



## मीडिया के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी

प्रा. डॉ. उपाध्य भारत बाबुराव

सहयोगी प्राध्यापक, हिन्दी विभाग

वारणा महाविद्यालय, ऐतवडे खुर्द

Corresponding Author - प्रा. डॉ. उपाध्य भारत बाबुराव

DOI - 10.5281/zenodo.10952020

### विषय प्रवेश :

“मीडिया के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान सबसे ऊँचा  
ऊँचा ऊँचा सदा रहेगा। विज्ञापन संपर्क आदि क्षेत्रों में,  
हिन्दी का उपयोग होता रहेगा। आज प्रासंगिक है मीडिया में हिन्दी,  
उत्पाद एवं उपभोक्ता में, सेतु का काम होता रहेगा।।”

उपर्युक्त सार्थक पंक्तियों के माध्यम से मीडिया के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान काफी महत्वपूर्ण है। लोकतांत्रिक देशों में विधायिका, कार्यपालिका और न्यायपालिका के क्रियाकलापों पर नजर रखने के लिये मीडिया को "चौथे स्तंभ" के रूप में जाना जाता है। समाज में मीडिया ने जागरूकता बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। आज भूमण्डलीकरण का युग है। वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का संबंध है। भाषा का संबंध आर्थिक एवं सामाजिक विकास से भी जोड़ा है और भारत इस भूमण्डलीकरण में शामिल है। ऐसे समय में हिन्दी भाषा की भूमिका वृहत्तर होनी चाहिए। तृतीय क्रमांक हिन्दी भाषा का स्थान कहाँ कैसे और क्या है? क्या होना चाहिए? आदि परिप्रेक्ष्य में वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के साथ जोड़ा जा सकता है। भारत विश्व का सबसे आकर्षक बाजार बनने जा रहा है। स्पष्ट है कि वैश्वीकरण की स्थिति में महत्वपूर्ण भूमिका मीडिया विश्व बाजार में निभा रहा है।

**बीज शब्द- मीडिया, वैश्वीकरण, हिन्दी, मिडियाकरण, तंदुरुस्ती, लाईफ बॉय, समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन, विज्ञापन**

### मीडिया की संकल्पना :

मीडिया का सामान्य अर्थ “संचार माध्यम” होता है। मीडिया एक समग्र तंत्र है जिसमें प्रिंटिंग प्रेस, पत्रकार, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम, रेडियो, सिनेमा,

इंटरनेट आदि सूचना के माध्यम सम्मिलित होते हैं। अगर समाज में मीडिया की भूमिका की बात करें तो इसका तात्पर्य यह हुआ कि समाज में मीडिया प्रत्यक्ष और अप्रत्यक्ष उसके उत्तरदायित्वों के

निर्वहन के दौरान समाज पर उसका क्या सकारात्मक और नकारात्मक प्रभाव पड़ रहा है। मीडिया की संकल्पना स्पष्ट करने से पहले आधुनिकीकरण को समझ लेना आवश्यक है। आधुनिकीकरण की प्रक्रिया पश्चिमी देशों में सबसे पहले शुरू हुई। विश्व के सब राष्ट्र एक दूसरे से सभी क्षेत्रों में आदान-प्रदान की आवश्यकता महसूस करने लगे। लेकिन इस में सबसे बड़ी समस्या थी संपर्क। फलतः वैश्वीकरण एवं वाजारीकरण की आवश्यकता को ध्यान में रखकर हिन्दी की भी संपर्क के रूप में जोड़ने का अभियान चलाया जा रहा है। 16वीं सदी के बाद यूरोपीय राष्ट्रों में औद्योगिक क्रांति की हलचल तेज हो गयी। और मीडिया साम्राज्य विस्तार की संकल्पना का उदय हुआ। 17वीं एवं 18वीं सदी में यूरोप खंड में औद्योगिक क्रांति अपनी चरमसीमा पर थी। तो एशियायी देशों में यह स्थिति 19वीं सदी में आकर शुरू होती है, और 20वीं शताब्दी के अंतिम चरण में वह तीव्र गति से विकास की ओर होती हुई नजर आती है। जिसे आज के रूप में हम देख रहे हैं। जिसका परिणाम मीडिया भाषा पर पड़ा जिससे हिन्दी भाषा अछूती नहीं रही। उद्योग जगत (वैश्विक एवं बाजार) में यह प्रवृत्ति 20वीं शताब्दी में मध्यतक आती है और तीव्र हो जाती है। और "विश्व-बाजार-मीडिया " का अवतार गृहण करती है। मीडिया के जगत के इस आदान-प्रदान में समाज के प्रमुख स्तंभ धर्म, अर्थ, संस्कृति, कला साहित्य, भाषा, और तंत्रविज्ञान को प्रभावित किया और इस सब में वैश्विक स्तर पर आदान प्रदान के रूप में हिन्दी भाषा का भी उपयोग प्रयोग होने लगा। संक्षेप में "किसी

उत्पाद को कहीं भी विश्व में बेचने के लिए जो पृष्ठभूमि तैयार की, वही ' मीडिया ' कहा जाता है।" इस हेतु अनेक भाषाओं का उपयोग होने लगा है। इसमें हिन्दी का स्थान भी काफी महत्वपूर्ण है, क्योंकि हिन्दी बोलने वालों की संख्या तृतीय स्थान पर है। ज्यादा ग्राहक हिन्दी समझने, बोलने और खरीदने वाले हैं। यह कहना सही होगा।

### वैश्वीकरण से मिडियाकरण:

वैश्वीकरण से मिडियाकरण की प्रक्रिया को समझ लेना आवश्यक है। पहले भारत में अलुतेदार और बलुतेदार की समाज रचना थी। एक ही गाँव में सब व्यवहार होता था। एक दूजे को व्यवहार के रूप में वस्तुओं का आदान-प्रदान किया जाता था। कालांतर में परिवर्तन होता गया। धीरे-धीरे गाँव शहर की ओर निर्भर होता रहा। गाँव की आवश्यकता शहर से होने लगी अर्थात् मिडियाकरण का विस्तार होता गया। आज की तारीख में हम कह सकते हैं, कि आज विश्व ही एक गाँव बन गया है। किसी भी वस्तु की पूर्ति वैश्विक एवं मिडियाकरण के माध्यम से पूर्ण हो रही है और संपर्क हेतु 'हिन्दी भाषा' सेतु का काम कर रही है। किसी भी राष्ट्र का उत्पाद का विक्रय करने के लिए 'विश्व मिडिया-बाजार' में हिन्दी भाषा अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। इसमें कोई संदेह नहीं।

### मिडिया और हिन्दी:

समुचा विश्व एक घर बन गया है। हिन्दी को वैश्विक स्तर पर स्थिर करने के लिए नये नये तरीके

अपनाना चाहिए। हिन्दी पर अंग्रेजी, संस्कृत, फ्रेंच, जापानीज, उर्दू, मराठी आदि देशी-विदेशी आगत शब्दों को हिन्दी ने स्वीकार किया है। केवल शुद्ध शब्द ही होने चाहिए इस वकालत को दूर कर घुल-मिल गए शब्दों को हिन्दी को स्वीकार कर अपना शब्दकोश बढ़ाना चाहिए।

'कोको कोला' के विज्ञापन में कहा जाता है, "ठंडा मतलब कोका कोला" अब ठंड-मराठी, ठंडा मतलब हिन्दी, कोका कोला अंग्रेजी शब्द अर्थात् हिन्दी और अंग्रेजी शब्दों का मिश्रण विज्ञापन है जो बाजारवाद का प्रभाव हिन्दी भाषा पर पड़ा नजर आ रहा है।

"तंदुरुस्ती की रक्षा करता है लाईफ बॉय,  
लाईफ बॉय है जहाँ तंदुरुस्ती है वहाँ

पश्चिमीकरण की वस्तु बाजार में आ रही है। अर्थात् -हिन्दी और अंग्रेजी शब्दों में विज्ञापन हो रहा है। उनके उत्पाद को अंग्रेजी नाम दिया जाता है। विज्ञापन हिन्दी में दिया जाता है। परिणाम स्वरूप विश्व एवं बाजार में हिन्दी अपने स्तर को बना रही है। अतः हम कह सकते हैं कि मीडिया के में हिन्दी के प्रचार एवं प्रसार में अप्रत्यक्ष रूप से काम कर रहा है। भूमण्डलीकरण अर्थात् बाजारीकरण में उपभोक्ता के लिए तैयार माल को खरीदने के लिए उत्तेजित उत्प्रेरित करना विज्ञापन का काम है। जिसमें हिन्दी का कई गुना महत्त्व है। जैसे

दूध सी सफेदी  
निरमा से आये

विविध जगहोंपर विज्ञापन में अंग्रेजी और हिन्दी के शब्दों का रूप मिलाता है। अपनी-

अपनी वस्तु को बेचने हेतु होड़ लगी है। विज्ञापन के जरिए अपने वस्तु की ध्यान आकृष्ट कर लोभ उत्पन्न करना ही हिंदी भाषा विज्ञापन की महत्ता रखती है।

**समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं विज्ञापन में हिन्दी का प्रयोग :**

आधुनिक युग में संचार माध्यम का प्रयोग खूब हो रहा है। संचार के प्रमुख माध्यम समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं विज्ञापन आदि माध्यमों से वैश्विक की भूमिका में हिंदी भाषा निभा रही है। वर्तमान युग में जन-जन तक विदेशों की खबरें रेडियो से मिल जाती है। भारत का 90 प्रतिशत भाग देहात में बसा हुआ है। इसीलिए रेडियो सब से महत्त्वपूर्ण संचार माध्यम रहा है। "संचार माध्यम हिन्दी भाषा का प्रयोग इस किताब में 'लक्ष्मीकांत पाण्डेय' कहते हैं, "संचार माध्यमों ने सारे देश के मानव को नवजागृति प्रदान की।" संचार माध्यम में टेलीग्राम, टेलेक्स, टेलीप्रिंटर, फैक्स, इन्टरकॉम, सेल्युलर टेलीफोन, रेडियो इन्टरनेट आदि के माध्यम से हिन्दी का प्रयोग करके 'विश्व मीडियाकरण' का रूप धारण कर लिया है। इन्टरनेट को दुविधा में क्युं डब्ल्यु क्युं सुविधा बाजार तथा मीडिया को जोड़ती है। हिन्दी में इन्टरनेट के अनेक वेबसाईट (संजाल विभाग) खुली है जैसे [www.webduniya.com](http://www.webduniya.com) में हिन्दी संचार से जुड़ी सारी गतिविधियाँ अंकित है।

## दूरदर्शन के मीडिया माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग:

दूरदर्शन में जो विज्ञापन होता है जिससे लाखों लोग श्रव्य, दृश्य का लाभ ले रहे हैं, जो विश्व बाजार की रहा दृष्टि से लाभदायक सिद्ध हो रहा है। दूरदर्शन के माध्यम से सारा विश्व एक हो गया है। विश्व के अनेक राष्ट्रों में सोवियत संघ अमेरिका, जर्मनी, फ्रान्स, प्रमुख है। इन में हिन्दी का विकास तीव्रता से हो है। 'मीडिया विमर्श' में रामशरन जोशी का कथन दृष्टव्य है, "प्रसिद्ध अमेरिकी लेखक 'टॉफ्लर' का मत है कि भविष्य का युद्ध संचार माध्यमों पर निर्भर करेगा।" निःसंदेह हमें संचार / मीडिया माध्यम पर निर्भर रहना पड़ेगा। इसी लिए आज मीडिया संचार माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग काफी गतिशील हो गया है।

सुधीर पचौरी कृत 'जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य में कहते हैं, 'हिन्दी जनता एक विशाल उपभोक्ता बाजार है। उसके लिए हर मीडिया दौड़ लगाता है। इसीलिए आज मीडिया का कंटेड हिन्दी बाजार तय कर रहा है। हिन्दी पत्रकारिता फैल रही है। आज कईअखबार और कई चैनल हिन्दी में ही सूचना निर्माण का कार्य करते हैं। बाजारीकरण में मीडिया की भूमिका काफी महत्वपूर्ण रही है भाषा की दृष्टि से भी हिन्दी का कार्यप्रणाली का विस्तार हो चुका है। विज्ञापन की लोकप्रियता और प्रासंगिकता के संदर्भ में 'डॉ० कृष्णकुमार रत्नू मीडिया के प्रभाव को स्पष्ट करते हुए 'विश्व मीडिया बाजार कृत ग्रंथ में कहते हैं "आनेवाला नया समाज मीडिया माध्यमों की कठपुतली होगा।" 'डॉ० रत्नूजी' ने सही कहा, इस

युग में मीडिया के सिवा वैश्विक एवं बाजारीकरण में कोई पर्याय नहीं रहा। आज उपभोक्ता और उत्पाद के बीच मीडिया के रूप में भाषा ही महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। मीडिया भाषा और अनुवाद के संदर्भ में कहते हुए 'डॉ० रत्नू' लिखते हैं, "आज मीडिया में भाषा विशेषकर हिन्दी तथा अन्य भारतीय भाषाओं में प्रसारण तथा संप्रेषणता बढ़ गई है। भारतीय प्रसारण और सूचना तंत्र का समूचा बाजार 82 प्रतिशत हिन्दी भाषा के नियंत्रण में है। और शेष पर अंग्रेजी तथा अन्य भारतीय प्रादेशिक भाषाओं का नियंत्रण है। इस स्थिति में प्रसारण में भाषाई अनुवाद एक अहम और दिलचस्प प्रश्न बनकर उभरा है। प्रसारण में भाषा तथा अनुवाद के इन्हीं नये समीकरणों पर इस माध्यम में देखने का प्रयास किया गया है।" इस विवेचन के अनुसार हिन्दी का क्षेत्र विपुल है और विज्ञापन की भाषा हिन्दी होने के कारण उसके अनुवाद के भी प्रश्न निर्मित हो चुके हैं। लेकिन जैसा भी हो मीडिया में हिन्दी का स्थान स्थिति का निर्धारित रूप बना है। अर्थात् ' मीडिया के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान सर्वोपरि रहा है।

## टेलीविजन और हिंदी :

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से हिंदी का प्रचार प्रसार हो रहा है। हिंदी के अनेक चैनल है जो विदेशों में काफी मात्रा में बाजारीकरण के कारण प्रचार-प्रसार कर रहे हैं। वैश्विक स्वरूप/पृष्ठभूमि प्रदान करने में काफी मददगार हो रही है। उपभोक्तावर्ग की ज्यादा संख्या भारत में कई विज्ञापन हिंदी में निकलते हैं। उसका असर समाज पर होता है।

और उपभोक्ता वर्ग उत्पाद को खरीद लेता है। हाँ यह सत्य है कि उत्पादक वर्ग उत्पाद का विक्रय करने के लिए भाषा का उपयोग करता है। इसी के परिणाम स्वरूप भाषा का विकास होकर प्रादेशिक भाषासे विश्व भाषा तक पहुंचती रही और वैश्विक रूप धारण कर रही है। जो के लिए उपयोगी सिद्ध हो रही है। आज हिंदी किसी गाँव की भाषा न होकर प्रादेशिक, राष्ट्र राज्य, विश्व व्यवसाय भाषा के रूप में सामने आयी है। वैश्वीकरण और बाजार का सीधा संबंध भाषा से है। हिंदी उत्पाद को विक्रय करने के लिए भाषा को सीखना पड़ता है। आज पश्चिमीकरण में लोग यूरोप, पश्चिमी एशियायी देश यहाँ तक विश्व हिंदी को सीख रहा है। और वैश्विक बाजार में अपना स्थान निर्धारित कर रहे हैं। यू कहिए बाजारवाद में स्वार्थ हेतु के रूप में क्यों न हो? हिन्दी का प्रचार-प्रसार हो रहा है।

### कम्प्यूटर में हिन्दी भाषा का प्रयोग:

आज विश्व में संगणक का उपयोग बाजार में हो रहा है। इस संदर्भ में 'लक्ष्मीकांत पाण्डेय' कहते हैं, "कम्प्यूटर के हिन्दी युग करण के लिए लगभग एक दर्जन भारतीय कम्प्यूटर निर्माता प्रयत्नरत हैं। उसके अथक परिश्रम से आज मीडिया-बाजार में हिन्दी में कार्य करने के लिए लगभग डेढ़ दर्जन छोटे-बड़े द्विभाषिक प्रोग्राम, सॉफ्टवेयर, हार्डवेयर, जिस्ट कार्ड रूप में उपलब्ध है। बिल गेट्स विद्वान ने भी स्वीकार किया है कम्प्यूटर की भाषा हिन्दी हो सकती है। हम देखते हैं कि रोमन लिपि की तुलना में अधिक देवनागरी लिपि वैज्ञानिक नजर आती है।

हिन्दी ध्वनि विज्ञान की दृष्टि से आसान एवं सरल है, जैसे बोला जाता है वैसे लिखा जाता है। जैसे KNIFE, PSYCHOLOGY यहाँ K और P उच्चारण में लुप्त है। हम कहते हैं 'नाईफ और साइकॉलॉजी' यहाँ भाषिक उच्चारण में त्रुटियाँ रोमन लिपि में अधिक है। आज कम्प्यूटर क्षेत्र शिक्षा, उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, चिकित्सा, रेलवे आरक्षण, यातायात, टेलीफोन, टेलीग्राम, दूरसंचार, अंतरिक्ष, विज्ञान, डी०टी०पी०, ईमेल शब्द कोष विविध वेब साईट, अभियांत्रिकी तथा शोध अन्वेषण आदि क्षेत्रों में काम हो रहा है, जो वैश्विक और बाजार के लिए फायदेमंद साबित हो गया है।

हिन्दी को अन्तर्राष्ट्रीयता प्रदान करने में विश्व के कई विद्वान, रचनाकार, मीडिया के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी में योगदान दे रहे हैं। विश्व हिन्दी सम्मेलन के माध्यम से हिन्दी का विकास हो रहा है। लगभग 8 विश्व हिन्दी सम्मेलन हुए हैं। इस माध्यम से हिन्दी का विकास हो रहा है। प्रभा खेतान कृत 'बाजार के बीच बाजार के खिलाफ' की पंक्तियाँ उद्धृत है - इस संदर्भ में पण्डित नेहरू कहते हैं, "जब तक राज्य में नियंत्रित अर्थ व्यवस्था लागू नहीं होगी तब तक आम आदमी के लिए समृद्धि संभव नहीं होगी। स्वतंत्रता के 5 दशक बाद नेहरू की समाजवादी संरचना में दरार पड़ी और भारतीय अर्थ व्यवस्था पर बाजारवाद का प्रभाव बढ़ा "

### निष्कर्ष :

संचार भाषा के रूप में हिंदी विज्ञापनों में प्रयुक्त हो रही है। संक्षिप्त में ' मीडिया के परिप्रेक्ष्य में

हिन्दी का स्वरूप वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के क्षेत्रों में काफी बड़ा स्थान रहा है। इससे यह स्पष्ट नजर आता है कि, हिन्दी ने मीडिया के क्षेत्र में अपनी सेवा बखूबी से निभा रही है और सबके दिलों पर राज कर रही है | आज बैंक, वित्तीय संस्था, सरकारी कार्यालयों में लगाये गए अधिकांश संगणकों में हिंदी संचार भाषा की भूमिका निभा रही है। देश और विदेश की कंपनियाँ टी०वी० पर हिंदी में विज्ञापन प्रसारित कर रही है। जिससे मीडिया और हिंदी का संबंध एक दूजे में से गहरा रहा है |

मीडिया, विज्ञापन, इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट, वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में, सभी क्षेत्रों में हिन्दी।"

#### संदर्भ सूची:

1. संचार माध्यम हिन्दी भाषा का प्रयोग--  
'लक्ष्मीकांत पाण्डेय'
2. 'मीडिया विमर्श'- रामशरन जोशी
3. 'जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य  
- सुधीर पचौरी
4. 'विश्व मीडिया बाजार - 'डॉ० रतू'
5. 'बाजार के बीच बाजार के खिलाफ' -  
प्रभा खेतान