

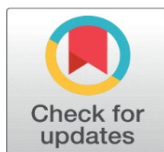
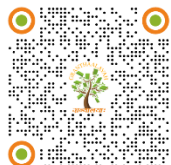
STUDY OF PRACTICAL AWARENESS TOWARDS THE LANGUAGE OF MASS MEDIA

जनसंचार माध्यमों की भाषा के प्रति व्यावहारिक जागरूकता का अध्ययन

Reena Bharati ¹, Dr. Jarrar Ahmad ²

¹ Research Student, Department of Education, Shibli National College, Azamgarh (U.P.), India

² Assistant Professor, Department of Education, Shibli National College, Azamgarh (U.P.), India



ABSTRACT

English: Mass media have become the main sources of information, entertainment and education in modern society. These include newspapers, radio, television, internet and social media. Through these media, society receives many types of information, which influences the thinking and behavior of the society. Therefore, practical awareness towards the language of mass media is very important. Language is the soul of any mass media. It is not only a means of information, but also a way of expressing thoughts, feelings and cultures. The accuracy, clarity and communicability of the language of mass media have a deep impact on society. Therefore, it is necessary to increase awareness in the society about the language of these media. There are many aspects of behavioral awareness towards the language of mass media. The first aspect is correctness of language. It is necessary to take care of correctness of language in newspapers and television channels. Incorrect language not only hinders the correct communication of information but also creates confusion in the minds of readers and viewers. For example, a wrong spelling or grammatical error in a news can completely change its meaning. Therefore, journalists and editors should take special care of correctness of language.

Hindi: जनसंचार माध्यम, आधुनिक समाज में सूचना, मनोरंजन और शिक्षा के प्रमुख स्रोत बन गए हैं। इनमें शामिल हैं समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट और सोशल मीडिया। इन माध्यमों के माध्यम से समाज को अनेक प्रकार की सूचनाएँ मिलती हैं, जो समाज की सोच और व्यवहार को प्रभावित करती हैं। इसलिए, जनसंचार माध्यमों की भाषा के प्रति व्यवहारिक जागरूकता अत्यंत महत्वपूर्ण है। भाषा, किसी भी जनसंचार माध्यम की आत्मा होती है। यह न केवल सूचना का साधन है, बल्कि विचारों, भावनाओं और संस्कृतियों को व्यक्त करने का तरीका भी है। जनसंचार माध्यमों की भाषा की शुद्धता, स्पष्टता और संप्रेषणीयता समाज पर गहरा प्रभाव डालती है। इसलिए, यह आवश्यक है कि इन माध्यमों की भाषा के प्रति समाज में जागरूकता बढ़ाई जाए। जनसंचार माध्यमों की भाषा के प्रति व्यवहारिक जागरूकता के कई पहलू हैं। पहला पहलू है भाषा की शुद्धता। समाचार पत्रों और टेलीविजन चैनलों में भाषा की शुद्धता का ध्यान रखना आवश्यक है। अशुद्ध भाषा न केवल सूचना के सही संप्रेषण में बाधा उत्पन्न करती है, बल्कि पाठकों और दर्शकों के मन में भ्रम भी पैदा करती है। उदाहरण के लिए, किसी समाचार की गलत वर्तनी या व्याकरणिक त्रुटि से उसका अर्थ पूरी तरह बदल सकता है। इसलिए, पत्रकारों और संपादकों को भाषा की शुद्धता का विशेष ध्यान रखना चाहिए।

Keywords: Mass Media, Behavioral Awareness Towards Language, Major Sources of Education, Thinking and Behavior of Society, जनसंचार माध्यम, भाषा के प्रति व्यवहारिक जागरूकता, शिक्षा के प्रमुख स्रोत, समाज की सोच और व्यवहार

Received 07 March 2025

Accepted 08 April 2025

Published 31 May 2025

DOI

10.29121/granthaalayah.v13.i5.2025.6324

Funding: This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sectors.

Copyright: © 2025 The Author(s). This work is licensed under a [Creative Commons Attribution 4.0 International License](#).

With the license CC-BY, authors retain the copyright, allowing anyone to download, reuse, re-print, modify, distribute, and/or copy their contribution. The work must be properly attributed to its author.



1. प्रस्तावना

जनसंचार माध्यमों की भाषा से तात्पर्य उस भाषा से है जो कि जनसंचार के विभिन्न माध्यमों के लिए प्रयुक्त होती है। सवाल यह है कि क्या जनसंचार के सभी माध्यमों में एक ही भाषा का प्रयोग होता है या उनमें कुछ अन्तर होता है? इसका उत्तर 'हाँ' और 'नहीं' दोनों में दिया जा सकता है। हाँ इस अर्थ में कि जिस हिन्दी भाषा का प्रयोग हम अपने रोजमर्रा के जीवन में करते हैं, उसे ही हम समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं

और पुस्तकों में पढ़ते हैं। उसे ही हम रेडियो पर सुनते हैं फिल्म तथा टेलीविजन पर भी सुनते हैं। यदि इन माध्यमों में एक-सी भाषा का प्रयोग न होता तो किसी भी व्यक्ति के लिए अलग-अलग माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा को समझना मुश्किल हो जाता। फिर भी माध्यम बदलने के साथ-साथ भाषा में भी थोड़ा अन्तर अवश्य हो जाता है। सामान्य रूप से हम जिस प्रकार रोजमर्रा की जिन्दगी में जिस भाषा का प्रयोग करते हैं उसे ही भाषण के क्रम में या पुस्तक लेखन के क्रम में नहीं करते। उन दोनों के लिए भाषा-प्रयोग की दृष्टि से थोड़ा अन्तर अवश्य हो जाता है। उसी प्रकार जो भाषा समाचार-पत्रों में प्रयुक्त होती है वही रेडियो लेखन में प्रयुक्त नहीं होती। यही बात अन्य दृश्य माध्यमों पर भी लागू होती है। भाषा में यह अन्तर माध्यम की विशिष्टता के कारण आता है।

2. मुद्रित माध्यमों की भाषा

इसके अन्तर को समझने के लिए दो उदाहरण प्रस्तुत हैं:

- 1) दुनिया में समाचारों को जानने समझने से लेकर मनोरंजन के माध्यम तक बदल रहे हैं। इसी का नतीजा है कि इण्टरनेट अब समाचार, विचार जानने और मनोरंजन का तीसरा सबसे बड़ा माध्यम हो गया है। पहले और दूसरे स्थान पर टी.वी. और रेडियो है जबकि समाचार-पत्र और पत्रिकाओं का स्थान चौथा और पाँचवाँ हो गया है। एक ताजा मीडिया सर्वेक्षण में प्रकाशकों का भय पचास प्रतिशत घरों में सही साबित हुआ है। चैंकाने वाली बात यह है कि यह बदलाव सिर्फ युवकों या सम्पन्न लोगो के ही बीच नहीं आया है बल्कि प्रायः हर वर्ग के लोग इसकी पकड़ में आए हैं। सर्वेक्षण करने वाले फाय वीक का कहना है कि यह बहुत बड़ा बदलाव है और इससे इण्टरनेट के बढ़ते भाव का पता चलता है। आम लोग अखबार पढ़ने में जितना समय लगाते हैं उससे तीन गुना अधिक समय इण्टरनेट पर लगा रहे हैं। भाषा के वक्त यह औसत छह गुना तक पहुँच जाता है। सर्वेक्षण के अनुसार प्रकाशकों के लिए सबसे बड़ी चिन्ता की बात यह है कि विज्ञापनदाता 16 से 34 आयु वर्ग के किशोरों को अपना सबसे बड़ा टारगेट मानते हैं और इस आयुवर्ग के लोग अखबारों या पत्रिकाओं की तुलना में पन्द्रह गुना अधिक समय इण्टरनेट पर बिताते हैं।
- 2) हिन्दी में मनोवैज्ञानिक यथार्थवादी उपन्यास लेखन की परम्परा समृद्ध रही है। स्त्री-पुरुष सम्बन्धों की जटिलता से सामाजिक नैतिकता और पाप-पुण्य की अवधारणा अक्सर कठघरे में खड़ी हो जाती है। जैनेन्द्र से लेकर मृदुला गर्ग तक ने बड़ी बारीकी से दाम्पत्य के बनते-बिगड़ते स्वरूप को अपने-अपने तरीके से परिभाषित और विश्लेषित किया है। कृष्णा अग्निहोत्री का नया उपन्यास 'मैं अपराधी हूँ' मध्यवर्गीय स्त्री का एक ऐसा महाआख्यान है जिसमें कम-से-कम चार पीढ़ियों के संघर्ष और यातना से साक्षात्कार होता है। यह साक्षात्कार मार्मिक और भयावह है, यद्यपि विकास का माडल लेखिका का आलोच्य है। आलोच्य ही नहीं, सभ्यता समीक्षा की तरह जगह-जगह सतेज और गतिमान है, लेकिन सतह पर भोगवाद के विविध रूपतामक दृष्टान्त हैं। ऊपरी चमक-दमक से कोई बेअसर नहीं है और भीतर का खोखलापन देर तक अदृश्य भी नहीं रहता। तेज रफ्तार से भाग रही सभ्यता में सुख क्षणिक है और उसका सार है लटू-खसोट। इससे केवल मानवीय सम्बन्ध ही आहत और उद्ध्विग्न नहीं होते, बल्कि आत्यन्तिक मनुष्यता भी लहलुहान नजर आती है।

उपर्युक्त दोनों उद्धरणों की तुलना के आधार पर यह कहा जा सकता है कि पहला उद्धरण समाचार का है जबकि दूसरा पुस्तक समीक्षा का। पहले उदाहरण में समाचार की भाषा में सूचना का प्राबल्य है जबकि दूसरे उदाहरण में सूचना के साथ-साथ लेखक का अपना मत भी सन्निहित है। पहले उदाहरण की भाषा वस्तुपरकता और तथ्यात्मकता के अनुकूल है जबकि दूसरे उदाहरण में तथ्य से अधिक समीक्षक ने अपनी बात कहने पर जोर दिया है।

समाचार की भाषा में बात को स्पष्ट और सरल ढंग से कहने पर जोर है। इसमें क्लिष्ट और आलंकारिक शब्दों के प्रयोग से बचा गया है। पुस्तक समीक्षा की भाषा में समीक्षक (लेखक) के अपने विचारों को पेश

करने पर बल है। इसके साथ ही लिखने वाले के लेखन की शैली का अपना अन्दाज भी देखने को मिलता है।

समाचार-पत्रों की भाषा में इस बात का ध्यान रखना जरूरी होता है कि उसे पाठको का विषाल वर्ग पढ़ता है जिसमें भाषा, ज्ञान, अभिरूचि और संस्कारों के विभिन्न स्तर होते हैं। लेकिन पुस्तक समीक्षा की भाषा में स्तर की दृष्टि से भेद हो जाता है। यहाँ पर समीक्षक (लेखकों) यह मानकर चलता है कि पाठक मूल पुस्तक से पूर्व परिचित है अथवा जिस पुस्तक के विषय में वह लिख रहा है उसके तथ्यों को पढ़कर पाठक लेखकीय मान्यताओं से सामंजस्य बिठाने में सक्षम है। इसलिए इसकी भाषा में थोड़ी जटिलता भी आ जाती है। जो सामान्य से परे है। लेखक यह मानकर चलता है कि उसके पाठक केवल प्रबुद्ध वर्ग के ही लोग हैं जिनकी रुचि रचना द्वारा सामान्य से विलग कुछ विषय की तलाश करना है।

3. श्रव्य माध्यमों की भाषा

श्रव्य माध्यमों की भाषा से तात्पर्य उस माध्यम से है जिसमें सन्देश को सुनकर उसके सम्पूर्णत्व का अर्थ ग्रहण किया जाए। वर्तमान समय में इस माध्यम ने नाटक और रेडियो द्वारा प्रसारित नाटक की भाषा में थोड़ा अन्तर होता है। चूँकि मंच पर दिखाए जाने वाले नाटक में सारे दृश्य दर्शकों के सामने होते हैं इसलिए उन्हें समझने में दिक्कत नहीं होती, पर रेडियो पर खेले जाने वाले नाटक ध्वनि के माध्यम से श्रोताओं तक पहुँचते हैं। उन्हें समझने के लिए श्रोता को कल्पना का सहारा लेना पड़ता है। इसलिए रेडियो के लिए लेखन करने वाले को इस बात का ध्यान रखना होता है कि वह भाषा का ऐसा प्रयोग करे जिसे सुनकर पाठक अपनी कल्पना के सहारे एक दृश्य बिम्ब का साक्षात्कार कर सके। इसमें ध्वनि ; (Sound) के द्वारा प्रभाव ; मिमिबज्ज उत्पन्न किया जाता है। जैसे, हमें यह बताना है कि किसी मुहल्ले में आग लगी है और लोग भाग रहे हैं। इस बात को यदि सामान्य रूप से कह दिया जाएगा तो श्रोता के मन पर इसका कोई प्रभाव नहीं पड़ेगा। पर रेडियो प्रसारित करने के लिए इसमें ध्वनि का सहारा लेना पड़ेगा। वाद्य यंत्रों के द्वारा ऐसा प्रभाव पैदा करना होगा कि सुनने वालों को लगे कि वह आग लगने का दृश्य अपने भीतर महसूस कर रहा हो। मसलन ध्वनि द्वारा ऐसा प्रभाव डालना होगा जिसमें लगे कि आग की लपटों से निकलने वाली आवाज और लोगों के भागने दौड़ने, चीखने-चिल्लाने, आग बुझाने की प्रक्रिया में किया जाने वाला प्रयास, दमकल गाड़ी के आगमन, उसकी घण्टी बजने की आवाज - इन सब बातों को ध्वनि के माध्यम से दृश्य बनाने का प्रयास किया जाता है। रेडियो नाटक में भी प्रमुखता संवादों की ही होती है लेकिन अन्य ध्वनियों और संगीतों का इस्तेमाल करके वह असर पैदा किया जाता है जो मंच पर नाटक देखते हुए पैदा होता है। इसमें बोलचाल की भाषा का प्रयोग किया जाता है।

4. दृश्य माध्यमों की भाषा

संचार माध्यमों में मुद्रित और श्रव्य माध्यमों के अतिरिक्त दृश्य माध्यमों का भी महत्वपूर्ण स्थान है। इसमें भी श्रव्य का प्रयोग होता है। जैसे कि सिनेमा या टेलीविजन। दोनों दृश्य के साथ-साथ श्रव्य माध्यम भी हैं। परन्तु इसमें श्रव्य का प्रयोग उसी रूप में नहीं होता जिस रूप में रेडियो या मुद्रण की भाषा में होता है। दृश्य माध्यमों में दृश्य साथ में होने के कारण शब्दों के द्वारा वस्तु, स्थिति और भाव का वैसा वर्णन करने की जरूरत नहीं होती जैसे मुद्रित या श्रव्य माध्यमों में होती है। दृश्य माध्यम में हमारे सामने सब घटित घटनाएँ या क्रियाएँ संचालित होती रहती हैं। उसे हम हू-ब-हू वैसे ही देखते हैं। उदाहरण स्वरूप रेडियो और टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले क्रिकेट और फुटबाल की कमेंट्री को देख सकते हैं। जैसे कि जब रेडियो द्वारा हम क्रिकेट या फुटबाल की कमेंट्री सुनते हैं तो उससे यह पता नहीं चलता कि खेल कैसा चल रहा है। कोई खिलाड़ी किस स्थान से कैसे बॉल को मार रहा है, बॉल कितना ऊँचा उठा है, कैसे कोई अपने सिर से बॉल को मार रहा है आदि-आदि। या फिर क्रिकेट में कोई बॉलर कितनी दूरी से बॉल फेंकने के लिए कितनी तेजी से दौड़ रहा है। या बॉल फेंकते वक्त उसकी मुद्रा कैसी है। बॉल को बैटिंग करने वाला किस प्रकार मार रहा है, बाल किस दिशा में कितनी तजी से जा रहा है या किसी ने उसे किस प्रकार कैच किया है। इन तमाम बातों की जानकारी रेडियो पर कमेंटेटर द्वारा बड़ी तेजी से दी जाती है। परन्तु सुनकर हम घटित दृश्यों का अनुमान भर ही लगा सकते हैं, प्रत्यक्ष दर्शन नहीं कर सकते। टी.वी. पर हम उक्त तमाम

घटनाओं और क्रियाओं को अपनी आँखों के सामने होते देखते हैं। इसलिए इसकी कमेंट्री भी धीमी गति से होती है। उसके लिए यह जरूरी नहीं कि वह खेल के हर क्षण का पूरा विवरण पेश करे वह खेल का पूरा वर्णन करने के बजाय उस पर अपनी राय ज्यादा ज़ाहिर करता है। किसी भी मुद्रित या श्रव्य माध्यम में उक्त विचारों को यदि दृश्य माध्यम के द्वारा प्रसारित करना होता है तो उसकी भाषा में भी बदलाव करना होता है। उस मुद्रित या श्रव्य की भाषा को दृश्य माध्यम की भाषा के अनुरूप करना होगा। जैसे, नीचे हम कहानी के एक अंश को दे रहे हैं। इसमें मुद्रित, श्रव्य और दृश्य माध्यमों को ध्यान में रखकर भाषा सम्बन्धी विचार किया जा सकता है।

5. जनसंचार माध्यमों में भाषा का महत्व

सामान्य लोगों के लिए भाषा का प्रयोग - जनसंचार माध्यमों में भाषा का बहुत महत्व है। जनसंचार के माध्यमों - मुद्रित, श्रव्य और दृश्य में भाषा का प्रयोग अति सावधानी से किया जाना चाहिए। सामान्य तौर पर समाचार-पत्रों में एक ऐसी भाषा का प्रयोग किया जाना चाहिए जिसे पढ़ने में सर्वसाधारण को कोई कठिनाई न हो। ऐसा इसलिए भी जरूरी है कि हिन्दी आज सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा है। यह देश की सम्पर्क भाषा भी है। सिनेमा और टी.वी. के जरिए इसका क्षेत्र और भी व्यापक हो गया है। न केवल हिन्दी प्रदेशों में बल्कि गैर हिन्दी भाषी प्रदेशों में भी इसका प्रचार-प्रसार काफी विस्तृत हुआ है। आज सिनेमा और टी.वी. आदि के प्रसारण से इसका प्रभाव हिन्दी के अतिरिक्त अन्य भाषा -भाषियों पर भी काफी बढ़ा है। इसलिए संचार माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग करते हुए इस बात का ध्यान रखना जरूरी है कि इसके पाठक, श्रोता और दर्शक वैसे लोग भी हैं जिनका हिन्दी ज्ञान सामान्य स्तर का है।

6. संचार माध्यमों की भाषा के स्वरूप में बदलाव

संचार माध्यमों की भाषा के स्वरूप में बदलाव भी नितान्त आवश्यक है। संचार के तीनों माध्यमों में भाषा का एक ही स्वरूप प्रभावी नहीं माना जाएगा। इसके लिए आवश्यक है कि कार्यक्रम विधा और उसके विषय अनुरूप ही भाषा का प्रयोग किया जाए। जैसे कि समाचार-पत्र की भाषा और सम्पादकीय की भाषा का स्वरूप एक ही नहीं होगा। रेडियो में प्रसारित होने वाली वार्ता, समाचार, फीचर, नाटक आदि के लिए अलग-अलग भाषा का प्रयोग आवश्यक है। ठीक उसी तरह टेलीविजन के लिए भी भाषा - प्रयुक्ति में सावधानी रखने की आवश्यकता होती है। इसके लिए आवश्यक है कि विधा के अनुरूप भाषा के स्वरूप में भी बदलाव लाया जाए।

7. भाषा प्रयोग में सावधानियाँ

संचार माध्यमों में लिखित और उच्चरित दोनों भाषाओं का प्रयोग होता है। इस दृष्टि से, केवल दृष्टि से दोनों में अन्तर भी है। रेडियो और टेलीविजन में हमेशा उच्चरित भावना का प्रयोग होता है जबकि समाचार-पत्रों में लिखित भाषा का। श्रव्य और दृश्य माध्यमों की भाषा को हम सुनकर या देख-सुनकर अर्थ ग्रहण करते हैं लेकिन समाचार-पत्र को पा जाता है। समाचार-पत्र में यह अवसर होता है कि हम जिस बात को न समझें उसे दुबारा-तिबारा पढ़ सकते हैं। परन्तु श्रव्य या दृश्य माध्यमों में प्रायः ऐसे अवसरों का अभाव होता है। इसलिए इसके लखेन में अतिषय सावधानियों की जरूरत है। जैसे:

- पद्ध इन माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली भाषा सरल, सहज और सम्प्रेष्य हो।
- पपद्ध वाक्य-विन्यास जटिल न हो।
- पपपद्ध क्लिष्ट शब्दों के प्रयोग से बचा जाना चाहिए।
- पअद्ध उच्चारणगत शुद्धता होनी चाहिए।
- अद्ध वर्तनी सम्बन्धी अशुद्धियाँ से बचना चाहिए। इसके साथ ही वर्तनी का एक मानक प्रयोग किया जाना चाहिए।

8. निष्कर्ष

जनसंचार माध्यमों की भाषा के प्रति व्यवहारिक जागरूकता केवल पत्रकारों और संपादकों तक सीमित नहीं है। यह समाज के सभी वर्गों के लिए महत्वपूर्ण है। पाठकों और दर्शकों को भी भाषा के प्रति संवेदनशील और जागरूक होना चाहिए। उन्हें यह समझना चाहिए कि भाषा का सही प्रयोग न केवल सूचना के संप्रेषण में सहायक है, बल्कि समाज की सोच और व्यवहार को भी प्रभावित करता है। जनसंचार माध्यमों की भाषा के प्रति व्यवहारिक जागरूकता का महत्व स्पष्ट है। यह न केवल सूचना के सही संप्रेषण में सहायक है, बल्कि समाज की सोच, व्यवहार और संस्कृति को भी सकारात्मक दिशा में प्रभावित करती है। इसलिए, समाज के सभी वर्गों को भाषा के प्रति संवेदनशील और जागरूक बनाना आवश्यक है। इससे न केवल जनसंचार माध्यमों की भाषा की गुणवत्ता में सुधार होगा, बल्कि समाज में आपसी समझ और सौहार्द्र भी बढ़ेगा।

REFERENCES

- Asley, A. J., Auezov, B., Tasova, A., Sultanbekova, Z., Akhmetova, Z., & Kozhekhmetova, G. (2018). Formation of Readiness of Future Teachers to Creative Activity in school. *Journal of Social Sciences Research*, 6(12), 501–508. <https://doi.org/10.32861/jssr.412.501.508>
- Ghavifekar, S., & Rosdi, W. A. W. (2015). Teaching and Learning with Technology: Effectiveness of ICT Integration in schools. *International Journal of Research in Education and Science*, 1(2), 175–191. <https://doi.org/10.21890/ijres.23596>
- Kataoka, T., & Sumioka, H. (2011). On the Relationship Between Mass Communication and School Education. *The Journal of Educational Sociology*, 25, 45–57. <https://doi.org/10.11151/eds1951.25.45>
- Onalbek, Z. K., Grinshakun, V. V., Omarov, B. S., Abusetov, B. Z., Makhambet, E. T., & Kendzhieva, B. B. (2013). The Main Systems and Types of Forming of Future Teacher-Trainers' Professional Competence. *Life Science Journal*, 10(12), 672–676.
- Razumova, O. V., Sadykova, E. R., & Zamaliev, R. R. (2018). Meta-Cognitive Technologies in the Training of Students-Future Teachers. *Journal of Social Sciences Research, Special Issue* 1, 468–472. <https://doi.org/10.32861/jssr.spi1.468.472>
- Tafari, V. (2009). Teaching English Through Mass Media. *Acta Didactica Napocensia*, 2(1), 81–96.