P: ISSN NO.: 2321-290X RNI : UPBIL/2013/55327 Shrinkhla Ek Shodhparak Vaicharik Patrika
E: ISSN NO.: 2349-980X Vol-III* Issue-I*September-2015

संचार मीडिया एवं भाषा

कामिनी ओझा
सहायक आचार्य,
हिन्दी विभाग,
जयनारायण व्यास विश्वविद्यालय,
जोधपुर, राजस्थान

सारांश

मानव सभ्यता के प्रारम्भिक काल में विचारों का आदान–प्रदान विभिन्न संकेतों, ध्वनि, इशारों या भाव भंगिमा के द्वारा ही किया जाता था। इसके बाद चित्रलिपि का प्रयोग किया गया जिसमें सूक्ष्म भाव और गतिविधियों का प्रदर्शन किया जा सकता था। इसी से कालान्तर में शब्द भाषा का विकास हुआ। शाब्दिक अथवा अशाब्दिक दोनों प्रकार की भाषाओं का संचार में प्रयोग किया जाता है। आज के तकनीकी युग में जहाँ ज्ञान और सूचना ही शक्ति है, भाषा का प्रश्न भी महत्त्वपूर्ण हो गया है क्योकि तकनीकी बदलतो है, तो मनुष्य और समाज का जीवन, व्यवहार ओर चिन्तन सब कुछ बदलने लगता है।

मुख्य शब्द : संचार, मीडिया, भाषा, सहित्य।

प्रस्तावना

भाषा व साहित्य नई सदी म एक नई भूमिका अदा कर रहा है। भारत जैसे बहुभाषी देश के लिए हिन्दी ही एक मात्र ऐसी भाषा हैं, जिसके विकास क्रम तथा प्रचार–प्रसार में सबसे अधिक किसी का योगदान हैं तो वह है संचार मीडिया। संचार के इन माध्यमों रेडियो, टेलीविजन, फिल्म और इंटरनेट के द्वारा आज राष्ट्र के किसी भी हिस्से में होने वाली घटना को एक पल में घर बैठे हम अपनी राष्ट्रीय भाषा में उसे सुन व देख सकते हैं। मीडिया इस नई सदी में अपनी तरह का एक अलग विषय है जो भाषा तथा मीडियाकर्मियों समेत आज सबके सामने है।

वैश्वीकरण के इस दौर में मीडिया ने अपना एक स्थान निश्चित कर लिया है। मीडिया मानव मूल्यों की नैतिकता को प्रभावित कर रहा है अर्थात् मीडिया छोटे बच्चे से लेकर बूढ़े तक का अपने सम्मोहन में जकड़े हुए है। मीडिया के लिए कहा गया है–''मीडिया का मानवीय संवेदनाओं का आदान–प्रदान बहुत पहले से उपयोग होता रहा है, परन्तु आज उसका बदला रूप हमारे सामने है।''[1] भारतीय प्रेस परिषद् के अध्यक्ष न्यायमूर्ति पी.बी. सावन्त का मानना है– ''मीडिया लोगों के हितों के लिए कार्य करने वाला एक जनउपयोगी माध्यम है मीडिया की स्वतन्त्रता वास्तव में लोगों की स्वतन्त्रता ही है जो पूर्ण, सत्य सूचनाओं, घटनाओं एवं विकास कार्यो को, जो लोक महत्त्व के है, देने का कार्य करती है। जनतन्त्र में असली शासक तो आम लोग ही है ।''[2]

मीडिया आज सभी के लिए एक मूलभूत सामाजिक आवश्यकता बन गया है। क्योंकि सामाजिक व आर्थिक विकास समाज के द्वार से होकर ही गुजरता है। आज विश्व का प्रत्येक व्यक्ति मीडिया तक पहुंचने के लिए हर संभव प्रयास कर रहा है। मीडिया में केवल टेक्नोलॉजी (तकनीकी) की प्रमुखता रहती है। साहित्य व मीडिया के अंतर को स्पष्ट करने के लिए कहा गया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया से सम्बद्ध हो या प्रिंट मुद्रित की मीडिया से विकास संबंधी समाचार अथवा विकास विवरण देने की कला का विकास उसके सम्मुख 21वीं शताब्दी की सबसे बड़ी चुनौती है। "साहित्य का मूल उद्देश्य–मानव को मानवीयता के गुणों से परिपूरित करना है, जबकि मीडिया से तकनीकीकरण ही हो रहा है।"[3]

वर्तमान में मीडिया अंधविश्वास और पुरानी रुढ़ियों को तोड़कर नई सदी के अनुरूप नया वेश धारण कर हमारे सम्मुख खड़ा है। आज 21वीं सदी अपने प्राचीन समय से सर्वथा भिन्न है। प्रायः ज्ञान के बहुत से क्षेत्रों को छ्कर ही मीडिया अपना काम करता हैं। हमें हो साहित्य के स्वरूप को बदलना होगा। साहित्य में ये परिवर्तन जनहित व राष्ट्रहित दोनों के लिए आवश्यक है। बदलते परिवेश में भाषागत या व्याकरणगत ज्ञान भले न हो परन्तु कई तकनीकी शब्द सुनकर अर्थ तक ग्रहण करने लगे है। भाषा में तथा, एवं, अथवा, व, किंतु, परंतु, यथा आदि शब्दों के प्रयोग से बचना चाहिए। साफ़–सुथरी और सरल भाषा लिखने के लिए गैर जरूरी विशेषणों, सामासिक और तत्सम शब्दों, अतिरंजित उपमाओं आदि से बचना चाहिए। अनपढ़ भले ही शब्द की व्याख्या एवं उसके तकनीक को नही जानते फिर भी इसके परिणाम के बारे में जगदीश्वर चतुर्वेदी

कहते है–''लोकवादी संस्कृति द्वारा समस्त तकनीकी संसाधनों का सौन्दर्यपरक आम खपत के दोहन किया जाता है। जो चीज देने का वायदा किया जाता वह कभी नहीं दी जाती लोकवादी संस्कृति के मनोविनोद की केन्द्रिय प्रवृत्ति है।''[4] ऐसा कोई क्षण नहीं जब हम संचार मीडिया से गुजर न रहे हों। कुछ विचारकों का मानना है कि संचार और मीडिया में बहुत अंतर हैं तो कुछ विचारकों का मानना है कि संचार और मीडिया दोनों एक दूसरे के पूरक है। वर्तमान में व्यक्ति संचार मीडिया के द्वारा संप्रेषक और श्रोता के बीच सूचनाओं का आदान–प्रदान करता हैं। खासकर मीडिया और संचार व्यवस्था ने हिन्दी का व्यापक रुप से प्रचार–प्रसार किया है।

वर्तमान समय में प्रिण्ट मीडिया विशेषकर इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न विकल्पों की दृष्टि से भी भारतीय जनसंचार व्यवस्था ने एक अच्छा खासा सफर तय किया है। अब आवश्यकता इस बात की है कि मीडिया का उद्देश्य उसका नजरिया तथा उसका कार्य सकारात्मक है या नकारात्मक। विचारक की मान्यता है कि–''सामाजिक संप्रेषक के विभिन्न साधनों अन्तवैयक्तिक संस्थागत, संस्थाओं के बीच सरकार एवं शासितों के बीच लोगों का ध्यान खींचती है । इसके अतिरिक्त यह मीडिया के जरिये जागरूकता भी पैदा करती हैं।''[5] संचार माध्यमों द्वारा जन–धन को शिक्षित करने की आवश्यकता है और जन–जन के मन में यह भावना बिठाने की अत्यंत आवश्यकता ह। "जनसंचार माध्यम को ऐसे उपदेशों को, अपने लेखों एवं समाचारों में समाहित करना चाहिए जिससे कर्त्तव्य परायणता, सत्यनिष्ठा, कर्मठता और देश–प्रेम की भावना जन–मन के गले का हार बन जाए। तभी कलम शक्ति और शब्द शक्ति, तोप और तलवार के आतंक को सदा–सदा के लिए मिटा सकती है।"[6]

भाषा को साफ रखने के कुछ जाने–पहचाने तरीके हैं। एक तो वाक्य छोटे–छोटे हों । एक वाक्य में एक ही बात कहने का धीरज हो । वाक्यों में कुछ ऐसा तारतम्य हो कि टूटता या छूटता हुआ न लगें। दूसरी बात यह की शब्द प्रचलित हों और उनका उच्चारण सहजता से किया जा सके। भाषा की एक रूपता कायम रखना जरूरी है। इस लक्ष्य की पूर्ति के लिए समाज में भाषा का एक आदर्श रूप स्वीकार कर लेना मानक भाषा कहलाता है। भाषा का मानक स्वरूप कैसे उत्पन्न होता हैं। इसी संदर्भ में डॉ. श्यामसुन्दर दास के मतानुसार –''भाषा, विभाषा तथा बोली का राष्ट्रीय प्रादेशिक तथा टकसाली रूप अर्थात् मानक रूप इन्हीं इत्तर प्रयोगों से स्थापित होता है ।''[7]

बदलते हुए परिवेश में यह पूरा विश्व इंटरनेट के एक छोटे से पर्दे में भाषाओं की तमाम सीमाओं को तोड़कर पूरे विश्व के संदर्भ में सूचनाओं का आदान–प्रदान कर रहा है तो अब परंपरागत संदर्भ तथा संभावनाएँ उस तरह इन सबंधों पर कुतूहल पैदा नही करती जिस तरह से ये कुछ वर्ष पहले करती थी। ''आज भी प्रतिरोध की आवश्यकता है जिसमें भाषा सबसे अधिक सार्थक हथियार होगा। भविष्य की हिन्दी मीडिया से नहीं वरन् अपनी जड़ो से परिवेश से तथा गांव और आम जनता से जुड़कर शक्ति प्राप्त करेगी, रूप और आकार ग्रहण करेगी। कबीर, तुलसी, निराला, प्रेमचन्द आदि ने ऐसा ही किया था ।''[8]

हिन्दी खड़ी बोली का रूप लोकप्रिय और सर्वमान्य है, इससे हिन्दी भाषा और साहित्य की विषयवस्तु में विविधता, साज–सज्जा और छपाई में विश्वस्तरीय पहचान बनाने में महत्त्वपूर्ण सफलता अर्जित की। परन्तु आज जरूरत इस बात की है कि हम नई तकनीक के झरोखे से भाषा तथा साहित्य की नई भूमिका को आत्मसात् करें तथा समय के परिवेश को भी बदले। आज मीडिया की भूमिका आदमी को सीधे रूप में प्रभावित कर रही है। मीडिया और साहित्य के परिप्रेक्ष्य में कुछ बातें महत्त्वपूर्ण है। मीडिया से केवल एक ही तत्त्व का बोध होता है। मीडिया जनतांत्रिक है। मीडिया के कारण साहित्य की मूल संवेदना में विकृति आना स्वाभाविक है।

आज हिन्दी भाषा और साहित्य की अभिवृद्धि हेतु परिवर्तन की आवश्यकता है। पहले भाषा रचनात्मक हुआ करती थी किन्तु, तकनीक के साथ–साथ उसका रूप बदलता गया। इस नई सदी में साहित्य को जनता के अधिक निकट लाने के लिए कई भरसक प्रयत्न किये जा रहे है। नई कविता, अकविता, नई कहानी, अकहानी, समानान्तर कहानी जैसे कविता और कथा आन्दोलन 20वीं शताब्दी में स्थापित हुए। मीडिया जनता की रूचि निर्धारित कर रहा है, जिससे लेखक भी पूंजी की ओर आकर्षित हो रहा है। "पूंजी और प्रतिभा दोनों का पलायन क्रमशः हिन्दी अखबारों से अंग्रेजी की तरफ दोनो का पलायन क्रमशः हिन्दी से अंग्रेजी की ओर और वहाँ से टी.वी. (इलेक्ट्रानिक मीडिया) की ओर हो रहा है। इसे पलायन भी नहीं, स्पष्टतया भगदड़ कहना चाहिए।"[9]

21वीं सदी में मीडिया साहित्य संसार के समुच्चय लेखन पठन एवं प्रकाशन के मानदण्ड बदल चुके है। इसमें इतनी विविधताएँ भरी है, जिसने जीवन के प्रायः हर क्षेत्र को प्रभावित किया, उसे नए रूप में ढाला वही अब व्यावसायिकता की ओर उन्मुख होने लगी। आज भी समाज संबंधी चिन्ताओं तथा सरोकारों क दायरे बढ़ने लगे है। आज भी मीडिया विज्ञापनो की भाषा एवं साइबर क्रांति के कारण हमारा ध्येयवादी राष्ट्र निर्माण की संकल्पना करने वाला जीवन व्यावसायिकता के दल–दल में फँसने के कारण नई सदी के समक्ष अनेक चुनौतियाँ आयी जो जीवित और सृजनात्मक समाज के लिए आवश्यक है।

सन्दर्भ सूची

1. **अनुवाद और मीडिया** (नई सदी में सिद्धान्त स्वरूप) : डॉ. कृष्ण कुमार रत्तू 2008, पृ.सं.3।
2. **दी प्रेस कौसिल ऑफ इण्डिया रिव्यू,** वर्ष 20, अंक 2 अप्रैल 1999, पृ.सं. 1।
3. **मीडिया के पचास वर्ष** : सं. प्रेमचंद पतंजलि, राधा पब्लिकेशन्स नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 1997, पृ.सं. 142
4. **जनमाध्यम और मासकल्चर** : डॉ. जगदीश्वर चतुर्वेदी, पृ.सं. 8।
5. **Bell Francis, Communication**: A Plea for a New Approach.
6. **हिन्दी पत्रकारिता एवं जनसंचार** : डॉ. ठाकुरदत्त शर्मा, 'आलोक', वाणी प्रकाशन प्रथम संस्करण 2000, नई दिल्ली, पृ. सं. 52।
7. **भाषा विज्ञान** : डॉ. श्यामसुन्दर दास, पृ.सं. 20।
8. **मीडिया का यथार्थ**: डॉ. रतन कुमार पाण्डेय, वाणी प्रकाशन 2008, पृ.सं. 160।
9. **हिन्दी पत्रकारिता का संकट**: चन्द्रभूषण, जनमत अंक 4, पृ.सं. 26।