেশি সংখ্যক লোকের কাছে লোভনীয় মনে হবে এসব তথ্য এসব মিডিয়ায় প্রচারের জন্য অধিকার পাচ্ছে। এসব বেসরকারি বাণিজ্যিক মিডিয়া প্রতিষ্ঠানগুলো সরকারি মালিকানাধীন তথ্যমাধ্যমগুলোকে চাপের সম্মুখীন করেছে। বিভিন্ন দেশে সরকারি প্রচার মাধ্যমগুলো বেসরকারিকরণ করা হচ্ছে অথবা টিকে থাকার জন্য বেসরকারি মাধ্যমগুলোর বাজারমুখী নীতি অনুসরণ করা হচ্ছে। বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ায় তথ্য সেক্টরের বেসরকারিকরণকে উৎসাহিত করায় তৃতীয় বিশ্বের ক্রয়ক্ষমতাহীন এক বিশাল জনগোষ্ঠী তথ্য ব্যবহারের সুযোগ থেকে বঞ্চিত হওয়ার আশঙ্কার মুখে পড়েছে। হার্বার্ট শিলার-এর মতে, পরাজাতিক সাংস্কৃতিক কর্পোরেশনগুলো মূলত মার্কিন মার্কেটিং কৌশল ব্যবহার করে বিশ্বের ক্রয়ক্ষমতাসম্পন্ন লোকদের জন্য বিশ্বকে একটি শপিং মলে পরিণত করেছে। বিশ্বের অবশিষ্ট জনগণ বন্দী হয়ে পড়েছে তাদের দারিদ্র্যের কারণে (Schiller, 1992: 43)।

#### বাংলাদেশের গণমাধ্যম ও বিশ্বায়ন

ডুসান রেলজিক একটি গণতান্ত্রিক সমাজে সংবাদ মাধ্যম তথা গণমাধ্যমের গুরুত্ব তুলে ধরে বলেন, গণতান্ত্রিক সমাজে গণমাধ্যম হলো রাষ্ট্রের চতুর্থ স্তম্ভ বা ফোর্থ এস্টেট। গণতান্ত্রিক সমাজে গণমাধ্যম ওয়াচডগের ভূমিকা পালন করে। সুশীল সমাজের প্রতিনিধি হিসাবে গণতান্ত্রিক সমাজে গণমাধ্যম সংসদ, সরকার ও বিচার ব্যবস্থা এই তিনটির পরেই ভূমিকা পালন করে। জনগণের গণতান্ত্রিক অধিকার নিশ্চিতকরণে বলিষ্ঠ ভূমিকা রাখে (Reljic, 2002)।

সমাজের অন্যান্য প্রতিষ্ঠানের মতো সংবাদমাধ্যমও বিভিন্ন সামাজিক-শিক্ষা বিচ্ছুরণের মাধ্যমে মানুষকে দীক্ষিত করে তোলার কাজটি করে থাকে। গণমাধ্যম গবেষকরা গণমাধ্যমের যতগুলো কাজের কথা বলেন, তার মধ্যে অন্যতম হলো বিভিন্ন বিষয়ে মানুষকে জানানো, বোঝানো, শোনানোর মাধ্যমে শিক্ষা দান করা। গণমাধ্যম তার আকর্ষণীয় উপস্থাপন-ভঙ্গীর মাধ্যমে মানুষকে সহজেই আবিষ্ট করে ফেলে। তাই এর বিশ্বাসযোগ্যতা ও গ্রহণযোগ্যতা অনেক বেশি (আলী ও পারভীন, ১৯৯৫: ৬৭)।

বাংলাদেশে বিদ্যমান গণমাধ্যমগুলোর মধ্যে অন্যতম শক্তিশালী হলো সংবাদপত্র ও টেলিভিশন। গণমাধ্যমকে বলা হয় সমাজের দর্পন। আজকের বিশ্বে গণমাধ্যমকে গণতান্ত্রিক আশা-আকাঙ্ক্ষার অপ্রতিদ্বন্দ্বী প্রতীক হিসাবে বিবেচনা করা হয়। গণমাধ্যমের প্রয়োজনীয়তা ও গুরুত্ব একটি সমাজের জন্য যে কতটা ব্যাপক সেটা ব্যাখ্যাশীল। আজ থেকে বহু বছর পূর্বে বৃটিশ পার্লামেন্টের গ্যালারিতে উপস্থিত সাংবাদিকদের লক্ষ্য করে মেকলে বলেছিলেন, “সংবাদপত্র রাষ্ট্রের চতুর্থ এস্টেট” (আলম, ১৯৯২:৩৭)। মার্কিন প্রেসিডেন্ট টমাস জেফারসন বলেছিলেন, আমাকে যদি বলা হয়, সংবাদপত্র ছাড়া সরকার এবং সরকার ছাড়া সংবাদপত্রকে বেছে নিতে, আমি কোনো প্রকার দ্বিধা ছাড়াই দ্বিতীয়টি বেছে নিবো (আলম, ১৯৯২:৩৯)।

গণমাধ্যমের এই শক্তি ও ক্ষমতার দিকে দৃষ্টি নিষ্ক্ষেপ করে অনেকেই অভিযোগ করেন, বাংলাদেশে গণমাধ্যম তার উপর অর্পিত দায়িত্ব যথাযথভাবে পালন তো করছেই না বরং সংবাদ-প্রতিবেদন, সম্পাদকীয় মতামত,

বিজ্ঞাপন ইত্যাদির মাধ্যমে বহুজাতিক কর্পোরেশন, মালিক-বিজ্ঞাপনদাতাদের স্বার্থ সংরক্ষণ করা তথা মুনাফা লাভ করাই এদের মুখ্য উদ্দেশ্য হয়ে উঠেছে। সেলিম রেজা নিউটনের বিশ্লেষণ এক্ষেত্রে তুলে ধরা যেতে পারে। তিনি বলেন,

“মনে হতে পারে বৈকি, গণমাধ্যম বুঝি খুব স্বাধীন পেশায় থেকে সমাজ সেবা করছেন। আসলে তিনি সেবা করছেন তাঁর মালিককে। নিজে তিনি গোলাম মাত্র। মজুরীভোগী গোলাম। গণমাধ্যম কিন্তু একটি ব্যবসা প্রতিষ্ঠানই। ব্যবসা জিনিসটার মূল কায়দা কানুনের জায়গায় আর দশটা ব্যবসা প্রতিষ্ঠানের সাথে গণমাধ্যমের কোন তফাৎ নেই। তফাৎটা ভঙ্গিতে। এর মালিক রীতিমতো দেখে-শুনে বাছাই করে কর্মী নিয়োগ করেন নিজের স্বার্থ উদ্ধারের জন্য। সাংবাদিকরা কতটা স্বাধীন বা বাস্তবে সাংবাদিক নামক মালটির পক্ষে কতটা স্বাধীন হওয়া আদৌ সম্ভব, সেই বিতর্কে আপাতত না ঢুকেও এইটুকু নির্দিষ্ট করে বলা চলে, সাংবাদিক-প্রবরটি একজন কর্মচারীই মাত্র, মালিকের নোকর। বুঝে হোক, না বুঝে হোক মালিকের স্বার্থ রক্ষায় যথেষ্ট ভূমিকা রাখতে না পারলে বা ঐ স্বার্থে আঘাত করে ফেললে কোনো সাংবাদিকেরই নোকরি থাকবে না। আর পুঁজি রক্ষা ও সম্প্রসারণ ছাড়া ব্যবসায়ীদের যে অপর কোনো স্বার্থ নেই সে কথা কে না জানে? আপনি কি জানেন প্রিয় পাঠক, আমাদের দেশের প্রধান প্রধান সংবাদপত্র সবই বড় বড় ব্যবসা-প্রতিষ্ঠান? এরা শুধু পত্রিকা-ব্যবসা করে বলেই যে এদেরকে ব্যবসা-প্রতিষ্ঠান বলছি তা নয় কিন্তু। তার চেয়ে অনেক গুরুত্বপূর্ণ হলো এরা সব আরও বৃহৎ-রীতিমতো বনেদী ও একেবারে রাঘব-বোয়াল টাইপের কর্পোরেট বিজনেস গ্রুপের অংশ ...” (নিউটন, ২০০৩:৩১)।

অভিযোগ উঠেছে যে, বর্তমানে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ায় বাংলাদেশের গণমাধ্যম মূলত বিশ্বায়নের সুবিধাভোগী অংশ অর্থাৎ উন্নত বিশ্ব ও তাদের অনুগত সংস্থাগুলোর পক্ষে প্রচার-প্রচারণা চালিয়ে আমাদের চিন্তা-ভাবনা, ভাষা, সংস্কৃতি, সামাজিক ঐতিহ্য ইত্যাদিকে পণ্যে পরিণত করছে। বিশ্বায়নকে কার্যকর করার দায়িত্ব নিয়ে মিডিয়া ও তথ্যপ্রযুক্তি কোম্পানিগুলো নিজেরাই একেকটা মেগা কর্পোরেশনে রূপান্তরিত হয়ে গেছে। আর তথ্য যখন অর্থনৈতিক কর্মকাণ্ডের অন্যতম ভিত্তি হয়ে দাঁড়িয়েছে তখন তথ্য মাধ্যমগুলোর রমরমা অবস্থা হবারই কথা। তাই বর্তমান পুঁজিবাদের সব লক্ষণই মিডিয়া ও তথ্যপ্রযুক্তি কোম্পানিগুলোর মধ্যে দেখা যাচ্ছে (হক, ২০০৩:৭৮)।

গণমাধ্যম গবেষকরা প্রায়ই অভিযোগ করেন, বাংলাদেশের প্রাধান্যশীল গণমাধ্যমগুলোর মালিক, সম্পাদক, প্রকাশক, উপস্থাপনার ধরন, অঙ্গ-সৌষ্ঠব ইত্যাদি প্রায় সবকিছুই ‘বিশ্বায়ন’ ও মুক্ত বাজার অর্থনীতির মাধ্যমে বিশ্বের ক্ষমতাবান দেশ ও বহুজাতিক কর্পোরেশনগুলোর স্বার্থ রক্ষায় নিয়োজিত যে গণমাধ্যম প্রতিষ্ঠানসমূহ তাদের থেকে বিচ্ছিন্ন কিছু নয়। সমালোচকরা বিশ্লেষণ করে দেখিয়েছেন, বৈশ্বিক বাণিজ্যিক মিডিয়া যেমন হাতে গোনা কয়েকটি কর্পোরেশন নিয়ন্ত্রণ করছে তেমনি জাতীয় ক্ষেত্রেও বৈশ্বিক মিডিয়ার সাথে সবটুকু না মিললেও আমরা দেখি বৃহৎ পুঁজির মালিকরা ছাড়া কেউ মিডিয়া ব্যবসায় নামতে পারছে না। যেমন, বাংলাদেশের প্রধান দুটি সফল বাংলা দৈনিক প্রথম আলো ও কালের কণ্ঠ যথাক্রমে ট্রান্সকম লিমিটেড ও বসুন্ধরা গ্রুপের মালিকানাধীন। ট্রান্সকম ও বসুন্ধরা গ্রুপের ব্যবসায়িক স্বার্থ অনিবার্যভাবেই তাদেরকে দেখতে হয়। তাছাড়াও আমাদের মতো তৃতীয় বিশ্বের দেশের মিডিয়াগুলো কাঠামোগত কারণেই বহুজাতিক মিডিয়াগুলোর উপর নির্ভর করে ও অনুকরণ করে। ফলে, যে মূল্যবোধের তারা প্রসার ঘটায় তা বৈশ্বিক অধিপতি মিডিয়াগুলোর পক্ষে চলে যায় (মামুন, ২০০২:৬৮)।

বলা হচ্ছে যে, ‘বাংলাদেশের শিক্ষা-সংস্কৃতি-সাহিত্য-রাজনীতি প্রায় সবই এখন বাজারের নিয়মে নিয়ন্ত্রিত হচ্ছে। গণমাধ্যমও কোনোভাবে তা থেকে ব্যতিক্রম নয়। পুঁজিবাদী সাংবাদিকতার নিয়ম মেনেই এখানে সাংবাদিকতার নামে তথ্যের ব্যবসা চলছে। ব্যবসাটি খুব লাভজনক বলে মনে হওয়ায় নিতানতুন ব্যবসায়ীর আগমন ঘটছে এ পেশায়। সঙ্গে বাজারের চাহিদা সরবরাহের নিয়ম মেনে সংবাদপত্রে কী ছাপা হবে, আর কী ছাপা হবে না তা নির্ধারণ করা হচ্ছে। পাঠকের দোহাই দিয়ে (অর্থাৎ পাঠক নির্দিষ্ট তথ্য-পণ্য বেশি পছন্দ করে এই অজুহাতে। যে পছন্দ আবার এই গণমাধ্যমগুলোই পাঠকের উপর আরোপিত করেছে) নিজেদের

দায়িত্ববোধ, নীতিবোধ বাদ দিয়ে কেবল বাজারের নিয়মে মুনাফাসর্বস্ব যে সাংবাদিকতা যা 'মুক্তবাজার সাংবাদিকতা' নামে পরিচিত সেটাই আমাদের গণমাধ্যমগুলোর গতিধর্ম।

পশ্চিমা দেশগুলোতে যেমন, পুঁজিবাদ বিকশিত হওয়ার সঙ্গে সঙ্গে পুঁজিবাদী মিডিয়ার উদ্ভব ঘটেছে ঠিক তেমনি আমাদের দেশেও (পুঁজিবাদ শব্দটিকে আড়াল করে) মুক্তবাজার অর্থনীতি বিকশিত হওয়ার পাশাপাশি মুক্তবাজার সাংবাদিকতার বিকাশ ঘটেছে। মুক্তবাজার-সাংবাদিকতা এমন এক বিষয় যা জনগণকে তথ্য সেবা দেয়ার নাম করে ষোল-আনা মুনাফা-ব্যবসা করার এবং জাতীয় ও আন্তর্জাতিক শাসকশ্রেণীর স্বার্থ রক্ষার কাজে নিয়োজিত থাকে এবং পুরো ব্যাপারটা গোপন রাখে। তারা যে আসলে ব্যবসা করছে এবং অন্য যে কোনো ব্যবসায়ীর মতো নিজের এবং শ্রেণীগতভাবে অন্যান্য মালিক-ব্যবসায়ীর স্বার্থ রক্ষার কাজ করছে— সেকথা ফাঁস হয়ে গেলে পুরো সংবাদপত্র ব্যবসাই নষ্ট হয়ে যাবে। তাই মালিক-সম্পাদক-প্রকাশককে বিষয়টি গোপন রাখতে হয়' (নিউটন, ২০০৩: ৫-৫০)।

বাংলাদেশের প্রাধান্যশীল সংবাদপত্রগুলোর চরিত্র ব্যাখ্যা করতে গিয়ে সমালোচকরা বলেন, 'বাংলাদেশে বাণিজ্যের সবচেয়ে বড় বাধা হিসাবে রাজনৈতিক দলগুলোর বিদ্যমান অপরিচ্ছন্ন কর্মকাণ্ডকে দায়ী করে তার পাল্টা সামাজিক শক্তি হিসাবে ব্যবসায়ীদের নেতৃত্বে সিভিল সমাজ দাঁড় করিয়ে ব্যবসার স্বার্থ অক্ষুণ্ণ রাখার মতো 'স্থিতিশীলতা', 'গণতন্ত্র' ও 'সুশাসন' প্রতিষ্ঠা করাই এই পত্রিকা হাউজগুলোর লক্ষ্য' (নিউটন, ২০০৩:৩২)।

#### উপসংহার

সমকালীন বাংলাদেশে ব্যবসায়ী ও সুশীল সমাজের নেতৃত্বে রাজনৈতিক দল গঠনের প্রক্রিয়া এবং এর পক্ষে বাংলাদেশের প্রাধান্যশীল গণমাধ্যমগুলোর প্রচার-প্রচারণা উপরের বিশ্লেষণকে সমর্থন করে বলে বিশেষজ্ঞরা অভিমত ব্যক্ত করেন। দাতা সংস্থা, কূটনৈতিক মিশন, বহুজাতিক ব্যবসা কর্পোরেশন, এলিট-বুদ্ধিজীবী সমাজ প্রভৃতি ক্ষমতা কেন্দ্রগুলোর সাথে মিডিয়ার সুসম্পর্ক ও এজেন্ডার পার্টনারশিপ, মনোযোগী পাঠকের চোখ এড়িয়ে যায় না। তাই বাংলাদেশের গণমাধ্যমগুলোতে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়া কীভাবে উঠে আসছে, সেই উপস্থাপনার মাধ্যমে গণমাধ্যম মূলত কাদের স্বার্থ চরিতার্থ করতে চাচ্ছে, সেই উপস্থাপনার ধরনটা কী রকম এগুলো পর্যালোচনার প্রয়োজনীয়তা তৈরী হয়েছে। পর্যালোচনায় দেখা গেছে, বাংলাদেশের মূলধারার গণমাধ্যমগুলোর সঙ্গে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়ার একটি নিবিড় সম্পর্ক রয়েছে। কর্পোরেট মালিকানার নিয়ন্ত্রানামীন হওয়ার কারণে এই গণমাধ্যমগুলো সমাজের ক্ষমতাবান ও পুঁজিপতি শ্রেণীর স্বার্থকে সম্মুন্ন রাখতে গিয়ে নিজেদের উপস্থাপনা ও প্রকাশভঙ্গীতে বিশ্বায়ন প্রক্রিয়াকে তুরান্বিত করার কাজটিই করে যাচ্ছে ধারাবাহিকভাবে। বিশ্লেষণে দেখা গেছে, মূলধারার কর্পোরেট গণমাধ্যমের প্রভাবে বিকল্প গণমাধ্যমগুলোর সোচ্চার আওয়াজও পৌঁছায় না সাধারণ মানুষের কানে। ফলাফল বিশ্লেষণে দেখা গেছে, বৈশ্বিক ও বাংলাদেশের মূলধারার গণমাধ্যম মূলত তাদের ভাষায়, অবয়বে, প্রকাশে পুঁজিবাদের চিন্তা, দর্শন ও স্বার্থকে সম্মুন্ন রাখতে কাজ করে যাচ্ছে নিরবিচ্ছিন্নভাবে। আশা করা যায়, নতুন প্রজন্মের গবেষকরা নতুন নতুন এই সম্পর্কসূত্রের উপর আরো গভীর আলোকপাত করার মাধ্যমে একটি স্বাধীন ও কল্যাণকামী সমাজ বিনির্মাণে গণমাধ্যমকে যথার্থ ভূমিকা পালনে দিক নির্দেশনা দিতে সক্ষম হবেন।

## তথ্য-সূত্র

আলম, খুরশিদ

১৯৯২ *সংবাদপত্রের স্বাধীনতা* ঢাকা: মাওলা ব্রাদার্স।

আলী, আহাদুজ্জামান মোহাম্মদ ও সিতারা পারভীন

১৯৯৫ “গণযোগাযোগ গবেষণা: একটি সমীক্ষা,” *সমাজ নিরীক্ষণ*, সংখ্যা-৫৬, মে।

ওমর, ওজায়ের ইবনে

২০০৩ “গণমাধ্যম ও বিশ্বায়ন: নোম চমস্কীর সাক্ষাৎকার,” ফাহমিদুল হক সম্পাদিত, *যোগাযোগ*, সংখ্যা-৫, জানুয়ারি।

চট্টোপাধ্যায়, আবীর ও অনুপম ঘোষ

২০০০ “বিশ্বায়নের হুমকি,” অমিয় কুমার বাগচি সম্পাদিত, *বিশ্বায়ন ভাবনা-দূর্ভাবনা-২*, কলকাতা: ন্যাশনাল বুক এজেন্সী।

নিউটন, সেলিম রেজা

২০০৩ “ইয়ে হ্যায় মিডিয়া, মেরে ইয়ার! বাজার যুগে সাহিত্য-সাংবাদিকতার আক্বু-আম্বু সমাচার অথবা বাংলাদেশে বিদ্যমান মহাজনী মুদ্রণের পলিটিক্যাল ইকোনমী”, ফাহমিদুল হক সম্পাদিত, *যোগাযোগ*, সংখ্যা-৫, জানুয়ারি।

ভেরা, অঞ্জল

২০০২ “বিশ্বায়নে গণমাধ্যম, গণমাধ্যমে বিশ্বায়ন,” অমিয় কুমার বাগচী সম্পাদিত, *বিশ্বায়ন ভাবনা-দূর্ভাবনা-২*, কলকাতা: ন্যাশনাল বুক এজেন্সী।

ভূঞা, মো: মজিবুর রহমান

২০০১ “বিশ্বায়ন-নতুন চিন্তা ভাবনা”, *শ্রমিক*, চতুর্থ বর্ষ, চতুর্থ সংখ্যা, অক্টোবর-ডিসেম্বর, বাংলাদেশ।  
ইন্সটিটিউট অব লেবার স্টাডিজ-বিসম।

মামুন, আ-আল

২০০৩ “মিডিয়া ও ক্ষমতার মিথোজীবীতা,” ফাহমিদুল হক সম্পাদিত, *যোগাযোগ*, সংখ্যা-৫, জানুয়ারি।

মুখার্জি, মানব

২০০২ “তথ্যপ্রযুক্তি, পুঁজিবাদ এবং ভবিষ্যত,” মানব মুখার্জি ও অন্যান্য সম্পাদিত, *প্রসঙ্গ তথ্যপ্রযুক্তি*, কলকাতা: ন্যাশনাল বুক এজেন্সী।

রহমান, ড. আতিউর

২০০৩ “বিশ্বায়ন ও সুশাসন,” *প্রতিবাক*, ঢাকা ইউনিভার্সিটি ডিবেটিং সোসাইটির বার্ষিক মূখপত্র।

রীয়ার্জ, আলী

২০০৪ “গ্লোবালাইজম, তথ্যপুঁজি ও গণমাধ্যম,” মাসুদুজ্জামান ও ফেরদৌস হোসেন সম্পাদিত, *বিশ্বায়ন সংকট ও সম্ভাবনা*, ঢাকা: মাওলা ব্রাদার্স।

সুলতানা, আবেদা

২০০৩ “বিশ্বায়ন ও শ্রম শক্তিতে নারী: পরিপ্রেক্ষিত বাংলাদেশ,” *ঢাকা বিশ্ববিদ্যালয় পত্রিকা*, সংখ্যা-৭৫, ফেব্রুয়ারি।

হক, ফাহমিদুল

২০০৩ “তথ্যপ্রযুক্তি ও বিশ্বঅর্থনীতি,” ফাহমিদুল হক সম্পাদিত, *যোগাযোগ*, সংখ্যা -৫, জানুয়ারি।

Armijo, Leslie Elliott

189

1999 *Financial Globalization and Democracy in Emerging Markets*,  
London: Macmillan Press Ltd.

Bagdikian, Ben H.

1997 *The Media Monopoly* London: Beacon Press

Barran, J. Stanley and Dennis R. Davis

2003 *Mass Communication Theory*, Third Edition, USA.

Baran, Stanley J., Jerilyn S. McIntyre and Timothy P. Meyer

1984 *Self, Symbols and Society: An Introduction to Mass Communication* New  
York: Random House.

Bennett, L.W., V.W. Pickard, D.P. Lozzi, C.L. Schroeder et al

2004 "Managing the Public Sphere: Journalistic Construction of the Great  
Globalization Debate," *Journal of Communication* 54, 3.

Dawson, Michael and John Bellany Foster

2001 "Virtual Capitalism: Monopoly Capital, Marketing and The Information  
Highway," in Robert W. McChesney et al. (ed.), *Capitalism in an Information  
Age*, India: Coroner Stone Publication and New York: Monthly Review Press.

Editor's Note

1996 *Contemporary Sociology*, Vol. 25, No. 5, September, American Sociological  
Association.

Falk, R.

1997 "State of Siege Will Globalization wil out?" *International Affairs*, 73, 1.

Harris, R.G

1993 "Globalization, Trade and Income", *Canadian Journal of Economics*, 26, 4.

Held, David and Anthony McGraw (eds.)

2003 *Governing Globalization: Power, Authority and Global Governance*,  
Cambridge: Cambridge University Press.

Hertz, Noreena

2002 *The Silent Takeover: Global Capitalism and the Death of Democracy*  
London: Arrow Books.

Hirst, Paul and Grahame Thompson

1999 *Globalization in Question: The International Economy and the Possibilities of  
Governance*, Cambridge: Polity Press.

Hveem, H.

1998 "Multilateralism Revisited in Globalizing World Economy: Commentary,"  
*Mershon International Studies Review*, 42, 1, USA.

Julius, D.

1997 "Globalization and Stakeholder Conflicts: A Corporate Perspective,"  
*International Affairs*, 73, 3.

Kalam, Abul

2002 *Globalization and Bangladesh in the New Century*, Dhaka: Palok Publishers.

Kurran, James and W. Seatol

1979 *Power Without Responsibility*. U.S.A.

- Lee, John  
1996 "Globalization and Its Discontents," *Contemporary Sociology*, vol. 25, No.5, September, American Sociological Association.
- Loroche, J.  
2004 "Review Article on Globalization", *Global Society*, Vol.18, No.4, Oxford University Press, UK.
- Lubbers, Rudd  
2000 "The Globalization of Economy and Society," *American Journal of Communication*, 12, 1, Sage Publishers, New York.
- McChesney, Robert W  
1998 The Political Economy of Global Communication. In R.W. McChesney, E.M. Wood, and J. B. Foster (ed.), *Capitalism and Information Age: The Political Economy of Global Communication Revolution* New York: Monthly Review Press.
- McChesney, Robert W.  
2000 *The Global Media Giant: Critical Studies in Media Commercialism* Oxford University Press.
- O' Brien, Robert, Anne Marie Goetz, Jan Aart Scholte and Marc Williams  
2000 *Contesting Global Governances Multilateral Economic Institutions and Global Social Movements* Cambridge: Cambridge University Press.
- Ohmae, kenichi  
1990 *The Borderless World* London: Collins.
- Ohmae, Kenichi  
1995 *The End of the Nation State Free Press* New York.
- Reljic, Dusan  
2002 "Civil Society, Mass Media and Democracy, The Press and the Reality," *Journal of Communication and Media Studies*, 7, 2, Oxford University Press, UK.
- Robins, Kelvin  
1997 "What in the World's going on?," Poul De Gay (ed.) *Production of Culture, Cultures of Production*, London: Sage the Open University.
- Robinson, Kelvin  
1997 "What in the World's going on?," Poul De Gay (ed.) *Production of Culture, Cultures of Production*, London: Sage The Open University.
- Rodrick, Dani  
1997 *Has Globalization Gone Too Far?*, Washington D.C: Institute for International Economics Economics.
- Rugman, Alan  
2000 *The End of Globalization*, London: Random House Business Book.
- Schiller, Herbert  
1979 *Mass Communication and American Empire*, Boulder: Westview Press.
- Scholte, Jan Aart.



191

1997 "Global Capitalism and the State," *International Affairs*, 73, 3, Blackwell Publishers, UK.

Singh, Kavaljit

2005 *Questioning Globalizatio* Heinrich Boll Foundation.

Singh, Kavaljit

1998 *The Globalization of Finance: A Citizen's Guide* London and NewYork: Zed Books.

Skolkey, Andrey

2004 "Information Media the Agent of Social Change," *Media and Politics*, USA.

Soros, George

1998 *The Crisis of Global Capitalism and the Role of the Newspaper: Open Society Endangered* London: Little, Brown and Company.

Terrill, R.

1999 "What does Globalization Mean,?" in E. R. Carrasco (ed.) E-book published in, *Transnational Law and Contemporary Problem*, 35.

Thomas, Caroline

2000 *Global Governance; Development and Human Security:The Challenge of Poverty and Inequality* London: Pluto Press.

Waters, Malcolm

1996 *Globalization* New York: Routledge.

Weiss, Linda

1998 *The Myth of the Powerless State: Governing the Economy in a Global Era* Cambridge: Polity Press.

Went, R.

2004 "Economic Globalization Plus Cosmopolitanism," *Review of International Political Economy* 11, 2.

World Bank

2002 *Globalization, Growth and Poverty: Building an Inclusive world Economy* New York: Oxfod University Press.