

## पत्रकारिता, जनसंचार और भाषा की चुनौतियाँ

डॉ० प्रियंका गुप्ता

हिन्दी विभाग एम.एच. पी.जी. कॉलेज, मुरादाबाद, उ०प्र०

भाषा मानवीय सभ्यता की सबसे बड़ी उपलब्धि है। मानवीय भाषा की उपलब्धि संसार में सबसे अधिक है। भाषा मनुष्य के सामाजिकरण का प्रमुख माध्यम है। भावों-विचारों का विनिमय भाषा द्वारा ही सम्भव है। भाषा के बिना मनुष्य के सामाजिक होने की कल्पना करना असंभव है। संसार में सृजन की मूल शक्तियाँ भाषा पर ही टिकी होती हैं। शान्ति से लेकर क्रान्ति तक की पृष्ठभूमि में भाषा की ही शक्ति है। इसी कारण कलम की ताकत को दुनिया की सबसे बड़ी ताकत माना गया है। वस्तुतः आज के युग का सबसे बड़ा सत्य यह है कि केवल सदभाषी प्रवृत्ति के व्यक्तियों द्वारा ही इस सम्पूर्ण दृष्टि का संचालन हो रहा है। समाज के व्यापक हित में भाषा के सदरूप का प्रयोग प्राचीनकाल से ही हो रहा है। समाज के विवेकशील लोग भाषा की इस शक्ति का उपयोग समाज के व्यापक हित में करते हैं।

आज का युग मूलतः सूचना का युग कहा जाय तो यह अतिशयोक्ति नहीं होगी क्योंकि आज हम जिस व्यापक परिवेश में जी रहे हैं, साँस ले रहे हैं, उसमें सम्पूर्ण विश्व हमसे सीधा जुड़ा है। अर्थात् जिस ग्लोबल वर्ल्ड की कल्पना 20वीं सदी के उत्तरार्द्ध से शुरू होने लगी थी, वह सूचना क्रान्ति के युग में आज पूर्णतः साकार रूप में दिखायी पड़ रही है। सूचना का यह कार्य हम मीडिया के द्वारा कर रहे हैं और व्यापक अर्थों में मीडिया यह कार्य भाषा के द्वारा कर रही है। मीडिया व्यापक संदर्भों में जनसंचार माध्यम का मूल अंग है। जनसंचार माध्यम का भाषा से अविच्छेद सम्बन्ध है।<sup>1</sup> भाषा ही मीडिया की मूल ताकत है। मीडिया से जुड़ा व्यक्ति जन संवेदनाओं से सम्प्रेषण धर्म का निर्वाह करने के लिए सार्थक और सदभाषा का कुशल प्रयोग करता है। जनसंचार के क्षेत्र में यह बहुत मायने रखता है कि हम जनभावनाओं की सबल अभिव्यक्ति किस प्रकार करते हैं।

आज का विश्व जब भाषा और संचार के स्तर पर एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुँचता है, तो उसमें भाषा की उपयोगिता ही सबसे अधिक होती है। क्योंकि हम लोक प्रचलित भाषा का प्रयोग करके सम्पूर्ण विश्व को सूचनात्मक आधार पर एक स्थान से दूसरे स्थान तक ले जा सकते हैं। यह भी बहुत बड़ा सच है कि देश-काल और परिस्थिति के अनुरूप भाषा परिवर्तनशील होती है। भाषा विभिन्न स्थानों, परिस्थिति और जाति-धर्म के आधार पर निरन्तर अथवा कभी-कभी परिवर्तित होती है, लेकिन भाषा के इन विविध स्वरूपों से परिचित होकर मीडिया लेखक, समाज के व्यापक हित में संचार माध्यम को एक नई अर्थवत्ता प्रदान करता है।

**मौखिक, मुद्रित एवं बोलचाल की भाषा :** भाषा की लघुतम इकाई ध्वनि है यद्यपि ध्वनि का स्वयं में कोई अर्थ नहीं होता है, कई ध्वनियों के संयोग से एक शब्द निर्मित होता है। इसी कारण हेनरी स्वीट ने भाषा के संदर्भ में यह परिभाषा दी है कि “उच्चरित संकेतों की सहायता से भाव या विचार की पूर्ण अभिव्यक्ति भाषा है।”<sup>2</sup> स्वीट ने ही अन्यत्र यह विचार दिया है कि “ध्वन्यात्मक शब्दों द्वारा विचारों को प्रकट करना ही भाषा है।”<sup>3</sup> भाषा की परिभाषाओं का अवलोकन करने का मूल उद्देश्य यह स्पष्ट करना है कि भाषा वाचिक परम्परा की सशक्त इकाई है। मौखिक और लिखित दोनों ही स्तरों पर भाषा की परम्परा अत्यन्त महत्वपूर्ण है। स्पष्ट रूप से हम यह कह सकते हैं कि मीडिया में वाचिक और लिखित दोनों ही भाषा होती है और व्यापक अर्थों में हमें इन दोनों पक्षों को सशक्त बनाना पड़ता है। यद्यपि आज हम वाचिक भाषा के बहुत बड़े युग में जी रहे हैं मौखिक रूप से हम जो कहते हैं, वही हमें लिपिबद्ध भाषा तक जाने के लिए प्रेरित करता है अर्थात् आज के समय में हमारे भीतर लिपिबद्ध भाषा से जुड़ने के लिए इस बात की बहुत आवश्यकता है कि वाचिक भाषा को सशक्त बनायें और उससे जुड़ने का एक बड़ा आकर्षण पैदा करें।

आज की मीडिया में एक व्यापक सच यह है कि जनसामान्य का या जनमानस का एक बड़ा हिस्सा, जो विश्व को झटपट समझना या सुनना अथवा देखना चाहता है, वह इलैक्ट्रॉनिक मीडिया से जुड़ा हुआ है। अतः इस को ध्यान में रखते हुए हमें बराबर इस बात को महत्व देना होगा कि मुद्रित भाषा की तुलना में मौखिक भाषा विशेष आकर्षक बने। इसके लिए हमें कहीं-न-कहीं बोलचाल की अथवा आम जनजीवन की भाषा का या उसकी व्यापक शब्दावली का प्रयोग करना होगा। जहाँ तक मौखिक और मुद्रित भाषा का प्रश्न है, तो मीडिया के संदर्भ में मौखिक भाषा सहज, स्वाभाविक और समाज सापेक्ष मानी जाती है। लिखित रूप उसका वैज्ञानिक ढंग से सुव्यवस्थित, कृत्रिम और विशिष्ट अभिव्यक्ति है। यह साक्षर समूहों तक ही सीमित है। जबकि मौखिक भाषा व्यापक जनसमाज के बीच प्रसारणीय है और साक्षर और अत्यन्त साक्षर सभी द्वारा ग्राह्य है। वस्तुतः भाषा का मुद्रित रूप उसके मौखिक रूप पर ही आश्रित होता है।<sup>4</sup> मौखिक भाषा को लिपिबद्ध करने में समय-समय पर नवागत ध्वनियों के लिए नई लिपि-चिन्हों को जोड़ा जाता है। उदाहरण स्वरूप अंग्रेजी और फारसी के संयोग से हिन्दी भाषा में कई नवीन ध्वनियाँ आत्मसात् की गयी हैं। लिखित भाषा मौखिक भाषा का पूर्णतः अभिव्यक्त करने की ओर सदैव प्रयत्नशील रहती है। फिर भी हूबहू अभिव्यक्ति में अक्षम होती है। वस्तुतः मीडिया में सम्प्रेषण को मूल कसौटी माना गया है। इस दृष्टि से वाक्य के वाचन में लयात्मकता, उतार-चढ़ाव, खास

शब्दों पर जोर आदि केवल मौखिक भाषा में ही संभव है, जबकि लिपिबद्ध भाषा में यह सुविधा नहीं है और एक सीमा तक ही तथ्यों को संप्रेषित किया जा सकता है।

स्वरूपगत दृष्टि से मौखिक भाषा और मुद्रित भाषा में तात्विक अंतर नहीं है। बल्कि व्यवहारिक अंतर है। मौखिक भाषा में वाक्य विन्यास सरल, स्पष्ट, लघु और सुबोध होता है। इसमें व्याकरण के नियमों की एक सीमा तक अवहेलना भी की जा सकती है। जबकि मुद्रित भाषा में वाक्य अपेक्षाकृत लम्बे होते हैं और व्याकरण के नियमों का पूर्ण पालन आवश्यक होता है। लिखित भाषा की शुद्धि के लिए समय-समय पर भाषा का मानकीकरण किया जाता है। वाक्य-विन्यास में सहजता और विशिष्टता इसमें अपेक्षित है।

मौखिक और मुद्रित भाषा के अतिरिक्त मीडिया की दृष्टि से तीसरा महत्वपूर्ण पक्ष बोलचाल की भाषा है। प्रायः यह सहज धारणा है कि जनसामान्य के बीच बोली जाने वाली आम बोलचाल की भाषा इन सबसे भिन्न होती है।

‘दरअसल मीडिया में वाचिक या मौखिक भाषा में सबसे सशक्त पक्ष आम बोलचाल की भाषा का है।’<sup>5</sup> आम बोलचाल की भाषा में देशी बोली के शब्दों एवं क्षेत्रीय भाषा का अपनापन मिलता है। इसमें क्षेत्रीय रंगत का प्रभाव स्पष्ट रूप से देखा जा सकता है। आम बोलचाल की भाषा में अपभाषा तथा मिश्रित भाषा का भी व्यापक प्रयोग होता है जो शिष्ट भाषा की तुलना में विकृत और भ्रष्ट है इसे भाषा का अपरिनिष्ठित रूप कहा जाना चाहिए और अगर बेवाक होकर कहा जाए तो दुर्भाग्य से आज की मीडिया या व्यापक अर्थों में जनसंचार माध्यम इसी अपरिनिष्ठित रूप को प्रश्रय दे रहा है। हम यह मान सकते हैं कि जनमाध्यमों में भाषा की स्थिति आज बहुत अधिक संवेदनशील हो चुकी है। हिन्दी और अंग्रेजी तथा कुछ स्तरों पर आंचलिक भाषाओं का आपस में इस तरह अपमिश्रण हो चुका है कि मीडिया भाषा का मानक रूप तलाशना मुश्किल हो गया है। भाषा के मूलरूप से छेड़-छाड़ और मूल अस्मिता का खण्डन आज मीडिया भाषा का मूल उद्देश्य हो गया है।

वस्तुतः आज इस बात की सशक्त आवश्यकता है कि हम मीडिया के लिए एक सर्वमान्य भाषा का प्रयोग करें जो मानकीकरण और व्याकरण की दृष्टि से तो पुष्ट हो ही और भाषा के मूल रूप को सुरक्षित रख सके। क्योंकि आम बोलचाल की भाषा सुविचारित और पूर्वनियोजित न होकर अव्यवस्थित होती है। जबकि आज के समय में संचार माध्यमों की भाषा सुविचारित और पूर्वनियोजित होती है। चूंकि वाचिक परम्परा की भाषा एक बहुत बड़े समाज से जुड़ती है। अतः संचार भाषा का सचेत प्रयोग होना आवश्यक है।<sup>6</sup> आमतौर पर यह देखा जाता है कि मीडिया की मौखिक भाषा आम बोलचाल की भाषा जैसी होते हुए भी सामान्य स्तर से ऊपर उठ जाती है। लक्षणा, व्यंजना और अन्य शब्द शक्तियों के प्रयोग से मीडिया में सर्जनात्मक भाषा का प्रयोग किया जा रहा है। और आज बोलचाल यानि मौखिक भाषा का स्वरूप और अधिक आदर्श हो गया है। दरअसल सर्जनात्मकता या रचनात्मक भाव ही वह तत्व है तो मीडिया में मौखिक भाषा को आम बोलचाल की भाषा से अलग करता है और विशिष्ट स्थान प्रदान करता है।

आज की परिभाषा में मीडिया प्रदर्शन का एक बहुत बड़ा माध्यम है, इसलिए प्रदर्शन कला पर मीडिया में ध्यान देना आवश्यक है। मीडियाकर्मी और लेखक दोनों ही भाषा की विशिष्ट शक्ति का प्रयोग करते हुए संचार भाषा को नया रूप प्रदान करना चाहते हैं। ‘संचार भाषा को नवीनता प्रदान करने के लिए यह आवश्यक है कि शब्द संपदा और सर्जनात्मक भाषा को नये सिरे से सम्पर्क के लिए संयोजित किया जाये।’<sup>7</sup>

कुल मिलाकर हम यह निष्कर्ष निकाल सकते हैं कि आज का युग सूचना क्रान्ति का युग है। हम हर पल के गतिशील विश्व को निरंतर अपनी आँखों से देखना और कानों से सुनना चाहते हैं। इसलिए आज आवश्यकता इस बात की है कि हम संप्रेषण के स्तर पर हर नई से नई चुनौती का भलीभाँति सामना कर सकें। मीडिया की भाषा वस्तुतः लेखक के सर्जनात्मक जीजिविषा की भाषा है। मन की गहन संवेदनाओं से लेकर मस्तिष्क के भारी उथल-पुथल तक को अभिव्यक्त करने वाली मीडिया की भाषा को नये आयाम प्राप्त करने होंगे। मौखिक, मुद्रित और आम बोलचाल की भाषा में मानक के साथ हृदय स्पर्श करने की शक्ति होनी चाहिए। क्योंकि प्रिंट मीडिया और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया आज हमारे सामने हर पल नवीन संभावनाओं के साथ अवतरित हो, यह आवश्यक है। इसका कारण भी स्पष्ट है कि आज का पाठक समाज और श्रोता समाज बौद्धिक स्तर पर किसी भी तरह की लापरवाही बर्दाश्त नहीं करना चाहता है।

#### संदर्भ :

1. अवस्थी, डॉ० प्रमिला, प्रयोजन मूलक हिन्दी, पृ० 230
2. सिंह, डॉ० योगेन्द्र प्रताप, प्रयोजन मूलक हिन्दी, मीडिया लेखन, पृ० 37 (उद्धृत)
3. वही
4. पाण्डेय, डॉ० पी०एन०, मीडिया लेखन और हिन्दी, पृ० 140
5. वर्मा, डॉ० सुजाता, पत्रकारिता प्रशिक्षण एवं प्रेस विधि, पृ० 92-93
6. श्रीवास्तव, डॉ० एम०एन०, पत्रकारिता श्रव्य से लिपि तक, पृ० 84-85
7. वही।