



मीडिया के क्षेत्र में हिंदी भाषा की भूमिका

पूनम, शोधार्थी, हिंदी विभाग

गुरुकुल कांगड़ी विश्वविद्यालय, हरिद्वार, उत्तराखंड, भारत

ORIGINAL ARTICLE



Corresponding Author

पूनम, शोधार्थी, हिंदी विभाग
गुरुकुल कांगड़ी विश्वविद्यालय, हरिद्वार,
उत्तराखंड, भारत

shodhsamagam1@gmail.com

Received on : 05/07/2021

Revised on : -----

Accepted on : 12/07/2021

Plagiarism : 03% on 05/07/2021



Plagiarism Checker X Originality Report

Similarity Found: 3%

Date: Monday, July 05, 2021

Statistics: 121 words Plagiarized / 4130 Total words

Remarks: Low Plagiarism Detected - Your Document needs Optional Improvement.

fo"i: &ehfM;k ds {ks= esa Çgnh Hkk"kk dh Hkwfedk lIjka'k orZeku le; ds bl nkSj dks ehfM;k ØkafR dk nkSj ekuk tk; jg gSA ehfM;k ds bl nkSj esa tc iwjs foUo dh lwpuK ,d Nksj ls nwljs Nksj rd Rofjr xfr ls igqaprh gSA rks ,sls esa ehfM;k ds fodkl esa Hkk"kk ds ;ksxnku dks udjkk uge ik ldrk gSA Hkk"kk dk tUe lapkj lkëkuksa ls cqr igys gks pqdk gSA Hkk"kk vfHkO;f; dk ewy gS vFkkZr orZeku le; esa Hkk"kk dh mi;ksfxrk ds lkFk lapkj dks le>uk cqr vko';d gks xk gSA lapkj ekëksa ds fodkl ds lkFk le;≤ ij Hkk"kk esa Hkh

शोध सार

वर्तमान समय के इस दौर को मीडिया क्रांति का दौर माना जा रहा है। मीडिया के इस दौर में जब पूरे विश्व की सूचना एक छोर से दूसरे छोर तक त्वरित गति से पहुंचती है, तो ऐसे में मीडिया के विकास में भाषा के योगदान को नकारा नहीं जा सकता है। भाषा का जन्म संचार साधनों से बहुत पहले हो चुका है। भाषा अभिव्यक्ति का मूल है अर्थात् वर्तमान समय में भाषा की उपयोगिता के साथ संचार को समझना बहुत आवश्यक हो गया है। संचार माध्यमों के विकास के साथ समय-समय पर भाषा में भी परिवर्तन होता रहा है। भारत देश हिंदी भाषी राष्ट्र है। हिंदी भाषा ही सर्वाधिक बोली जाती है, लिखी जाती है, और सुनी जाती है, अर्थात् संचार माध्यमों में हिंदी पर चर्चा आवश्यक विषय है। इस शोध आलेख में इसी कार्य को पूर्ण करने का प्रयास किया गया है।

मुख्य शब्द

हिन्दी भाषा, सोशल मीडिया, पत्रकारिता, रेडियो, टेलीविजन, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया.

प्रस्तावना

आज का समय घटना एवं विचारों से भरा है। इस युग में विश्व सिमटकर लघु हो गया है। संचार की प्रसार प्रचार के कारण दुनिया भर के लोगों में दूरियां कम हो गई है। इस विकास के विभिन्न सपनों में और प्रचार माध्यमों की भूमिका और उसकी विकास यात्रा को नकारा नहीं जा सकता है। देश के चतुर्दिक विकास में संचार माध्यमों के साथ भाषा का अत्यंत योगदान रहा है। विश्व की संपूर्ण जानकारियों का यह माध्यम पलक झपकते ही हमारे सामने प्रस्तुत कर देता है। संचार माध्यम हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन चुके हैं। यह हमारे जीवन को प्रत्यक्ष रूप से प्रभावित कर रहे हैं। भारतीय समाज और संस्कृति में तीव्रता से परिवर्तन संचार माध्यमों की ही देन

है। इन माध्यमों का विस्तार होने का प्रमुख कारण इन में प्रचलित हिंदी भाषा है। इतिहास में हिंदी साहित्य क्षेत्र तक ही सीमित थी परंतु आज संचार माध्यमों के कारण हिंदी भाषा लोकप्रिय भाषा बन गई है। आर एन आई रिपोर्ट के मुताबिक पंजीकृत प्रकाशनों की संख्या 1,14,820 है। किसी भी भारतीय भाषा में पंजीकृत समाचार पत्र-पत्रिकाओं की सबसे अधिक संख्या हिंदी भाषा में है और यह संख्या 46,827 है, जबकि हिंदी के अलावा दूसरे नंबर पर आने वाली अंग्रेजी भाषा में प्रकाशनों की संख्या 14,365 है। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की रिपोर्ट के 44 सबसे ज्यादा देखे जाने वाले चैनल हिंदी भाषी हैं।

साहित्य समीक्षा

1. हिंदी पत्रकारिता का विकास एवं विविध आयाम सुशील सुशील जैन के पुस्तक में "हिंदी पत्रकारिता के विकास एवं आयाम" की विस्तृत व्याख्या दी गई है।
2. बालकृष्ण भट्ट की पुस्तक "हिंदी की दशा और पत्रकारिता" शोध कार्य में सहायक हुई है।
3. डॉ विजय कुलश्रेष्ठ की "हिंदी पत्रकारिता और सृजनात्मक लेखन" शोध कार्य में पुस्तक उपयोगी सिद्ध हुई।
4. एन.सी.पंत की "हिंदी पत्रकारिता" शोध कार्य में मददगार साबित हुई

शोध का उद्देश्य

प्रस्तुत शोध में यह जानने का प्रयास किया गया है कि हिंदी भाषा मीडिया के क्षेत्र क्या भूमिका निभा रही है।

शोध प्रविधि

प्रस्तुत शोध के लिए अवलोकन शोध विधि का प्रयोग किया गया है।

शोध सीमा

प्रस्तुत शोध में मीडिया क्षेत्र में हिंदी भाषा को समाहित किया गया है।

हिंदी भाषा और मीडिया

मीडिया की विकास प्रक्रिया पर चर्चा की जाए तो मीडिया के विकास में भाषा का स्थान महत्वपूर्ण है। भाषा विशेषज्ञों और वैज्ञानिकों के परिश्रम से ही मीडिया का विकास हुआ है। भारतीय मीडिया हिंदी भाषा के बल पर ही जनमानस तक पहुंचा है। हिंदी भाषा ने मीडिया के जरिए राष्ट्रीय एकता बनाए रखने में महत्वपूर्ण योगदान निभाया है। भारतीय प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विकास में हिंदी भाषा विश्वकल्याण की भूमिका निभा रही है। हिंदी भाषा को जनमानस की भाषा बनाकर ही भारतीय मीडिया ने अपना विकास किया है। इंटरनेट, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, कंप्यूटर, सोशल मीडिया, उपग्रह, 3जी 4जी, इन सभी प्रणालियों के मध्य में हिंदी भाषा रही है। हिंदी भाषा और मीडिया के सहयोग से ही हिंदी भाषा को संपर्क भाषा के रूप में स्वीकार किया गया है। मीडिया के कारण ही भारत में आम बोलचाल की भाषा हिंदी केंद्रित हुई है।

भाषा उपयोग के अनुसार संचार माध्यमों को तीन प्रमुख भागों में बांटा गया है:

1. प्रिंट मीडिया (परंपरागत मीडिया) की भाषा।
2. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की भाषा।
3. न्यू मीडिया की भाषा।

संचार माध्यम अखबार, रेडियो और टेलीविजन हमें नई-नई जानकारी देने के साथ-साथ हमारे जीवन में परिवर्तन लाते हैं। संचार कार्य भाषा के जरिए पूर्ण होता है। इस प्रकार भाषा संचार माध्यमों का प्राण है। भाषा के बिना संचार माध्यम निर्जीव है।

प्रिंट मीडिया (परंपरागत संचार)

जिस तरह बिना हवा के हम जीवित नहीं रह सकते ठीक उसी तरह बिना भाषा के संचार भी निरर्थक है। यह वाक्य पत्रों और प्रिंट मीडिया के लिए बिल्कुल सटीक साबित होता है। रेडियो और दूरदर्शन में भी भाषा का प्रयोग किया जाता है जिससे वाचिक भाषा या मौखिक संचार कहते हैं। साधारण शब्दों में कहा जा समाचार पत्रों की भाषा आम पाठक की भाषा होती है। जब भी किसी समाचार के प्रकाशन की योजना बनती है तो, सबसे पहले इस बात पर विचार किया जाता है, कि पाठक वर्ग में किस तरह के लोग होंगे, कौन इस समाचार पत्र को पढ़ेगा और इसका वितरण कितने क्षेत्र में होगा। उदाहरण के लिए हिंदी के प्रमुख समाचार पत्रों में नवभारत टाइम्स के पाठक पंजाब केसरी, जनसत्ता के पाठक से अलग हैं। नवभारत टाइम्स, जनसत्ता, दैनिक जागरण, हिंदुस्तान इन सभी दैनिक समाचारों की भाषा यानी शब्दावली और वाक्य रचना में आपको अंतर देखने को मिलता है। इसी तरह पंजाब केसरी, वीर अर्जुन, संध्या भारत टाइम्स इन की भाषा बहुत अलग नजर आती है। इसी तरह छोटे कस्बों या लोकल समाचार पत्र की भाषा में बहुत ज्यादा अंतर दिखता है। शब्दों का चयन, वाक्य रचना, भावार्थ यह सभी भिन्न-भिन्न नजर आते हैं। वही मजदूरों के लिए छपने वाली किसी पत्रिका और शोध पत्रिकाओं में छपने वाले आलेखों में भाषा स्तर बहुत अलग होता है। जिस तरह समाचार पत्र के पाठक बदलने से भाषा का स्वरूप बदलता है, ठीक उसी प्रकार विषय बदलने से भी भाषा में परिवर्तन आता है। अगर हम हिंदी या किसी साहित्यिक विषय की बात करें तो हमें बहुत ज्यादा सटीक शब्दों का इस्तेमाल करना होगा, वहीं पर अगर हम विज्ञान, खेल, कृषि, गणित, आर्थिक समाचार शोध से संबंधित विषयों पर चर्चा करते हैं, तो वहां पर हमें वैज्ञानिक शब्दों का उपयोग करना अनिवार्य हो जाएगा। उदाहरण के लिए सोना लुढ़का, चांदी चमकी, गेहूं में उछाल, पेट्रोल की कीमतों में आग, सेंसेक्स धड़ाम से गिरा, बाउंड्रीज, सिक्सर, आदि परंतु हिंदी भाषा की बात करें तो साहित्य के क्षेत्र में हिंदी भाषा सुगठित, वाक्य रचना स्पष्ट, शब्दावली शुद्ध, होना अनिवार्य है। परंतु समाचार पत्रों में उपरोक्त बातों पर ध्यान ना देते हुए अपनी बातों या घटनाओं की पूर्ण जानकारी जनता तक आसान शब्दों में पहुंचाने का लक्ष्य रहता है। जिसके कारण आप यह देखेंगे कि समाचार पत्रों में या समाचार प्रस्तुत करते समय भाषा में शुद्धता का रूप कम देखने को मिलता है। आज समाचार पत्रों में वह भाषा आसानी से उपयोग हो रही है जिसको हम कह सकते हैं। वर्तमान समय में हिंदी समाचार पत्रों में अन्य भाषाओं के शब्दों को आसानी से ग्रहण कर लिया है। हिंदी भाषा द्विभाषी है, प्रथम प्रदेशिक भाषा, द्वितीय राष्ट्रीय भाषा। हिंदी अपनी प्रादेशिक भाषा, शब्दावली प्रयोग, और मुहावरों से प्रभावित होती रही है। यदि हम विभिन्न क्षेत्रीय हिंदी से प्रकाशित होने वाले अखबारों की तुलना करें तो राष्ट्रीय अखबारों और प्रादेशिक अखबारों में स्पष्ट रूप से अंतर नजर आता है। हिंदी अखबारों की भाषा में एकरूपता का अभाव होने के कारण यह भी है कि, हिंदी के अनेक शब्दों की वर्तनी के विषय में अभी तक एकरूपता कायम नहीं की जा सकी है। हिंदी राष्ट्रीय दैनिक समाचार पत्रों के कुछ शब्दों का उदाहरण निम्न प्रकार है, गोलीबारी के लिए 'फायरिंग' राजपाल के लिए 'गवर्नर' निर्देशक के लिए 'डायरेक्टर' मंत्रिमंडल के लिए 'कैबिनेट' जांच के लिए 'इंक्वायरी' जैसे शब्द इस्तेमाल किए जा रहे हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया (रेडियो और टेलीविजन)

प्रिंट मीडिया के स्थान पर रेडियो अभिव्यक्ति का अधिक सशक्त माध्यम बना, क्योंकि भारत में स्वतंत्रता के बाद साक्षरता दर बहुत कम थी। प्रिंट माध्यम को साक्षर लोगों का सहयोग मिल रहा था। लेकिन रेडियो अनपढ़ और ग्रामीण लोगों के लिए ज्ञान दायिनी छवि प्रकट कर रहा था। रेडियो पर चर्चा करते हुए श्रव्य माध्यम में आकाशवाणी सर्वाधिक लोकप्रिय है। हिंदी का प्रयोग भारतवर्ष के अतिरिक्त विश्व में भी किया जाता है। बीबीसी लंदन में हिंदी का आकर्षक प्रयोग सुनाई देता है। ऐसी भाषा में उच्चारण की शुद्धता पर विशेष बल दिया जाता है। व्याकरण समस्त रूप से होने के साथ विराम, मात्राएं और आरोह, अवरोह पर विशेष ध्यान देना होता है। आकाशवाणी का समाचार पाठन एवं प्रसारण जनमानस के लिए होता है, इसलिए विज्ञान, खेल, चिकित्सा, कृषि और स्वास्थ्य आदि सभी विषयों की भाषा सरल रखी जाती है, ताकि आसानी से जनमानस तक उसका प्रभाव देखा जा सके। रेडियो भारत में ग्रामीण लोगों का लोकप्रिय संचार माध्यम है, परंतु रेडियो की भाषा में विरोधाभास देखने के लिए मिल रहा

है। जब तक रेडियो मात्र आकाशवाणी के रूप में पहचाना जाता था, तब तक रेडियो की भाषा में शुद्धता का मूल दिखता था। परंतु जब से रेडियो में निजी चौनलों ने प्रवेश किया है, तब से भाषा का मूल रूप नष्ट होता लग रहा है। निजी चौनलों द्वारा हिंदी भाषा में अंग्रेजी, फारसी, अरबी, उर्दू इन सभी भाषाओं के शब्दों का मिश्रित रूप सुनने के लिए मिल रहा है। वर्तमान समय में हिंदी को हिंगलिश के रूप में परिभाषित किया जा रहा है, जो ना पूर्ण रूप से हिंदी है और ना ही इंग्लिश भाषा है। रेडियो द्वारा उर्दू के वे शब्द जो हिंदी बोल चाल के अंग बन गए हैं, जिनका प्रयोग वर्तमान समय में आसानी से देखा जा रहा है। उदाहरण के लिए वक्त, फिक्र, महसूस, मौजूद, कसम, अफसोस, खुशी, सदी, सिलसिला, जोखिम, तालीम, दावत, फिजूल, जैसे शब्द हिंदी में वर्तमान समय में प्रचलित हैं। वह हिंदी संस्कृत प्रकृति से विकसित है और संस्कृति शब्द जैसे उन्मूलन, मानचित्र, प्रोत्साहन, यथार्थ, आवश्यक, वस्तुस्थिति, सर्वेक्षण, प्रावधान, विश्वसनीय, परिस्थिति, शताब्दी, उपस्थिति, क्रमशः, निमंत्रण, स्वतंत्रता, प्रकोष्ठ, परिवर्तन, सर्वाधिक, विश्लेषण, इस प्रकार के शब्दों का प्रयोग रेडियो पर किया जा रहा है। रेडियो पर सुनने वाली सिर्फ हिंदी भाषी जनता ही नहीं है, सभी भाषा भाषिक हिंदी को समझ सके। इस प्रकार की हिंदी का उपयोग किया जाना चाहिए जैसे प्रोत्साहन को 'बढ़ावा' विशेष को 'खास' भाग लिया के लिए 'हिस्सा लिया' उपस्थित के लिए 'हाजिर' उत्तर का 'जवाब' प्रयास के लिए 'कोशिश' प्रसन्नता के लिए 'खुशी' इन प्रकार के शब्दों का प्रयोग किया जा सकता है। ऑल इंडिया रेडियो में किंतु, अपितु, एवं, अन्यथा, यद्यपि, यदि, तथापि, की बजाए लेकिन, बल्कि, और, नहीं तो, हालांकि, अगर, तो भी, आदि का प्रयोग अधिक होता है।

टेलीविजन के माध्यम से भाषा का प्रयोग काम और चित्र और दृश्यों का प्रयोग अधिक किया जाता है, इसलिए समाचार के साथ जो कुछ दिखाया जाता है, उसका वर्णन शब्दों में करना हमेशा जरूरी नहीं होता है। परंतु टेलीविजन संचार का सबसे महत्वपूर्ण सशक्त माध्यम है। इसकी पहुंच साक्षर और निरक्षर दोनों प्रकार के वर्ग तक संभव है। वर्तमान समय में यह शिक्षा मनोरंजन सभी प्रकार का साधन बन चुका है। अर्थात् टेलीविजन के कंधों पर यह बोझ कहीं अधिक है कि वह भाषा का किस रूप को जनता के सामने प्रस्तुत करें, क्योंकि जिस भाषा को हम दैनिक जीवन में उपयोग करते हैं वह भाषा बहुत जल्दी विकास कर लेती है। टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले समाचार और धारावाहिकों में भाषा का विभिन्न रूप देखने को मिलता है। समाचार की भाषा बहुत ही हड़बड़ाहट और जल्दबाजी वाली महसूस होती है। वहीं धारावाहिकों की भाषा में अनेक प्रकार के शब्दों का सम्मिलित होना आसानी से दिख रहा है।

न्यू मीडिया की भाषा

न्यू मीडिया जिसे हम सोशल मीडिया या वेब मीडिया भी कहते हैं। न्यू मीडिया का फलक बहुत बड़ा है। वर्तमान समय में हिंदी के प्रचार प्रसार में न्यू मीडिया ने अहम भूमिका निभाई है। न्यू मीडिया के कारण हिंदी को वैश्विक स्तर मिल पाया है। न्यू मीडिया एक बहुत ही महत्वपूर्ण मंच है जो भाषा को विकास करने के लिए अनेक रास्ते देता है। गूगल पर भाषाओं में उपलब्ध और सबसे अधिक पढ़ा जाने वाला "इनसाइक्लोपीडिया" 'विकिपीडिया' हिंदी खोज में सबसे नंबर वन पर है। अंग्रेजी में यह दूसरे नंबर पर है। न्यू मीडिया में इंटरनेट के माध्यम से जब चाहो तब उपलब्ध सामग्री को हम पढ़ सकते हैं, देख सकते हैं, सुन सकते हैं। यह सामग्रियां किसी डिजिटल उपकरण के माध्यम से ही कार्य कर सकती हैं, और यह उपकरण हमारे सामने मोबाइल फोन का रूप लेकर प्रस्तुत हुआ है, जिसने न्यू मीडिया को सबसे आसान साधन बना दिया है। आज मोबाइल फोन के जरिए संपूर्ण विश्व की भागीदारी नजर आती है। न्यू मीडिया के उदाहरणों में ऑनलाइन समाचार पत्र, ब्लॉक, विकिपीडिया, वीडियो, गेम, कंप्यूटर, मल्टीमीडिया, सोशल मीडिया के साइट्स में हम फेसबुक, व्हाट्सएप, लिंकडइन, इंस्टाग्राम, ब्लॉक, ट्विटर आदि का वर्चस्व देखते हैं। न्यू मीडिया ने वार्तालाप का एक नया मंच तैयार किया है, जिसमें संपूर्ण विश्व भागीदारी देता नजर आता है। न्यू मीडिया पुरानी तकनीकों से एकदम अलग है और वर्तमान समय में न्यू वीडियो प्रथम स्थान पर है। आज की युवा पीढ़ी न्यू मीडिया के बिना दिन की शुरुआत तक नहीं कर सकती। इसी न्यू मीडिया ने हिंदी भाषा को एक नया स्थान दिलाया है। संपूर्ण विश्व में डेढ़ सौ से अधिक देशों में हिंदीभाषी मूल के लोग निवास करते हैं। न्यू मीडिया के जरिए उनके बीच में हिंदी भाषा के माध्यम से संपर्क स्थापित हो पाया है। विश्व में करीब 6000

भाषाएं बोली जाती हैं। बहुत सी ऐसी भाषाएं हैं, जिन्हें बोलने वालों की संख्या बहुत कम है, विश्व की 10 सबसे प्रभावशाली भाषाओं में से हिंदी एक है। अमेरिका के चिकित्सकों के बीच इंग्लिश और स्पेनिश के बाद तीसरी सबसे ज्यादा बोली जाने वाली भाषा हिंदी है। हिंदी भाषा के प्रमुख वेबसाइट अनुभूति, अनुरोध, अभिव्यक्ति, हिंदी नेस्ट, गीत पहल, भारत दर्शन, शब्दांकन, सृजन गाथा, स्वर्ग, अभ्यास, साहित्य कुंज, समय अंतराल, हिंदी चेतना, गर्भनाल, हिंदी समय, कविता कोश, गद्दे, आदि वेबसाइट हैं, जिन्होंने हिंदी साहित्य को शिखर तक पहुंचाया है। जिस तरीके से न्यू मीडिया ने हिंदी का विस्तार किया है, यह उल्लेखनीय है, परंतु सोशल मीडिया जिसको हम फेसबुक यूट्यूब और व्हाट्सएप इंस्टाग्राम के नाम से जानेंगे इन माध्यमों ने हिंदी को दूषित करने में कोई कसर नहीं छोड़ी है। इन माध्यमों पर शॉर्टकट भाषा का उपयोग किया जाता है। भाषा के व्याकरण पर कोई ध्यान नहीं दिया जाता, व शब्दों को मनचाहे ढंग से प्रस्तुत करने का खुला मंच है।

जहां एक ओर हिंदी के विकास में विश्व स्तर पर अनेक प्रयास किए जा रहे हैं। वहीं हिंदी भारत देश के अंदर संचार माध्यमों द्वारा दूषित की जा रही है। आज हिंदी अपना मूल रूप धीरे-धीरे खोती नजर आ रही है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने यह कार्य बड़ी आसानी से किया है। जहां संचार माध्यमों का एक और यह कर्तव्य बनता है कि वह हिंदी को उसके वास्तविक रूप में बनाए रखे, वही न्यू मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने समय की कमी के कारण जल्दी-जल्दी में हिंदी को भाषा को अन्य भाषा में मिश्रित कर प्रयोग शुरू कर दिया है।

समाज में मीडिया की भूमिका

लोकतांत्रिक देशों में विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के क्रियाकलापों पर नजर रखने के लिये मीडिया को 'चौथे स्तंभ' के रूप में जाना जाता है। 18वीं शताब्दी के बाद से, खासकर अमेरिकी स्वतंत्रता आंदोलन और फ्रांसीसी क्रांति के समय से जनता तक पहुँचने और उसे जागरूक कर सक्षम बनाने में मीडिया ने महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। मीडिया अगर सकारात्मक भूमिका अदा करें तो किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक एवं राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है।

वर्तमान समय में मीडिया की उपयोगिता, महत्त्व एवं भूमिका निरंतर बढ़ती जा रही है। कोई भी समाज, सरकार, वर्ग, संस्था, समूह व्यक्ति मीडिया की उपेक्षा कर आगे नहीं बढ़ सकता। आज के जीवन में मीडिया एक अपरिहार्य आवश्यकता बन गया है। अगर हम देखें कि समाज किसे कहते हैं तो यह तथ्य सामने आता है कि लोगों की भीड़ या असंबद्ध मनुष्य को हम समाज नहीं कह सकते हैं। समाज का अर्थ होता है संबंधों का परस्पर ताना-बाना, जिसमें विवेकवान और विचारशील मनुष्यों वाले समुदायों का अस्तित्व होता है।

मीडिया एक समग्र तंत्र है, जिसमें प्रिंटिंग प्रेस, पत्रकार, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, रेडियो, सिनेमा, इंटरनेट आदि सूचना के माध्यम सम्मिलित होते हैं। अगर समाज में मीडिया की भूमिका की बात करें तो इसका तात्पर्य यह हुआ कि समाज में मीडिया प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष रूप से क्या योगदान दे रहा है एवं उसके उत्तरदायित्वों के निर्वहन के दौरान समाज पर उसका क्या सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है।

प्रभाव पर गौर करने पर स्पष्ट होता है कि मीडिया की समाज में शक्ति, महत्ता एवं उपयोगिता में वृद्धि से इसके सकारात्मक प्रभावों में काफी अभिवृद्धि हुई है लेकिन साथ-साथ इसके नकारात्मक प्रभाव भी उभर कर सामने आए हैं।

मीडिया ने जहाँ जनता को निर्भीकता पूर्वक जागरूक करने, भ्रष्टाचार को उजागर करने, सत्ता पर तार्किक नियंत्रण एवं जनहित कार्यों की अभिवृद्धि में योगदान दिया है, वहीं लालच, भय, द्वेष, स्पृद्धा, दुर्भावना एवं राजनैतिक कुचक्र के जाल में फंसकर अपनी भूमिका को कलंकित भी किया है। व्यक्तिगत या संस्थागत निहित स्वार्थों के लिये यलो जर्नलिज्म को अपनाना, ब्लैकमेल द्वारा दूसरों का शोषण करना, चटपटी खबरों को तवज्जों देना और खबरों को तोड़-मरोड़कर पेश करना, दंगे भड़काने वाली खबरे प्रकाशित करना, घटनाओं एवं कथनों को द्विअर्थी रूप प्रदान करना, भय या लालच में सत्तारूढ़ दल की चापलूसी करना, अनावश्यक रूप से किसी की प्रशंसा और महिमामंडन करना और किसी दूसरे की आलोचना करना जैसे अनेक अनुचित कार्य आजकल मीडिया द्वारा किये जा रहे हैं।

दुर्घटना एवं संवेदनशील मुद्दों को बढ़ा-चढ़ाकर पेश करना, ईमानदारी, नैतिकता, कर्तव्यनिष्ठा और साहस से संबंधित खबरों को नजरअंदाज करना आजकल मीडिया का एक सामान्य लक्षण हो गया है। मीडिया के इस व्यवहार से समाज में अव्यवस्था और असंतुलन की स्थिति पैदा होती है।

प्रिंट मीडिया और टी.वी. एवं सिनेमा के माध्यम से पश्चिमी संस्कृति का आगमन और प्रसार हो रहा है जिससे समाज में अनावश्यक फैशन, अश्लीलता, चोरी, गुंडागर्दी जैसी घटनाओं में वृद्धि हुई है। इस पतन के कारण युवा पीढ़ी भी पतन के गर्त में धँसती जा रही है। इंटरनेट के माध्यम से असामाजिक क्रियाकलाप युवाओं तक पहुंच रहे हैं जिससे उनमें नैतिकता, संस्कृति और सभ्यता की लगातार कमी आती जा रही है। इन सबको देखते हुए मीडिया की भूमिका पर चर्चा करना आज आवश्यक हो गया है।

मीडिया की भूमिका यथार्थ सूचना प्रदायक एजेंसी के रूप में होनी चाहिये। मीडिया द्वारा समाज को संपूर्ण विश्व में होने वाली घटनाओं की जानकारी मिलती है, इसलिये मीडिया का यह प्रयास होना चाहिये कि ये जानकारियाँ यथार्थपरक हो। सूचनाओं को तोड़-मरोड़कर या दूषित कर प्रस्तुत करने का प्रयास नहीं होना चाहिये। समाज के हित एवं जानकारी के लिये सूचनाओं को यथावत एवं विशुद्ध रूप में जनता के समक्ष पेश करना चाहिये। मीडिया का प्रस्तुतीकरण ऐसा होना चाहिये जो समाज का मार्गदर्शन कर सके। खबरों और घटनाओं का प्रस्तुतीकरण इस प्रकार हो जिससे जनता का मागदर्शन हो सके। उत्तम लेख, संपादकीय, ज्ञानवर्द्धक सूचनाएँ, श्रेष्ठ मनोरंजन आदि सामग्रियों का खबरों में समावेश होना चाहिये तभी समाज को सही दिशा प्रदान की जा सकेगी।

मीडिया समाज को अनेक प्रकार से नेतृत्व प्रदान करता है। इससे समाज की विचारधारा प्रभावित होती है। मीडिया को प्रेरक की भूमिका में भी उपस्थित होना चाहिये जिससे समाज एवं सरकारों को प्रेरणा व मार्गदर्शन प्राप्त हो। मीडिया समाज के विभिन्न वर्गों के हितों का रक्षक भी होता है। वह समाज की नीति, परंपराओं, मान्यताओं तथा सभ्यता एवं संस्कृति के प्रहरी के रूप में भी भूमिका निभाता है। पूरे विश्व में घटित विभिन्न घटनाओं की जानकारी समाज के विभिन्न वर्गों को मीडिया के माध्यम से ही मिलती है। अतः उसे सूचनाएँ निष्पक्ष रूप से सही परिप्रेक्ष्य में प्रस्तुत करनी चाहिये।

मीडिया अपनी खबरों द्वारा समाज के असंतुलन एवं संतुलन में भी बड़ी भूमिका निभाता है। मीडिया अपनी भूमिका द्वारा समाज में शांति, सौहार्द, समरसता और सौजन्य की भावना विकसित कर सकता है। सामाजिक तनाव, संघर्ष, मतभेद, युद्ध एवं दंगों के समय मीडिया को बहुत ही संयमित तरीके से कार्य करना चाहिये। राष्ट्र के प्रति भक्ति एवं एकता की भावना को उभारने में भी मीडिया की अहम भूमिका होती है। शहीदों के सम्मान में प्रेरक उत्साहवर्द्धक खबरों के प्रसारण में मीडिया को बढ़-चढ़कर हिस्सा लेना चाहिये। मीडिया विभिन्न सामाजिक कार्यों द्वारा समाज सेवक की भूमिका भी निभा सकता है। भूकंप, बाढ़ या अन्य प्राकृतिक या मानवकृत आपदाओं के समय जनसहयोग उपलब्ध कराकर मानवता की बहुत बड़ी सेवा कर सकता है। मीडिया को सद्प्रवृत्तियों के अभिवर्द्धन हेतु भी आगे आना चाहिये। मीडिया की बहुआयामी भूमिका को देखते हुए कहा जा सकता है कि मीडिया आज विनाशक एवं हितैषी दोनों भूमिकाओं में सामने आया है। अब समय आ गया है कि मीडिया अपनी शक्ति का सदुपयोग जनहित में करे और समाज का मागदर्शन करे ताकि वह भविष्य में भस्मासुर न बन सके।

निष्कर्ष

मीडिया के क्षेत्र में हिंदी भाषा की भूमिका शोध कार्य पूर्ण करने के बाद यह तथ्य सामने आया है कि हिंदी भाषा के शब्दकोश में डेढ़ लाख से अधिक शब्दों को संगठित किया गया है, परंतु वर्तमान पत्रकारों को मात्र 15 सौ शब्दों का भी ज्ञान नहीं है। भारत की आबादी के लगभग 65 प्रतिशत परिवारों में टेलीविजन का उपयोग किया जाता है। यह उपयोग सूचना, मनोरंजन और शिक्षा के लिए किया जा रहा है। वर्तमान समय के मीडिया ने हिंदी भाषा को किसी भी रूप में सही तरीके से नहीं अपनाया है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया टेलीविजन पर जिस भाषा का प्रयोग किया जाता है वह ना तो व्याकरणिक रूप से शुद्ध होती है ना ही मानकीकृत रूप से आम बोल चाल की भाषा को

मीडिया की भाषा कहा जा सकता है और यही कारण है कि मीडिया की आम बोलचाल की भाषा के कारण इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आम जनता में अधिक लोकप्रिय है। मनोरंजन और बाजारीकरण के कारण हम देखते हैं कि फिल्मों में भाषा पर अत्याचार किया जा रहा है, फिल्मों में प्रस्तुत होने वाले गानों में शब्दों का जिस प्रकार से उपयोग हो रहा है वह सही नहीं है और अगर हम बाजारवाद की बात करें तो विज्ञापन के लिए किस प्रकार की भाषा का उपयोग हो रहा है, वह भी शब्दों के साथ अनर्थ ही करती हुई नजर आती है तथा शब्दों के साथ अश्लीलता को परोसती नजर आ रही है। मीडिया के कंधों पर यह भार है कि वह जनमत का निर्माण करें। मीडिया ऐसा साधन है जो बहुत ही कम समय में लोगों तक आसानी से पहुंच सकता है, यही कारण है कि मीडिया द्वारा जो भी सूचना जनता तक जाती है वह बहुत ही विशेष मानी जाती है। इन सभी विषय वस्तुओं को ताक पर रखकर मीडिया जिस भाषा का उपयोग कर रहा है वह ना तो मानकीकृत और ना ही व्याकरणिक रूप से शुद्ध है। हम प्रिंट मीडिया से तो व्याकरणिक रूप से शुद्धता की मांग कर सकते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में टेलीविजन में इस्तेमाल होने वाली भाषा फिल्मों में इस्तेमाल होने वाली भाषा और धारावाहिकों में इस्तेमाल होने वाली भाषा तीनों ही भाषाओं में हिंदी का रूप बदल दिया है। आज हम फिल्म, धारावाहिक, न्यूज चैनल इन तीनों ही माध्यमों से देखते हैं कि हिंदी के साथ-साथ अंग्रेजी शब्दों का अधिक प्रयोग किया जा रहा है। अंग्रेजी शब्दों के साथ-साथ फारसी आदि शब्दों का इस्तेमाल हो रहा है, परंतु इन सभी चीजों को एक तरफ रखकर सोशल मीडिया ने अत्यधिक हिंदी भाषा के साथ अत्याचार किया है। हम यह देखते हैं कि सोशल मीडिया पर वर्तमान समय में शॉर्ट फॉर्म का अधिक इस्तेमाल किया जा रहा है और साथ ही साथ विकृति रूप से देखने को मिल रही है। वर्तमान समय में जरूरत है कि जो लोग पत्रकारिता के क्षेत्र में प्रवेश करना चाहते हैं, उनको हिंदी भाषा का ज्ञान हो अन्यथा समय के साथ साथ हम भाषा के और अधिक विकृत रूप को देखेंगे। तकनीकी क्षेत्र से उत्पन्न टेलीविजन ने विश्व स्तर पर सूचना क्षेत्र में क्रांति कर दी है। वैश्विक दृष्टि से भारत में टेलीविजन के विकास के साथ हिंदी भाषा के विकास की संभावनाएं अधिक बढ़ी है। यह घटना भारतवासियों के लिए संतोषप्रद है। मीडिया की हिंदी और साहित्यिक हिंदी की संरचना में प्रकृतिगत भेद है। अतः हिंदी भाषा में स्थिर शब्दों का निर्माण करना चुनौती है।

सूचना बाजार में पहले संवेदनाओं को कम आंका गया, बाद में संवेदनाओं, भावनाओं को पकड़कर ही बाजार को पुख्ता बनाने की कोशिशें की जा रही हैं, इससे सामाजिक और भाषागत अवमूल्यन भी होने लगा। दायित्व का निर्वाह भाषा प्रेमियों द्वारा हुआ तो टेलीविजन में हिंदी का भविष्य बनेगा। विश्व की सूचना को उपभोक्ता को ध्यान में रखकर परोसा जा रहा है। भारत में अत्यधिक उपभोक्ता वर्ग है, अतः भारत को इस बात का फायदा अपनी भाषा को विश्व स्तर पर पहुंचाने के लिए करना आवश्यक है। समय की आहटों को समझकर हर हिंदी भाषा प्रेमी को इस संदर्भ में प्रयास करना होगा। भारत बड़ा बाजार है और बाजार तथा सूचना का चोली-दामन का साथ होता है। इन्हीं स्थितियों में बाजार प्रयोजनित भाषा का निर्माण करना आवश्यक है। भाषा को व्यावहारिक रूप देना अनिवार्य है। इन्हीं अनिर्वायताओं को विश्व स्तर पर अपने स्थान को समझकर आंशिक परिवर्तनों को स्वीकार कर के वैश्विक हिंदी भाषा को टेलीविजन के माध्यम से प्रसारित प्रचारित करना चाहिए। अतः सरकार और हिंदी लेखकों को टेलीविजन की हिंदी को लेकर भविष्य में प्रयासरत् रहना आवश्यक है। यही भाषा आगे चलकर व्यापक क्षेत्र की भाषा बनेगी। इसी कारण हिंदी का टेलीविजन के परिप्रेक्ष्य में भविष्य उज्ज्वल है।

संदर्भ सूची

1. गोदरे, विनोद, "प्रयोजनमूलक हिंदी", पृ. 206।
2. पचौरी, सुधीश, "जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य", पृ.54।
3. मोहन, सुमित, "मीडिया लेखन", पृ.74।
4. रत्नू, कृष्णकुमार, "विश्व मीडिया बाजार", पृ.128।
5. www.japan.guide.com

6. दूरदर्शन हिंदी के प्रयोजनमूलक विविध प्रयोग।
7. पुंडे, दत्तात्रय, "सुलभ भाषा विज्ञान", पृ.12।
8. गौड, संजय, "इलेक्ट्रॉनिक मीडिया" पृ.12।
9. परिहार, कालूराम, (2008), "मीडिया के सामाजिक सरोकार", नई दिल्ली, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स, दरियागंज, प्रथम संस्करण, पृष्ठ 22।
10. Colombo, J. R. (1994). "Colombo's All-time Great Canadian Quotations", Stoddart, Publishing, p. 176.
11. Coleman, Steven (2017). "Defination of media", Retrieved from <http://study.com/academy/lesson/what-is-mass-media-definition-types-influence-examples.html>.
12. Kumar, Keval J., (2010). "Mass communication in India", Jaico publishing house, Mumbai, fourty completely revised and update edition, p. 50. 5. Pahwa, Nikhil (2006), 'What the Youth Wants: Trends in Media Consumption. Retrieved from-<https://gigaom.com/2006/11/07/what-the-youth-wants-trends-in-media-consumption>.
13. श्रीवास्तव, डीएन, (2008), "मनोवैज्ञानिक प्रक्रियाएं", आगरा, अग्रवाल पब्लिकेशन, पृष्ठ 236।
