

जन-संचार माध्यमों का बदलता हुआ स्वरूप और हिंदी

डॉ. सरिता बाबासाहेब बिडकर

सहाय्यक प्राध्यापक— हिंदी विभाग

डॉ. घाळी महाविद्यालय, गडहिंगलज, महाराष्ट्र

भाषा और जन-संचार के माध्यमों का काफी गहरा संबंध है। जन-संचार के माध्यमों को संप्रेषणीय बनाने का महत्वपूर्ण काम भाषा ही करती है। कहना गलत नहीं होगा कि भाषा के बिना किसी भी जन-संचार का उद्देश्य पूरा नहीं होगा। जन-संचार शब्द अंग्रेजी के 'Mass Communication' का हिंदी पर्याय है। इसका अर्थ भाषा तथा विचारोंका आदान-प्रदान है। अतः जन-संचार यह शब्द 'संचार' का विकसित रूप है। जनमानस को सजग-जचेत बनाने के लिए जन-संचार के माध्यमों का महत्व अधिक है। इस बारे में डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्र लिखते हैं, "संचार मानव समाज का आधार है। हाव-भाव, संकेतो और वाणी के माध्यम से सूचनाओं का आदान-प्रदान संचार के अंतर्गत आता है। संचार के द्वारा ही मानव के सामाजिक संबंध बनते और निरंतर विकसित होते हैं। मानवीय समाज के संचालक की समस्त प्रक्रिया संचार पर आधारित है।"¹ वर्तमान समय में मीडिया को अत्याधिक महत्व प्राप्त हो चुका है। अगर हम यँ कहे कि आज संसार पर मीडिया का राज है तो गलत नहीं होगा। आज मीडिया की वजह से पूरा विश्व मानो एक परिवार के जैसा बना है। मानव-मानव, समाज-समाज, देश-देश में एक कडी के रूप में भाषा अपनी भूमिका निभा रही है। इस बारे में विद्यानिवास मिश्रजीका कहना इसतरह है, "भाषा केवल संदेश वाहक नहीं है, वह विचार भी है, संस्कार भी है और व्यक्ति के विवेक की पहचान भी है।"² इसतरह जनसंचार के माध्यमों से जनमानस को अपने देश के साथ साथ पूरे विश्व में घट रही घटनाओं की जानकारी मिलती है। शिक्षा मनोरंजन, समाजसेवा एवं प्रबोधन आदि क्षेत्रों में

जन-संचार माध्यमों के द्वारा काम लिया जा सकता है। अतः कहना गलत नहीं होगा कि जन-संचार माध्यमों का महत्व दिन-ब-दिन बढ़ता ही जा रहा है।

अध्ययन की सुविधा हेतु जन-संचार के माध्यमों को तीन भागों में विभाजित किया है।

जैसे,

1. परंपरागत जनसंचार माध्यम : इसमें लोकगीत, लोक नाट्य, चित्रकला, किर्तन जैसी लोककलाओं का समावेश है। तत्कालीन समय में यह जन-संचार के महत्वपूर्ण माध्यम थे।
2. मुद्रित माध्यम : इस माध्यम के अंतर्गत समाचार पत्र, पत्र-पत्रिकाएँ, साक्षात्कार, वार्तालाप, विज्ञापन जैसे माध्यमों के द्वारा जन-संचार होता है।
3. जन-संचार के इलेक्ट्रॉनिक माध्यम : इसके अंतर्गत रडिओ, फिल्में, दूरदर्शन, टेलीफोन, कॉम्प्युटर जैसे माध्यमों द्वारा जन-संचार होता है।

इसतरह जन-संचार के विविध माध्यम हैं। जन-संचार के मुद्रित माध्यमों में मुद्रित माध्यम का अपना स्वतंत्र महत्व है। हस्तलिखित सामग्री के साथ मुद्रण की सामग्री का समावेश इस माध्यम में होता है। जन-संचार के माध्यम एवं महत्व को लेकर डॉ. मिथिलेश शर्मा ने बहुत बडिया लिखा है, "जन-संचार माध्यम के कारण "वसुधैव कुटूंबकम्" की बात सत्य सिद्ध हो गयी है। इसमें जो कमी थी उसे वैश्वीकरण, उदारीकरण और बाजारीकरण ने पूरा कर दिया। आज भौगोलिक दूरियाँ और भाषिक सीमाएँ समाप्त हो गयी हैं। एक भाषाक्षेत्र की सामग्री दूसरे भाषा क्षेत्र में अनुवाद के माध्यम से बड़ी आसानी से पहुँचायी जा रही है।"³ आज हम जन-संचार का मुद्रित माध्यम देखते हैं तो यही परिलक्षित होता है कि मुद्रित माध्यम का अपना एक स्वतंत्र महत्व है। आज मुद्रण क्षेत्र में हुयी वैज्ञानिक प्रगति ने मुद्रित माध्यमों को जहाँ एक ओर सुंदर रूप दिया है उसी तरह दुसरी ओर विशाल जन समुदाय में

संचार की क्षमता भी प्रदान की है। आज संचार या संपर्क भाषा के रूप में हिंदी भाषा का प्रयोग हिंदी तथा हिंदीतर प्रदेशों में भी बड़े पैमाने पर हो रहा है।

समाचार पत्र मुद्रित माध्यमों के अंतर्गत आनेवाला एक महत्वपूर्ण एवं लोकप्रिय माध्यम है। यह पूरी जनता के साथ जुड़ा हुआ माध्यम है। वर्तमान समय में समाचार पत्र मानव जीवन का एक हिस्सा बना है, ऐसा कहा जाए तो गलत नहीं होगा। भारत एक विशालकाय एवं खंडप्राय देश है। यहाँ अनेक भाषाएँ, अनेक बोलियाँ बोली जाती है। यहाँ प्रत्येक प्रादेशिक भाषा में समाचार पत्र प्रकाशित होता है। अतः देश के लोगों को एक दूसरे के साथ जोड़ने का काम समाचार पत्र करते है।

समाचार पत्र के साथ-साथ आकाशपाणी दूरदर्शन, फिल्मों, मल्टिमिडिया आज के प्रभावी जन-संचार माध्यम बने है। आज अगर हम पूरे विश्व का विचार करें तो यह तथ्य दृष्टिगत होता है कि संसार में हिंदी जाननेवालों की संख्या बड़ी मात्रा में है। अतः जन संख्या के पश्चात पाठकों को आकर्षित करने के लिए सबसे महत्वपूर्ण माध्यम है-मीडिया। मीडिया-मुद्रित हो या इलेक्ट्रॉनिक, दोनों का महत्व अपने-आप में बहुत है। इन दोनों माध्यमों में हिंदी की स्थिती-संतोषजनक है। आज मीडिया द्वारा मनोरंजन तो होता ही है किंतु आवश्यक जानकारी, जरूरते भी पूरी होती है। अतः शिक्षा के साथ-साथ सूचना का एक विशेष उत्तरदायित्व समाचार पत्र, रेडिओ, टि. व्ही. द्वारा निर्वाह किया जा रहा है। आज हम जब दो दशक के पहले अखबार देखते है और आज के अखबारो से तुलना करते है तो काफी परिवर्तन दिखायी देता है। जैसे, हमारे समाचार ने ही इस बात पर पहले प्रकाश डाला, हमारे समाचार में ही फलाने-फलाने घटना पर पहले प्रकाश डाला, फलाने-फलाने नेता ने इस विषय पर प्रथमतः हमारे अखबार से संपर्क किया, समाचार पत्रों के सर्वेक्षण में हमारा समाचार पत्र नं- 1 के स्थान पर है। जन-मानस को सजग-सचेत बनाने के संचार माध्यमों का महत्व बहुत बडा है। संचार के लिए, संपर्क के लिए माध्यमों की

आवश्यकता है, अंतः माध्यमों के बिना संचार या संप्रेषण संभव नहीं ऐसा कहा जाए तो भी गलत नहीं होगा। अतः जनसंचार का एक प्रभावी माध्यम—समाचार पत्र कहा जाता है। लोगों को, समाज को जोड़ने का कार्य समाचार पत्र करते हैं। किंतु प्रतियोगिता के जमाने में समाचार पत्रों का स्वरूप काफी बदला हुआ दिखायी देता है। मुख्य समाचार की अपेक्षा राजनीतिक फेसाद, धार्मिक फसाद अलग—अलग प्रकार के विज्ञापनों से भरा समाचार पत्र हमारे हाथ में आता है। कभी—कभी ऐसा भी होता है कि मुख्य खबर आखिरी या कहीं बीच में होती है, जो कि पहले पन्ने पर होनी चाहिए। अतः पहले पन्ने पर दिखायी देता है— राजनीतिक नेताओं के जन्म—दिवस की बधाई! इसीलिए खेद से कहना पड़ रहा है कि जन—संचार के माध्यमों का स्वरूप बदल रहा है। जन—संचार के माध्यमों को लेकर डॉ. पंडियाजी लिखते हैं, “ज्ञात हो कि सूचना विस्फोट के युग में मीडिया एक बड़ा उदयोग बनकर उभरा है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया हो या प्रिंट मीडिया, वे आज मिशन से प्रेरित नहीं, अपितु लाभांकांक्षी उदयोग है।”⁴

आज रेडिओ, समाचार पत्र, फिल्म की अपेक्षा जनसंचार का और एक प्रभावी माध्यम है और सबके दिलो—दिमाग पर छाया हुआ है— टि. व्ही. विज्ञापनों का प्रभाव इतना बढ़ गया है कि टि.व्ही.देखते समय मुख्य बातों की अपेक्षा विज्ञापन ही दिमाग पर अधिक छाता है। ऐसा लगता है कि विज्ञापन के बिना किसी भी उत्पादन का अस्तित्व ही नहीं! हम क्या खरीदे, क्या नहीं? हमारी पसंद ना पसंद यह मानो हम विज्ञापन देखकर ही तय कर रहे हैं। विज्ञापन का करिश्मा इतना होता है, कि जो चीज मूल्यहीन होती है वह मौलिक बन जाती है और खरीददार खरीदता भी है। किंतु यहाँ इस बात की ओर भी थोड़ा ध्यान देना जरूरी है भारत में विज्ञापन के लिए लोकप्रिय भाषा हिंदी है। किंतु यह भी सच है कि हम क्या खरीदे, क्या पसंद करें, विशेष रूप से हम अपना कीमती ‘वोट’ किसे दे? अतः हमारी मानसिकता बनाने

का काम यह माध्यम कर रहे हैं, ऐसा कहा जाए तो गलत नहीं होगा।

देश स्वतंत्र होने के बाद सबसे महत्वपूर्ण बात यह थी कि सरकार का जनता से जोड़ना और इसके लिए जिस भाषा की आवश्यकता थी वह है हिंदी। क्योंकि हिंदी सभी भारतवासियों की जरूरतें पूरी करने में सक्षम थी। राष्ट्रीय एकता बनाए रखने में तो वह सक्षम थी ही किंतु विदेशों में भी संपर्क बनाए रखने के लिए सक्षम हैं। अतः जन-संचार का बदलता हुआ स्वरूप देखते हुए और जन-संचार की माध्यम भाषा-हिंदी में अनेक अभियान शुरू हुए हैं। कहना जरूरी होगा कि सरकार द्वारा चलाए जा रहे अभियान में हिंदी में कार्य करने पर सरकार निरंतर जोर दे रही है। इस अभियान में हिंदी का प्रयोग लोगों के विकास के लिए नयी दिशा दे रहा है। जैसे, शिक्षा, स्वास्थ्य, क्रीडा, कृषि, उद्योग। आजकल तो संचार का उत्तम उदाहरण के रूप में हम कहना चाहेंगे कि-‘निर्मल ग्राम अभियान’ जैसे-जहाँ सोच-वहँ शौच आदि। जैसे कि हमने कहा, जन-संचार का एक बेहतरीन माध्यम टि. व्ही. इसने तो हिंदी को सही न्याय देकर घर-घर पहुँचाया है।

आज बहुत सारे विदेशी राष्ट्र भारत जैसे विशाल देश में व्यापार के लिए मौका ढूँढ रहे हैं। ऐसे में आज जन-संचार माध्यमों की बहुत बड़ी जिम्मेदारी और महत्व भी है। इस दृष्टि से हर एक बात विज्ञापन के माध्यम से लोगों तक पहुँचाना जरूरी हुआ है, और माध्यम यह जरूरतें पूरी कर रहे हैं। अतः जन-संचार माध्यमों का बदला हुआ यह स्वरूप लाभदायी ही है।

निष्कर्ष रूप में हम कह सकते हैं कि जन-संचार के माध्यमों में आज हिंदी अपनी अहम भूमिका निभा रही है इतना ही नहीं अंग्रेज़ भाषा के रूप में हिंदी का विकास हो रहा है। भूमंडलीकरण के कारण आज दुनिया मानों बहुत छोटी लग रही है। अतः इस व्यापारी दुनिया में महत्वपूर्ण जनसंपर्क माध्यमों की भूमिका भी निभानी होगी और हमारी हिंदी को मिलावट से भी दूर रखना होगा।

रेडिओ :- जनसंपर्क का एक प्रभावी माध्यम रेडिओ है। रेडिओ का प्रधान कार्य देश-विदेश के श्रोताओं को समाचार, जानकारी से अवगत कराना। आज रेडिओ के माध्यम से संगीत कार्यक्रम विशिष्ट वार्ता,भाषा-पाठ,सम्मेलन, समुह गान, नाटक रूपक जैसे कार्यक्रमों द्वारा जनसंपर्क आसानी से हो रहा है। आज प्रयोजनमूलक हिंदी के प्रचार काम रेडिओ द्वारा बहुतही सरलता से और आसानी से हो रहा है। कहना गलत नहीं होगा कि रेडिओ जनमानस को बड़े पैमाने पर प्रभावित कर रहा है। आज लोगों की सुबह आर. जे. के. बहुतही मीठे और प्रेरणादायी ‘**Good morning**’ की आवाज से होती है। रेडिओ में काम करनेवाले आर. जे की आवाज सुनने के लिए लोग बेचैन होते हैं, बड़े प्यार से सुनते हैं। चलते-चलते, व्यायाम करते-करते, भी ‘हेड-फोन’ लगाकर लोग रेडिओ सुनते हैं, अलग-से समय निकालने की जरूरत नहीं होती। घर की महिलाएँ रेडिओ शुरू रखकर घर का काम करती हैं। अतः कहने का तात्पर्य इतनाही है कि जनसंपर्क करने का स्वरूप बदल रहा है। रेडिओ नाट्य लेखन में विष्णू-प्रभाकर का नाम सर्वोपरी आता है। मोहन राकेश का आधे-अधुरे नाटक, शरतचंद्र चट्टोपाध्याय का चरित्रहीन तथा अमृतलाल नागर का ‘मानस का हंस’ जैसे नाटकों ने श्रोताओं को मंत्रमुग्ध किया है। इससे जनसंपर्क भी हो गया और हिंदी का प्रचार-प्रसार भी हो गया।

रेडिओ ने युवाओं के लिए ‘युवावाणी’ जैसे कार्यक्रम का आयोजन कर, देश की समस्याओं पर अपने विचार मुक्त रूप से व्यक्त करने के लिए मंच उपलब्ध करावा दिया।

दूरदर्शन :- यह दृश्य-श्राव्य माध्यम आज सबसे प्रभावशाली एवं सशक्त है। आज टेलिस्क्र्रीजनपर प्रसारित होनेवाले रामायण, महाभारत, चंद्रकाता जैसे ऐतिहासिक सिरिअल हो, कॉमेडी सिरिअल हो, गृहस्थीपर आधारीत पारिवारिक सिरिअल हो या विज्ञापन हो इन चीजों का प्रभाव इतना बढ गया है की बस्स! माध्यमों न मनुष्य को

इस चौकटपर लाकर खडा कर दिया है कि, एक आदत—सी बन गयी है। विज्ञापन ने तो मानववर ऐसा असर किया है कि—मुल्यहीन वस्तु को भी मूल्यवान बनाकर खरीदने के लिए मजबूर किया है।

अतः आज भूमंडलीकरण के कारण दुनिया बहुत—नजदीक आ गयी है। एक देश के लिए पडासी देश बाजार है और इन्हें जोडने का काम जन—संचार के माद्यम कर रहे है। जन—संचार के माद्यमों में दिन—ब—दिन बढ़ौती हो रही है। समाचार पत्र इलेक्ट्रॉनिक्स संचार माद्यम—रेडिओ, टेपरेकॉर्डर, ऑडिओ कॅसेट, कंप्युटर, इंटरनेट, ई—मेल, वाइस—मेल, दूरध्वनी, भ्रमणध्वनी ई—कॉमर्स, ई—बुक जैसे माद्यमों में काफी परिवर्तन और नयापन दिखायी दे रहा है, इसमें कोई दो राय नहीं। फिल्म जैसा माद्यम लोकप्रिय बन गया है। अपने जादू से लोगों का मन मोह ले रही है। आय. टी. जैसे क्षेत्र में जन संचार के माद्यम काफी प्रभाव डाल रहे है। इंटरनेट के द्वारा दुनिया के किसी भी कोने में भौगोलिक सीमाओं को लांघकर व्यापार किया जा सकता है—और नतीजा जन—संचार के माद्यमों का ही है। इस बात को भी हम नजर अंदाज नहीं कर सकते कि भारत जैसे विशालकाय देश में व्यापार के लिए बहुत बडा मौका विदेशी कंपीनयों को मिल रहा है। दूसरा सच यह भी है कि जिस—तरह जन—संचार माद्यमों के अच्छे परिणाम देखने को मिलते है, तो कई बार इसके बुरे परिणाम भी देखने को मिलते है। किंतु इस सच को भी नकारा नहीं जा सकता कि हम इसका उपयोग क्यों और किस तरह करते है। अतः जन—संचार के माद्यमा का बदला हुआ रूप है इससे मनुष्य जीवन निश्चित रूप से प्रभावित हुआ है, इसमें कोई शक नहीं।

1. डॉ. चंद्रपकाश मिश्र – मीडिया लेखन सिद्धांत और व्यवहार पृ. 27
2. विदयानिवास मिन— हिंदी और हम पृ. 14
3. डॉ. मिथिलेश शर्मा – भाषा के विविध रूप और संचार माद्यम पृ. 232
4. रतनकुमार पांडेय – 'अनभै' जनवरी— मार्च 2010 पु. 21