



ISSN Print: 2394-7500
ISSN Online: 2394-5869
Impact Factor: 5.2
IJAR 2019; 5(2): 178-182
www.allresearchjournal.com
Received: 13-12-2018
Accepted: 15-01-2019

शलभ मणि त्रिपाठी

पीएच.डी रिसर्च स्कॉलर हिंदी और
अन्य भारतीय भाषा विभाग, डॉ.
शकुंतला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वासि
विश्वविद्यालय, लखनऊ, उत्तर प्रदेश,
भारत

समाचार पत्रों की भाषा पर टेलीविजन की भाषा का प्रभाव

शलभ मणि त्रिपाठी

सारांश

जनसंचार माध्यमों में संचार भाषा की उपयोगिता और भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण मानी जाती है। चाहे वह मुद्रित मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रसारणकरता को इस बात की सतर्कता बरतनी पड़ती है और भरसक चेष्टा करनी पड़ती है की उसका कथ्य सही अंदाज़ में हर एक व्यक्ति तक सम्प्रेषित हो सके। यह सम्प्रेषण मूलतः भाषिक प्रयोग पर निर्भर होता है। जब अपने लक्ष्यभूत पाठक या दर्शक का सही अनुमान प्राप्त हो अर्थात् उनकी अभिरुचि, उनकी समझदारी और उनकी मनोदशा का सही-सही संज्ञान हो जाता है तभी हर सन्देश का विधिवत् सही संप्रेषण हो पाता है। आज हिंदी के समाचार पत्रों में जिस भाषा का प्रयोग हो रहा है वह भाषा की पकड़, शब्दों के चयन व उनकी प्रस्तुति पर प्रश्न चिन्ह लगाते दिखाई देते हैं। समाचार सामग्री को तुरंत परोसने के उतावलेपन में अखबार की सुर्खियाँ सीधी टेलीविजन चैनल से उठा ली जाती है इसके दैनिक समाचार पत्र की भाषा में विशेषतः वाक्य रचना में त्रुटि देखने को मिलती है। चूंकि समाचार सीधे टीवी से लिया जाता है, आम बोलचाल की भाषा को पत्रकारिता की भाषा के रूप में इस्तेमाल किया जाता है। हिन्दी पत्रकारों की नई पीढ़ी को पत्रकारिता की भाषागत नाव को सही दिशा में खेने के विवेक के प्रश्न पर गंभीरता से विचार करना होगा। इस उद्देश्य को ध्यान में रखते हुए समाचार पत्रों की भाषा पर टेलीविजन भाषा प्रभाव के बारे में लखनऊ विश्वविद्यालयों के छात्रों की राय जानने का प्रयास किया गया था जो अध्ययन के रूप में यहाँ प्रस्तुत है। अध्ययन का उद्देश्य: समाचार पत्रों की भाषा पर टेलीविजन भाषा प्रभाव के बारे में लखनऊ विश्वविद्यालयों के छात्रों राय जानना। अनुसंधान प्रणाली: वर्तमान अध्ययन के लिए, अपनाई गई शोध विधि प्रकृति में वर्णनात्मक है। शोधकर्ता द्वारा निर्धारित चयन मानदंडों के आधार पर, लखनऊ शहर के पांच विश्वविद्यालयों में से से 500 छात्र चुने गए थे। अध्ययन के प्राप्तांक के अनुसार अधिकतम उत्तरदाता यह मानते हैं कि टेलीविजन समाचार की वजह से समाचार पत्रों में भाषा की प्रकृति में विकृति आई है और व्याकरण नियमों की उपेक्षा की जा रही है। समाचार पत्रों की आक्रामकता की जगह बाजारपरस्ती ने ले ली है” और समाचार पत्रों में पहले जैसी गंभीरता और गरिमा खो गयी है।

कूट शब्द: समाचार पत्रों की भाषा, टेलीविजन की भाषा, हिंदी समाचार पत्र

प्रस्तावना

जनसंचार माध्यमों में संचार भाषा की उपयोगिता और भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण मानी जाती है। चाहे वह मुद्रित मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, प्रसारणकरता को इस बात की सतर्कता बरतनी पड़ती है और भरसक चेष्टा करनी पड़ती है की उसका कथ्य सही अंदाज़ में हर एक व्यक्ति तक सम्प्रेषित हो सके। यह सम्प्रेषण मूलतः भाषिक प्रयोग पर निर्भर होता है। जब अपने लक्ष्यभूत पाठक या दर्शक का सही अनुमान प्राप्त हो अर्थात् उनकी अभिरुचि, उनकी समझदारी और उनकी मनोदशा

Correspondence

शलभ मणि त्रिपाठी

पीएच.डी रिसर्च स्कॉलर हिंदी और
अन्य भारतीय भाषा विभाग, डॉ.
शकुंतला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वासि
विश्वविद्यालय, लखनऊ, उत्तर प्रदेश,
भारत

प्रमुख परिणाम:**उत्तरदाताओं की आधारभूत जानकारी**

तालिका १: उत्तरदाताओं का आयु के आधार पर वर्गीकरण: तालिका एक में चयन किए गए विश्वविद्यालय

के विद्यार्थी उत्तरदाताओं का विवरण उनके आयुके अनुसार दिया गया है, जिसमें ९० प्रतिशत उत्तरदाता १८ से लेकर २८ वर्ष की आयु के थे।

तालिका १: आयु के आधार पर उत्तरदाताओं का विभाजन N=५००

विश्वविद्यालय	१	२	३	४	५	कुल
आयु (वर्षों में)	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
१४-२८ वर्ष	९४	९५	८०	९१	९०	९०
२९-३८ वर्ष	०६	०५	१८	०७	०७	८.६
३९-४८ वर्ष	००	००	०२	०२	०३	१.४
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	१००

तालिका २: उत्तरदाताओं का लिंग के अनुसार वर्गीकरण: तालिका दो में चयन किए गए विश्वविद्यालय में से चयन किए हुए उत्तरदाताओं का लिंगानुसार

विवरण दिया गया है, जिसमें ८२ प्रतिशत उत्तरदाता पुरुष वर्ग तथा १८ प्रतिशत महिला वर्ग से संबंधित थे।

तालिका २: उत्तरदाताओं का उनकी लिंगके अनुसार वर्गीकरण । N=५००

विश्वविद्यालय	१	२	३	४	५	कुल
लिंग	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत
पुरुष	७७	८९	७५	८३	८६	८२
स्त्री	२३	११	२५	१७	१४	१८
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	१००

तालिका ३: उत्तरदाताओं का शैक्षिक योग्यता के अनुसार वर्गीकरण: तालिका तीन में चयन किए गए विश्वविद्यालय में से चयन किए गए विद्यार्थी उत्तरदाताओं का विवरण उनकी शैक्षणिक योग्यताके अनुसार दिया गया है। तालिका तीन में निहित तथ्यों से यह स्पष्ट होता है कि

८८.२ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता स्नातक का अभ्यास कर रहे थे। ७.२ प्रतिशत विद्यार्थी उत्तरदाता स्नातकोत्तर और क्रमशः ४ प्रतिशत विद्यार्थी एम. फिल एवं ०.६ प्रतिशत विद्यार्थी पीएच.डी. अभ्यास कर रहे थे।

तालिका ३: शैक्षिक योग्यता के अनुसार उत्तरदाता का विभाजन, N=५००

विश्वविद्यालय→	१	२	३	४	५	कुल
शैक्षिक योग्यता↓	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	प्रतिशत	आवृत्ति प्रतिशत
स्नातक	८७	९०	८८	९०	८६	४४१ ८८.२
स्नातकोत्तर	०७	०५	१०	०७	०७	३६ ७.२
एम. फिल	०६	०५	०२	०२	०५	२० ४
पीएच.डी	-	-	-	०१	०२	०३ ०.६
कुल	१००	१००	१००	१००	१००	५०० १००

समाचार पत्रों की भाषा पर टेलीविजन भाषा के प्रभाव के बारे में उत्तरदाताओं राय। अध्ययन के प्राप्तांक के अनुसार ८९ प्रतिशत उत्तरदाता यह मानते हैं कि “टेलीविजन पत्रकारिता के कारण, प्रिंट मीडिया ने रंगीन ग्राफिक्स चित्रों के साथ समाचार पत्र की एक बहुत ही आकर्षक प्रस्तुति शैली अपनाई है”। इस बात की भी पुष्टि करते हैं कि “आजकल टेलीविजन समाचार में भाषा

की प्रकृति में विकृति आई है और व्याकरण नियमों की उपेक्षा की जा रही है। “जबकि ८२ प्रतिशत उत्तरदाताओं की राय है की “टेलीविजन पत्रकारिता की होड़ में समाचार पत्रों की आक्रामकता की जगह बाजारपरस्ती ने ले ली है” और ८० प्रतिशत उत्तरदाताओं का अभिप्राय है के “टेलीविजन पत्रकारिता की होड़ में समाचार पत्रों ने पहले जैसी गंभीरता और

गरिमा खो दी है” व “समाचार पत्रों के लिए स्टोरी लेखन बहुत समय ले लेता है, इसलिए समाचार पत्रों के पाठकों को अद्यतन समाचार देने के लिए, समाचार सीधे टीवी से लिया जाता है” । ७८ प्रतिशत उत्तरदाता इस बात से सहमत है कि “समाचार पत्र के मुख्य समाचार आम तौर पर टेलीविजन चैनल के फेसबुक खाते पर प्रसारित लेखों से विकसित किए जाते हैं “ एवं “टेलीविजन पत्रकारिता के कारण, समाचार पत्र की समाचार सामग्री में नकारात्मक प्रभाव पड़ा है” । ७३ प्रतिशत यह भी मानते हैं की निश्चितही “टेलीविजन पत्रकारिता की प्रतियोगिता में समाचार पत्रों का कलेवर बदला है” पर “चूंकि समाचार सीधे टीवी से लिया जाता है, खबरें समाचार पत्रों में अनुवादित भाषा में प्रस्तुत किया जाता है, जिससे अक्सर घटना की प्रस्तुति की मूल भावना समाप्त हो जाती है। “

निष्कर्ष तथा सुझाव:

पत्रकारिता ने हिंदी भाषा को नया जीवंत रूप और संस्कार देने का काम किया है। माना जाता है कि भाषा का ज्ञान पत्रकार का सबसे बड़ा गुण है। साफ है, जिस पत्रकार की भाषा जितनी पैनी होगी, वह उतना ही सफल और सक्षम होगा। किसी भी भाषा की रचना सामान्य परिस्थितियों में नहीं होती। भाषा परिवर्तनों में जन्म लेती है और परिवर्तनों के साथ ही विकसित होती है। युद्ध, क्रांति या आंदोलन के नए रूप खड़े होते हैं, तब उन्हें अभिव्यक्त करने के लिए नई भाषा, शैली और शब्दावली की जरूरत महसूस होती है। पत्र-पत्रिकाओं का सीधा रिश्ता सामान्य जनता से होता है, इसलिए भाषा में बदलाव की यह जरूरत सबसे पहले समाचार पत्रों को ही महसूस होती है। ऐसे संक्रमण काल में पत्रों के सामने दो नए काम आ खड़े होते हैं- नई शब्दावली की रचना और उसका चलन। भाषा अपनी शब्दावली का विकास स्वयं करती है या प्रचलित शब्दावली में से ही शब्दों का चयन कर लेती है। यही कारण है कि मीडिया और समाचार पत्रों में प्रचलित भाषा साहित्यिक भाषा से कुछ अलग-सी दिखाई देती है। आधुनिक युग में पत्रकारिता पर व्यापक अनुसंधान हुए हैं, किंतु पत्रों की भाषा पर अलग से कोई ठोस काम नहीं किया जा सका है। समाचार पत्रों की भाषा विशुद्ध साहित्यिक नहीं होती, किंतु वह एकदम आमफहम भी नहीं होती। इन दोनों भाषाओं के बीच में ही कहीं पत्रों की भाषा की स्थिति होती है। लेकिन आजकल भाषा के स्वरूप में विकृति आती जा रही है और व्याकरण के नियमों की घोर उपेक्षा हो रही है। नई परिस्थितियों का वर्णन करने के लिए मीडिया और समाचार पत्र भाषा के जिस स्वरूप को

अपना रहे हैं, वह साहित्य में उससे भिन्न है। मीडिया और समाचार पत्रों की भाषा के लिए शुद्धतावादी दृष्टिकोण अपनाना बुरा नहीं है, किंतु भाषा जनसाधारण के लिए सुबोध होनी चाहिए। आजकल बोलचाल में ठेठ शब्दों के साथ ही पुनरावृत्तिमूलक शब्दों का प्रयोग भी हिंदी समाचार पत्रों में होने लगा है।

हिंदी अखबारों में अनुवाद की जो भाषा घुस रही है, वह चिंता की बात है। यदि बंगाल में कोई घटना घटती है और उसका समाचार बांग्ला में छपता है, तो अंग्रेजी की समाचार एजेंसियां उसे अंग्रेजी में अनूदित कर हिंदी पत्रों को भेजती हैं। हिंदी समाचार पत्र उसका हिंदी में अनुवाद कर छापते हैं, जिससे अक्सर घटना की प्रस्तुति की मूल भावना ही समाप्त हो जाती है। एक तो हिंदी समाचार पत्रों में प्रयुक्त होने वाली हिंदी अंग्रेजी की अनुचर बनकर क्रांतिहीन और अवरुद्ध गति वाली हो गई है। दूसरे अनुवाद की जूठन और अंग्रेजी की प्रवृत्ति से तैयार किए गए समाचारों से पत्रकारिता का प्रभाव जनमानस पर सीमित हो रहा है। साथ ही भाषा की दृष्टि से हिंदी पत्रकारिता अपने मौलिक स्वरूप की स्थापना नहीं कर पा रही है। आधुनिक हिंदी समाचार पत्रों में इस प्रकार की दोषपूर्ण भाषा के अनेक उदाहरण खोजे जा सकते हैं।

मौजूदा हिंदी अखबारों की भाषा में एकरूपता का अभाव भी दिखाई देता है। कभी-कभी तो किसी समाचार पत्र के एक ही पृष्ठ पर, यहां तक कि एक ही खबर में एक शब्द को भिन्न-भिन्न रूपों में प्रयोग किया जाता है। इस बहुरूपता से समाचार पत्र की मर्यादा को कितनी ठेस पहुंचती है, इसका ध्यान अक्सर नहीं दिया जाता है। आज का पत्रकार भाषा को गंभीर दृष्टि से नहीं देखता और न ही शब्दों को लेकर कहीं बहस होती है। आज प्रचार-प्रसार तथा संवाद स्थापित करने का सबसे सशक्त माध्यम मीडिया ही है। जिससे अनेक तरह की सूचनाएं और ज्ञानवर्धक सामग्री आसानी से उपलब्ध हो जाती है। लोग पत्र-पत्रिकाओं के शब्दों को प्रामाणिक मानकर ग्रहण करते हैं, चाहे वे अशुद्ध ही क्यों न हों। किंतु समाचार पत्र-पत्रिकाओं और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में भ्रामक शब्दों का प्रयोग धड़ल्ले से होता रहा है। इसीलिए अखबारों को अपनी भाषा पर खास ध्यान देना चाहिए।

सन्दर्भ सूची

1. डॉ. राम अवतार शर्मा: हिंदी साहित्य के विकास में हिन्दी पत्रकारिता का योगदान. पृ. १५
2. डॉ. पवन कुमार जैन, विदेशों में हिंदी पत्रकारिता से उद्धरित शांतिकुमार नाथूराम व्यास का मत।

3. डॉ. अशोककुमार, संचारक्रांति और हिन्दी पत्रकारिता से उद्धरित शांतिकुमार नाथूराम व्यास का मत।
4. डॉ. नवीनचंदपंत, पत्रकारिता के सिद्धांत, पृ. २७
5. डॉ. धीरेन्द्रसिंह हिंदी पत्रकारिता, पृ. २०
6. डॉ. माणिक मृगशिष, समाचार पत्रों की भाषा, पृ. ५-२०
7. डॉ. चन्द्रकुमार जैन, पत्रकारिता की मर्यादा और भाषा का प्रश्न, <http://hindimedia.in/the-question-of-the-dignity-of-journalism-and-language> (dt. 2-02-2019) से उद्धृत किया गया है ।