

जनसंचार माध्यमों में हिंदी

शहिदा नजीर अत्तार

हिंदी विभाग, श्रीमती कुसुमताई राजारामबापू पाटील कन्या कॉलेज, इस्लामपूर

Corresponding Author - शहिदा नजीर अत्तार

DOI - 10.5281/zenodo.10873341

शोध सार:

हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में जनसंचार माध्यमों ने अपना विशिष्ट योगदान दिया है। पूरे विश्व में जनसंचार माध्यमों का बोलबाला है। वर्तमान में हिंदी भाषा इंटरनेट, वेब, पोर्टल, सॉफ्टवेयर, साहित्य, शिक्षा, स्वास्थ्य, संस्कृति, धर्म, दर्शन, व्यवसाय, पर्यटन, खेलकूद, आदि की भाषा बन गई है। वर्तमान में समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, दूरदर्शन, सिनेमा, इंटरनेट, फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, ऑर्कुट आदि सभी मंच(Platform) हिंदी के प्रचार प्रसार में अपना योगदान दे रहे हैं। हिंदी सोशल मीडिया की भाषा बन गई है। विश्व भाषा बन गई है। हिंदी भाषा को सर्वसम्मत रूप प्राप्त हुआ है। अर्थात् भारत में संचार माध्यमों पर हिंदी का प्रभुत्व रहा है।

बीज शब्द – जनसंचार माध्यम, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, सोशल मीडिया।

प्रस्तावना :

भाषा जीवन की अनिवार्य सामाजिक वस्तु है। भाषा द्वारा ही व्यक्ति अपने मन के भावों, विचारों को अभिव्यक्ति देता है। वर्तमान समय सोशल मीडिया का समय है। सोशल मीडिया का काम सूचनाओं का आदान-प्रदान करना है। वर्तमान में समाज और जनमाध्यमों का अटूट संबंध निर्माण हुआ है। बिना जनसंचार माध्यमों के कोई भी काम संभव नहीं है। विश्व के कोने-कोने में समाज माध्यम पहुंच गए हैं। पूरे विश्व को एक सूत्र में बांधने का काम समाज माध्यम कर रहे हैं। विभिन्न भाषाओं द्वारा सोशल मीडिया अपना उद्देश्य प्राप्त कर रहा है। इन समाज माध्यमों की प्रमुख भाषा के रूप में, विश्व

भाषा के रूप में हिंदी भाषा ने अपना स्थान कायम किया है। हिंदी भाषा की गुण विशेषताओं के कारण हिंदी मीडिया की भाषा बन गई है। हिंदी का प्रचार प्रसार करने में, हिंदी की लोकप्रियता बढ़ाने में जनसंचार माध्यमों की भूमिका भी महत्वपूर्ण है।

हिंदी के प्रचार-प्रसार में जनसंचार माध्यमों का योगदान:

संचार के लिए अंग्रेजी में 'कम्युनिकेशन' शब्द है। जिसका अर्थ है 'किसी सूचना या जानकारी को दूसरों तक पहुंचाना' अर्थात् विचारों एवं संदेशों के आदान-प्रदान को संचार कहते हैं। वर्तमान में दुनिया के किसी भी कोने में बसे किसी भी व्यक्ति

तक, समाज तक किसी भी जानकारी को पहुंचाना वैज्ञानिक उपकरणों से अधिक आसान हो गया है। वर्तमान में समाचार पत्र, पत्रिकाएं, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट पर उपलब्ध ट्विटर, व्हाट्सएप, फेसबुक, ब्लॉग जैसे माध्यम आज संचार का काम कर रहे हैं। यह माध्यम दुनिया के किसी भी कोने में बैठे व्यक्ति को कोई भी सूचना, संदेश देने की दृष्टि से महत्वपूर्ण हैं। “अगर कोई संदेश एक जगह से दूसरी जगह किसी माध्यम द्वारा पहुंचाया जाए तो उस माध्यम को समूह माध्यम कहते हैं।”(1) जनसंचार के माध्यम सार्वजनिक होते हैं। जनसंचार माध्यमों का प्रयोग करने वाला जन समूह विभिन्न वर्गों, संस्कृतियों, धर्मों, भाषाओं, क्षेत्रों से संबंधित होता है। “जनसंचार संचार की ही एक व्यापक प्रक्रिया है। इसमें व्यापक जन समूह तरह-तरह की भाषा संस्कृति, सोच विचार, ऐतिहासिक, भौगोलिक अवस्थितियों के लोग सम्मिलित रहे हैं।”(2)

जनसंचार माध्यमों को 1) प्रिंट मीडिया 2) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया इन दो भागों में विभाजित किया जा सकता है। जनसंचार प्रौद्योगिकी ने जनसंचार के परंपरागत और आधुनिक दोनों तरह के माध्यमों को परस्पर पूरक बनाया है।

1) प्रिंट मीडिया:

प्रिंट मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिस माध्यम द्वारा सूचनाओं की जानकारी को लिखित माध्यम से अथवा चित्रों के रूप में प्रकाशित किया जाता है। प्रिंट मीडिया में दैनिक समाचार पत्र, पत्रिकाएं, किताब आदि का समावेश होता है। प्रिंट

मीडिया द्वारा हिंदी का प्रचार प्रसार बड़ी मात्रा में हो रहा है। जनसंचार माध्यमों में पत्रकारिता एक महत्वपूर्ण माध्यम है। पत्रकारिता का मूल उद्देश्य समाज जागृती है। “विशेष रूप से कहे तो पत्रकारिता मीडिया की नींव है।”(3) वर्तमान में हिंदी समाचार पत्रों की संख्या अंग्रेजी की तुलना में अधिक है। वर्तमान में नवभारत टाइम्स, लोकमत समाचार, अमर उजाला, दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण, पंजाब केसरी, नई दुनिया आदि समाचार पत्रों के नेट संस्करण भी निकलने लगे हैं। उसी प्रकार हंस, वागर्थ, वेब दुनिया, अनुभूति, अभिव्यक्ति, सृजन गाथा, गर्भनाल जैसी पत्रिकाएं भी इंटरनेट पर उपलब्ध हो रही है। इस कारण हिंदी के प्रचार प्रसार में इन माध्यमों का योगदान अधिक बढ़ गया है।

2) इलेक्ट्रॉनिक मीडिया :

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम से समाचार या किसी सूचनाओं के आदान-प्रदान करने वाले माध्यम को इलेक्ट्रॉनिक मीडिया कहते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा लाइव चर्चा, लाइव रिपोर्टिंग संभव होती है इसलिए यह मीडिया अधिक प्रभावशाली है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा हिंदी भाषा व्यापार, रोजगार की दृष्टि से विकसित हो रही है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में आकाशवाणी, दूरदर्शन, इंटरनेट पर उपलब्ध ट्विटर, व्हाट्सएप, फेसबुक, ब्लॉग जैसे मंच (platform) का समावेश होता है।

आकाशवाणी :

इलेक्ट्रॉनिक माध्यम में आकाशवाणी का स्थान महत्वपूर्ण है। वर्तमान समय में भी रेडियो सुनने वाला वर्ग देखने मिलता है। आकाशवाणी पर बच्चों, बूढ़े, महिलाएं, मजदूर, ग्राम, नगर सभी श्रोता वर्ग को सामने रख कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। आकाशवाणी पर प्रसारित हिंदी गीत भारत में ही नहीं पूरी दुनिया में गाये जाते हैं। आकाशवाणी पर प्रसारित समाचार तथा विभिन्न कार्यक्रम हिंदी के प्रचार प्रसार में अपना योगदान दे रहे हैं। “आम जनता की भाषा, विद्वानों की भाषा, उच्च और निम्न वर्गों की भाषा, नगर तथा गांवों की भाषा आदि इस तरह हिंदी भाषा का बहुमुखी प्रयोग आकाशवाणी के जरिए होता रहता है।” (4) आकाश वाणी के साथ-साथ निजी एफएम चैनल हिंदी में विविध कार्यक्रम प्रसारित कर रहे हैं, जिससे हिंदी का प्रचार प्रसार हो रहा है।

दूरदर्शन:

दूरदर्शन एक दृक-श्राव्य माध्यम होने से आकाशवाणी की तुलना में अधिक प्रभावशाली है। दूरदर्शन पर अनेकों चैनलों के द्वारा विभिन्न कार्यक्रम प्रसारित होते हैं। दूरदर्शन पर प्रसारित समाचार, राष्ट्रीय कार्यक्रम, धारावाहिक घर-घर में देखे जाते हैं। टेलीविजन कार्यक्रमों के कारण अहिंदी भाषी लोग भी हिंदी समझते हैं, बोलते हैं। दूरदर्शन समाज को समाज से जोड़ने का काम करता है। हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में हिंदी को ग्लोबल करने में दूरदर्शन का योगदान महत्वपूर्ण है।

शहिदा नजीर अत्तार

सिनेमा :

इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में हिंदी सिनेमा महत्वपूर्ण माध्यम है। सिनेमा ने हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। हिंदी सिनेमा द्वारा हिंदी भाषा विश्व के कोने कोने में पहुंच गई है।

इंटरनेट :

इंटरनेट के आविष्कार से हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में बहुत बढ़ोतरी हो गई है। यूनिकोड के चलते अब हिंदी वेबसाइट और ब्लॉग के आंकड़ों में दिन-ब-दिन बढ़ोतरी हो रही है। वर्तमान में ज्यादा से ज्यादा वेबसाइट हिंदी में बन रही हैं। इंटरनेट पर प्रयुक्त विविध मंच(platform) द्वारा रचनाकार, पाठक, प्रकाशक, संपादक सहजता से संपर्क में आ रहे हैं।

व्हाट्सएप:

व्हाट्सएप त्वरित संदेश भेजने और प्राप्त करने वाला एक लोकप्रिय ऐप है। बच्चे-बड़े, शिक्षित-अशिक्षित सभी लोग इस ऐप को पसंद करते हैं। हिंदी भाषा के विकास में यह ऐप महत्वपूर्ण है। व्यक्तिगत रूप में अथवा ग्रुप बनाकर अनेक लोगों से सहज संपर्क होता है। मैसेज, फोटो, वॉइस मैसेज, वॉइस कॉल, वीडियो कॉल की सुविधा द्वारा दुनिया के किसी भी कोने में बैठे व्यक्तियों से संपर्क स्थापित होता है। व्हाट्सएप के माध्यम से नव रचनाकार अपने-अपने समूह में (ग्रुप में) अपनी रचनाओं को अभिव्यक्ति देते हैं। रचनाकारों को एक

दूसरे की रचनाओं द्वारा ज्ञान के साथ प्रतिक्रिया देने का भी अवसर मिलता है। पाठकों, प्रकाशकों, आलोचकों से संपर्क स्थापित करने की दृष्टि से भी यह ऐप महत्वपूर्ण है।

ट्विटर:

ट्विटर एक सोशल नेटवर्किंग वेबसाइट है। जिसे ऑनलाइन न्यूज भी करते हैं। ट्विटर के द्वारा कोई भी व्यक्ति उसपर मौजूद अन्य लोगों से जुड़ सकता है। ट्विटर पर लोग किसी भी मुद्दे पर अपने विचार साझा करते हैं। कम से कम शब्दों में अपनी बात को पाठकों के सामने रखा जाता है जिसे ट्वीट्स कहते हैं। इससे कम शब्दों में अपनी बात को अभिव्यक्त करने का कौशल्य, लेखन कौशल्य विकसित हो रहा है। नेता, अभिनेता, देश के प्रसिद्ध व्यक्ति इस मंच(platform) को बहुत पसंद कर रहे हैं, जिससे हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में योगदान ही मिल रहा है।

यूट्यूब:

यूट्यूब वीडियो देखने वाला मंच(platform) है। इस पर पंजीकृत सदस्य वीडियो देखने के साथ-साथ वीडियो अपलोड, डाउनलोड, शेयर भी कर सकते हैं। समाज का हर व्यक्ति इस मंच(platform) का इस्तेमाल कर रहा है। हर क्षेत्र से संबंधित जानकारी प्राप्त करने हेतु, समस्या का समाधान प्राप्त करने हेतु यह मंच(platform) महत्वपूर्ण है। हिंदी के प्रचार प्रसार में यूट्यूब सराहनीय साबित हुआ है।

ब्लॉग :

वेब ब्लॉग एक प्रकार की निजी डायरी है। इस डायरी में साहित्य की दृष्टि से विचार करें तो कविता, उपन्यास, समाचार आदि टंकित कर सकते हैं। लेखन की दृष्टि से ब्लॉग लेखकों, विचारकों, पत्रकारों की पसंद बन रहे हैं। जिससे हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार के साथ भाषा समृद्ध बनती जा रही है।

फेसबुक :

फेसबुक इंटरनेट में प्रयोग होने वाला फ्री सोशल नेटवर्किंग सर्विस है। इसमें मैसेज, चैटिंग, वीडियो, कॉलिंग, फोटो शेयरिंग जैसी सुविधाएं उपलब्ध है। हर वक्त संपर्क में रहने हेतु युवाओं में इस ऐप को काफी पसंद किया जाता है। इस मंच(platform) पर से रचनाकार अपने पाठकों, प्रकाशकों, संपादकों से सहज संपर्क में रह रहे हैं। हिंदी के प्रचार-प्रसार में फेसबुक भी अधिक सक्रिय रहा है। वर्तमान में प्रकाशक अपने फेसबुक पेज पर अपने प्रकाशन तथा पुस्तकों का प्रचार भी करते हैं।

छोटे-छोटे गांवों में जहां हिंदी पुस्तकों की उपलब्धता नहीं होती थी वहां भी आज ऑनलाइन बाजार के द्वारा पुस्तकों की खरीदारी होती है। ईबुक तकनीकी के कारण किताबों को पढ़ने का तरीका और किताबों के बाजार में परिवर्तन आया है। किंडल ई-बुक रीडर जैसे उपकरणों के द्वारा पाठकों को किताबें सहजता से कम कीमत में प्राप्त हो रही है। सोशल मीडिया पर उपलब्ध मंच(platform) हिंदी के प्रचार-प्रसार में विभिन्न तरीकों से अपना योगदान दे रहे हैं। “एक बड़ा संकट जो था वह था ऐसे मंच

का अभाव जो व्यापक स्तर पर हिंदी समाज में सूचनाओं का संचरण करे, बड़े पैमाने पर हिंदी समाज को जोड़े, बड़े पैमाने पर उनके बीच संवाद को संभव बनाए- ब्लॉगिंग, वेबसाइट्स के बाद फेसबुक जैसे माध्यम ने इसको संभव बना दिया है।” (5) सोशल मीडिया के कारण हिंदी जानने समझने वालों की संख्या बढ़ रही है। ब्लॉग, ट्विटर, फेसबुक, यूट्यूब आदि प्लेटफॉर्म पर हिंदी के पाठकों में दिनों दिन बढ़ोतरी हो रही है। “जनसंचार माध्यम हिंदी का व्यापक प्रचार प्रसार कर रहे हैं। इतना ही नहीं बल्कि हिंदी भाषा की विशेषताएं एवं उपयोगिता भी सिद्ध कर रहे हैं। इस कारण हिंदी का वैश्विक क्षितिज बढ़ रहा है।” (6) लेखकों, प्रकाशकों, आलोचकों, पाठकों, हिंदी प्रेमियों के लिए सोशल मीडिया बहुत उपयोगी सिद्ध हुआ है। इसलिए हिंदी अधिक वैश्विक होती जा रही है। “आज हिंदी के अधिकतर सक्रिय लेखक सोशल मीडिया पर सक्रिय हैं। वे सचमुच में अपने पाठकों से संवाद कर पा रहे हैं। अगर हम उदार होकर देखें तो हिंदी की बड़ी वैचारिक साहित्यिक बहसों सोशल मीडिया के माध्यम से बड़े स्तर पर चली। कई बहसों में देश भर के लोगों ने हिस्सा लिया। वास्तविक समाज के बड़े और जरूरी विकल्प के रूप में सोशल मीडिया दिखाई देने लगा है।” (7)

मीडिया में प्रयुक्त हिंदी का स्वरूप:

मीडिया का संबंध समाज से है। वर्तमान में मीडिया एक प्रोफेशन के रूप में सामने आ रहा है। समाज की जरूरतों के अनुसार मीडिया का निर्माण

होता है। मीडिया समाज के लिए होता है इसलिए उसकी भाषा भी समाज की भाषा होती है। मीडिया में प्रयुक्त हिंदी भाषा के स्वरूप में विविधता दृष्टव्य होती है। क्योंकि सोशल मीडिया की भाषा परिनिष्ठित न होकर सामान्य जन की भाषा होती है। साहित्य की भाषा से अलग होती है। इस भाषा में कुछ हद तक अंग्रेजी के, स्थानीय भाषा के दैनिक व्यवहार में प्रयुक्त शब्दों का आना सहज है। “कोई भी भाषा का विकास तभी संभव होता है, जब वह अपने मानक रूप के साथ अन्य भाषा के, बोलचाल के शब्दों, वाक्यों को लेकर चलो।” (8) भाषा एक बहती धारा है इसलिए उसके स्वरूप में परिवर्तन आना स्वाभाविक है। परंतु अन्य भाषा के ज्यादा शब्दों का प्रयोग होने से वह भाषा परिनिष्ठित नहीं रह सकती। जैसे की अंग्रेजी और हिंदी भाषा के प्रयोग से ‘हिंग्लिश’ भाषा का आविष्कार हुआ है।

साहित्य की भाषा और मीडिया की भाषा अलग होती है। साहित्य की भाषा मानक होती है। परिनिष्ठ होती है जबकि मीडिया की भाषा में आम जनता की बोलचाल की भाषा का प्रयोग होता है। समाज और मीडिया परस्पर पूरक होते हैं। इसलिए मीडिया की भाषा समाज की ही भाषा होनी चाहिए। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में प्रयुक्त हिंदी भाषा खड़ी बोली हिंदी का ही एक रूप है। इस भाषा में देसी, विदेशी भाषाओं के शब्दों का प्रयोग मिलता है। “भाषा को व्यापक धरातल प्रदान करने में उसके फलने-फूलने में तथा उसको जनाश्रय प्राप्त करने में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का महत्व निर्विवाद रूप से मानना होगा। हिंदी भाषा को राष्ट्रीय स्तर पर,

विभिन्न भू प्रदेशों, विभिन्न भाषा-भाषियों तथा विभिन्न जाति-धर्मियों तक ले जाने का महत्वपूर्ण कार्य इस माध्यम से अधिक सरलता से संभव हुआ है। अतः हिंदी को व्यापक परिक्षेत्र प्रदान करने में यह माध्यम उपयोगी सिद्ध हुआ है।” (9)

निष्कर्ष:

निष्कर्षतः कह सकते हैं कि वर्तमान समय मीडिया का समय है। विश्व के कोने कोने में सोशल मीडिया पहुंचा है। व्यापार, उद्योग, शासन, राजनीति, मनोरंजन, सिने जगत की दृष्टि से जनसंचार माध्यम उपयुक्त है। जनसंचार माध्यमों में विशेषता इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने साक्षर- निरक्षर, अमीर- गरीब, शहर-ग्राम के लोगों को एक साथ जोड़ दिया है। हर मंच(platform) पर हिंदी भाषा ने अपना स्थान निश्चित किया है। पत्र पत्रिकाएं, आकाशवाणी, दूरदर्शन, कंप्यूटर, इंटरनेट पर प्रयुक्त मंच(platform) ने हिंदी भाषा को समृद्धता प्रदान की है। वर्तमान में हिंदी मुद्रण, टंकण, कंप्यूटर, इंटरनेट, वेबसाइट, सॉफ्टवेयर, ब्लॉग की भाषा बन गई है। यूनिकोड फॉन्ट के निर्माण से हिंदी वेबसाइट तथा ब्लॉग वैश्विक स्तर पर इस्तेमाल हो रहे हैं। नये रचनाकार फेसबुक, व्हाट्सएप, ब्लॉग के माध्यम से पाठकों तक पहुंच रहे हैं। सोशल मीडिया पर आज जिस हिंदी भाषा का प्रयोग हो रहा है उसमें शुद्धता का अभाव दिखाई देता है। परंतु हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में सोशल मीडिया ने अपना सहयोग जरूर दिया है। कहां जा सकता है कि हिंदी आधुनिकता के रंग में रंग रही है। संक्षेप में भाषा के बिना जनसंचार

माध्यमों का तथा जनसंचार माध्यमों के बिना भाषा का विकास नहीं हो सकता।

संदर्भ :

1. बन्ने पंडित, हिंदी का वैश्विक परिदृश्य, अमन प्रकाशन, प्र. स. 2008, पृष्ठ 66
2. दिव्यवीर शोभा सुखलाल, जनसंचार माध्यमों में हिंदी, संमता प्रकाशन कानपुर, प्र. सं. 2015, पृष्ठ 17
3. गोहिल मनीष, मीडिया और हिंदी भाषा का स्वरूप, साधना प्रकाशन कानपुर, प्र. स. 2013, पृष्ठ 16
4. बन्ने पंडित, हिंदी का वैश्विक परिदृश्य, अमन प्रकाशन, प्र. स. 2008, पृष्ठ 66
5. गिरिश्वर मिश्र, बहुवचन-त्रैमासिक पत्रिका, जुलाई-सितंबर 2015, पृष्ठ 194
6. दिव्यवीर शोभा सुखलाल, जनसंचार माध्यमों में हिंदी, संमता प्रकाशन कानपुर, प्र. सं. 2015 पृष्ठ 45
7. गिरिश्वर मिश्र, बहुवचन-त्रैमासिक पत्रिका, जुलाई-सितंबर 2015, पृष्ठ 195
8. गोहिल मनीष, मीडिया और हिंदी भाषा का स्वरूप, साधना प्रकाशन कानपुर, प्र.स. 2013 पृष्ठ 23
9. गोहिल मनीष, मीडिया और हिंदी भाषा का स्वरूप, साधना प्रकाशन कानपुर, प्र.स. 2013, पृष्ठ 63