International Journal of Information Movement Vol.2 Issue V (September 2017)
Website: www.ijim.in ISSN: 2456-0553 (online) Pages 191-196

टेलीविजन और हिन्दी भाषा: एक विवेचन

सीमा
शोधार्थी, पीएच.डी. (हिन्दी)
दक्षिण भारत हिन्दी प्रचार सभा, मद्रास

मानव समय समय पर अपनी अभिव्यक्ति, विद्वत्ता प्रदर्शन एवं ज्ञान के वृध्दि के लिए नए–नए संसाधनौं की खोज में अविरत रूप से संघर्षरत रहा। उन सब के परिणामस्वरुप जितने भी साधन मानव इतिहास में आज तक निर्मित हुए, वे उसके तकनीकि एवं अभिव्यक्त्यात्मक विकास के परिचायक हैं। अपनी मस्तिष्क की प्रौढ़ता एवं अभिव्यक्ति की छटपटाहट ने संचार तथा सूचना साधनों में वृध्दि की है। अपनी भाषा के अनुरुप तकनीक विकसित की तो कभी तकनीक के अनुरुप भाषा का निर्माण किया। ऐसा भाषा और तकनीक का खेल हमेशा ही चलता आ रहा है।

मूक भाषा से लिखित भाषा, लिखित से मुद्रित भाषा और मुद्रोच्चारित अंधों के प्रयोग में आनेवाली तक भाषा ने अनेक चोले पहने। इस संचार सूचना विश्व के विकास यात्रा में हिंदी भी अपना विशेष महत्व रखती है। क्यों कि हिंदी मध्यकाल में संतों की बोली रही, वहीं आजादी के आंदोलन में वह 'जन जन जोडो' की उक्तिको चरितार्थ करनेवाली रही। उन्हीं कारणों से सूचना विश्व में भारत के परिप्रक्ष्य में देखें, तब हिंदी भाषा अपना अनन्य साधारण महत्व रखती हैं। सभी वर्गों को अपने में समेटनेवाले रेडियो, टेलीविजन में भी इस भाषा ने अपने जगह पहले से बनायी। टेलीविजन दृश्य–श्रव्य माध्यम होने के कारण वह समाज में अधिक प्रभावशाली रहा। वह भी उसकी अपनी भाषा के साथ।

1.0 टेलीविजन का सूचना विश्व :

भारत में टेलीविजन ज्ञान और मनोरंजन को लेकर शुरु हुआ। सन 1976 में जब विज्ञापन सेवा आरंभ हुई तब से टेलीविजन के आय का साधन निर्माण हुआ। विदेशी चैनलों के कारण सूचना प्रदेयता में स्पर्धा का युग आंरभ हुआ। तकनीकि विकास ने संचार के साधनों कों सर्वव्यापी बनाया। परिणामस्वरूप देशी भाषा के साथ–साथ अंग्रेजी जैसी विदेशी भाषा भी स्थान ग्रहन करने लगी। सूचना को सर्वग्राही बनाने के लिए विभाषा एवं जनभाषाएं हिंदी जैसी भाषा को प्रभावित करने लगे। बीसवीं सदी का अंतिम दशक सूचना विश्व के रुप में बदल रहा है। डॉ. कृष्णकुमार रत्तु कहते हैं– ''सूचना आज के सामाजिक व्यवहार का अंग बन गई है और इस तरह इसकी जरुरतों का हिस्सा हो गई है। सूचना से संबधित कार्यक्रमों का एक अच्छा खासा बाजार तैयार हो गया है।'' सूचना में समाचार की स्थिति काफी महत्वपूर्ण मानी जाती है। पहले–पहल आधे घंटे के समाचार हुआ करते थे, लेकिन नब्बे के दशक से सीधे प्रसारण का युग आरंभ हुआ। अनेक न्यूज चैनल चौबीस घंटे समाचार प्रसारित करने लगे।

इसी सूचना क्षेत्र से विज्ञापन का जुड जाना एक महत्वपूर्ण पहल मानी जाती है। जिससे टेलीविजन बाजार से जुडा। वह ज्ञानरंजनात्मक स्थिति में तब्दील हुआ। इसकी भाषा, शैली उपभोक्ता के सामाजिक, धार्मिक, सांस्कृतिक मान्यताओं से ग्रस्त होने लगी। डिसकवरी, दि हिस्टक्री चैनल, नेशनल जिओग्राफीक तथा अन्य चैनलों ने भारत में आकर भारतीय समुदाय की भाषा हिंदी को अपनाया। वहीं दैनिक समाचार चैनल, ग्राहक सेवाओं की जानकारी देनेवाले ‘टेलीब्रॅन्ड शो ने संवाद को सफल बनाने के लिए हिंदी को स्थान दिया।

2.0 टेलीविजन और हिंदी :

भारतीय आजादी के आंदोलन में हिंदी भाषा ने संपर्क भाषा के रूप में अहम योगदान दिया। उसके परिणाम स्वरूप आजाद भारत में जब संविधान बनाने की प्रकिया आरंभ हुई, तब अनायास ही हिंदी को जानने वालों की संख्या अधिक होने के कारण संविधान में उसे ‘राजभाषा’ का पद हासिल हुआ। हिंदी भाषा की दृष्टि से यह बहुत बड़ी विजय थी, क्योंकि भारत एक लोकतांत्रिक देश बना और ऐसे देश की राजभाषा ज्यों भी बनेगी सरकारी व्यवस्था की और से जितनी भी नीतियां बनेगी, उन सब में उस भाषा को जगह मिलेगी ही। यहीं हुआ हिंदी भाषा के संदर्भ मे। भारत में आरंभ हुआ टेलीविजन सरकारी नीति का परिणाम था। अतः समय समय पर सरकारी नीतियों के तहत ही संचलित होता रहा। सरकारीपन के कारण ही टेलीविजन में आरंभ से ही हिंदी प्रचलन पर जोर रहा। हिंदी भाषा ‘माध्यम’ के रुप में आजादी के समय से ही प्रसार माध्यमों से जुडी रही।

3.0 प्रारंभिक टेलीविजन और हिंदी :

धारा 315 और धारा 345 से लेकर 351 के कारण टेलीविजन में हिंदी भाषा का स्वीकार जनभाषा के रुप में किया। सन 1959 से ही टेलीविजन हिंदी में आरंभ हुआ। भारत के हिंदी दर्शकों की संख्या भी अधिक रही। भाषा की गुणात्मक एवं विश्लेषणात्मक मात्रा संप्रेषण की सफलता में मानक होती है। यहीं संप्रेषण की उच्चता सूचना प्रेषण में अपना अनन्य साधारण महत्व रखती है। हिंदी इस स्थिति में पूर्ण नहीं, लेकिन यथास्थिति योग्य होने की पहल तो जरूर करती है।

भारत में टेलीविजन पर 7 जुलाई 1984 में हिंदी में धारावाहिक का पहला प्रसारण ‘हमलोग’ नाम से हुआ। अमरिकी संस्था नासा के उपग्रह आधारित शिक्षा एवं ग्रामीण विकास के कार्यकम भी हिंदी भाषा में प्रसारित होने लगे। ‘छुटकी’, ‘लल्लुलालजी’, ‘खानदान’,‘ये जिंदगी हैं,आदि धारावाहिक तथा सन 1984 में भारत ने जीता विश्वकप का सीधा प्रसारण’ और उसमें प्रयुक्त हिंदी भाषा ने यह सिद्ध कर दिया कि मनोरंजन और सीधे प्रसारण दोनों के लिए हिंदी भाषा की भूमिका अहम है। सन 1990 तक के काल में ‘ताना – बाना’, ‘सुरभि’, तथा सीधे प्रसारणों में हिंदी भाषा का विशिष्ट प्रयोग रहा। दूरदर्शन पर प्रणय राय और विनाद दुआ ने समाचार में हिंदी की अहमियत को और अधिक बढ़ाया। वृत्तचित्र,नाटक, खेलकूद, समाचार, साप ऑपेरा, आदि जगह हिंदी निर्माता, लेखक,

निर्देशकों की भूमिका जगह पाती गयी। 'बुनियाद' धारावाहिक ने हिंदी भाषा की भी बुनियाद को टेलीविजन पर पक्का बनाया।

4.0 वर्तमान टेलीविजन और हिंदी भाषा :

सन 1991 में हांगकांग से स्टार टीवी के चार चैनल शुरु हुए। नब्बे के दशक में इराक – कुवेत युद्ध का बी. बी. सी. और सी. एन. एन. ने सीधा प्रसारण कर सीधे प्रसारण शैली को अंतराष्टक्रीय रूप प्रदान किया। उसके बाद समाचार और सीधे प्रसारण की होड लगी। जापानी सर्वे के अनुसार– ''छियालीस प्रतिशत उपभोक्ता लाईव खेल और समाचार देखना पसंद करते है।'' इन सब में हिंदी पहले जैसी नहीं रही। हिंदी और अंग्रेजी भाषा के ड्डाब्दों से युक्त 'हिंगलिश' भाषा टेलीविजन में प्रयुक्त होती है। बुनियाद धारावाहिक भी उच्चवर्ग की अभिव्यक्ति करनेवाली होने के कारण धारावाहिकों में भी हिंदी और अंग्रेजी के मिश्रित रुप का प्रचलन रहा। बुनियाद की लोकप्रियता ने टेलीविजन की इस नई भाषा को भी लोकप्रिय बनाया है।

लेकिन वर्तमान टेलीविजन में शुद्ध हिंदी में 'डिसकवी' हिंदी संस्करण 'संस्कार' चैनल पर रामदेव बाबा के योग के कार्यक्रम प्रसारणों के कारण शुद्ध हिंदी अपना अस्तिव बचाए है। सीधा प्रसारण, समाचार चौबीस घंटे, आदि में प्रयुक्त जन भाषा की आवश्यकता होती है। अंग्रेजी मिश्रित हिंदी उच्च वर्ग एवं मध्य जनों की भाषा है। ग्रामीण प्रदेशों के जनों को समझ में नहीं आती। फिर भी अंग्रेजी युक्त हिंदी दक्षिण भारतीयों की समझ में आए, इसलिए टेलीविजन में प्रयोगित है। टेलीविजन की भाषा लगातार परिर्वतनीय है और उसकी कोई समय सीमा नहीं है। भाषिक प्रयोग में विभिन्नता दृष्टिगोचर होती है। इस संबंध में डा. कृष्णकुमार रत्तु कहते हैं– ''यदि यहीं बात हम अपने हिंदी भाषा के बारे में कहे तो हम पायेंगे कि यहां पर भी हिंदी के विभिन्न आंचलिक भाषाओंवाले रुप भारत के विभिन्न प्रदेशों की हिंदी में सम्मिलित मिलते हैं और अन्य कुछ देश जैसे मारिशस, फिजी, नेपाल में विभिन्नता नजर आयेगी।''अगर भाषा प्रयोग में स्थान परिवर्तन से उतना परिवर्तन हो सकता है। तो फिर काल विशेष और संसाधन विकास के कारण उसमें प्रयुक्त भाषा में भी अपने युगानुरूप परिवर्तन होना स्वाभाविक है। भूमंडलीकरण ने इस तथ्य को और भी पुख्ता किया है। विश्व ग्राम बन रहा है, तो विश्व की प्रभावशाली भाषाएं भी अपने से कम प्रभावशाली भाषा को दबोच रही है। इस भूमंडलीकरण के युग में सूचना प्रौद्योगिकी एक प्रभावी क्षेत्र होने के कारण भाषाओं में विभाषा का प्रभाव सूचना क्षेत्र के माध्यमों में आजकल देखा जा रहा है।

5.0 टेलीविजन का भविष्य और हिंदी :

विश्व की तुलना में कहें, तब भारत में अब भी टेलीविजन के विस्तार की संभावनाएं अत्यधिक है। टेलीविजन के विकास के साथ हिंदी भाषा की संभावनाएं भी। बीसवीं सदी में भारत में विदेशी चैनल आए। लेकिन विश्व की तुलना करके देखे तब सौ से अधिक चैनल भारत में है। वहीं योरोप में कुल मिलाकर 6500

चैनल प्रसारित होते है। जिसमें से 1500 स्थानीय चैनल और 381 राष्ट्रव्यापी चैनल है। अतः कह सकते हैं कि भारत में आगे चलकर अनेक चैनल आ सकते हैं।

सांख्यकीय रुप में आतंर्राष्टक्रीय स्तर पर हिंदी का विश्लेषण देखें –56 करोड़ लोग हिंदी बोलते हैं। लगभग 160 से ज्यादा विश्वविद्यालयों में हिंदी पढी जाती है। हिंदी भाषा विदेशों में अध्ययन की भाषा होना अपने आप में विशेष बात है। लगभग चालीस प्रतिशत लोग कामकाज के कारण भारतेत्तर क्षेत्र में निवास कर रहे हैं। उनके लिए भारत के साथ जोडने का कार्य टेलीविजन ही करता आया है। उनका मूल भारतीय संस्कार उनका माध्यम हिंदी भाषा वे वहां हिंदी भाषा में प्रसारित कार्यक्रम ही देखते हैं। फिजी सूरिनाम, थायलैंड, केनिया, कॅनडा,अमरिका, वेस्ट इंडिज,ब्रिटन जैसे भारतीय बहुलता वाले देशों में हिंदी टेलीविजन की भाषा के रुप में विकसित हो रही है। एक करोड़ बीस लाख भारतेत्तर लोग भारत की हिंदी भाषा को अपनी भाषा के रुप में स्वीकृति देते हैं। इतना ही नहीं भारत में दस राज्यों की भाषा हिंदी ही रही है, अन्य राज्य इसे संपर्क एवं आदान– प्रदान की भाषा के रूप में मान्यता दे चुके है। उन सब तथ्यों जोड़ कर देखा जाए तब हिंदी भाषा का व्यापक क्षेत्र एवं टेलीविजन में उसका प्रयोग क्षेत्र स्पष्ट कर जाता है।

टेलीविजन के चैनलों के विश्वस्तरीय आंकड़े और हिंदी भाषा जानने वालों के आंकड़े दृष्टिपटल पर रखे तो सूचना प्रौद्योगिकी का एक नायाब नमुना टेलीविजन में हिंदी का भविष्य काफी उज्ज्वल है। अतः हिंदी भाषा में ज्यों भी परिवर्तन हो रहे है, वे मानक न होते हुए भी उनको स्वीकारना अनिवार्य है। क्यों कि मीडिया वैश्विक रूप प्राप्त कर रहा है। वैश्वीकरण में वह अन्य विदेशी भाषा के संपर्क में आने से उससे भी प्रभावित होगा। अतः वैश्विक भाषा का टेलीविजन अगर प्रतिरूप है, तब फिर हिंदी में इन शब्दों का आना स्वाभाविक है। उन्हीं कारणों से हिंदी रोजाना नये शब्द भंडार से लैस हो रही है, जिसे हमें हर हालत में गलत ना करार देते हुए मानकता के नाम पर अस्वीकृत न करना है। नहीं तो हिंदी भाषा से जुडा रोजगार का क्षेत्र समाप्त होने का डर है।

टेलीविजन समाज के लिए सूचना प्रसारित करता है। लेकिन सूचना की भाषा व्यक्ति प्रभावित होती है। डा. दत्तात्रय पुंडे भाषा भेद के कारण पर इस प्रकार प्रकाश डालते हैं– ''भाषा भेद का और एक कारण है, और वह है खुद भाषा की यंत्रणा में ही। भाषा समाज की मालिकाना वस्तू है, किंतु उसका प्रत्यक्षतः प्रयोग मात्र अकेले व्यक्ति से होता है। हर व्यक्ति अपनी प्रकृति, व्यक्तिगत रुचि, जरुरतों के रंग मिला के ही इस यंत्रणा का प्रयोग करते हैं।''टेलीविजन की भाषा व्यक्ति द्वारा बनायी दृश्यपूर्ण भाषा होती है। लेकिन पुंडेजी के विचारों के अनुसार ही उसका निर्माण होता है। पटकथा लेखन, समाचार लेखन, प्रस्तुतीकरण आदि में व्यक्ति भाषा के परिणाम ही दिखाई देते है। इसीलिए टेलीविजन की भाषा निर्माण में व्यक्तिगत हस्तक्षेप एवं रुचि का प्रभाव दिखायी देना स्वाभाविक ही है। भविष्य

में टेलीविजन की भाषा व्यक्तिगत प्रभावों से युक्त लेकिन संप्रेषण के अनुकूल ऐसी हो सके तो बोलियों और विदेशी शब्दो से युक्त रहेगा।

अगर इन स्थितियों में हिंदी भाषा को मजबूती देनी है, तो फ्रान्स और जापान में मीडिया में अंग्रेजी भाषा के प्रयोग – विरोध में जिस प्रकार का सामाजिक कानून बनाया है। इसी प्रकार का कानून भारत में बनाना जरुरी है। साथ ही हिंदी लेखकों का दायित्व भी बढता है कि टेलीविजन में प्रयुक्त हिंदी भाषा को लेकर लेखन में बड़ी पहल करें और वहां हिंदी भाषा को एक उपयुक्त रुप प्रदान करने की कोशिश करें। इस बात को पटकथा लेखक मनोहर श्याम जोशी और कमलेश्वर ने भी जताया, लेकिन अब तक हिंदी लेखकों में अशोक चअधर तथा कुछ ही लोगों ने यह कार्य किया है। टेलीविजन में हिंदी भाषा को सटीक बिठाना है। तभी हिंदी प्रेमी जनों तथा सरकार द्वारा उचित प्रयास होते हैं।

भविष्य में टेलीविजन को भी किन्ही बातों की ओर ध्यान देना अनिवार्य है। डॉ. संजय गौड ने टेलीविजन की विचारहीनता पर इस प्रकार प्रकाश डाला है–''सितंबर 2004 में जब रूस के स्कूल पर आतंकवादियों ने हमला बोल दिया और 155 स्कूली बच्चों सहित करीब तीन सौ बीस लोगों को मार डाला तो खून खराबों से भरे शॉटस दिखाने में काई परहेज नहीं किया। इसी तरह मीडिया ने कई बार अपराधियों को सुपर स्टार का दर्जा देने मे भी बड़ी भूमिका निभायी है।'' अगर अपराधियों को सुपर स्टार बनाने की प्रवृति को छोड़कर यथार्थ पूर्ण स्थितियों को सामाजिक मूल्यों की कसौटियों पर कसकर प्रसारित करना चाहिए। जैसे वर्ल्ड ट्रेकड सेंटर पर हुए हमले के बहुत सारे दृश्यों को लोगों में प्रसारित करने के लिए पाबंदी लगा दी थी, क्योंकि लोगों में घबराहट न पैदा हो।

टेलीविजन में हिंदी की संभावनाएं स्पष्ट है कि राष्ट्र स्तर पर वह बोलियों से प्रभावित रहेगी तथा वैश्विक स्तर पर वह विश्व की भाषाओं से। अतः उसका व्याकरण तथा संरचना में संसाधनों को ध्यान में रखकर परिवर्तन जरुर होते रहेगें। एक ऐसी हिंदी का ढांचा बनाना होगा ज्यों हिंदी को बाजार की भाषा भी बनाए रखें और उसके साहित्यिक रूप को भी अधिक धक्का न लगे। यह कहना आसान है लेकिन उस प्रकार की भाषा को लेकर सुझाव देना उतना ही मुश्किल है। उक्त स्थितियों में बात की संकेत कर देगा आवश्यक है, वह है–भाषा परिवर्तन की प्रकिया निरंतर चलनेवाली प्रअिया है। उसमें हुए परिवर्तन सामाजिक मान्यता की कसौटी पर स्वीकारें जाते हैं। अतः विद्वानों की मान्यता का प्रश्न की उठता है। भाषा सामाजिक वस्तु है,और समाज उसका पालक।

6.0 निष्कर्ष :

तकनीकि क्षेत्र से उत्पन्न टेलीविजन ने विश्व स्तर पर सूचना क्षेत्र में कांति 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।

टेलीविजन विकास के आंकड़े ऊपर निर्दिष्ट है। अब उन आकड़ों के आधार पर कह सकतें है कि 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 है। इससे सामाजिक और भाषागत अवमूल्यन भी होने लगा। दायित्व का निर्वाह भाषा प्रेमियों द्वारा हुआ तो टेलीविजन में हिंदी का भविष्य बनेगा। सूचना विश्व सूचना को उपभोक्ता को ध्यान में रखकर परोस रहा है। भारत में अत्यधिक उपभोक्ता वर्ग है। अतः भारत को उस बात का फायदा अपनी भाषा को विश्व स्तर पर पहुचाने के लिए करना आवश्यक है। समय की आहटों को समझकर हर हिंदी भाषा प्रेमी को इस संदर्भ में प्रयास करना होगा। भारत बडा 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 अनिवार्यताओं को विश्व स्तर पर अपने स्थान को समझकर आंशिक परिर्वतनों को स्वीकार कर के वैश्विक हिंदी भाषा को टेलीविजन के माध्यम से प्रसारित प्रचारित करना चाहिए। अतः सरकार और हिंदी लेखकों का टेलीविजन की हिंदी को लेकर भविष्य में प्रयासरत रहना जरुरी है। यही भाषा आगे चलकर व्यापक क्षेत्र की भाषा बनेगी। इसी कारण हिंदी का टेलीविजन के परिप्रेक्ष्य में भविष्य उज्जवल है।

7.0 संदर्भ

1 प्रयोजनमूलक हिंदी : विनोद गोदरे पृ. 206.
2 जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य : सुधीश पचौरी, पृ. 54.
3 मीडिया लेखन : सुमित मोहन, पृ. 74.
4 विश्व मीडिया बाजार : डा. कृष्णकुमार रत्तू, पृ. 128.
5 www.japan.guide .com
6 दूरदर्शन हिंदी के प्रयोजनमूलक विविध प्रयोग।
7 सुलभ भाषा विज्ञान : डा.दतात्रय पुंडे, पृ. 12. मराठी संस्करण
8 इलेक्ट्रॉनिक मीडिया : डॉ.संजय गौड, पृ. 12.