

देवानां भद्रा सुमतिर्ऋजूयताम् ॥ ऋ० १/८६/२



Impact Factor
7.523



ISSN : 2395-7115
September 2023
Vol.-18, Issue-3(5)

Bohal Shodh Manjusha

AN INTERNATIONAL PEER REVIEWED, REFEREED MULTIDISCIPLINARY
& MULTIPLE LANGUAGES RESEARCH JOURNAL

UGC Valid Journal (The Gazette of India, Extraordinary Part III, Section 4, Dated July 18, 2018)

हिन्दी के प्रचार-प्रसार में मीडिया का योगदान विशेषांक



प्रधान सम्पादक :
डॉ. निशा मुरलीधरन

विशेषांक सम्पादक :
डॉ. रीटा सोनी

सह सम्पादक :
डॉ. डी. जयभारती

सम्पादक :
डॉ. नरेश सिहाग
एडवोकेट

Publisher :

Gagan Ram Educational & Social Welfare Society (Regd.)

202, Old Housing Board, Bhiwani, Haryana-127021

स्व. चौ. गुगनराम सिहाग व उनकी छोटी बहन स्व. श्रीमती गीना देवी के शुभाशीर्वाद से प्रकाशित

JOURNAL OF HUMANITIES, COMMERECE, SCIENCE, MANAGEMENT & LAW

बोहल शोध मञ्जूषा

Bohal Shodh Manjusha

AN INTERNATIONAL PEER REVIEWED, REFEREED
MULTIDISCIPLINARY & MULTIPLE LANGUAGES RESEARCH JOURNAL

Vol. 18

ISSUE-3 (5)

(सितम्बर 2023)

ISSN : 2395-7115

प्रेरणा : चौ. एम. सिहाग

विशेषांक सम्पादक :

डॉ. रीता सोनी

विशेषांक सहसम्पादक :

डॉ. निशा मुरलीधरन,

डॉ. डी. जयभारती

सम्पादक :

डॉ. नरेश सिहाग 'बोहल', एडवोकेट

एम.ए. (समाजशास्त्र, लोक प्रशासन, हिन्दी शिक्षा शास्त्र, पत्रकारिता),

एम.फिल (समाजशास्त्र, हिन्दी) एम. लिब., एल-एल.बी. (ऑनर्स),

डिप्लोमा पंचायती राज (रजत पदक विजेता), पी.एच.डी. (हिन्दी)

डी.लिट् (मानद उपाधि), काठमांडू, नेपाल

विभागाध्यक्ष हिन्दी एवं शोध निर्देशक

टांटिया विश्वविद्यालय, श्रीगंगानगर-335001 (राज.)

प्रकाशक :

गुगनराम एजुकेशनल एण्ड सोशल वेलफेयर सोसायटी (रजि.)

202, पुराना हाऊसिंग बोर्ड, भिवानी-127021 (हरियाणा)



Bohal Shodh Manjusha

AN INTERNATIONAL REFEREED/REVIEWED AND INDEXED MULTIDISCIPLINARY
& MULTIPLE LANGUAGES RESEARCH JOURNAL

ISSN 2395-7115

सम्पादकीय सम्पर्क :

डॉ. नरेश सिहाग एडवोकेट

202, पुराना हाऊसिंग बोर्ड,

भिवानी-127021 (हरियाणा)

Email : nksihag202@gmail.com

मो. 09466532152

Published by :

Gugan Ram Educational & Social Welfare Society (Regd.)

202, Old Housing Board,

Bhiwani-127021 (Haryana) INDIA

Email : grsbohal@gmail.com

Facebook.com/bohalshodhmanjusha

Website : www.bohalsm.blogspot.com

WhatsApp : 9466532152

All Right Reserved by Publisher & Editor

Price

Individual/Institutional : 1100/-

- Disclaimer :*
1. Printing, Editing, Selling and distribution of this Journal is absolutely honorary and non-commercial.
 2. All the Cheque/Bank Draft/IPO should be sent in the name of Gugan Ram Educational & Social Welfare Society payable at Bhiwani.
 3. Articles in this journal do not reflect the Views or Policies of the Editor's or the Publisher's. Respective authors are responsible for the originally of their views/opinions expressed in their articles.
 4. All dispute will be Subject to Bhiwani, Hry. Jurisdiction only.

Printed by : Manbhawan Printers, Old Bus Stand Road, Naya Bazar, Bhiwani (Hry.)

बोहल शोध मंजूषा परिवार*

मानद संरक्षक

प्रो. राधेमोहन राय
पूर्व उप प्राचार्य,
राजकीय स्नातकोत्तर महा.,
अलवर, राजस्थान।

डॉ. राजेन्द्र गोदारा
परीक्षा नियंत्रक,
टांटिया विश्वविद्यालय,
श्रीगंगानगर, राजस्थान।

डॉ. विनोद तनेजा
पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी विभाग
गुरुनानक वि.वि. अमृतसर
पंजाब।

सम्पादक मण्डल

सह सम्पादिका :
डॉ. रेखा सोनी
उप प्राचार्या, शिक्षा विभाग
टांटिया वि.वि. श्रीगंगानगर।

सह सम्पादिका :
डॉ. सुशीला आर्या
हिन्दी विभाग, चौ. बंसीलाल
विश्वविद्यालय, भिवानी।

प्रबंध सम्पादक :
समुन्द्र सिंह
भिवानी, हरियाणा।

विधि विशेषज्ञ

डॉ. रामफल दलाल, एडवोकेट
जिला न्यायालय
भिवानी, हरियाणा।

अजीत सिहाग, एडवोकेट
पंजाब एवं हरियाणा हाईकोर्ट,
चंडीगढ़।

चरणवीर सिंह, एडवोकेट
जिला न्यायालय
पटियाला, पंजाब।

विषय विशेषज्ञ/परामर्शदात्री/शोधपत्र निरीक्षण समिति

माई मनीषा महंत
किन्नर अधिकार ट्रस्ट
भूना, जिला कैथल, हरियाणा

डॉ. विश्वबंधु शर्मा
पूर्व अध्यक्ष, हिन्दी विभाग
बाबा मस्तनाथ वि.वि. रोहतक

डॉ. संजय एल. मादार
विभागाध्यक्ष, पी.जी. केन्द्र
द.भा.हिन्दी प्रचार सभा हैदराबाद।

डॉ. गीता दहिया, प्राचार्या,
नैशनल टीटी कॉलेज फॉर गर्ल्स
अलवर, राजस्थान

डॉ. विनोद कुमार
हिन्दी विभाग, लवली प्रोफेशनल
यूनिवर्सिटी, पंजाब

डॉ. मो. रियाज़ खान
बीएमएस वूमैन कॉलेज आटोनोमेस
बेगलूरु

डॉ. वनिता कुमारी
च. दादरी (हरियाणा)

श्री सहदेव समर्पित
सम्पादक, शान्तिधर्मी, जीन्द

डॉ. अंजली उपाध्याय
उत्तर प्रदेश

डॉ. लता एस. पाटिल
राजीव गांधी बीएड कालेज
धारवाड़, कर्नाटक

प्रो. अमनप्रीत कौर
गुरु तेग बहादुर खालसा कॉलेज
फॉर वूमैन, दसूहा, पंजाब

डॉ. वर्षा रानी
संस्कृत विभाग, डॉ. भीमराम
अम्बेडकर, वि.वि., आगरा

प्रो. कमलेश चौधरी
राजकीय रणबीर महाविद्यालय
संगरूर, पंजाब

डॉ. परमजीत कौर
बरेली कॉलेज बरेली,
उत्तर प्रदेश।

डॉ. बी. संतोषी कुमारी
पी.जी.विभाग, दक्षिण भारत हिन्दी
प्रचार सभा, मद्रास

डॉ. पायल लिल्हारे
अमरशहीद चंद्रशेखर आजाद
शा.स्ना.महा. निवाड़ी, मध्यप्रदेश

डॉ. मनमीत कौर
राधा गोविन्द वि.वि.,
रामगढ़, झारखण्ड।

डॉ. शबाना हबीब
त्रिवन्तपुरम, केरल

डॉ. मानसिंह दहिया
हरियाणा

प्रो. नरेन्द्र सोनी
डी.एन. कॉलेज, हिसार।

डॉ. इस्पाक अली
प्राचार्य, लाल बहादुर शास्त्री
शिक्षा महाविद्यालय, बेंगलूरु

डॉ. संजीव कुमार विश्वकर्मा
शासकीय महाविद्यालय,
लवकुश नगर, मध्य प्रदेश

डॉ. किरण गिल
दीनदयाल टी.टी. महाविद्यालय
बारी, जिला सीकर, राज.

डॉ. राजकुमारी शर्मा
नेपाल

श्री राकेश ग्रेवाल
सन जॉस,
कैलिफोर्निया, यू.एस.ए.

श्री राकेश शंकर भारती
यूक्रेन।

डॉ. रीना उन्नीयाल तिवारी
शिक्षा संकाय, डी.ए.वी. पीजी
कालेज, देहरादून

डॉ. शिवकरण निमल
राजस्थान

डॉ. नीलम आर्या
उत्तर प्रदेश

प्रो. रोहतास
डी.एन. कॉलेज, हिसार।

प्रो. रेखा रानी
गवर्नमेंट कॉलेज
संगरूर, पंजाब

डॉ. परमानन्द त्रिपाठी
एचओडी एजुकेशन, एल.एन.डी.
कालेज, मोतिहारी, बिहार

डॉ. सविता घुड़केवार
पीजी विभाग, दक्षिण भारत
हिन्दी प्रचार सभा, मद्रास

डॉ. श्रीविद्या एन.टी.
श्री शंकराचार्य संस्कृत वि.वि.
केरल।

डॉ. पंडित बन्ने
भारत महाविद्यालय,
सोलापुर (महाराष्ट्र)

डॉ. उमा सैनी
आई.ए.एस.ई. विश्वविद्यालय
सरदारशहर, राजस्थान

डॉ. सुरजीत सिंह कस्वां
डीन फिजिकल एजुकेशन
टांटिया वि.वि., श्रीगंगानगर,

डॉ. राधाकृष्णन गणेशन
वाराणसी

डॉ. रवि सुण्डयाल
जम्मू कश्मीर

प्रो. सत्यबीर कालोहिया
पूर्व प्राचार्य, कैलिफोर्निया।

डॉ. के.के. मल्हौत्रा
पूर्व विभागाध्यक्ष
गवर्नमेंट कॉलेज, गुरदासपुर

डॉ. करमजीत कौर
प्राचार्या, दशमेश गर्ल्स कॉलेज
चक आला, मुकेरिया, पंजाब

*सम्पूर्ण बोहल शोध मञ्जूषा परिवार/सम्पादक मण्डल अवैतनिक है।

सितम्बर 2023

क्र.	विषय	लेखक	पृष्ठ
1.	(क) सम्पादकीय	डॉ. रीता सोनी	8-8
	(ख) सम्पादकीय	डॉ. निशा मुरलीधरन	9-9
	(ग) सम्पादकीय	डॉ. डी. जयभारती	10-10
2.	सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग	Dr. R.N. SHEELA	12-15
3.	युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव	डॉ. आषा. पी. के	16-18
4.	हिन्दी के विविध संचार माध्यम	जयन्त कुमार बोरो	19-21
5.	सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का महत्व	काकर मुत्यालराव	22-25
6.	हिन्दी के वैश्विक विस्तार में मीडिया की भूमिका	Rajeev Kumar	26-30
7.	हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मिडिया की भूमिका	डॉ. दीपिका चौहान	31-32
8.	IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON RISING POPULARITY OF HINDI LANGUAGE	Dr. Anshu Puri	33-37
9.	सोशल मीडिया और हिन्दी	डॉ. शक्ति बुद्धिराजा	38-41
10.	हिंदी के प्रचार-प्रसार में मीडिया का योगदान	डॉ० फतेह सिंह	42-47
11.	हिन्दी भाषा की लिपि के प्रचार-प्रसार में सोशल मीडिया का योगदान	डॉ. निशा मुरलीधरन	48-50
12.	सोशल मीडिया और हिन्दी	Dr. Praveen Kumar Mishra	51-53
13.	हिंदी के संचार माध्यम	श्रीमती रुषा देवी	54-60
14.	आधुनिक कालीन समाज में संचार माध्यम की उपयोगिता	कु. पूजा रमेशचन्द्र शुक्ला	61-65
15.	मीडिया की भाषा दशा और दिशा	प्रीतम लाल	66-69
16.	पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार एवं प्रभाव (ग्रामीण विकास के विशेष संदर्भ में)	श्री. लाइलेमशाक पी. नदाफ	70-76
17.	सोशल मीडिया पर ब्लॉग लेखन	सुधांशु वाला साहु	77-83
18.	मीडिया की भाषा की दशा और दिशा	डॉ. एन्नी ऑलिवर	84-86
19-	सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग	Bhumika Sudhir Kapoor	87-89
20.	हिन्दी के संचार माध्यम	डॉ. अशोक कुमार द्विवेदी	90-96
21.	सोशल मीडिया और हिंदी	Dr. R. Vijayalakshmi	97-98

22. सोशल मीडिया में हिंदी का महत्व	डॉ. ए. प्रेमा	99-101
23. हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की भूमिका	डॉ. परमानंद पाटीदार	102-105
24. दलित पत्रकारिता और डॉ. भीमराव अंबेडकर	डॉ. श्रद्धा हिरकने, प्रोफेसर (डॉ.) के.पी. यादव	106-110
25. डिजिटल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ते कदम	डॉ. श्याम प्रसाद. के. एन	111-114
26. सोशल मीडिया : एक आधुनिक युग का द्वार	Dr. Y. UMA	115-117
27. सोशल मीडिया और हिंदी	डॉ. यशोदा मेहरा	118-122
28. हिंदी के विकास में कम्प्यूटर : इंटरनेट की भूमिका	डॉ. कुमार अभिषेक	123-126
29. सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता प्रयोग	डॉ. डी. जयभारती	127-129
30. हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की भूमिका	सुश्री कविता अहिगारे	130-134
31. हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का योगदान	डॉ० मंजू रानी	135-137
32. हिंदी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका	मयंक वर्मा	138-142
33. संचार में सोशल मीडिया की भूमिका	डॉ. प्रसेन जीत सागर	143-148
34. हिंदी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका	श्रीमती सविता गेडाम	149-153
35. सोशल मीडिया और हिंदी का विकास	डॉ. आमलपुरे सूर्यकांत विश्वनाथ	154-157
36. सोशल मीडिया और हिंदी	डॉ. बबीता गुप्ता	158-160
37. ऑनलाइन डोमेन में हिंदी भाषा की महत्वपूर्ण भूमिका- एक सशक्त भारत, राष्ट्र-निर्माण	डॉ. सरोज सिंह	161-167
38. हिंदी के संचार माध्यम	डॉ. नितेश चौधरी	168-173
39. सोशल मीडिया और हिंदी	पी.तंग पाण्डियन	174-176
40. सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता प्रयोग	रामानंदी अंजना	177-181
41. सोशल मीडिया और हिंदी	टुम्पा शर्मा	182-187
42. सोशल मीडिया में हिंदी की दशा और दिशा	एम. नित्य कला	188-190
21. हिंदी के प्रचार प्रसार में मीडिया का योगदान	डॉ. रीता सोनी	191-193



मीडिया ही हिंदी भाषा के माध्यम से लोगों को प्रत्येक क्षेत्र खेल, संगीत, व्यापार, खबर, नाटक आदि की जानकारी प्रदान कर रही है। जिससे लोगों को घर बैठे-बैठे प्रत्येक क्षेत्र की जानकारी प्राप्त हो रही है। इस प्रकार मीडिया हिंदी के विकास में भारत की एक सशक्त शक्ति के रूप में उभर रहा है। विगत कुछ दशकों से हिंदी भाषा के व्यापक प्रचार-प्रसार के माध्यम से भौगोलिक ..भाषाई तथा सांस्कृतिक सीमाएं तोड़ दी हैं। इसका एकमात्र कारण सोशल मीडिया पर हिंदी भाषागत विस्तारीकरण हैं। लोगों के संप्रेषण को सुविधाजनक बनाने हेतु नित नये एप्स जारी किए जा रहे हैं जो कि हिंदी में ही उपलब्ध हैं। मोबाइल और कंप्यूटर में हिंदी टाइप करने हेतु यूनिकोड की सुविधा भी हैं, जिसके अंतर्गत अंग्रेजी में स्पेलिंग बनाकर टाइप करने से हिंदी टायपिंग आसानी से की जा सकती हैं। हिंदी टायपिंग की विलिप्तता को यूनिकोड "मंगल फॉन्ट" ने अत्यंत आसान कर दिया है। साथ ही वाइस टायपिंग से आज मोबाइल पर व्हाट्सएप और टेक्स्ट मेसेज भेजना और भी आसान हो गया है। इस माध्यम से हिंदी टंकण ना जानने वाला भी बहुत कम समय में अपनी बात सामान्य बोलचाल वाली हिंदी भाषा में बोलकर आसानी से संवाद –संप्रेषण स्थापित कर सकता है।

हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। दुनियाभर में भारतीय फिल्मों टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी विश्व में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है।

गीना देवी शोध संस्थान और डॉ. नरेश सिहाग सर का हृदय से आभार जिनके सहयोग से हिन्दी के प्रचार-प्रसार में मीडिया का योगदान विषय पर शोध संगोष्ठी का आयोजन बड़ी सफलतापूर्वक हो पाया और मुझे विशेषांक सम्पादन का अवसर प्राप्त हुआ, पूरा भारतवर्ष एक ही मंच पर एकत्रित हुआ यह भी बहुत सराहनीय कार्य रहा, बहुत-बहुत आभार एस. आर. एम विश्वविद्यालय के डीन और डॉ. निशा मुरलीधरन जी व डॉ. डी. जयभारती का।

-डॉ. रीता सोनी

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग
रेनेसाँ वाणिज्य एवं प्रबंधन महाविद्यालय, इन्दौर।

संपादकीय



एस.आर.एम. इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नॉलजी, वडपलनी, चेन्नई एवं गीना देवी शोध संस्थान भिवानी हरियाणा द्वारा आयोजित अंतर्राष्ट्रीय सेमीनार : 'हिन्दी के प्रचार प्रसार में मीडिया का योगदान' विषय पर सम्पन्न हुई। इस अंतर्राष्ट्रीय संगोष्ठी का इतिवृत्त प्रकाशित करते हुए हमें अत्यधिक आनंद हो रहा है। बीसवीं शताब्दी के अंतिम दशक में प्रवेश हुई इंटरनेट से शुरु हुई सोशल मीडिया का साहित्य के क्षेत्र में प्रवेश। इस समय से लेकर आज तक और अनेकों दशकों तक सोशल मीडिया का प्रभाव सभी भारतीय भाषाओं को मुख्य तौर पर हिन्दी को विश्व के प्रमुख भाषाओं की सूची में पहुँचा दी है।

सोशल मीडिया के कारण आज विश्व भर के लोग हिन्दी भाषा को सीखने के लिए उत्सुकता दिखाने लगे हैं। आज भारी संख्या में विदेश में विद्यार्थी हिन्दी सीखने के लिए भारत आ रहे हैं। हिन्दी जैसी प्रबल भाषा को विश्व भाषा के स्तर तक पहुँचाने का श्रेय सोशल मीडिया को है। व्हाट्सएप, यू-ट्यूब, इंस्टाग्राम, फेसबुक आदि में हिन्दी भाषा को विश्व के हर कोने में लेकर गए हैं। आज विश्व भर हिन्दी फिल्मों और कार्यक्रम देखे जाते हैं। सोशल मीडिया इतना सशक्त है कि दुनिया के हर कोने के लोग, बच्चे से बूढ़े तक हिन्दी भाषा का प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया ने सार्वजनिक अभिव्यक्ति और ऊँचे स्तर के लोगों तक अपनी बात और अपनी सोच पहुँचाने की हिम्मत दी है और जब यह अपनी मातृ भाषा में होती है तो इसका प्रभाव भी बहुत गहरा होता है।

एक दिवसीय अंतर्राष्ट्रीय वेब संगोष्ठी में स्वीकृत शोधालेख को पुस्तक के रूप में प्रकाशित करने के लिए इस सेमीनार के आयोजक डॉ. नरेश सिहाग जी को और सहयोगी डॉ. रीता सोनी जी के प्रति कृतज्ञता ज्ञापित करना मेरा परम कर्तव्य है। आशा एवं विश्वास है कि भविष्य में भी हम आप सभी के सहयोग से ऐसी संगोष्ठियों का आयोजन और विशेषांकों का प्रकाशन करते रहेंगे।

-डॉ. निशा मुरलीधरन

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग

एस् आर एम् इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नॉलजी, वडपलनी, चेन्नई

संपादकीय



सोशल मीडिया के इस युग में हिन्दी भाषा का प्रचार उत्तर से लेकर दक्षिण तक और पूरब से लेकर पश्चिम तक बहुत तेज गति से बढ़ रहा है। हिन्दी बहुआयामी भाषा है। सिर्फ साहित्य की भाषा न रहकर अब हिन्दी रोजगार, व्यापार एवं वाणिज्य की भाषा भी बन गई है। इसमें सोशल मीडिया की भूमिका अत्यंत सराहनीय है।

सोशल मीडिया के इस योगदान पर अनेक प्रपत्र वाचन इस अंतर्राष्ट्रीय संगोष्ठी में हुआ था जिसमें अनेक विद्वतजन हिन्दी के प्रचार-प्रसार में मीडिया के योगदान पर बहुत सारगर्भित और आलोचनात्मक विषयों को प्रस्तुत किए। इस विशेषांक प्रकाशन के लिए इस सेमिनार के आयोजक डॉ. नरेश सिहाग जी को और सहयोगी डॉ. रीता सोनी जी के प्रति मैं अपनी कृतज्ञता ज्ञापित करती हूँ। जिनके सहयोग से यह प्रकाशन कार्य सम्भव हो सका। मैं मेरे विश्वविद्यालय के सभी विद्वतजन का भी हृदय से धन्यवाद ज्ञापित करती हूँ जिन्होंने समय-समय पर अपने अमूल्य सुझाव से मुझे प्रोत्साहित किया।

-डॉ. डी. जयभारती

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग
एस् आर एम् इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नॉलजी
वडपलनी, चेन्नई



Message.....

Greetings from SRM IST, Faculty of Science and Humanities Vadapalani campus ! It's my proud privilege to express my wishes to the Department of Hindi of our institution and Gina Devi Shodh Sansthan, Bhiwani, Haryana for their successful conduct of one day National seminar on the topic, 'Role of social media in the promotion of Hindi' on 24th September 2023.

I extend my appreciation on this great venture and wish them success in all their future endeavours in imparting quality education.

Dr. K .R. Ananthapadmanaban

Dean, FSH, Vadapalani

SRMIST



सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग

Dr, R.N. SHEELA, ASSIS. PROFESSOR

HINDI DEPARTEMENT, ST. THOMAS COLLEGE OF ARTS AND SCIENCE, KOYMBEDU, CHENNAI

प्रस्तावना :-

मानव एक समाजशील प्राणी है। समाज के बिना बिना मानव जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती। किसी भी समाज के निर्माण में संचार की विशेष भूमिका है। मानव की सामाजिक एवं सांस्कृतिक परंपराओं के स्थानांतरण की प्रक्रिया के संचार का विशेष योगदान है। आदिकाल से मानव संचार के लिए संकेतों के माध्यम से अपने विचारों व्यक्त किया है। जबसे भाषा का ज्ञान हुआ तब से अपने विचारों को पत्रों एवं दूतों का सहारा लिया जाता था। जैसे-जैसे विज्ञान का विकास हुआ सम्प्रेषण के नए-नए मार्ग खोजे गए। सम्प्रेषण के माध्यमों के द्वारा विकास में समाचार पत्रों, रेडियो, दूरदर्शन आदि के माध्यम से किया था। आधुनिक युग में तकनीकी विकास में तेजी से क्रान्ति आई है, जिसके कारण आम आदमी की गतिविधियों में बदलाव आया है। जिंदगी की तेज रफ्तार के दौर में व्यक्ति को बाह्य जगत से जुड़ने हेतु ऐसे माध्यम की आवश्यकता हुए जो सरल सुगम होने के साथ-साथ सर्वव्यापी एवं सर्वसुलभ होने के साथ-साथ सस्ता एवं प्रभावी हो। मानुषी की इस आवश्यकता ने जन्म दिया इंटरनेट को। इंटरनेट के विकास के बाद सोशल मीडिया सूचना क्रान्ति के नवीनतम साधन के रूप में विकसित हुई। आजकल फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब, लिंकडइन, स्नेपचाट ब्लॉगिंग, एवं वी चैट इत्यादि कई सोशल मीडिया अब प्रचलन में आए हैं। आज संसार की लगभग हर भाषा पर सोशल मीडिया को प्रभाव किया रहा है।

सोशल मीडिया एवं हिन्दी :-

हिन्दी भारतीयों के लिए एक सशक्त संचार माध्यम है। वैश्वीकरण के इस दौर में अंग्रेजी चाहे जितनी ताकतवर हो पर उसका कार्य भारत में बिना हिन्दी के नहीं चल सकता, यही कारण है मोबाइल कंपनियों ने अपने ऑपरेटिंग सिस्टम में हिन्दी में कार्य करने की सुविधा उपलब्ध की है। आज हिन्दी राजनीति, मनोरंजन, एवं विज्ञापनों की प्रमुख भाषा बन गई है। डिजिटल समय के दौर में हिन्दी का प्रयोग बढ़ने के तीन महत्वपूर्ण कारण हैं।

1. हिन्दी का तकनीकी विकास :-

भारत की कई तकनीकी संस्थाओं जैसे सी डेक आदि ने भाषा प्रयोग की दिशा में काफी अनुसंधान किए हैं, जिसके फलस्वरूप हिन्दी लेखन की जटिलता फॉन्ट की समस्या की-बोर्ड में भाषा परिवर्तन एवं अनुवाद के सॉफ्टवेयर ने कई समस्याओं का निवारण किया है।

2. बाजारवाद का दबाव :-

प्रतिस्पर्धा के इस दौर में अनेक कम्पनियाँ भाषा के आधार पर बाजार नियोजित कर रही हैं, सभी ई-मेल और सोशल मीडिया नेटवर्किंग साइट्स हिन्दी में लिखने की सुविधा उपलब्ध कर रहे हैं।

3. हिन्दी एवं सहयोगी भाषा से आम जनता का जुड़ाव :-

घरों में, सांस्कृतिक आयोजनों में उत्सवों में एवं भावनाओं को व्यक्त करने में अधिकतर भारतीय हिन्दी या अन्य देश भाषाओं का प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया जैसा प्रभावी माध्यम मिलने से आम जनता द्वारा हिन्दी का प्रयोग दिन-प्रतिदिन बढ़ रहा है।

ट्विटर पर रवीश कुमार जैसे पत्रकार का शान के साथ यह लिखना कि "हमें अच्छी अंग्रेजी नहीं आती" तथा वर्तमान में अनेक केन्द्रीय मंत्रालयों का अपने सोशल मीडिया अपडेट हिन्दी में देना इस बात का प्रतीक है कि हिन्दी का संसार धीरे-धीरे विस्तृत हो रहा है। सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग करने वालों में सिर्फ भारत के हिन्दी राज्यों के लोग ही नहीं, दुनिया में अनेक देशों के अनेक लोग, हिन्दी में सक्रिय हैं। हिन्दी कविता गीत भारतीय संस्कृति का अटूट हिस्सा है। आजकल व्हाट्सएप, स्टोरयमिस्टर पर हिन्दी कविताओं का चलन बढ़ गया है। जिससे जहाँ एक और नए रचनाकारों को अपनी योग्यता दिखाने का मौका मिलता है। हिन्दी में लिखे संदेशों के द्वारा हिन्दी के शब्द घर-घर पहुँच रहे हैं।

सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग :-

सोशल मीडिया जहाँ वर्तमान में संचार के अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम की भूमिका निभा रही है वहीं जन मानस की भाषा जाने वाली हिन्दी भी सोशल मीडिया में अपनी मजबूत पकड़ बनाए हुए है। यहाँ तक कुछ समय पश्चात् हिन्दी भाषा का वर्चस्व इतना होगा कि ई-मेल, व्हाट्सएप का झुंड का नाम आदि बनाई जाने लगेगी। आज सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिन्दी लिखने वालों की संख्या बहुत अधिक बढ़ रही है।



ब्लॉग :-

ब्लॉग की दुनिया में सक्रिय अनेक लेखक हिन्दी में लिखना ही पसंद करते हैं। हिन्दी भाषा में लिखने वालों का एक बड़ा वर्ग हमेशा ही सक्रिय देखने को मिलता है।

सोशल मीडिया ने आज बड़े-बड़े उद्योग, विज्ञापन, फिल्म प्रमोशन, इलेक्शन, राजनीतिक मुद्दे व राजनीतिक टीका-टिप्पणी, साहित्य का विस्तार, व्यापार, वाणिज्य, ऑनलाइन क्रय-विक्रय, टेलीविजन व जनसाधारण आदि के लिए एक विश्वव्यापी प्लेटफार्म वह भी कम खर्च में उपलब्ध कराया है। आज चुनाव के प्रचार-प्रसार का स्वरूप सोशल मीडिया के माध्यम से बदल चुका है। आज फेसबुक लाइव ने अनेक जनसमूह को ऑनलाइन रूप से अर्थात् वर्चुअल मंच से जोड़ने व लोगों में अपनी बात को कमेंट बॉक्स में लिखकर सार्वजनिक विमर्श करने की गुणवत्ता को बढ़ाया है। इस प्रकार आज सोशल मीडिया ने ही हिन्दी भाषा को राजभाषा से विश्व भाषा बनाने का बीड़ा उठाया है।

सोशल मीडिया में अपलोड हिन्दी भाषी वीडियो ने अनेक देशों के लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है जिसके परिणामतः हमारे ही देश के गैर हिन्दी भाषी भी आज हिन्दी भाषा के समझने, बोलने व लिखने की जरूरत को स्वीकार कर रहे हैं।

आज हर चीज की सोशल मीडिया में उपस्थिति को जहाँ एक नए ट्रेंड के साथ जोड़ा जा रहा है वहीं हर संस्था, व्यक्ति, सरकार, कंपनी, साहित्यकार, साहित्य कर्मी, सामाजिक संस्था, नेता, अभिनेता की लोकप्रियता सोशल मीडिया में उसके फॉलोअर्स व प्रभाव की कसौटी पर नापी जा रही है। ऐसे में किसी भी संवाद के जरीये अधिकाधिक जनता तक पैठ बनाए रखने के लिए हिन्दी भाषा की जिम्मेदारी कुछ ज्यादा ही बढ़ चुकी है क्योंकि हिन्दी ही भावों को यथार्थ रूप में अभिव्यक्त करने वाली एकमात्र भाषा है।

आज लगभग हर मुद्दे पर सोशल मीडिया में विचार विमर्श किया जा रहा है। देश के प्रधानमंत्री जी भी किसी भी शुभ समाचार के लिए जनता को बधाई पहले सोशल मीडिया का ही प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया प्रिंट मीडिया से अधिक तीव्र व जन तक पहुँच रखने वाला सशक्त माध्यम की अपनी छवि बना चुका है। इसी सोशल मीडिया के बढ़ते कदम की दिशा में हैशटैग ने भी अपनी गरिमा बनाई रखी है। हिन्दी में जो भी संदेश देना चाहते हैं उसके बाद हैशटैग के साथ एक क्लिक अर्थात् हम उस हैशटैग के जरीये उस संदेश से रिलेटेड अन्य पोस्ट पर पहुँच सकते हैं। इस प्रकार हैशटैग अपने आप में एक लिंक है जिसके द्वारा उसी तरह की सभी पोस्ट को एक साथ एक पेज पर देखा जा सकता है।

यूट्यूब भी हमारे देश में एक अच्छा सोशल मीडिया का माध्यम रहा है। आज जहाँ यूट्यूब के द्वारा न केवल ज्ञान की क्लासेस बल्कि खाना बनाना, साहित्यिक गतिविधियाँ, नृत्य, संगीत, हास्य साथ ही साथ किसी भी कार्यक्रम को यूट्यूब में अपलोड करके उसे लाइव अनेक दर्शकों को दिखाने के लिए अपलोड करने का प्रचलन की बढ़ चुका है।

“जनवरी 2021 के अनुसार जहाँ यूट्यूब यूजर्स दुनिया में 2.29 बिलियन रहे हैं वहीं भारत में इसके 225 मिलियन यूजर्स रहे हैं जोकि देश की कुल जनसंख्या का 16 प्रतिशत रहा है जिसमें से अधिकांश वीडियो हिन्दी भाषा में ही बनाए व देखे गए हैं।² इसी तरह” जुलाई 2021 के अनुसार भारत में फेसबुक यूजर्स की संख्या 433900000 हो गई जोकि देश की कुल जनसंख्या का 30.8 प्रतिशत रही है।³ इस प्रकार सोशल मीडिया के

बढ़ते प्रयोग का कारण हिन्दी भाषा ही है कि आज हमारे देश में अधिकांश लोग सहज व सरल रूप से सोशल मीडिया का प्रयोग कर अपने भावों की अभिव्यक्ति कर रहे हैं।

सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग ने न केवल हमें पहले की तुलना में सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से जागरूक किया है अपितु हिंदी भाषा का प्रचार और प्रसार में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सोशल मीडिया अपने मूल स्वभाव में जनतांत्रिक दिखता है तथा देश की अधिकांश जनता हिंदी भाषा का ही प्रयोग करती है जिसके परिणामतः सोशल मीडिया का प्रयोग करने वाले व्यक्तियों की संख्या में भी काफी इजाफा हुआ है।

सोशल मीडिया लोगों की तरह-तरह के रचनात्मक प्रयोगों का साथी बन रहा है। नए लेखक नए साहित्य गढ़ रहे हैं ट्विटर हो या इसी तरह के दूसरे माध्यम मिनटों में किसी को आसमान पर बिठाने की कूबत रखते हैं और धराशाई करने की भी।

निष्कर्ष :-

निष्कर्ष के रूप में हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का प्रयोग अस्वाभाविक रूप से बढ़ा है। सोशल मीडिया ने हिन्दी साहित्य और हिन्दी भाषा को विस्तार तो दिया ही है किन्तु इसके स्वरूप को भी परिवर्तित किया है लेकिन इस बात से भी नकारा नहीं जा सकता कि जब कोई भाषा विभिन्न बोली बोलें जाने वालों व्यक्तियों व क्षेत्रों से होकर गुजरेगी तो इसके स्वरूप में परिवर्तन होगा ही, किंतु आज तकनीकी दृष्टि से सभी चुनौतियों से निपटने के बाद जब हिंदी भाषा सभी प्लेटफॉर्म में उपयोग हेतु उपलब्ध है तो इसके स्वरूप व शुद्धता पर गहन विचार ना करते हुए इसे जनसामान्य हेतु अभिव्यक्ति का सरल व सहज माध्यम के रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए वैसे भी सदियों बाद तो सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों में जनसंचार व जागरूकता का भाव विकसित हो सका है। इस पर किसी भाषा की शुद्धता की कसौटी का विचार करके इस जनचेतना को अवरुद्ध नहीं करना चाहिए।

सामाजिक मीडिया पर हिंदी के प्रभाव का निष्कर्ष निकालते समय, स्पष्ट होता है कि हिंदी ने न सिर्फ ऑनलाइन प्लेटफॉर्मों पर अपनी महत्वपूर्ण भूमिका बढ़ाई है, बल्कि यह भी भाषा के माध्यम से लोगों के बीच सामाजिक संवाद को बदल दिया है। हिंदी की उपस्थिति से सामाजिक मीडिया पर भाषाओं के परिवर्तन की प्रक्रिया में एक नई मोड़ आया है, जिसका सीधा प्रभाव लोगों की सोच और विचारधारा पर दिखाई देता है। इसके साथ ही, हिंदी ने भाषाई बाधाओं को भी पार किया है और अलग-अलग भाषाओं में आलंबित होने की क्षमता को प्रमोट किया है। आजकल, हिंदी सोशल मीडिया पर एक सकारात्मक परिवर्तन की ओर पंख फैलाती हुई दिख रही है, जिसने समाज के विभिन्न पहलुओं पर गहरा प्रभाव डाला है।

संदर्भ सूची :-

1. राष्ट्रीय जलविज्ञान संस्थान रुककी प्रवाहिनी, अंक 25 (2018)
2. रविन्द्र जाधव केशव मोरे. (2016) हिन्दी और मीडिया : बदलती प्रवृत्ति, दिल्ली : वाणी प्रकाशन।
3. हंस (हिन्दी मासिक पत्रिका) सितम्बर 2018

PH. 8939770577



युवाओं पर सोशल मीडिया का प्रभाव

डॉ. आषा. पी. के

विभागाध्यक्षा एवं सहायक आचार्या, एन. एस. एस. हिन्दू कॉलेज, चांगनाशेरी, कोट्टायम, केरला।

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी होने के नाते उसका जीवन एक दूसरे पर कई कार्यों के लिए निर्भर रहता है। अपनी जैविक आवश्यकता के कारण मनुष्य के लिए सोशल मीडिया का उपयोग अनिवार्य बनता जा रहा है। आज सोशल मीडिया लोगों की स्वतंत्र अभिव्यक्ति का माध्यम है। सोशल मीडिया का स्वरूप अब पहले से बिल्कुल भिन्न है। दुनिया को मुट्टी में समाने का कार्य सोशल मीडिया ने किया है। किसी भी जानकारी पल भर में प्राप्त कर सकने में हम सोशल मीडिया के ज़रिए समर्थ हुए हैं। वर्तमान समय में एक दूसरे से संवाद आदान-प्रदान करने का माध्यम है सोशल मीडिया। आज दुनिया भर में दो सौ से अधिक सोशल नेटवर्किंग साइट्स हैं। फेसबुक, ट्वीटर, माई स्पेस, इंस्टाग्राम आदि सोशल नेटवर्क साइट्स हमारे युवा वर्ग के लिए प्राथमिक जरूरत बन गयी है। "सोशल मीडिया का जन्म 1995 ई. में माना जाता है। उस वक्त 'क्लासमेंट्स डॉट कॉम' से एक साइट शुरू की गई थी। इस साइट के माध्यम से स्कूलों, कॉलेजों, कार्य क्षेत्रों और मिलिटरी के कार्यकर्ता एक दूसरे से जुड़ सकते हैं।"

आज के युग में युवा वर्ग पर सोशल मीडिया का सकारात्मक एवं नकारात्मक प्रभाव है। सकारात्मक प्रभावों की चर्चा पहले करेंगे। युवा वर्ग दुनिया का व्यापक संबंध एवं समझ सोशल मीडिया द्वारा प्राप्त कर सकते हैं। विभिन्न विषयों से संबंधित ज्ञान प्राप्त करने के लिए विभिन्न दृष्टिकोणों से अवगत कराता है यह मीडिया। अपनी शैक्षिक क्षमता को बढ़ाने में इन प्लेट फार्मों का उपयोग भी कर सकते हैं। वे युवाओं को अपनेपन की भावना प्रदान करते हैं। कोरोना महामारी के समय आइसोलेशन में रहते समय अपने प्रियजनों से सोशल मीडिया ने जोड़े रखा। किशोर इन माध्यमों से सकारात्मक प्रेरणा प्राप्त कर सकते हैं। स्वस्थ और नई आदतें विकसित करने के लिए यह माध्यम उपयोगी है। अपनी पहचान को संपुष्ट करने तथा समाज में अपना स्थान पाने के प्रयास में सोशल मीडिया विशिष्ट पहचान विकास हेतु मंच प्रदान करता है। युवा सोशल मीडिया पर अपनी राय व्यक्त करते हैं और इससे वे अपनी पहचान बनाते हैं और व्यक्तित्व विकास करते हैं। सोशल मीडिया के द्वारा अनुसंधान कार्य भी हो सकता है। अपने उपयोग के लिए डेटा एकत्र कर सकते हैं साथ-साथ पेशेवर लोग ऑनलाइन समुदायों के अंदर परस्पर नेटवर्क स्थापित कर सकते हैं।

सोशल मीडिया युवाओं के लिए अभिव्यक्ति प्रदान करने का माध्यम है। वे इन माध्यमों के ज़रिए एक दूसरे से अपनी भावों तथा विचारों की अभिव्यक्ति करते हैं। अपने मित्रों तथा परिवार से जो रिश्ता है उसे मजबूत करता है। विशेष हालातों से गुजर रहे मित्रों तथा समाज के अन्य सदस्यों को सहायता प्रदान करने के अवसरों को खोल

सकते हैं। छात्र अपनी रचनात्मकता को इस माध्यम के द्वारा आगे बढ़ा सकते हैं। इस मीडिया के द्वारा जो प्रतिक्रियाएं मिलती हैं वे आगे बढ़ने में मददगार हैं। यू-ट्यूब, इंस्टाग्राम आदि से सम्बन्धित पेशा अपना सकते हैं साथ ही उज्ज्वल भविष्य बना सकते हैं। सोशल मीडिया युवाओं को पूरे विश्व में व्याप्त विषयों से अवगत कराता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करने से युवाओं को विभिन्न क्षेत्रों में डिजिटल साक्षरता विकसित करने में मदद मिल सकती है। वे अपने समुदाय के भीतर दूसरों के साथ जुड़ सकते हैं। सामाजिक भलाई हेतु अभियान चला सकते हैं।

सोशल मीडिया मंचों के दुष्प्रभाव के शिकार आज युवा वर्ग हो रहे हैं। वे फेसबुक, इंस्टाग्राम जैसे ऐप पर ज्यादा समय बिताते हैं तो इस मीडिया से उनमें अवसाद बढ़ रहा है। एक अध्ययन से पता चला है कि मध्यम से गंभीर अवसाद लक्षण वाले किशोरों में सोशल मीडिया का उपयोग करने की संभावना दुगुनी है। युवा हमेशा अपने मित्रों के तस्वीरों को फेसबुक, इंस्टाग्राम जैसे ऐप पर देखते रहते हैं। उनके जीवन से अपने जीवन की तुलना वे निरंतर करते रहे तो मानसिक स्वास्थ्य की सामस्याएं उत्पन्न हो सकती है। युवाओं पर सोशल मीडिया की इतनी लत पड़ गयी है कि अपने प्रियजनों के साथ समय बिताने के लिए समय बिल्कुल नहीं है। सामाजिक कौशल विकसित करने का समय है किशोरावस्था। लेकिन वे इन मीडियाओं के आदि इतने हो गए हैं कि अपने दोस्तों के साथ आमने सामने बात करने का कार्य न के बराबर हो गया है। सामाजिक कौशल के अभ्यास के अवसर कम हो गए हैं साथ-साथ उनका सामाजिक संबंध टूटता जा रहा है।

शारीरिक स्वास्थ्य की समस्याएं भी सोशल मीडिया के उपयोग से हो सकता है। सोशल मीडिया की सामग्रियों को देर रात तक स्कॉल करना उनका आदत बन जाता है। इससे उनमें नींद की कमी की समस्या उत्पन्न हो जाती है। सोशल मीडिया के प्रति अधिक झुकाव से शारीरिक स्वास्थ्य के साथ-साथ मानसिक स्वास्थ्य पर भी प्रभाव पड़ता है। वे शारीरिक गतिविधियों के लिए कम समय व्यतीत करते हैं। इसका फल यह होता है कि कई बीमारियों के शिकार हो जाते हैं। वे सोशल मीडिया के आडिक्ट बन जाते हैं। "वर्तमान समय में सोशल मीडिया के प्रयोग ने युवाओं को समय से पहले आक्रांत कर दिया है। युवा तुरंत पहचान बनाना चाहता है। बिना इंतज़ार किए प्रतिष्ठित होना चाहता है, और जब चाह पूरी नहीं होती तो वे आक्रामक व आपराधिक कार्यो को d j u s l s u g h a M j r 5 A 2 सोशल मीडिया में कई भ्रामक सूचनाएं उपलब्ध होती हैं। सूचनाओं का स्वरूप भी बदल दिया जाता है। युवा वर्ग ऐसी सूचनाओं को सही मानकर उनके अनुकरण करने की कोशिश कर मुश्किलों में पड़ जाते हैं। युवाओं में से कुछ फोटो वीडियो को निकलते हैं, गलत तरीके से उसे जोड़ते हैं। वे ब्लैकमेल करने के लिए इसका उपयोग करते हैं। ब्लैकमेल करते वक्त पैसा हड़पने के लिए हत्या का मार्ग भी चुन लेते हैं। ऐसी घटनाएं आज बढ़ती जा रही हैं। सोशल मीडिया में अपराध को ग्लैमर्स करके दिखाया जाता है। इससे आकर्षित युवा लोग अपराध का रास्ता चुनते हैं। जल्दी धनवान बनने के चक्कर में अपराध कर लेते हैं।

समान विचारधारा वाले सोशल मीडिया में मिल जाते हैं। उनके संपर्क से समुदाय भावना बढ़ती है। यह पूर्वाग्रहों की पुनः सृष्टि का अवसर प्रदान करते हैं। साइबर बुलिइंग की वजह से आज युवाओं के बीच आत्महत्या के मामले अधिक देखे जा सकते हैं। साइबर बुलिइंग में संलग्न युवा वर्ग आक्रामकता तथा मादक पदार्थों के उपयोग में शामिल दिखाई देते हैं। अश्लील चित्र, वीडियो आदि उन्हें यौन शोषण की ओर प्रेरित करते हैं। "संयुक्त राज्य अमेरिका में किए गए एक अध्ययन में पाया गया कि सर्वेक्षण में शामिल सभी अमेरिकी बच्चों में से लगभग

आधे ने संकेत दिया कि ऑनलाइन रहते हुए असहज महसूस कराया गया, उन्हें धमकाया गया या उनसे यौन प्रकृति का संवाद किया गया। एक अन्य अध्ययन में, यह पाया गया कि ऑनलाइन यौन शोषण के शिकार लोगों में से 50 प्रतिशत से अधिक 12 से 15 वर्ष की आयु के बीच के थे”।³

सोशल मीडिया लाभदायक है साथ ही हानिकारक भी। हमें लाभ ही उढ़ाने चाहिए। हानिकारक बातों का उन्मूलन करना चाहिए। आज शिक्षा तथा सूचना के क्षेत्र में सोशल मीडिया बहुत बड़ी भूमिका निभा रही है। युवाओं को सोशल मीडिया के दुष्परिणामों से अवगत कराना चाहिए। सकारात्मक पक्ष को अपनाकर उज्ज्वल भविष्य की ओर बढ़ना चाहिए।

संदर्भ सूचि :-

1. आधुनिक मीडिया विमर्श – केशव मोरे, रविंद्र जाधव, पृष्ठ संख्या 158
2. <https://ijcrt.org>
3. www.drishtias.com



हिन्दी के विविध संचार माध्यम

जयन्त कुमार बोरो

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी विभाग, कोकराझार गवर्मेन्ट कॉलेज।

वर्तमान में हिन्दी का जो रूप है उसमें आचर्य की कोई बात नहीं क्योंकि भारत में हिन्दी बोली और समझी जाने लगी है। दिल्ली, उत्तर प्रदेश, कोलकाता, मध्यप्रदेश, आदि केंद्रों में हिन्दी बोलने वालों के अलावा सम्पूर्ण देश में आज हिन्दी को पनपने का अवसर मिल रहा है। आज हिन्दी देश भर में साधारण बोलचाल की भाषा बन चुकी है। अधिकतर लोग हिंदी का प्रयोग कर रहे हैं। यह एक ऐसी भाषा बनती जा रही है जो दुनिया के अन्य देशों में बोली व समझी जाने लगी है। इसका प्रमाण हाल ही राष्ट्रीय राजधानी दिल्ली में हुए 'G20 SUMMIT' में मिलता है। जिसमें देश के प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी जी ने हिन्दी को सम्प्रेषण का प्रमुख माध्यम बनाया तथा अमेरिका के विदेश मंत्रालय के प्रवक्ता 'मार्गरेट मैकलियोड' ने हिन्दी भाषा में अपने विचारों को व्यक्त कर इसका सशक्त प्रमाण दिया है। उन्होंने हिन्दी को गौरवान्वित किया। हिंदी अब धीरे-धीरे व्यावहारिक तौर पर हमारे देश की संपर्क भाषा बनती जा रही है। अब तो विदेशी सरकारें भी भारत के साथ सम्बन्ध बनाए रखने के लिए हिंदी को महत्व दे रहे हैं। अमेरिका, चीन, यूरोप तथा अन्य प्रमुख देशों में हिन्दी के पठन-पाठन की व्यवस्था की जाने लगी है। विदेशों से बड़ी संख्या में छात्र-छात्राएं केंद्रीय हिंदी संस्थान, विभिन्न विश्वविद्यालयों और अन्य शिक्षण संस्थाओं में हिंदी पढ़ने के लिए आने लगे हैं। इसके अलावा विभिन्न महाविद्यालयों, विश्वविद्यालयों में हिंदी विषय को लेकर बी.ए, एम.ए करने वाले विद्यार्थियों की संख्या निरन्तर बढ़ती जा रही है। अतः हिन्दी अपने स्वरूप को निरन्तर विकास करती जा रही है। महात्मा गांधी, रवीन्द्र नाथ टैगोर, चक्रवर्ती राजगोपालाचारी और सुभाषचन्द्र बोस आदि जैसे हिंदीतर भाषी लोगों ने हिंदी को राष्ट्रभाषा बनाने की पहल की थी और उसी दिशा में बढ़ाने का अथक प्रयास भी किया। महात्मा गांधी जी ने देशभर में अपने विचारों को हिंदी या हिंदुस्तानी भाषा में देना पसन्द करते थे। विदेशी शक्तियों के विरुद्ध लड़ने के लिए सुभाषचन्द्र बोस जी ने आजाद हिंद फौज की स्थापना कर देश के अलग-अलग राज्यों के सैनिकों को उसमें जोड़ने का काम हिंदी भाषा के माध्यम से ही किया। आजादी से पूर्व गांधी जी ने हिंदीतर प्रान्तों में विशेषकर दक्षिण भारत में हिंदी प्रचारिणी सभाएं बनाईं। ताकि हिन्दी सभाओं के माध्यम से हजारों हिंदी सेवी तैयार हो सके। उन्होंने हिंदी का प्रचार-प्रसार और शिक्षण कार्य लोगों में देशभक्ति की भावना प्रेरित करने के उद्देश्य से किया था।

हिन्दी के विविध संचार माध्यम के अन्तर्गत पत्र-पत्रिकाओं का प्रमुख स्थान रहा है जिसके माध्यम से

निरन्तर विकास होता आ रहा है। हिन्दी साहित्य के पत्रकारिता के इतिहास के आलोक में देखें तो कतिपय विद्वानों ने हिन्दी पत्रकारिता के माध्यम से हिन्दी भाषा की सेवा कर उसका विकास करने में योगदान दिया। 'हिंदी प्रदीप' के संपादक बालकृष्ण भट्ट ने हिन्दी से पत्रकारिता प्रारम्भ किया। कविवचन सुधा, हरिश्चंद्र मैगजीन, हरिश्चंद्र चंद्रिका, बालाबोधिनी के सम्पादक भारतेन्दु हरिश्चंद्र जिन्हे हिंदी पत्रकारिता और आधुनिक हिंदी के भी जन्मदाता माना जाता है। उन्होंने अपने पत्रों व पत्रिकाओं और नाटकों के द्वारा आधुनिक हिंदी गद्य को विकसित करने का प्रयत्न किया ताकि वह जनसाधारण तक सरलतापूर्वक पहुँच सके। 'ब्राह्मण' के सम्पादक प्रताप नारायण मिश्र आधुनिक हिंदी के जाने-माने चेतनशील पत्रकार के रूप में परिचित है। उन्होंने हिंदी गद्य और पद्य रीति को संस्कारित करने का प्रयास किया क्योंकि इनके समय में प्रचलित हिंदी भाषा अरबी-फारसी निष्ठ मिश्रित थी। हिंदोस्थान, अद्भुदय, मर्यादा' के सम्पादक महामना मदनमोहन मालवीय का हिंदी भाषा के प्रति प्रबल दृष्टिकोण रहा है। ऐसा कहा जा सकता है कि वे हिंदी के प्रबल और कट्टर समर्थक रहे हैं। उन्होंने अखिल भारतीय हिंदी साहित्य सम्मेलन की स्थापना हिंदी के प्रति असीम प्रेम के कारण किया था। सर्वहित, वेंकटेश्वर समाचार के सम्पादक मेहता लज्जाराम शर्मा एक गुजराती भाषी होते हुए भी हिंदी भाषा के प्रति प्रेम के कारण इसके प्रचार-प्रसार में सम्पूर्ण जीवन उत्सर्ग कर दिया। उनका विश्वास था कि 'एक-न-एक दिन पूरे भारत में हिंदी का डंका बजेगा, प्रांतीय भाषाएँ हिंदी की आरती उतारेंगी, बहन उर्दू इसकी बलैया लेगी तथा अंग्रेजी हतप्रभ होकर हिंदी के गले में फूलों की माला पहनाएगी।' अखबारे-चुनार, हिंदी बंगवासी और भारतमित्र पत्रिका के सम्पादक बाबू बालमुकुंद गुप्त ने हिंदी और उर्दू की भाषाओं की पत्रकारिता को सही मायने में स्थापित करने का प्रयास किया। वे पत्रकारिता को साहित्य निर्माण और भाषा चिंतन का एक सशक्त माध्यम मानते थे।

हिन्दी के संचार माध्यम में अन्तर्गत आकाशवाणी और रेडियों का भी महत्वपूर्ण स्थान है। उसी ने राष्ट्रीय और अन्तरराष्ट्रीय स्तर पर हिन्दी को परिचित करवाने में विशेष भूमिका निभाया है। आकाशवाणी और रेडियों ने समाचार, शिक्षा, समाजिक सरोकारों, संगीत, मनोरंजन आदि सभी क्षेत्रों पर अपने प्रसारण के माध्यम से हिंदी को देश के हर हिस्से तक पहुंचाने का काम किया है। आज भी ग्रामीण अंचलो में रेडियों का आनन्द लेते हुइ दिखाई देते हैं। तत्कालीन समय में हिंदी फ़िल्मी गीनों की लोकप्रियता ने भारत की सीमा को पार करता हुआ विदेशों में जैसे रुस, चीन और यूरोप, जापान आदि तक पहुंची। आकाशवाणी की विविध भारती सेवा, सैनिक भाइयों का कार्यक्रम, के कार्यक्रमों के आधार पर प्रसारित सिनेमा के गानों ने हिंदी को देशभर के लोगों के सामने लाकर रख दिया। अब निज़ी एफ.एम चैनल हिन्दी के विकास में वही काम कर रहा है जो वर्षों पहले आकाशवाणी ने किया था एफ एम चैनलो के कार्यक्रमों माध्यम से हिन्दी का प्रसार हो रहा है।

अतः इसी क्रम में देखे तो सिनेमा, टेलीविजन जिसे मीडिया का सबसे प्रभावशाली और आकर्षक माध्यम माना जाता है जो श्रव्य के साथ-साथ दृश्य भी दिखाता है और अधिक रोचक भी है तथा सोशल मीडिया के विविध प्रकार जैसे ट्वीटर, व्हाट्सअप, फेसबुक, इन्स्टाग्राम, यूट्यूब, इन्टरनेट आदि हिन्दी के प्रचार-प्रसार के विविध माध्यम बन चुके हैं। सोशल मीडिया के द्वारा लोग हिन्दी से अधिक परिचित होने लगे हैं। अतः कह सकते

है कि आने वाले दिनों में व्यापार, वाणिज्य से लेकर सम्पर्क हिन्दी विश्व की प्रमुख भाषाओं में एक होगी।

सहायक ग्रंथ सूची :-

1. चतुर्वेदी, जगदीश्वर, हिन्दी पत्रकारिता के इतिहास की भूमिका, अनामिका प्रकाशन, दिल्ली।
2. तिवारी, अर्जुन, हिन्दी पत्रकारिता का वृहद इतिहास, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. तिवारी, अर्जुन, आधुनिक पत्रकारिता, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
4. पाण्डेय, पृथ्वीनाथ. पत्रकारिता : परिवेश और प्रवृत्तियाँ, लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद।
5. भट्ट, शंकर, भारतीय प्रेस 1955 से अब तक, प्रकाशन विभाग, सूचना और प्रसारण मंत्रालय, भारत सरकार, दिल्ली।
6. वैदिक, वेदप्रताप. हिन्दी पत्रकारिता के विविध आयाम, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, दिल्ली।



सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का महत्व

काकर मृत्यालराव

शोधार्थी, हिंदी विभाग, आंध्र विश्वविद्यालय, विशाखापट्टनम्, आंध्र प्रदेश- 530003

सारांश :-

जनसंचार के सभी माध्यमों में हिन्दी ने मजबूत पकड़ बना ली है। चाहे वह हिन्दी के समाचार पत्र हो, रेडियो हो, दूरदर्शन हो, हिन्दी सिनेमा हो, या विज्ञापन हो—सर्वत्र हिन्दी छापी हुई है। वर्तमान समय में हिन्दी को वैश्विक संदर्भ प्रदान करने में उसके बोलने वालों की संख्या, हिंदी फिल्मों, पत्र-पत्रिकाएँ, विभिन्न हिन्दी चैनल, विज्ञापन एजेंसियाँ, हिन्दी का विश्व स्तरीय साहित्य तथा साहित्यकार आदि का विशेष योगदान है। इसके अतिरिक्त हिन्दी को विश्व भाषा बनाने में इंटरनेट की भूमिका भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। आज हिंदी अभिव्यक्ति का सबसे सशक्त माध्यम बन गई है। हिंदी चैनलों की संख्या लगातार बढ़ रही है। बाजार की स्पर्धा के कारण ही सही, अंग्रेजी चैनलों का हिंदी में रूपांतरण हो रहा है। इस समय हिंदी में भी एक लाख से ज्यादा ब्लॉग सक्रिय हैं। अब सैकड़ों पत्र-पत्रिकाएँ इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। हिंदी के वैश्विक स्वरूप को संचार माध्यमों में भी देखा जा सकता है। संचार माध्यमों ने हिंदी के वैश्विक रूप को बढ़ने में पर्याप्त योगदान दिया है। भाषाएं संस्कृति की वाहक होती हैं और संचार माध्यमों पर प्रसारित कार्यक्रमों से समाज के बदलते सच को हिंदी के बहाने ही उजागर किया गया। डिजिटल दुनिया में हिंदी की मांग अंग्रेजी की तुलना में पांच गुना ज्यादा तेज है।

भारत में हर पांचवा इंटरनेट प्रयोगकर्ता हिंदी का उपयोग करता है। आज स्मार्टफोन के रूप में हर हाथ में एक तकनीकी डिवाइस मौजूद है और उसमें सभी आपरेटिंग सिस्टमों में हैं। हिंदी में संदेश भेजना, हिंदी की सामग्री को पढ़ना, सुनना या देखना लगभग उतना ही आसान है जितना अंग्रेजी की सामग्री को। हालांकि कंप्यूटरों पर भी हिंदी का व्यापक प्रयोग हो रहा है और इंटरनेट पर भी, लेकिन मोबाइल ने हिंदी के प्रयोग को अचानक जो गति दे दी है उसकी कल्पना अभी पांच साल पहले तक किसी ने नहीं की थी। इंटरनेट पर भारतीय भाषाओं की सामग्री की वृद्धि दर प्रभावशाली है। दूसरी ओर भारतीयों में हिंदी के प्रति रुझान बढ़ा है।

सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का महत्व :-

हिन्दी या भारतीय विश्व की एक प्रमुख भाषा है एवं भारत की राजभाषा है। केंद्रीय स्तर पर दूसरी आधिकारिक भाषा अंग्रेजी है। यह हिन्दुस्तानी भाषा की एक मानकीकृत रूप है जिसमें संस्कृत के तत्सम तथा तद्भव शब्द का प्रयोग अधिक हैं और अरबी-फ़ारसी शब्द कम हैं। हिन्दी संवैधानिक रूप से भारत की प्रथम राज भाषा और भारत की सबसे अधिक बोली और समझी जाने वाली भाषा है। हालांकि, हिन्दी भारत की राष्ट्रभाषा नहीं है क्योंकि भारत का संविधान में कोई भी भाषा को ऐसा दर्जा नहीं दिया गया था। चीनी के बाद

यह विश्व में सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा भी है। विश्व आर्थिक मंच की गणना के अनुसार यह विश्व की दस शक्तिशाली भाषाओं में से एक है। हिन्दी और इसकी बोलियाँ सम्पूर्ण भारत के विविध राज्यों में बोली जाती हैं। भारत और अन्य देशों में भी लोग हिन्दी बोलते, पढ़ते और लिखते हैं। फ़िजी, मॉरिशस, गयाना, सूरीनाम की और नेपाल की जनता भी हिन्दी बोलती है।

हिन्दी पत्रकारिता :-

हिन्दी पत्रकारिता की कहानी भारतीय राष्ट्रीयता की कहानी है। हिन्दी पत्रकारिता के आदि उन्नायक जातीय चेतना, युग बोध और अपने महत् दायित्व के प्रति पूर्ण सचेत थे। कदाचित् इसलिए विदेशी सरकार की दमन-नीति का उन्हें शिकार होना पड़ा था, उसके नृशंस व्यवहार की यातना झेलनी पड़ी थी। हिंदी की प्रथम पत्रिका उदांत मार्तांड। उन्नीसवीं शताब्दी में हिन्दी गद्य-निर्माण की चेष्टा और हिन्दी-प्रचार आन्दोलन अत्यन्त प्रतिकूल परिस्थितियों में भयंकर कठिनाइयों का सामना करते हुए भी कितना तेज और पुष्ट था इसका साक्ष्य 'भारत मित्र' (सन् 1878 ई. में) 'सार सुधा निधि' (सन् 1879 ई.) और 'उचित वक्ता' (सन् 1880 ई.) के जीर्ण पृष्ठों पर मुखर है। वर्तमान में हिन्दी पत्रकारिता में अंग्रेजी पत्रकारिता के दबदबे को खत्म कर दिया है। पहले देश-विदेश में अंग्रेजी पत्रकारिता का दबदबा था लेकिन आज हिन्दी भाषा का झण्डाचारों दिशा में लहरा रहा है। ३० मई को 'हिन्दी पत्रकारिता दिवस' के रूप में मनाया जाता है।

हिन्दी सिनेमा :-

जिसे बॉलीवुड के नाम से भी जाना जाता है, हिन्दी भाषा में फ़िल्म बनाने का उद्योग है। बॉलीवुड नाम अंग्रेजी सिनेमा उद्योग हॉलिवुड के तर्ज पर रखा गया है। हिन्दी फ़िल्म उद्योग मुख्यतः मुम्बई शहर में बसा है। ये फ़िल्में हिन्दुस्तान, पाकिस्तान और दुनिया के कई देशों के लोगों के दिलों की धड़कन हैं। हर फ़िल्म में कई संगीतमय गाने होते हैं। इन फ़िल्मों में हिन्दी की 'हिन्दुस्तानी' शैली का चलन है। हिन्दी और उर्दू (खड़ी बोली) के साथ-साथ अवधी, बम्बईया हिन्दी, भोजपुरी, राजस्थानी जैसी बोलियाँ भी संवाद और गानों में उपयुक्त होते हैं। प्यार, देश भक्ति, परिवार, अपराध, भय, इत्यादि मुख्य विषय होते हैं। ज्यादातर गाने उर्दू शायरी पर आधारित होते हैं।

हिंदी टेलीविज़न :-

हिन्दी टेलीविज़न का आरम्भ बहुत धीमी था किन्तु उसके बाद इसने गति पकड़ी और इस समय भारत में हिन्दी टेलीविज़न चैनलों की बाढ़ आ गयी है। भारत में अपने आरंभ से लगभग 30 वर्ष तक टेलीविज़न की प्रगति धीमी रही किन्तु वर्ष 1980 और 1990 के दशक में दूरदर्शन ने राष्ट्रीय कार्यक्रम और समाचारों के प्रसारण के ज़रिये हिंदी को जनप्रिय बनाने में काफी योगदान किया। वर्ष 1990 के दशक में मनोरंजन और समाचार के निजी उपग्रह चैनलों के पदार्पण के उपरांत यह प्रक्रिया और तेज हो गई। रेडियो की तरह टेलीविज़न ने भी मनोरंजन कार्यक्रमों में फ़िल्मों का भरपूर उपयोग किया और फ़ीचर फ़िल्मों, वृत्तचित्रों तथा फ़िल्मों गीतों के प्रसारण से हिंदी भाषा को देश के कोने-कोने तक पहुंचाने के सिलसिले को आगे बढ़ाया। टेलीविज़न पर प्रसारित धारावाहिक ने दर्शकों में अपना विशेष स्थान बना लिया। सामाजिक, पौराणिक, ऐतिहासिक, पारिवारिक तथा धार्मिक विषयों को लेकर बनाए गए हिंदी धारावाहिक घर-घर में देखे जाने लगे। रामायण, महाभारत, भारत एक खोज जैसे धारावाहिक न केवल हिंदी प्रसार के वाहक बने बल्कि राष्ट्रीय एकता के सूत्र बन गए। देखते-ही-देखते

टीवी कार्यक्रमों के जुड़े लोग फिल्मी सितारों की तरह चर्चित और विख्यात हो गए। समूचे देश में टेलीविज़न कार्यक्रमों की लोकप्रियता की बदौलत देश के अहिंदी भाषी लोग हिंदी समझने और बोलने लगे।

जनसंचार :-

लोक सम्पर्क या जन सम्पर्क या जनसंचार (Mass Communication) से तात्पर्य उन सभी साधनों के अध्ययन एवं विश्लेषण से है जो एक साथ बहुत बड़ी जनसंख्या के साथ संचार सम्बन्ध स्थापित करने में सहायक होते हैं। प्रायः इसका अर्थ सम्मिलित रूप से समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, दूरदर्शन, चलचित्र से लिया जाता है जो समाचार एवं विज्ञापन दोनों के प्रसारण के लिये प्रयुक्त होते हैं। जनसंचार माध्यम में संचार शब्द की उत्पत्ति संस्कृत के 'चर' धातु से हुई है जिसका अर्थ है चलना।

विज्ञापन (Advertising) :-

किसी उत्पाद अथवा सेवा को बेचने अथवा प्रवर्तित करने के उद्देश्य से किया जाने वाला जनसंचार विज्ञापन (Advertising) कहलाता है। विज्ञापन विक्रय कला का एक नियंत्रित जनसंचार माध्यम है जिसके द्वारा उपभोक्ता को दृश्य एवं श्रव्य सूचना इस उद्देश्य से प्रदान की जाती है कि वह विज्ञापन कर्ता की इच्छा से विचार सहमति, कार्य अथवा व्यवहार करने लगे। औद्योगिकीकरण आज विकास का पर्याय बन गया है। उत्पादन बढ़ने के कारण यह आवश्यक हो गया है कि उत्पादित वस्तुओं को उपभोक्ता तक पहुँचाया ही नहीं जाये बल्कि उसे उस वस्तु की जानकारी दी जाये। आशय यह कि उत्पादित वस्तु को लोकप्रिय बनाने तथा उसकी आवश्यकता महसूस कराने का कार्य विज्ञापन करता है।

अंतरजाल :-

यह एक नेटवर्क है जिसमें निजी, सार्वजनिक, शैक्षिक, व्यवसाय और वैश्विक नेटवर्क के सरकारी नेटवर्क शामिल हैं, जो कि इलेक्ट्रॉनिक, वायरलेस, और ऑप्टिकल नेटवर्किंग प्रौद्योगिकियों की व्यापक श्रेणी से जुड़ा हुआ है। इंटरनेट में सूचना संसाधनों और सेवाओं की एक विस्तृत शृंखला है, जैसे इंटर लिंक किए गए हाइपर टेक्स्ट दस्तावेज़ और वर्ल्ड वाइड वेब (डबल्यू डबल्यू डबल्यू), इलेक्ट्रॉनिक मेल, टेलीफ़ोनी और फ़ाइल साझाकरण के अनुप्रयोग। १९६० के दशक में इंटरनेट नेटवर्क की उत्पत्ति संयुक्त राज्य संघीय सरकार द्वारा कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से मज़बूत, गलती-सहिष्णु संचार के निर्माण के लिए शुरू की गई थी। १९६० के शुरुआती दिनों में वाणिज्यिक नेटवर्क और उद्यमों को जोड़ने से आधुनिक इंटरनेट पर संक्रमण की शुरुआत हुई, और तेजी से वृद्धि के कारण संस्थागत, व्यक्तिगत और मोबाइल कंप्यूटर नेटवर्क से जुड़े थे। २००० के दशक के अंत तक, इसकी सेवाओं और प्रौद्योगिकियों को रोजमर्रा की जिंदगी के लगभग हर पहलू में शामिल किया गया था।

टेलीफ़ोनी, रेडियो, टेलीविज़न, पेपर मेल और अखबारों सहित अधिकांश पारंपरिक संचार मीडिया, ईमेल द्वारा पुनर्निर्मित, पुनर्निर्धारित, या इंटरनेट से दूर किए जाने वाले ईमेल सेवाओं, इंटरनेट टेलीफ़ोनी, इंटरनेट टेलीविज़न, ऑनलाइन संगीत, डिजिटल समाचार पत्र, और वीडियो स्ट्रीमिंग वेबसाइटें अखबार, पुस्तक, और अन्य प्रिंट प्रकाशन वेबसाइट प्रौद्योगिकी के अनुकूल हैं, या ब्लॉगिंग, वेब फ़ीड्स और ऑनलाइन समाचार एग्रीगेटर्स में पुनः स्थापित किए जा रहे हैं। इंटरनेट ने त्वरित मैसेजिंग, इंटरनेट फ़ोरम और सोशल नेटवर्किंग के माध्यम से व्यक्तिगत इंटरैक्शन के नए रूपों को सक्षम और त्वरित किया है। ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं और छोटे व्यवसायों और उद्यमियों के लिए ऑनलाइन खरीदारी तेजी से बढ़ी है, क्योंकि यह कंपनियों को एक बड़े

बाजार की सेवा या पूरी तरह से ऑनलाइन वस्तुओं और सेवाओं को बेचने के लिए अपनी 'ईट और मोटार' उपस्थिति बढ़ाने में सक्षम बनाता है। इंटरनेट पर व्यापार से व्यापार और वित्तीय सेवाओं को पूरे उद्योगों में आपूर्ति श्रृंखला पर असर पड़ता है। इंटरनेट का उपयोग या उपयोग के लिए तकनीकी कार्यान्वयन या नीतियों में कोई केंद्रीकृत शासन नहीं है; प्रत्येक घटक नेटवर्क अपनी नीतियाँ निर्धारित करता है।

इंटरनेट, इंटरनेट प्रोटोकॉल एड्रेस (आएपीएड्रेस), स्पेस और डोमेननेम सिस्टम (डीएनएस) में दो प्रमुख नामरिक्त स्थान की केवल अति परिभाषा परिभाषाएँ एक रख-रखाव संगठन, इंटरनेट कॉरपोरेशन फॉर असाइन्ड नाम और नंबर (आएसीएएनएन)। मुख्य प्रोटोकॉल के तकनीकी आधारभूत और मानकीकरण, इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फ़ोर्स (आईटीएफ़) की एक गतिविधि है, जोकि किसी भी गैर-लाभप्रद संगठन के साथ संबद्ध अंतर राष्ट्रीय सहभागी हैं, जो किसी को भी तकनीकी विशेषज्ञता में योगदान दे सकते हैं।

निष्कर्ष :-

आजकल जब लगभग हर चीज को सोशल मीडिया में उसकी उपस्थिति से नापा जा रहा है। हर संस्था, व्यक्ति, सरकार, कंपनी, साहित्यकार से समाजकार तक और नेता से अभिनेता तक सोशल मीडिया में उसके वजन, प्रभाव और लोकप्रियता की कसौटी पर तौला जा रहा है। यह स्वाभाविक है कि इस नई तकनीकी-सामाजिक शक्ति और भाषा के संबंध को भी हम समझने की कोशिश करें। कुछ बुनियादी बातें शुरू में। यह सोशल मीडिया भी अंततः एक तकनीकी चीज है। हर तकनीकी आविष्कार निरपेक्ष होता है। यानी हर तरह के काम के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है, चाहे वह अच्छा हो या बुरा। इसलिए हर तकनीकी आविष्कार की तरह इसके दुरुपयोग पर हमें ज्यादा आश्चर्य नहीं होना चाहिए। हर वैज्ञानिक या तकनीकी आविष्कार, यदि वह एक व्यापक समाज के लिए रोचक या उपयोगी है, अपनी एक नई जगह बना लेता है। और जब यह नई तकनीक संवाद और संप्रेषण से जुड़ी हो तो स्वाभाविक है कि वह अपनी विशिष्टताओं के साथ संवाद और संप्रेषण के नए-पुराने तरीकों, उपकरणों और तकनीकों को कुछ विस्थापित करके ही अपनी जगह बनाती है।

संदर्भ ग्रंथ :-

1. टेलीविजन की भाषा : हरीशचन्द्र बर्णवाल।
2. कसौटी पर मीडिया : मुकेश कुमार।
3. रेडियो वार्ता शिल्प : सिद्धनाथ कुमार।

फोन नंबर : 7981950775



हिन्दी के वैश्विक विस्तार में मीडिया की भूमिका

Rajeev Kumar

J.S. Hindu PG College, Amroha, U.P.

शोध सार :-

आधुनिक दौर मीडिया का है और मीडिया के भी कई रूप हमारे समक्ष उपस्थित हैं जैसे प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, रेडियो, टेलीविजन आदि। मीडिया के आधुनिक रूप को न्यू मीडिया के नाम से भी जाना जाता है जिसमें सोशल मीडिया महत्वपूर्ण अंग है। लैपटॉप, कंप्यूटर, मोबाइल, टैबलेट आदि के माध्यम से सोशल मीडिया को विभिन्न एप्लीकेशंस द्वारा प्रयोग में लाया जाता है। वर्तमान में इंटरनेट की सुगम उपलब्धता के कारण लोग सोशल मीडिया की तरफ तेजी से आकर्षित हुए हैं। इंटरनेट के उपयोग में भारत विश्व में तीसरे स्थान पर और फेसबुक प्रयोग में पहले स्थान पर है। देश में सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं की तेजी से बढ़ती संख्या के कारण सभी अंतर्राष्ट्रीय मंचों को भारत की भाषा हिन्दी में संवाद करने की जरूरत महसूस होने लगी है, साथ ही हिन्दी बाजार की भी सबसे लोकप्रिय भाषा बन चुकी है। भूमंडलीकरण के इस दौर में अंग्रेजी चाहे कितनी ही मजबूत क्यों न हो परंतु हिन्दी के बिना आपका काम नहीं चलेगा। अब हम घर बैठे ही देश-दुनिया, खेल, विज्ञान, एवं राजनीति आदि की खबरें मोबाइल या टैबलेट से तुरंत जान सकते हैं। इन सभी माध्यमों को सुलभ बनाने का कार्य इंटरनेट द्वारा संभव हुआ है। इंटरनेट का प्रवेश संचार क्षेत्र में जब से हुआ है तब से यह उत्तरोत्तर उन्नति के पथ पर अग्रसर है। साहित्य भी सोशल मीडिया से अछूता नहीं है और सोशल मीडिया से साहित्य ने स्वयं को उन्नत किया है। प्रस्तुत शोध पत्र में मीडिया के स्वरूप एवं उसके द्वारा हिंदी भाषा एवं साहित्य के बढ़ते उपयोग एवं क्षेत्र विस्तारीकरण का अध्ययन किया गया है।

बीज शब्द :- मीडिया, हिन्दी, सोशल मीडिया, इंटरनेट, भाषा, साहित्य, आदि।

भावों की अभिव्यक्ति के साथ-साथ ज्ञान व सूचनाओं को सुलभ बनाने का सबसे सशक्त माध्यम भाषा है। किसी भी राष्ट्र को वैश्विक स्तर पर पहचान दिलाने में उस देश की भाषा का महत्वपूर्ण स्थान होता है। भारत में कुछ राज्यों की राजभाषा के साथ-साथ लगभग सभी राज्यों में हिंदी भाषा बोली व समझी जाती है। पिछले कुछ दशकों में हिंदी भाषा का विस्तार विश्व पटल पर तीव्र गति से हुआ है और इस भाषागत विस्तार का सबसे सशक्त माध्यम है मीडिया। जिसके विषय में कहा भी गया है कि 'मीडिया ऐसी टकसाल है जहां भाषा ढलती या सृजित होती है।' वर्तमान में मीडिया द्वारा हिंदी अपने भाषागत विस्तारीकरण से भौगोलिक, राजनीतिक एवं सांस्कृतिक सीमाओं के बंधनों को तोड़कर व्यापक क्षेत्रों का प्रतिनिधित्व कर रही है।

वर्तमान मीडिया का नवीन स्वरूप सोशल मीडिया है जिसने समय के साथ तकनीकी बदलावों के विकास

एवं सूचना के क्षेत्र में क्रांति लाने का कार्य किया है। 'सोशल मीडिया जहां वर्तमान में संचार व अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम की भूमिका निभा रही है वहीं जनमानस की भाषा माने जाने वाली हिंदी भी सोशल मीडिया में अपनी मजबूत पकड़ बनाए हुए हैं, यहां तक कि कुछ समय पश्चात हिंदी भाषा का वर्चस्व इतना होगा कि ई-मेल आईडी भी हिंदी में बनाई जाने लगेगी। आज सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी लिखने वालों की संख्या बहुत अधिक बढ़ रही है'। सोशल मीडिया ने पुस्तकों, अखबारों एवं पत्र-पत्रिकाओं के अगले चरण के द्वारा जनमानस के लिए खोले हैं जिसके अंतर्गत इलेक्ट्रॉनिक एवं डिजिटल मीडिया के वे सभी माध्यम आते हैं जिनके द्वारा कोई भी श्रोता या पाठक आवश्यक सूचनाओं का आदान-प्रदान निःशुल्क एवं बिना किसी दबाव के कर सकता है। सोशल मीडिया द्वारा मीडिया को अधिक लोकतांत्रिक बनाया गया है, जिसमें स्वतंत्र अभिव्यक्ति की आजादी है। स्वगत भावों की अभिव्यक्ति का सबसे लोकप्रिय और लोकतांत्रिक माध्यम वर्तमान दौर में सोशल मीडिया बन गया है, जहां पर सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक एवं आर्थिक मुद्दों के अलावा साहित्यिक आदि सभी विषयों पर उपयोगकर्ता भावाभिव्यक्ति कर सकता है। विभिन्न मुद्दों, घटनाओं एवं विमर्शों पर अपनी प्रतिक्रिया दे सकता है। मीडिया के इस स्वरूप को सर्वसुलभ बनाने प्रमुख माध्यम है इंटरनेट (अंतरजाल)। इंटरनेट के द्वारा ही संचार के माध्यमों की गति में उत्तरोत्तर प्रगति हुई है।

"पिछले दो दशकों में इंटरनेट ने हमारी जीवन शैली को बदलकर रख दिया है एक नए आभासी समाज और समुदाय का निरंतर निर्माण भी हो रहा है हमारी ज़रूरतों, कार्यप्रणालियों, अभिरुचियों और यहां तक कि हमारे सामाजिक मेल-मिलाप और संबंधों के ताने-बाने को रचने में कंप्यूटर और इंटरनेट ही बहुत हद तक जिम्मेदार हैं।" इंटरनेट ने संचार माध्यमों को सर्वाधिक सशक्त व विकसित किया है। "वर्तमान सदी विज्ञान, नई तकनीक और इंटरनेट की सदी है। विज्ञान ने कंप्यूटर, लैपटॉप, मोबाइल, टैबलेट आदि न जाने ऐसे कितने अनगिनत तकनीक हम मानव समाज को दिए हैं जिनका प्रयोग हम अपने जीवन को आसान बनाने के लिए कर रहे हैं। आज सभी तकनीक का जुड़ाव कहीं ना कहीं उस अंतरजाल से है जिसे हम इंटरनेट कहते हैं।" 18वीं शताब्दी में जो पत्रकारिता कागज, इंक एवं टाइपराइटर के द्वारा होती थी वह आज बिना इंक और वास्तविक कागज के इंटरनेट और कंप्यूटर के माध्यम से हो रही है।

वर्तमान समय में हिंदी भाषा की जड़े भारत ही नहीं अपितु संपूर्ण विश्व में मजबूती के साथ फैल रही हैं और इंटरनेट तथा सोशल मीडिया इसके विस्तार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। आज के इलेक्ट्रॉनिक युग में हिंदी भाषा को जन-संवाद के रूप में जोड़ने का प्रमुख व तीव्रगामी माध्यम इंटरनेट ही है, जिसमें सोशल मीडिया के द्वारा हिंदी भाषा का भूमंडलीकरण हो रहा है। हिंदी का वैश्विक स्तर पर प्रचार-प्रसार साधारण बोलचाल के रूप में हो या अध्ययन-अध्यापन के रूप में, विदेशी भाषाओं का हिंदी में अनुवाद करना हो अथवा हिंदी फिल्मों का सिनेमा आदि सभी में मीडिया ही महत्वपूर्ण है। सूचना एवं संचार के इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों का हिंदी भाषा के साथ-साथ साहित्य पर भी व्यापक असर हुआ है अब लेखक बिना प्रकाशक के भी अपनी रचनाओं को पाठकों तक सोशल मीडिया के माध्यम से पहुंचा सकता है। "वर्तमान सूचना के नए युग के पहले साहित्य का स्वरूप किताबों और पत्र-पत्रिकाओं तक ही सीमित था परंतु आज साहित्य, किताबों और पत्र-पत्रिकाओं से आगे न्यू मीडिया के अनगिनत साधनों पर भी उपलब्ध है। न्यू मीडिया के साहित्य को कल तक साहित्य की कोटि में नहीं माना जाता था परंतु आज यह साहित्य ही नहीं है बल्कि साहित्य का अभिन्न हिस्सा है।"

वर्तमान मीडिया में हिंदी की स्थिति क्या है? हमारा प्रमुख विषय यही है जिसके लिए हमें भाषा की उत्पत्ति से लेकर मनुष्य को भाषा के ज्ञान और वर्तमान में उस भाषा के विकास क्रम का अध्ययन करना है।

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है और भावाभिव्यक्ति हेतु उसे भाषा की आवश्यकता होती है। प्रारंभ में मनुष्य संकेतों द्वारा बात करता था परंतु भाषा की उत्पत्ति के बाद ये भावाभिव्यक्ति का माध्यम बनी। क्रमशः भाषा के लेखन का समय भी आया। प्रारंभ में शिलाओं, भित्तियों, ताम्रपत्रों आदि पर लेखन किया जाता था। 15वीं शताब्दी के मध्य में जॉस गुटेनबर्ग द्वारा मशीन मुद्रण प्रणाली विकसित की गई जिससे भाषाओं का व्यवहार विस्तृत होने लगा। इसी क्रम में 30 मई सन् 1926 ई. को पं. युगल किशोर सुकुल ने कोलकाता से हिंदी का प्रथम समाचार पत्र 'उदंत मार्तंड' प्रकाशित किया। तत्पश्चात् अनेक पत्र-पत्रिकाओं ने हिंदी भाषा के विस्तार में महती योगदान दिया। 20वीं शताब्दी के अंतिम दशक में इंटरनेट के प्रवेश के साथ ही संचार क्षेत्र में क्रांति का उदय हुआ एवं इसके माध्यम से ही हिंदी का भूमंडलीकरण हुआ, साथ ही हिंदी साहित्य भी इंटरनेट से अछूता नहीं रह सका।

प्रसिद्ध साहित्यकार शुक्ल जी ने कहा है— 'प्रत्येक देश का साहित्य वहां की जनता की चित्तवृत्तियों का प्रतिबिंब होता है।' भाषा से ही साहित्य सृजन होता है, साहित्य द्वारा भी अपने भावों को ही अलग-अलग संचार माध्यमों से अभिव्यक्त किया जाता है। "साहित्य भी अभिव्यक्ति का एक स्वरूप है जैसे-जैसे संचार माध्यमों का विकास होगा अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता की मांग उतनी ही तीव्र होगी।" सोशल मीडिया के बढ़ते प्रयोग के कारण भावाभिव्यक्ति का दायरा भी बढ़ा है मनुष्य की उत्पत्ति से लेकर भाषा एवं लिपि के क्रम में यह विकसित हुई है। "लिपि के आविष्कार से लेकर पत्र-पत्रिकाएं, आकाशवाणी, फिल्म से होते हुए दूरदर्शन तक पहुंचे संचार की विकास यात्रा ने साहित्य को बहुत प्रभावित किया है।"

वर्तमान समय में मीडिया का नया रूप हमारे समक्ष उपस्थित हुआ है 'न्यू मीडिया'। सोशल मीडिया में मीडिया के नए-नए माध्यमों को न्यू मीडिया कहा जा सकता है। 'आज के युग में 'सूचना' नामक इस हथियार से तेजी से लक्ष्य भेदने के लिए तीव्र मिसाइल का काम किया है इंटरनेट आधारित न्यू मीडिया ने। इस न्यू मीडिया ने जहां एक और सूचना को तीव्रतम गति से पहुंचना संभव किया है वहीं यह भी सुनिश्चित किया है कि सूचना के इस हथियार का प्रयोग अधिकाधिक लोग कर सकें।' न्यू मीडिया में सोशल मीडिया के माध्यम से हिंदी भाषा और साहित्य का विस्तारीकरण तीव्र गति से हो रहा है। 'न्यू मीडिया में समकालीन हिंदी साहित्य की पहुंच विश्व के हर उस हिस्से तक हो गई है जहां पर इंटरनेट के माध्यम से हिंदी साहित्य का सृजनकर्ता, साहित्यकार या पाठक मौजूद है और यही कारण है कि समकालीन हिंदी साहित्य विश्व के तमाम देशों में लिखा जा रहा है।' वैश्विक फलक पर हिंदी के प्रचार-प्रसार एवं विस्तारीकरण की वर्तमान स्थिति को हम बोलचाल की भाषा, अध्ययन-अध्यापन, हिंदी फिल्में, हिंदी साहित्य आदि संदर्भों के अंतर्गत सोशल मीडिया के मंच के माध्यम से समझने का प्रयास करेंगे।

वर्तमान समय में हिंदी ने विश्व पटल पर अपना डंका बजाया है। मीडिया, साहित्य, बाजार, सूचना, एवं संचार आदि सभी पर हिंदी छाई हुई है। 'एक समय था जब कहा जाता था कि ब्रिटिश साम्राज्य में कभी सूर्यास्त नहीं होता और अब एक समय ऐसा आ गया है कि जब हम गर्व से कह सकते हैं कि हिंदी का सूर्य कभी अस्त नहीं होता।' विश्व में हिंदी एवं हिन्दीभाषियों की बात करें तो विश्व के 150 से अधिक देशों में लगभग दो करोड़ भारतीय मूल के लोग निवास करते हैं और अधिकांश हिंदी को मातृभाषा या सम्पर्क भाषा के रूप में जानते हैं,

इनमें से अधिकांश लोग हिंदी साहित्य एवं सांस्कृतिक गतिविधियों में शामिल रहते हैं। विश्व की अन्य भाषाओं के सापेक्ष हिंदी की तुलना करें तो विश्व में लगभग 6000 भाषाएं हैं उनमें से सबसे अधिक बोली जाने वाली विश्व की प्रमुख दस भाषाओं में हिंदी का स्थान है। आजतक समाचार चैनल के 18 फरवरी 2020 की खबर के अनुसार—'वर्ल्ड लैंग्वेज डेटाबेस के 22वें संस्करण इथोनॉलेज में दुनिया भर की बीस सबसे ज्यादा बोले जाने वाली भाषाओं में छह भारतीय भाषाएं हैं, जिनमें हिंदी तीसरे स्थान पर है।' हिंदी साहित्य का लेखन विश्व के लगभग सौ से अधिक देशों में हो रहा है। पिछले तीन दशक में हिंदी का प्रचार—प्रसार तीव्र गति से हुआ है। सोशल मीडिया में हिंदी साहित्य का स्वरूप भी परिवर्तित हुआ है अब इसे विभिन्न माध्यमों द्वारा प्रचारित—प्रसारित किया जा रहा है। पुस्तकों के साथ—साथ ऑनलाइन माध्यम से भी हिंदी साहित्य को बढ़ावा मिल रहा है।

जगदीश्वर चतुर्वेदी का कथन है— 'साहित्य वह भी है जो पुस्तकाकार है और विभिन्न विद्याओं के रूप में रचा गया है, साहित्य वह भी है जो विभिन्न माध्यमों के लिए लिखा गया है।' न्यू मीडिया के इस दौर में हिंदी में अनेक वेबसाइट्स संचालित है जिनसे कोई भी हिंदी साहित्य एवं भाषा की सामग्री, कविताएं, साहित्यिक लेख आदि प्राप्त कर सकता है जिनमें कविताकोश, गद्यकोश, हिंदीसमय, साहित्यकुंज, भारतदर्शन, कहानी डॉट कॉम, हिंदीचेतना आदि प्रमुख हैं। इनके अलावा हिंदीचिह्ना जगत, बूंद—बूंद इतिहास, साहित्यमंजरी, नया जमाना, आदि ब्लॉग्स पर भी हिंदी साहित्य के प्रकाशित साहित्य को विश्व भर में पढ़ा जा रहा है। बाजार एवं विज्ञापनों में भी हिंदी का विस्तार तेजी से हो रहा है किसी बहुराष्ट्रीय कंपनी को उत्पाद बिक्री के लिए विज्ञापन हेतु हिंदी को ही चुनना पड़ता है, क्योंकि यह आमजन की भाषा है। स्वास्थ्य, जीवन बीमा, चुनाव प्रचार हेतु हिंदी ही सशक्त माध्यम है। बीबीसी ने 11 मई 1940 को हिंदी में प्रसारण सेवा शुरू की थी। संचार माध्यमों के बढ़ते कदम और इंटरनेट पर हिंदी के बढ़ते प्रयोग को दृष्टिगत रखते हुए सन 2001 में बीबीसी ने 'बीबीसी हिन्दी डॉट कॉम' की शुरुआत की जिसका उद्देश्य हिंदी भाषी श्रोताओं और पाठकों के लिए भारत और विश्व के अन्य देशों तक हिंदी के समाचार पहुंचना था।

बीसवीं शताब्दी में इंटरनेट के उदय के साथ ही इसका प्रयोग करने वाले उपकरणों में भी तेजी से वृद्धि हुई। पहले अधिकांश प्रयोग की भाषा अंग्रेजी ही थी परंतु विश्व में हिन्दीभाषी लोगों की बढ़ती संख्या को देखते हुए अब हिंदी में अनेक वेबसाइट्स, पेज, एवं ऐप्लिकेशंस, यहां तक की बैंक कार्य भी हिंदी में किये जा रहे हैं। गूगल ऐसा सर्च इंजन है जहां पर आप हिंदी में किसी भी विषय या घटना की जानकारी तुरंत प्राप्त कर सकते हैं हिंदी भाषा की टाइपिंग समस्याओं के दृष्टिगत गूगल ने बोलकर टाइप करने की सुविधा भी उपयोगकर्ताओं को प्रदान की हुई है।

निष्कर्ष :-

इंटरनेट के प्रयोग से फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप्प, स्नैपचौट आदि न जाने कितने सोशल मीडिया के माध्यम है जिन्होंने मनुष्य के जीवन को भौतिक रूप से आरामदायक बनाया है अब वह घर से ही शिक्षा, नौकरी आदि दायित्वों का निर्वहन कर सकता है और देश—विदेश के लोगों के विचारों से भी अवगत हो सकता है। मीडिया के इस युग में जो भी भौतिक सुविधाएं मनुष्य प्राप्त कर रहा है वे उसके लिए बहुत लाभकारी सिद्ध हुई हैं, साथ ही इसकी अधिकता से कुछ हानियां भी हैं। साहित्य की बात करें तो इंटरनेट व सोशल मीडिया आने के कारण साहित्यिक गोष्ठियों में बहुत कमी आई है। लेखन के स्तर में भी न्यूनता परिलक्षित होती है। सोशल

मीडिया पर प्रत्येक व्यक्ति कहीं से भी नकल करके लेखक बन जाता है जिस कारण शुद्ध साहित्यिक रचनाओं में भी व्यापक कमी हुई है। रचनाओं की मौलिकता के ह्रास के साथ-साथ संवादों का स्तर भी गिरा है। 'इलेक्ट्रॉनिक संचार—माध्यम हमारी रचनात्मकता को मारते हैं, संवाद की गुंजाइश एकदम नहीं रहने दी जाती। ये हमारे मस्तिष्क को क्षण भर भी फुर्सत नहीं देते, लगातार व्यस्त रखते हैं। दूसरी ओर साहित्य या छपे हुए अक्षर पाठक की सभी बौद्धिक क्षमता को जाग्रत रखते हैं और पढ़ी हुई हर चीज को अपने मस्तिष्क में फिर से रचने—जानने को मजबूर करते हैं।' रामस्वरूप चतुर्वेदी तो साहित्य एवं संचार की प्रक्रिया को एक दूसरे का विरोधी मानते हैं। उनके अनुसार— 'यदि बहुत ही स्थूल ढंग से कहा जाए तो साहित्य की प्रक्रिया और संचार माध्यमों की प्रक्रिया एक—दूसरे की बिल्कुल विरोधी हैं।' अंततः कहा जा सकता है कि जिस प्रकार सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा एवं साहित्य को विस्तार दिया है उससे हमें हिंदीभाषी कहलाने में गर्व महसूस होता है और मीडिया के कारण संपूर्ण धरा पर हिंदी का विस्तार तेजी से हुआ है। तकनीकी के इस युग में हिंदी के स्वरूप में भी परिवर्तन हुए हैं। इस बात से इनकार भी नहीं किया जा सकता कि कोई भी भाषा जब विभिन्न बोलियां बोलने वाले व्यक्तियों व क्षेत्रों से होकर गुजरेगी तो स्वभाविक है कि इसके स्वरूप में परिवर्तन निश्चित ही होगा। सोशल मीडिया ने कट, कॉपी, पेस्ट की प्रवृत्ति को भी बढ़ावा दिया है परंतु भविष्य में इसमें भी सुधार होगा और सुधार के साथ-साथ सोशल मीडिया में भी परिवर्तन होंगे। ऐसी हमारी आशा है।

संदर्भ :-

1. छत्तीसगढ़ मित्र में डॉ. अंकित नामदेव का लेख 'सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता प्रयोग' नवंबर— 2021 अंक।
2. विकास की अवधारणा और सोशल मीडिया, <http://hindivivek.org/1021>
3. 'इंटरनेशनल जनरल ऑफ़ रिसर्च इन ऑल सब्जेक्ट्स इन मल्टी लैंग्वेजज' पत्रिका अंक सितंबर— 2020 में अतुल वैभव का लेख 'न्यू मीडिया और हिंदी साहित्य : वर्तमान स्थिति', पृष्ठ सं. 30
4. वही, पृष्ठ सं. — 32
5. हिंदी साहित्य का इतिहास, आचार्य रामचंद्र शुक्ल, प्रथम संस्करण, पृष्ठ सं. —1
6. 'संचार माध्यम एवं साहित्य के अंतर्संबंध का विवेचन' डॉ. फिल. उपाधि का शोध पत्र, योगेंद्र प्रताप सिंह इलाहाबाद यूनिवर्सिटी, पृष्ठ सं. —2 प्राकथन से
7. वही, पृ. सं.—2
8. 'न्यू मीडिया में हिंदी की वर्तमान स्थिति' शैलेश शुक्ला, <http://rajbhasha.in>file>
9. 'न्यू मीडिया में हिंदी साहित्य की उभरती प्रवृत्तियां' शैलेश, <http://vishwahindijan.blogspot.com/2017/02/blog>
10. 'न्यू मीडिया में हिंदी की वर्तमान स्थिति' शैलेश शुक्ला, <http://rajbhasha.in>file>
11. <http://www-aaajtak-in.cdn.ampproject.org> 18 फरवरी 2020
12. जगदीश्वर चतुर्वेदी, 'मीडिया समग्र—4 जनमाध्यम और मासकल्चर, स्वराज प्रकाशन दिल्ली, पृष्ठ सं. — 111—112 प्रथम संस्करण —2013
13. निबंध— 'शब्द और बाजार लेखक— अरविंद मोहन; आजकल पत्रिका अगस्त—1995 पृष्ठ सं. —18
14. निबंध— 'संचार—साधन और साहित्य' डॉ. रामस्वरूप चतुर्वेदी, साहित्य का परिवेश, संपादक —अज्ञेय, पृष्ठ सं. 65—66



हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मिडिया की भूमिका

डॉ. दीपिका चौहान

हिंदी अध्यापिका, संबलपुर, ओड़िशा।

आज के जनसंचार माध्यमों का दायरा व्यापक एवं विस्तृत हो गया है। सोशल मिडिया पूरे अंतराष्ट्रीय स्तर पर प्रयोग हो रहा है। इसके उपभोक्ता कोई एक वर्ग का व्यक्ति नहीं है बल्कि पूरा मानव समाज है। यह अन्तराष्ट्रीय स्तर में उपभोक्ताओं को एक दुसरे से जोड़ने का महत्वपूर्ण कार्य करता है जिसमें हिंदी भाषा अहम भूमिका निभाती है। आज सोशल मिडिया के प्रति लोगों का आकर्षण दिन प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। मनुष्य जीवन में सोशल मिडिया आज अभिन्न अंग बना है। पिछले कई वर्षों में विभिन्न सोशल मिडिया के माध्यम से अधिकतर जनसमुदाय तक हिंदी भाषा को पहुंचाने का कार्य हो रहा है। हिंदी के प्रचार एवं प्रसार की गति तेज हो रही है।

हिंदी आज एक प्रान्त या सिर्फ राज्य की भाषा नहीं है बल्कि सम्पूर्ण राष्ट्र की भाषा है। मिडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनिया भर में आज हिंदी के कार्यक्रम प्रसारित किये जाते हैं। हिंदी के प्रचार-प्रसार में इससे भी सहायता मिली है। सोशल मिडिया के कारण आज युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। हिंदी आज देश भर में आम बोलचाल की भाषा है। आज अधिकतर लोग हिंदी का प्रयोग कर रहे हैं। आज यह भाषा कश्मीर से लेकर कन्याकुमारी तक देश को जोड़ने वाली भाषा है। हिंदी के विस्तार में मीडिया की अहम भूमिका है। हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनिया भर में भारतीय फिल्म टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट, मोबाइल के माध्यम से युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है यही काम सोशल मिडिया हिंदी के सन्दर्भ में करता है।

सोशल मीडिया के अंतर्गत फेसबुक, ट्विटर, ऑरकुट आदि का समावेश होता है। इनके माध्यम से सोशल मीडिया के कारण हिंदी का प्रचार एवं प्रसार अनेक पाठकों तक हो रहा है। सोशल मीडिया के कारण हिंदी का साहित्य कबीर से लेकर अब तक के रचनाकारों तक एक साथ पढ़ने को उपलब्ध हो रहा है। आज हम देखते हैं कि मोबाइल प्रयोगकर्ताओं की संख्या प्रतिदिन बढ़ रही है जो आगे चलकर हिंदी के लिए उपयोगी सिद्ध होगी। सोशल मीडिया में हिंदी का इस्तेमाल विभिन्न क्षेत्र के लोग कर रहे हैं जिसमें अध्यापक, राजनेता, नेता, सामाजिक कार्यकर्ता, खिलाड़ी आदि शामिल है जो हिंदी की हित की ही बात है। इसके साथ सोशल मीडिया के अंतर्गत यूट्यूब को भी महत्वपूर्ण स्थान प्रदान है। यूट्यूब एक ऐसा वेबसाइट है जहां उपयोगकर्ता वेबसाइट

पर वीडियो देख सकता है और वीडियो क्लिप डाल भी सकता है। इसके साथ-साथ न्यूज़ चैनल के कार्यक्रम किसी भी समय देख सकते हैं, सुन सकता है। आज मिडिया कहानी, उपन्यास से आगे बढ़ रही है। आने वाला समय हिंदी का है। बस कुछ और दूरदर्शी सोच वाले ही हिंदी के प्रति नकारात्मक भाव व्यक्त कर रहे हैं। 21वीं सदी की इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में हिंदी का प्रचार अलग-अलग सोशल मीडिया के माध्यम से हो रहा है। मीडिया के इस युग में हिंदी भाषा के प्रचार में हिंदी की विभिन्न वेबसाइट हिंदी ब्लॉग, सोशल मिडिया आदि की भूमिका रहती है। हिंदी भाषा के विकास में आधुनिक समय में प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, विज्ञापन, पत्रिका और सिनेमा के साथ-साथ इन्टरनेट भी हिंदी भाषा के विकास में महत्वपूर्ण योगदान दे रहा है।

देश ही नहीं पूरे विश्व में मीडिया और सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ रहा है। इसे ध्यान में रखते हुए भाषा सुधार समिति ने आवश्यक सुधार किए जिससे हिंदी को सरल एवं सहज बनाया जा सके क्योंकि हिंदी के प्रचार-प्रसार में मीडिया, सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। चाहे वह दूरदर्शन हो, समाचार पत्र हो, आकाशवाणी हो, पत्रिकाएं हो, सिनेमा हो, फेसबुक हो, व्हाट्सएप हो या फिर इंस्टाग्राम। सोशल मीडिया के माध्यम से हिंदी का प्रयोग वर्तमान समय में बढ़ा है। एक समय था जब मीडिया में केवल दो प्रकार थे प्रिंट मीडिया तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया। धीरे-धीरे इंटरनेट का उद्भव हुआ तो उसमें अपने तरीके से समाज को प्रभावित करना शुरू किया। रेडियो ने हिंदी की पहचान बढ़ाई तो वही सिनेमा ने इसकी लोकप्रियता। नए-नए रचनाकारों के लिए सोशल मीडिया एक अच्छा प्लेटफार्म साबित हो रहा है। यह रचनाकार अपनी मौलिक रचनाओं को फेसबुक और व्हाट्सएप के माध्यम से जन सामान्य तक पहुंचा रहे हैं तथा लोगों की प्रतिक्रिया व समीक्षा भी प्राप्त कर रहे हैं। उनकी प्रतिभा निखार में सोशल मीडिया मील का पत्थर साबित हो रही है। ट्विटर जैसी साइट जहां शब्दों की सीमा निर्धारित है, ऐसे में अपनी बातों एवं भावों को शब्द सीमा में बांधने से लेखन कौशल का विकास हो रहा है। व्हाट्सएप के जरिए नए-नए साहित्यकार, रचनाकार व साहित्य प्रेमी अपना समूह बनाकर अपनी अपनी रचनाएं प्रस्तुत करते हैं। ऑनलाइन सेमिनार, कवि सम्मेलनों का भी आयोजन होता है जहाँ एक दूसरे की कृतियों को पढ़ना एवं उस पर प्रतिक्रिया भी देते रहते हैं। यूट्यूब एक ऐसा माध्यम है कि जो देश के कोने-कोने तक व्याप्त है, इसमें हिंदी से जुड़ी हर समस्या का समाधान उपलब्ध रहता है। 14 सितंबर हिंदी दिवस पर मीडिया में इतना अधिक कार्यक्रमों का साझा किया जाता है कि इसकी लोकप्रियता दिनोंदिन बढ़ रही है। वर्तमान में अपने विचारों को आम जनता तक पहुंचाने में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। इंटरनेट के माध्यम से व्यक्ति दूर किसी दूसरे व्यक्ति से जुड़ जाता है। सोशल मीडिया एक विशाल समूह को एक सूत्र में बांधता है।

सन्दर्भ :-

1. हिंदी वेब साहित्य, सुनील कुमार, राजकमल प्रकाशन, इलाहाबाद, २०१३
2. हिंदी पत्रकारिता के सामने चुनौतियां, रंजना सक्सेना, १९९२
3. हिंदी के प्रचार प्रसार में नेट का योगदान, प्रा. एस. के. अतार।
4. IJSRT 184551111, मार्च-अप्रैल २०१८
5. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विकिपिडिया।



IMPACT OF SOCIAL MEDIA ON RISING POPULARITY OF HINDI LANGUAGE

Dr. Anshu Puri

Professor Public Administration, Govt. Girls College, Behror (Alwar)

ABSTRACT :-

English is considered to be the most widespread and worldwide spoken language. It also has to its credit the crown of being the “international language”. But with the increased usage of social media Hindi has also started having a massive impact on the people worldwide. The number of countries where the population of Hindi speaking people is more than a million is also increasing constantly. Recent statistics indicate that more than 558 million people worldwide natively speak Hindi and popularity of Hindi shows a constant upward trend¹. Studies also show that more than 600 universities worldwide teach Hindi as one of the subjects². In recent years, social media has become one of the largest means of communication enabling people across countries to share ideas, content, news, information, and culture beyond the barriers of languages. Since social media promotes communication, it affects and is responsible for the spread and usage of the languages used and plays a pivotal role in the development and popularity of that particular language. With millions of people gaining fluency in Hindi, the technological world is also finding it lucrative to include Hindi as a means of communication. Social media is offering better integration, development and spread of Hindi Language by incorporating Hindi as one of the major languages on sites like Google, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube etc. Hindi language is thus gaining popularity among the national as well as the international audience, with the increase in usage of social media.

Keywords :- Social media, Hindi, Language development, Popularity

INTRODUCTION :-

‘Social media’ to define is a collection of websites, applications and other platforms that enables one to share, create and participate in social networking. Social media applications allow the users to go beyond the boundaries of their countries, break the barriers of their language and enable them to connect, exchange and express themselves on a global scale³. Social Media such as Facebook,

Blogs, Twitter, LinkedIn, YouTube etc. not only give the users the platform to generate information, but also to share it with users across the world. Social media promotes communication and is responsible for the spread and usage of the language and therefore plays a pivotal role in the development of that particular language. Language is basically a source or tool of communication which plays a major role in all walks of life. It is the language which is used for communication among friends, family and more importantly in the teaching and learning process. Since Language is the most important means of communication, with usage it undergoes changes, modifications and adjustments to suit the global needs and situations. It is a form of social behavior which allows people to express themselves. In recent years, social media has been dominating the life of most people all over the world, and in particular the youth and the students. Research has indicated that social media could act as an important instrument for language learning. This research paper explores the impact of social media on the development and spread of Hindi Language. A sample of 200 International Board (IB) foreign students were divided into a social media tutored group, and a traditional classroom tutored group. Students of IB were selected as they have a mix of Indian and Foreign students, and the medium of teaching is strictly and purely English. This sample of foreign students was deliberately selected to find out whether social media usage attracts an individual and develops their interest in Hindi Language.

REVIEW OF LITERATURE :-

SOCIAL MEDIA AND LANGUAGE DEVELOPMENT :

Social Media and its language covers many facts of our day to day activities including entertainment, marketing and work⁴..Social media has built a demand for language and the language of social media has become a second language for the users of social media.⁵

Since the usage of social media has been on the constant rise, the languages used to have been adaptive and personalized leading to continuous language development.⁶

Social Media has introduced the most comprehensive, extensive and flexible form of communication that the human race has in present, and is still constantly developing.⁷ With social media and other tools on the internet, millions of people have a way to say what they are actually thinking. Social Media has improved the world with amazing developments in communication, collaboration and efficiencies. Social Media gives entertainment, access to information and the ability to give voice to the people who would have actually never been heard.⁸

HINDI LANGUAGE AND SOCIAL MEDIA :

Social media has contributed to the continued spread of Hindi language, its development and changes at a rapid pace. According to the online database Ethnologue, globally English remains the

most widely spoken language with 1.13 billion speakers in 2019, followed by Mandarin with 1.11 billion. Hindi is the third with 615 million speakers all over the world.⁹ In India Hindi is the most spoken Language with over 528 million speakers in 2011. Percentage trends from 1991 to 2011 underline the growth of the most widely spoken language, Hindi showing an upward trend from 39.29% in 1991 which grew up to 43.63% in 2011.¹⁰ Many researchers have advocated the use of social media in the field of education and Learning.¹¹ The Public University of Philadelphia reports that Hindi is among the top three languages on the campus¹². According to Google, local language consumption on social media is four times more than the English Language. The research conducted by a Social Media Research agency "Mindshift" concludes that

+English websites have recorded a growth of just 11% per year while the vernacular websites including Hindi have recorded a phenomenal growth rate of about 56%.¹³

Another study conducted by CSA (Common Sense Advisory) revealed that customers prefer their native language. while shopping online and then in term increases the sales of particular commodities.¹⁴ Another researcher propounded that facebook platform assisted the students in developing grammar, vocabulary and writing by exchanging information on social media.¹⁵ A similar study claims that social media can enhance the student's motivation to learn a particular Language.¹⁶ In Depth perusal of the above literature indicates that, language development and learning is undergoing dramatic changes, and in the modern world it is not only limited to classroom teaching or one to one interaction, but is also drastically influenced by Social media.

OBJECTIVES OF PRESENT STUDY :-

1. To establish a correlation between usage of social media and interest in Hindi Language.
2. To assess the impact of social media on the development, usage and popularity of Hindi Language.
3. To find out whether social media sites have increased the usage and popularity of Hindi language.

SAMPLE OF STUDY :-

A random sample of 200 foreign students was taken, studying in schools having curriculum according to the International Board (IB). It was easier to find foreign students in IB schools, as these schools predominantly have children of Non Resident Indians or Foreign nationals, who come to India for career or otherwise. These students can easily get admitted to their native country school when required to leave India as International Board schools are present all over the world.

AREA OF STUDY :-

The sample of 200 students from schools following the International Board was taken from Delhi NCR (National Capital Region), as these schools are more in number in Delhi NCR. Most

diplomats come to Delhi for a period of 3-5 years ,and their children are admitted into these schools because of the similarity of the Board and Curriculum of their native country. Many multinational companies have international citizens as their employees whose children get educated in IB schools. Since Delhi is the capital of India and NCR being the hub of multinational companies and their corporate offices are mostly situated in Delhi NCR, so for the ease of sampling Delhi-NCR was selected as the study area.

HYPOTHESIS :-

1. There is a positive correlation between increase in the number of users of social media with development and popularity of Hindi Language.
2. Social Media sites have increased the usage of Hindi tremendously to lure the customers on Facebook, Google, Whatsapp, Online shopping sites.
3. Social Media mainly Google, Facebook, Whatsapp, Online Shopping sites have increased their usage of Hindi Language tremendously due to increased demand, as users surfing in Hindi Language is increasing tremendously day by day.

RESULT AND FINDINGS :-

The present study deals with a limited number of samples i.e only 200 students and that too studying at the school level. The interaction with these students and their observations emphatically propound that social media has definitely increased the popularity of Hindi Language and interest in Indian culture. Data collected and computed shows, more and more people across the globe have developed an affinity towards hindi movies, songs and Indian culture thus, there is a notable increase in the usage of hindi language on social media. Moreover, Non-Hindi speaking users have developed an interest in learning and reading Hindi Language, literature and Books. Many foreign universities have included Hindi as one of the languages taught in the universities. It is recommended that schools, colleges and universities are going to benefit if they introduce a culture of e-learning along with text books. Social media has definitely led to the development and increased the popularity of Hindi Language and Indian culture all over the world.

CONCLUSION :-

With increase in the users and usage of social media, the popularity of Hindi Language and culture has also increased. The present paper was written with the objective of assessing the impact of social media on the Hindi Language. The interviews conducted with the foreign students studying in schools of IB Board and the observations made, established a positive correlation between social media and the spread, usage and the development of Hindi Language. Hindi speaking people's number is also increasing and Hindi Language and culture has been gaining popularity day by day across the

globe. It is suggested that social media can prove to be a great asset in the learning and teaching process, by introducing advanced technological changes. If the schools and universities want their students to be good citizens working for the good of the community, they should adapt to the new culture of e-learning while designing the programmes and curriculum. E-learning incorporates cross-cultural and cross-national exposure to users which helps them to learn and instill ethics and moral values present in other cultures.

REFERENCES :-

1. Navikaran .(2023). Impact of the Development of Hindi Language on Asia and the World. May 2023.
2. Patrika News Network. (2023). Rajisthan Patrika. Alwar edition, 15 September, 2023.
3. Throne.S.L. (2016). The Intercultural turn and Language Learning in the Crucible of New Media. In Helm.F.and Guth.S.(ed), Telecollaboration 2.0 for Language and Intercultural Learning. pp 139-164, Bern: Peter Lang.
4. Irfan,H.et.al. (2012). Influence of Digital Social Media in Writing, p 15.2012.
5. Jones,G.(2003).To What Extent Does Social Media Improves Language Development.edubirdie.com
6. Kaplan,A. and Micheal,H.The Challenges and Opportunities of Social Media.Business Horizon, PP 59 to 68 Vol.53 (1) 2010.
7. Irfan,H.et.al. (2012).Influence of Digital Social Media in Writing,p 15.2012.
8. Chartland, R.(2012) The Reasons Behind The Popularity of Social Media.Knowledge Management And E-Learning: An International Journal. pp 74-82, Vol.4(1), 2012.
9. Ethnologue,(2023)SILInternational.<https://www.sil.org/resources/publications/ethnologue>
10. Census Of India 2011. <https://www.loc.gov.in/2011>.
11. Census Of India 2011. <https://www.loc.gov.in/2011>.
12. Irfan,H.et.al. (2012).Influence of Digital Social Media in Writing,p 15.2012.
13. Mindshift Interactive. <https://www.mindshiftinteractive.com>.
14. Belman,S.and Johnson,E.(1999) Predictors of Online Buying Behaviour.Communications of ACM. PP 32-38 .Vol.42 (12). 1999.
15. Woo, Y. and Harrington,et.al.(2007). Implementing Authentic Task In Web Based Learning Environments. EDUCAUSE Quarterly,pp 36-43,VOl.30 (3). 2007.
16. Hadoussa,S and Henif.H (2023).Social Media Impact on Language learning for Specific Purposes. In. Teaching English with Technology. PP 56-71 Vol. 9 (1).



सोशल मीडिया और हिन्दी

डॉ. शक्ति बुद्धिराजा

सहायक प्रवक्ता, गुरु नानक गर्ल्स कॉलेज संतपुरा, यमुनानगर।

सोशल मीडिया आधुनिक मीडिया का एक समूल नवीन माध्यम है जो प्रिंट मीडिया, इलैक्ट्रॉनिक और समानान्तर मीडिया से अलग है। सोशल मीडिया इंटरनेट के माध्यम से एक आभासी दुनिया का निर्माण बनाता है जिसे उपयोग करने वाला व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी भी मंच जैसे फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम ए यू ट्यूब, क्वोरा, टेलीग्राम, सिगनल, लाइन, स्नैप चैट, पिनटैरैस्ट, टिकटॉक, वाईबर, रेडिट, डिस्कार्ड, माइक्रोसॉफ्ट टीम आदि तक पहुँचकर इसका उपयोग कर सकता है। वर्तमान समय में सोशल मीडिया विशाल रूप धारण कर चुका है। सोशल मीडिया आधुनिक दुनिया के प्रत्येक मानव की दिनचर्या का अहम् हिस्सा बन चुका है जिसकी अनेक विशेषताएँ हैं जैसे नित नवीन सूचनाएँ देना, मनचाहा विषय ढूँढ़ना और पढ़ना, अपने ज्ञान के विस्तार के लिए विभिन्न वैबसाइट पर उससे सम्बन्धित खोज करना है आदि—आदि।

आज की युवा पीढ़ी जिसकी दुनिया इन्हीं सोशल मीडिया ऐप्स के मध्य ही व्यतीत हो रही है। और भाषा को अभिव्यक्ति का माध्यम कहा गया है परन्तु यह अधूरा सच है क्योंकि भाषा अभिव्यक्ति का साधन होने के साथ ही व्यक्ति और समाज की पहचान भी है। यँही नहीं गाँधी जी ने हिन्दी को आजादी की लड़ाई के साथ जोड़ा और उस समय हमारे राष्ट्रीय नेताओं ने देश की सम्पर्क भाषा के रूप में हिन्दी की आवश्यकता और उस दौरान हमारे राष्ट्रीय नेताओं ने देश की सम्पर्क भाषा के रूप में हिन्दी की आवश्यकता और महत्ता को रेखांकित किया। संविधान निर्माताओं द्वारा हिन्दी को देश की राजभाषा घोषित करना भी इसी आवश्यकता और महत्ता को दर्शाता है लेकिन वास्तविकता यह भी है कि राजनीतिक विवशताओं के चलते देश के कुछ हिस्सों में हिन्दी का विरोध हुआ था। उसी का परिणाम है कि हिन्दी को बनाए रखने का प्रावधान दस वर्ष के बजाय अनन्तकाल के लिए हो गया।¹

सोशल मीडिया विकास का ऐसा मंच है जिसके माध्यम से समाज में अपनी विचारधारा को प्रवाहित कर उसके द्वारा समाज को अपनी भावनाओं से प्रभावित किया जा सकता है। समाज की उलझनों के निदान का प्रयास किया जा सकता है। आज के दौर में सोशल मीडिया छोटे—बड़े, गाँव हो या शहर, स्त्री हो या पुरुष, शिक्षित हो या अशिक्षित प्रत्येक की आवश्यकता है और भारतीय समाज जहाँ आज भी तीस प्रतिशत जनसंख्या अशिक्षित है वहाँ अपनी भाषा में आसानी से भाव सम्प्रेषण का माध्यम बन गई है।

सोशल मीडिया एक ऐसा ऑनलाइन मंच प्रदान करता है जिसके माध्यम से उपयोगकर्ता को एक सार्वजनिक प्रोफाइल बनाने एवं वेबसाइट पर अन्य उपयोगकर्ता के साथ सहभागिता करने की अनुमति देता है। इस प्रोफाइल का प्रयोग का उपयोग अपने विचारों को सांझा करने, पहचान के लोगों या अजनबियों से बात करने के लिए करता है। इसे अपरम्परागत मीडिया भी कहा गया है। सूचना प्रौद्योगिकी के बदलते सोशल मीडिया सकारात्मक भूमिका अदा करता है जिससे किसी व्यक्ति, संस्था, समूह, और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। सोशल मीडिया के माध्यम से अनेक ऐसे विकासात्मक कार्य किए जिनसे लोकतन्त्र समृद्ध हुआ जिससे किसी भी देश की एकता, अखंडता, पंथ निरपेक्षता, समाजवादी गुणों में अभिवृद्धि हुई है।

सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग भीड़ से स्वयं को अलग दिखाने के लिए अद्भुत तरीका सिद्ध हुआ है। इसी के माध्यम से कहीं किसी ऐप पर प्रसिद्ध विष्णुपुराण में यह विदित होता है कि भारतवर्ष सभी राष्ट्रों में श्रेष्ठ है। देवताओं की वाणी है— जो लोग भारतवर्ष में मनुष्य के रूप में पैदा होते हैं वे देवताओं से भी अधिक सुखी हैं क्योंकि वह मोक्ष के आनन्द के मार्ग पर है..... उन लोगों का भाग्य अच्छा जो पूर्ण सामर्थ्य से युक्त होकर भारत में पैदा हुए हैं।²

सोशल मीडिया के द्वारा हिन्दी भाषा को आधार बनाकर गरीब जनता का उत्थान, करोड़ों लोगों की अज्ञानता को दूर करना तथा सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक ढाँचे को मजबूत बनाने का सामर्थ्य है। सोशल मीडिया हिन्दी भाषा अपना वर्चस्व बनाती निरन्तर प्रगति की ऊँचाईयों को छू रही है। आज अनेक वेबसाइट और हिन्दी पोर्टल पर अपना परचम फहरा रहीं हैं। सॉफ्टवेयर और एवं डाटाबेस इंटरनेट का आधार हैं। इसके माध्यम से पुस्तकालयों अथवा संदर्भ ग्रंथों अथवा संदर्भ सूचनाओं का लाभ एक ही क्लिक के द्वारा प्राप्त कर सकता है। इसको माध्यम बनाकर व्यापारी, उद्योगपति, शिक्षक, चिकित्सक, विश्व की प्रसिद्ध विभूतियाँ परस्पर सम्पर्क से विचार विमर्श कर ज्ञान लाभ प्राप्त कर सकते हैं।³ हिन्दी में ईमेल की सुविधाओं ने सोशल मीडिया पर अपना विस्तृत आकाश बना लिया है। www.webduniya.com, www.bharatmail.com, www.mailjol.com, www.cdacindia.com, आदि वेबसाइटों पर हिन्दी ईमेल सुविधाएँ उपलब्ध हैं। विश्व की पहली हिन्दी वेबसाइट विकसित करने का श्रेय वेबदुनिया को जाता है जिसने नई दुनिया.कॉम के नाम से हिन्दी वेबसाइट तैयार की। इसके अतिरिक्त वेबदुनिया ने प्रथम बहुभाषी ईमेल सेवा, ई-पत्र और विश्व के प्रथम हिन्दी पोर्टल वेबदुनिया के माध्यम से इंटरनेट हिन्दी और अन्य भारतीय भाषाओं का शंखनाद किया। 23 सितम्बर 1999 को तत्कालीन प्रधानमंत्री इंदरकुमार गुजराल ने इस प्रथम हिन्दी पोर्टल का शुभारम्भ किया। हिन्दी विकिपीडिया हिन्दी का पहला विश्व कोश है। इसकी विकिबुक्स, मेटविकि, आश्रविकिसोर्स, आदि अन्तर्शाखाएँ ज्ञान के भंडार को और समृद्ध कर रहे हैं। इंटरनेट पर हिन्दी गपगोष्ठी (चैटिंग) करने के लिए ईवार्ता आदि कार्यक्रम भी उपलब्ध है। आज वेबसर्च इंजनों की सुविधाओं भी निरन्तर विकसित हो रही है। इनके द्वारा ज्ञान को विस्तार दिया जा सकता है।⁴

भारत सरकार की राजभाषा नीति के चलते शासन प्रशासन में द्विभाषिकता की स्थिति है उसके कारण

भी इंटरनेट पर हिन्दी की उपस्थिति को न केवल रेखांकित किया जा सकता है बल्कि उसमें लगातार हो रहे सुधार को भी देखा जा सकता है। अधिकांश सरकारी कार्यालयों मंत्रालयों, शिक्षण संस्थाओं आदि की वेबसाइट द्विभाषिक रूप में विकसित की गई है और की जा रही है। सरकारी, गैर सरकारी एवं व्यक्तिगत प्रयासों के चलते आज हिन्दी इंटरनेट के माध्यम से जन-जन तक पहुँच रही है, ज्ञानवृद्धि का आधार बनती जा रही है। सुनीता आनन्द लिखती हैं कि सोशल मीडिया संचार का एक माध्यम ही नहीं बल्कि विचार के संचरण का ऐसा माध्यम है जो विचार को एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक सुरक्षित ले जाने की क्षमता रखता है।⁵

सोशल मीडिया आधुनिक जीवन के बदलते तौर तरीकों और इससे प्रभावित होते जीवन मूल्यों को अपनी भाषा का रंग देते हुए इस प्रकार प्रस्तुत करता है कि समाज बदलते सामाजिक मूल्यों को स्वतः ही ग्रहण करता चला जाता है और समाज की यही प्रवृत्ति आगे चलकर सामाजिक परिवर्तन का कारण बनती है।⁶ सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है जो कि सारे संसार को जोड़ने की क्षमता रखता है। यह संचार का सुविधाजनक माध्यम बनकर उपस्थित हुआ है। यह द्रुतगति से सूचनाओं के आदान-प्रदान करने, जिसमें प्रत्येक क्षेत्र की खबरें निहित हैं, को अपने में समाहित करके चलता है। सोशल मीडिया समाज के उत्थान में सकारात्मक भूमिका निभाता है जिससे किसी भी संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। सोशल मीडिया के माध्यम से ऐसे कई विकासात्मक कार्य हुए हैं जिनसे कि लोकतन्त्र को समृद्ध बनाने का काम हुआ है जिससे देश की एकता, अखंडता, पंथ निरपेक्षता समाजवादी गुणों में अभि वृद्धि हुई है। इसके अन्तर्गत हम भारत में चल रहे भ्रष्टाचार के विरुद्ध अभियान का उदाहरण सकते हैं जो सड़कों पर जलूस या रैली के साथ-साथ सोशल मीडिया के प्रत्येक माध्यम पर भी लड़ा गया। इसके माध्यम से अन्ना हजारे के साथ विशाल जनसमूह ने एकजुट होकर उसे और अधिक प्रभावशाली बनाया। इसके मूल में हिन्दी की निश्छल धारा ही प्रवाहित होती दृष्टिगोचर हुई जिसने सम्पूर्ण भ्रष्टाचार उन्मूलन अभियान को एक सूत्र में पिरोया और एक नई सामाजिक क्रांति का शंखनाद किया।

सोशल मीडिया ने सभी संस्थाएँ, संगठन और सरकारों को एक ही मंच पर एकत्रित कर दिया है। जनमत में जनकल्याण की भावना निहित होती है। इस जनहित की भावना के बिना किसी भी सरकार का अस्तित्व अर्थात् एक समय तक सुरक्षित नहीं रह सकता। प्रजातन्त्र के कर्णधारों के नारों के आधार में भी धारा प्रवाह हिन्दी का बोलबाला है। चुनाव-विज्ञापन से लेकर देश के कर्णधारों द्वारा दिए गए भाषणों में भी हिन्दी ही अपने भाव लेकर अपनी छवि निर्मित करती दिखाई दे रही है। ये नारे सोशल मीडिया पर अपनी ही भाषा में उकड़े जाते हैं जो हिन्दी के परचम को बुलंदियों पर लेकर जा रहे हैं।⁷

सोशल मीडिया का सम्बन्ध साहित्य से भी है। यह सम्बन्ध अन्योन्याश्रित हैं जिसके मूल में एकत्रीकरण और कल्याण की भावना निहित होती है।⁸ आधुनिक संदर्भों में ज्ञान-अज्ञान सब एक ही गाड़ी के पहिए बनकर साथ ही सफर कर रहे हैं इसमें सोशल मीडिया के माध्यम से क्या परोसा जा रहा है यह एक विचारणीय प्रश्न है। सकारात्मक बात यह है कि यह ज्ञान प्रसार हिन्दी भाषा के माध्यम से हो रहा है। विज्ञापन के माध्यम से

गुमराह होते हुए भी लक्ष्य से भटककर हिन्दी की राह सुखद है। सोशल मीडिया ने न केवल भारतीय सांस्कृतिक मूल्यों को प्रभावित किया है बल्कि हिन्दी को भी प्रभावित किया है। मीडिया जो लोकतन्त्र का चौथा स्तम्भ कहलाता है उसे सोशल मीडिया ने के क्षेत्र में आई क्रांति ने सम्पूर्ण विश्व को प्रभावित किया है हिन्दी के माध्यम से इसका विस्तार क्षेत्र इतना हो गया कि विश्व भी ग्राम प्रतीत होने लग गया है। यह हमारी भाषा की बुलन्दियाँ हैं।

संदर्भ सूची :-

1. इलेक्ट्रानिक मीडिया : भाषा सभ्यता, संस्कृति और साहित्य का बदलता स्वरूप, सम्पादक अनीता भारद्वाज, पृ0 53
2. कृष्णचन्द बेरी, पुस्तक प्रकाशन, संदर्भ और दृष्टि, पृ0 25
3. श्रवण कुमार, हिन्दी पत्रकारिता का बदलता स्वरूप, पृ0 204
4. विकिपीडिया डॉटकॉम।
5. इलेक्ट्रानिक मीडिया और नारी, सुनीता आनन्द, (लेख) स0 डॉ0 खेमचन्द डहेरिया, पृ0 40
6. मीडिया की भाषा और सामाजिक परिवर्तन, आनन्द प्रकाश, (लेख) स0 डॉ0 खेमचन्द डहेरिया, पृ0 79
7. इलेक्ट्रानिक मीडिया के सिद्धान्त, रुपचंद गौतम, पृ0 15
8. इलेक्ट्रानिक मीडिया : भाषा सभ्यता, संस्कृति और साहित्य का बदलता स्वरूप, सम्पादक अनीता भारद्वाज, पृ0 135



हिंदी के प्रचार-प्रसार में मीडिया का योगदान

डॉ० फतेह सिंह

एसोसिएट प्रोफेसर, विभागाध्यक्ष, हिन्दी विभाग, नेशनल पी०जी०कॉलेज भोगाँव, मैनपुरी, उत्तर प्रदेश-205262

शोध सारांश :-

मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। सोशल मीडिया ने सार्वजनिक अभिव्यक्ति और एक बड़े समुदाय तक निडर और बिना रोक-टोक और नियंत्रण के अपनी बात, अपनी सोच और अनुभव पहुंचाना संभव बनाकर करोड़ों लोगों को एक नई ताकत, छोटी बड़ी बहसों में भागीदारी का नया स्वाद और हिम्मत दी है। जनभाषा के सबसे सशक्त माध्यम मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में वैश्विक क्रांति ला दी है। आज प्रत्येक व्यक्ति हिंदी को बोल भी सकता है और समझ भी सकता है भले ही उसे लिखन-पढ़ना ना आता हो। हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। मीडिया ने हिंदी का बहुत प्रचार-प्रसार किया है। हिंदी पत्रकारिता और वर्तमान में नवीन संचार माध्यम विशेषतः इंटरनेट के प्रयोग से विश्व भर में हिंदी की पहुँच क्षण भर में होने लगी। देश के किसी भी कोने से ब्लॉग, फेसबुक या व्हाट्सएप पर हिंदी में लिखी-बोली गई बात पलभर में विश्वव्यापी हो जाती है। विश्व के किसी भी देश के किसी भी कोने से उस भावना, विचारों को मीडिया अथवा संचार माध्यम से विभिन्न रूपों में क्षण भर में पहुंचाया जा सकता है।

बीज शब्द :- हिंदी, मीडिया, संचार माध्यम, प्रचार-प्रसार, बोली, इंटरनेट, भागीदारी, वैश्विक, फेसबुक, व्हाट्सएप, मैसेंजर आदि।

मूल आलेख :-

मीडिया शब्द की उत्पत्ति : मीडिया शब्द की उत्पत्ति 16वीं शताब्दी के अंत में लैटिन भाषा से मानी गई है। मीडिया को अधिकतर डिजिटल मीडिया या माध्यम के रूप में भी जाना जाता है। एक फ्लॉपी डिस्क, सीडी, और यूएसबी डेटा भंडार करने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले सभी भौतिक साधन मीडिया के उदाहरण हैं। संचार मीडिया से सम्बन्धित अपने आधुनिक आवेदन में मीडिया शब्द अपने पहले प्रयोग के रूप में देखा जाता है। "कनाडाई संचार सिद्धांतकार मार्शल मैक्लुहान, जिन्होंने काउंटरब्लैस्ट, 1954, में कहा था : "The media are not toys, they should not be in the hands of Mother Goose and Peter Pan executives. They can be entrusted only to new artists, because they are art forms." 1960 के दशक के मध्य तक, यह शब्द उत्तरी अमेरिका और यूनाइटेड किंगडम में सामान्य प्रयोग में फैल गया था। इसके विपरीत, मास मीडिया शब्द का प्रयोग, एच.एल. मेकेन के अनुसार, संयुक्त राज्य अमेरिका में 1923 में इस्तेमाल किया गया था।"

मीडिया का अर्थ 'मीडिया' अंग्रेजी शब्द 'मीडियम' का बहुवचन है जिसका अर्थ होता है—'माध्यम'। मीडिया

का सामान्य अर्थ 'संचार माध्यम' होता है। मीडिया से तात्पर्य संचार के सभी माध्यमों से है 'मीडिया' शब्द संचार के साधनों रेडियो, टेलीविजन, समाचार-पत्र आदि के लिए संज्ञा की तरह प्रयोग किया जाता है। "संचार के दो या दो से अधिक साधनों को सामूहिक रूप से 'मीडिया' कहा जाता है।" बिना माध्यम के कोई भी संदेश ग्रहण करने व भेजने की प्रक्रिया सम्पन्न नहीं हो सकती है। माध्यम ही सूचना की शक्ति और उसकी प्रभाव क्षमता को तीव्र बनाता है, जिस प्रकार से इंटरनेट के माध्यम से कुछ ही मिनटों में कोई भी संदेश वायरल हो जाता है। मीडिया को एकवचन या बहुवचन के रूप में भी जाना जाता है, जो बड़े पैमाने पर संचार के मुख्य साधन हैं। मीडिया का मुख्य उद्देश्य समुदाय को सूचित करना, शिक्षित करना और प्रेरित करना है ताकि नए विचारों और तकनीकों को स्वीकार किया जा सके और उनकी जीवन शैली में सुधार हो सके। मास मीडिया का उपयोग बड़े पैमाने पर संचार के चैनल के रूप में किया जाता है, जिससे कि विस्तृत क्षेत्र में सूचना का प्रसार किया जा सके।

मीडिया शब्द को समाज में सामान्य संचार के तरीकों या चैनलों में से एक के रूप में परिभाषित किया गया है जिसके माध्यम से समाचार, मनोरंजन, शिक्षा, डाटा या प्रचार संदेश फैल रहा है। मीडिया में प्रत्येक विशाल और संकीर्ण माध्यम शामिल हैं—जैसे समाचार-पत्र, पत्रिकाएं, टीवी, रेडियो, बिलबोर्ड, टेलीफोन, फ़ैक्स और इंटरनेट।

मीडिया का प्रयोग आम जनता से संवाद स्थापित करने के लिए भी किया जाता है। आम जनता आमतौर पर राजनीतिक मुद्दों, सामाजिक मुद्दों, मनोरंजन और संस्कृति के बारे में समाचार व जानकारी प्राप्त करने के लिए मीडिया पर निर्भर करती है। आमतौर पर व्याख्या की जाती है कि 'जन संचार' मीडिया प्रेस, सिनेमा, रेडियो और टेलीविजन हैं क्योंकि उनकी पहुंच देश के व्यापक क्षेत्रों में रहने वाले जनसंख्या के विशाल व विषम जनता तक फैली हुई है। "जनसंचार साधन जनता को संदेश देने व संवाद कायम करने के लिए काम करते हैं—जैसे तकनीकी-मुद्रण मशीन, कैमरे, फ़ैक्स मशीन, केबल, मॉडेम, कम्प्यूटर और सैटेलाइट संचार।"

संक्षेप में, मीडिया वे उपकरण या प्रौद्योगिकियां हैं जो एक विशाल जनसंख्या में सूचना और मनोरंजन के प्रसार की सुविधा प्रदान करते हैं। वे बड़े पैमाने पर सूचनाओं और सम्बन्धित संदेशों के वितरण के लिए उपकरण हैं। हाल ही की तकनीकों (जिसे कभी-कभी नया मीडिया कहा जाता है) जैसे कि पेजर, आइपॉड, सेलुलर फोन, उपग्रह, कम्प्यूटर, इलैक्ट्रॉनिक्स मेल और इंटरनेट को मास मीडिया के रूप में शामिल किया गया है। वहीं डिजिटल टेली कम्युनिकेशन कम्प्यूटर व इंटरनेट के माध्यम से संचार ने इस प्रक्रिया को और तीव्र बना दिया है। आधुनिक संचार माध्यम लोगों के बीच लम्बी दूरी के संचार की अनुमति प्रदान करते हैं। दूसरी ओर, कई लोग पारम्परिक प्रसारण मीडिया माध्यमों और न्यू मीडिया दोनों माध्यमों को पसंद करते हैं। वर्तमान में इलैक्ट्रॉनिक मीडिया का उपयोग निरंतर बढ़ रहा है।

हिंदी :-

हिंदी आज एक ऐसी भाषा है जो दुनिया में इतने बड़े स्तर पर बोली व समझी जाती है। हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। आज के समय में मीडिया किसी भी भाषा के प्रचार और प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका अदा करती है। मीडिया और हिन्दी पर बात करने के साथ-साथ हमें यह जानना चाहिए कि मीडिया क्या है? मीडिया हमारे चारों ओर मौजूद है, टी.वी., रेडियो, पत्र-पत्रिका, इंटरनेट जिन्हें हम रोज सुनते और पढ़ते हैं। यह चप्पे-चप्पे की खबर पल-पल में आम

आदमी तक पहुंचाता है, क्योंकि मीडिया हमारे काफी करीब रहता है। हमारे चारों ओर यह मौजूद है, तो निश्चित—सी बात है, इसका प्रभाव भी हम पर और हमारे समाज पर पड़ेगा। पत्रकारिता संस्कृति, सभ्यता और स्वतंत्रता की वाणी है। जीवन के आशा—निराशा, सफलता—असफलता को अभिव्यक्ति देने का दावा हिन्दी के पत्र करते हैं। कारण साफ है पूरे संसार में हिन्दी से सरल और दूसरी भाषा नहीं है। इसकी देवनागरी लिपि ब्राह्मी से विकसित है, जो सर्वाधिक वैज्ञानिक है। हिन्दी—पत्रकारिता किसी वर्ग, वर्ण, जाति या क्षेत्र की भाषा न होकर समग्र राष्ट्र की अभिव्यक्ति का माध्यम है। वह राज्यों के बीच सम्पर्क—सूत्र स्थापित करने वाली कड़ी के रूप में है।

हिन्दी—पत्रकारिता का इतिहास उदन्त मार्तण्ड से शुरू हुआ, जिसका प्रकाशन श्री युगुलकिशोर ने 30 मई, सन 1823 ई. को कलकत्ते के कोल टोला (आमडाल्ला गली) से किया। इस साप्ताहिक पत्र का लक्ष्य हिन्दी और हिन्दवासियों का हित साधना था। सन 1826 से 1884 ई. तक के काल को प्रवृत्ति की दृष्टि से उदबोधन—काल कहा गया। इस काल में उदन्त मार्तण्ड, समाचार सुधावर्षण, बंगदूत, बनारस अखबार, कविवचन सुधा, बालाबोधिनी, हिन्दी प्रदीप, भारत मित्र, ब्राह्मण जैसे कई पत्रों ने हिन्दी भाषा के माध्यम से भारत के निवासियों में नवजीवन शक्ति का संचार किया और पत्रकारिता के माध्यम से हिंदी का प्रचार प्रसार हुआ। वर्तमान समय में वैश्विक परिदृश्य में हिन्दी समाचार पत्रों की धूम मची हुई है। दिन—प्रतिदिन इनको पढ़ने वालों की संख्या में लगातार वृद्धि देखने को मिल रही है। ऐसा लगता है कि हिन्दी समाचार पत्रों के माध्यम से हिन्दी वैश्विक स्तर पर महत्वपूर्ण भूमिका में रहेगी। अतीत और वर्तमान की कुछ पृष्ठभूमि इस विवरण से मिल जाती है। विदेशों में हिन्दी पत्रकारिता का भविष्य बहुत ही भव्य दिखायी पड़ रही है। जहाँ आज कई साप्ताहिक निकल रहे हैं वहाँ के लोग दैनिक का प्रयास कर रहे हैं और जहाँ कुछ भी नहीं है वहाँ साप्ताहिक, मासिक, त्रैमासिक का श्रीगणेश होने वाला है। संसार के कोने—कोने में हिन्दी के प्रति जो प्रेम का भाव आज उमड़ रहा है वह निश्चित रूप से विदेशों में हिन्दी पत्रकारिता के समुज्ज्वल भविष्य की सुदृढ़ आधार—भूमि प्रस्तुत करेगा। विदेशों में हिन्दी समाचार पत्रों एवं पाठकों का संतुलित समीकरण दर्शाता है कि अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर उनकी माँग व लोकप्रियता बढ़ रही है। राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय परिदृश्य में हिन्दी प्रचार—प्रसार को समाचार पत्रों ने जिस रूप में स्थापित किया है वह अनन्य है क्योंकि हिन्दी समाचार पत्रों के माध्यम से केवल हिन्दी भाषा का विकल्प ही उपस्थित नहीं किया जाता बल्कि उसका सुदृढ़ीकरण, मानकीकरण, स्थायीकरण और नियमन भी होता है।

राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर हिंदी को सर्वस्वीकार्य बनाने में रेडियो की उल्लेखनीय भूमिका रही है। आकाशवाणी ने समाचार, विचार, शिक्षा, समाजिक सरोकारों, संगीत, मनोरंजन आदि सभी स्तरों पर अपने प्रसारण के माध्यम से हिंदी को देश के कोने—कोने तक पहुंचाने में महत्वपूर्ण योगदान किया है। इसमें हिंदी फिल्मों और फिल्मी गीतों का विशेष स्थान रहा है। हिंदी फिल्मी गीतों की लोकप्रियता भारत की सीमाओं को पार कर रुस, चीन और यूरोप तक जा पहुंची। आकाशवाणी की विविध भारती सेवा तथा अन्य कार्यक्रमों के अंतर्गत प्रसारित फिल्मी गानों ने हिंदी को देशभर के लोगों की ज़बान पर ला दिया। हिंदी को देशव्यापी मान्यता दिलाने में फिल्मों की भी महती भूमिका रही है किंतु फिल्मों से अधिक लोकप्रिय उनके गीत रहे हैं जिन्हें जन—जन तक पहुंचाने का काम आकाशवाणी ने किया। अब वही काम निजी एफएम चैनल कर रहे हैं। एफएम चैनल हल्के—फुल्के कार्यक्रमों, वाद—संवाद और हास्य—प्रहसन के जरिये हिंदी का प्रसार कर रहे हैं।

इस समय आकाशवाणी के अधिकतर चैनल हिंदी में कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। रेडियो प्रसारण में हिंदी के महत्व को इसी प्रकरण से समझा जा सकता है कि जब मुंबई में एफएम स्टेशनों के लाइसेंस दिए गए तो पहले आधे स्टेशन अंग्रेजी प्रसारण के लिए निर्धारित थे किंतु कुछ ही महीनों में वे भी हिंदी में प्रसारण करने लगे क्योंकि अंग्रेजी श्रोता बहुत कम थे। मनोरंजन के अलावा आकाशवाणी के समाचार, खेल कार्यक्रम, प्रमुख खेल प्रतियोगिताओं का आंखों देखा हाल तथा किसानों, मजदूरों और बाल व महिला कार्यक्रमों ने हिंदी की स्वीकार्यता बढ़ाने में बहुत बड़ा योग दिया है और आज भी दे रहे हैं।

मीडिया का सबसे मुखर, प्रभावशाली और आकर्षक माध्यम टेलीविज़न माना जाता है। टेलीविज़न श्रव्य के साथ-साथ दृश्य भी दिखाता है इसलिए यह अधिक रोचक है। भारत में अपने आरंभ से लगभग 30 वर्ष तक टेलीविज़न की प्रगति धीमी रही किंतु वर्ष 1980 और 1990 के दशक में दूरदर्शन ने राष्ट्रीय कार्यक्रम और समाचारों के प्रसारण के ज़रिये हिंदी को जनप्रिय बनाने में काफी योगदान किया। वर्ष 1990 के दशक में मनोरंजन और समाचार के निजी उपग्रह चैनलों के पदार्पण के उपरांत यह प्रक्रिया और तेज हो गई। रेडियो की तरह टेलीविज़न ने भी मनोरंजन कार्यक्रमों में फिल्मों का भरपूर उपयोग किया और फीचर फिल्मों, वृत्तचित्रों तथा फिल्मों गीतों के प्रसारण से हिंदी भाषा को देश के कोने-कोने तक पहुंचाने के सिलसिले को आगे बढ़ाया। टेलीविज़न पर प्रसारित धारावाहिक ने दर्शकों में अपना विशेष स्थान बना लिया। सामाजिक, पौराणिक, ऐतिहासिक, पारिवारिक तथा धार्मिक विषयों को लेकर बनाए गए हिंदी धारावाहिक घर-घर में देखे जाने लगे। रामायण, महाभारत हमलोग, भारत एक खोज जैसे धारावाहिक न केवल हिंदी प्रसार के वाहक बने बल्कि राष्ट्रीय एकता के सूत्र बन गए। देखते-ही-देखते टीवी कार्यक्रमों के जुड़े लोग फिल्मी सितारों की तरह चर्चित और विख्यात हो गए। समूचे देश में टेलीविज़न कार्यक्रमों की लोकप्रियता की बढ़ोतरी देश के अहिंदी भाषी लोग हिंदी समझने और बोलने लगे। दुनियाभर में भारतीय फिल्में टेलीविज़न कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है। आज से 60 वर्ष पूर्व 14 सितंबर, 1949 को देवनागरी में लिखी जाने वाली हिंदी को भारत की राजभाषा स्वीकार किया गया था। इसलिए हर वर्ष 14 सितंबर का दिन हिंदी दिवस के रूप में मनाया जाता है। यह तो नहीं कहा जा सकता कि हिंदी दिवस पर होने वाले भव्य और खर्चीले आयोजनों तथा राजभाषा कानून लागू किए जाने के बावजूद हिंदी सचमुच केंद्र की राजभाषा बन गई है किंतु यह तथ्य आज सभी स्वीकार करते हैं कि हिंदी अब व्यावहारिक तौर पर इस देश की संपर्क भाषा बन चुकी है। अब तो भारत के साथ संपर्क रखने के लिए हिंदी की अनिवार्यता विदेशी सरकारें भी महसूस कर रही हैं। इसलिए अमेरिका, चीन, यूरोप तथा अन्य प्रमुख देशों में हिंदी के अध्ययन की व्यवस्था की जाने लगी है। विदेशों से बड़ी संख्या में छात्र-छात्राएं केंद्रीय हिंदी संस्थान, विभिन्न विश्वविद्यालयों और अन्य शिक्षण संस्थाओं में हिंदी पढ़ने के लिए आते हैं। इसके अलावा विभिन्न विश्वविद्यालयों हिंदी विषय को लेकर बीए-एमए, करने वाले बच्चों की संख्या भी बढ़ती जा रही है। उद्योग और व्यापार के क्षेत्र में, जहां भारतीय भाषाओं के प्रयोग की पूर्ण उपेक्षा की जाती थी, अब हिंदी सम्मानजनक स्थान प्राप्त करती जा रही है। रेडियो, टीवी तथा पत्र-पत्रिकाओं में हिंदी में विज्ञापन देने की होड़ लगी रहती है। इन तथ्यों के देखते हुए कहा जा सकता है कि हिंदी को देशव्यापी स्वीकार्यता मिल चुकी है और

वह समय दूर नहीं जब हिंदी पूर्ण रूप से भारत की एकमात्र संपर्क भाषा बन जाएगी।

हिंदी समाचार भी सबसे अधिक दर्शकों द्वारा देखे-सुने जाते हैं। हिंदी खबरिया चैनलों की संख्या लागातार बढ़ती जा रही है। जब इंटरनेट ने भारत में पांव पसारने शुरू किए तो यह आशंका व्यक्त की गई थी कि कंप्यूटर के कारण देश में फिर से अंग्रेजी का बोलबाला हो जाएगा। किंतु यह धारणा निर्मूल साबित हुई है और आज हिंदी वेबसाइट तथा ब्लॉग न केवल धड़ल्ले से चले रहे हैं बल्कि देश के साथ-साथ विदेशों के लोग भी इन पर सूचनाओं का आदान-प्रदान तथा चौटिंग कर रहे हैं। इस प्रकार इंटरनेट भी हिंदी के प्रसार में सहायक होने लगा है।

इस भूमण्डलीकरण के युग में मीडिया कई रूपों में अपना काम कर रही है। उदाहरण के तौर पर विज्ञापन मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, डिजिटल मीडिया, हाइपर मीडिया, मल्टी मीडिया, प्रिंट मीडिया, प्रकाशित मीडिया, मास मीडिया, प्रसारण मीडिया, समाचार मीडिया आदि। वेब मीडिया आज के समय में हिंदी भाषा के प्रचार और प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका अदा कर रही है। इसी के द्वारा हिंदी भाषा का वैश्वीकरण हुआ है। वेब मीडिया का ही प्रभाव है कि अमेरिका, यूरोप और रूस—जैसे महाद्वीपों में हिंदी-गोष्ठियां आयोजित की जाती हैं और साहित्य-पुरस्कार आयोजित किये जा रहे हैं और हिंदी-सम्मेलन रखे जाते हैं। जो हिंदी और हिंदी-प्रेमियों के लिए वाकई गौरव की बात है। आज ब्लॉग, फेसबुक, ट्वीटर, यू ट्यूब के माध्यम से पल-पल की खबर लोगों तक पहुंच जाती है। ये वेब मीडिया का ही प्रभाव है कि जहां पहले हिंदी-माध्यम के युवा नौकरियों को तरसा करते थे, वहीं आज हिंदी कॉल सेंटरों में, प्रकाशन घरों में अनुवादकों की तथा विदेशों में हिंदी-शिक्षकों की बड़ी भारी मांग है। आज वेब मीडिया द्वारा हिंदी विश्वगगन में अपनी उड़ान भर रही है।

निष्कर्ष :-

मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनियाभर में आज भारतीय फिल्मों व टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट व मोबाइल के कारण आज युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। हिंदी आज देशभर में आम बोलचाल की भाषा है। आज अधिकतर लोग हिंदी का प्रयोग कर रहे हैं। आज यह भाषा कश्मीर से लेकर कन्याकुमारी तक देश को जोड़ने वाली भाषा है। हिंदी के प्रचार प्रसार में मीडिया ने महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

सन्दर्भ ग्रन्थ सूची :-

1. परिहार, कालूराम, (2008), मीडिया के सामाजिक सरोकार, नई दिल्ली, अनामिका पब्लिशर्स एंड डिस्ट्रीब्यूटर्स, दरियागंज, प्रथम संस्करण, पृष्ठ 22
2. Subrahmanyam, K; & Smahel, D. (2010) Digital youth : The role of media in development. Springer Science & Business Media.
3. सुवास कुमार, हिंदी मीडिया की भाषिकी, गवेषणा, जुलाई दिसंबर 2015 केंद्रीय हिंदी संस्थान आगरा।
4. जितेंद्र कुमार सिंह, सूचना प्रौद्योगिकी में हिंदी का अनुप्रयोग, स्मारिका विश्व हिंदी सम्मेलन 2010 प्रकाशक विदेश मंत्रालय, भारत सरकार, पृष्ठ संख्या 102
5. रंजना सक्सेना, हिन्दी पत्रकारिता के सामने चुनौतिया, 1992

6. डॉ. सुनील कुमार लवटे, हिंदी वेबसाहित्य, राजकमल प्रकाशन, इलाहाबाद, प्र. सं. 2013, पृ. 34
7. अनामी शरण बबल, मीडिया के बदलते तेवर, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली, प्र. सं. 2009
8. डॉ. कृष्ण बिहारी मिश्र, हिन्दी पत्रकारिता, भारतीय ज्ञानपीठ, दिल्ली।
9. बिजेंद्र कुमार, हिन्दी पत्रकारिता और भूमण्डलीकरण, श्री नटराज प्रकाशन, दिल्ली।
10. गणेश मंत्री, पत्रकारिता की चुनौतियाँ, सत् साहित्य प्रकाशन, दिल्ली।
11. Media and Information Literacy: Evolution of Media <https://www.youtube.com/watch?v=34alPvlbaWSRM>
12. इंटरनेट।

ई-मेल : drfateh1974@gmail.com

मोबाइल नं. 8954299735



हिन्दी भाषा की लिपि के प्रचार-प्रसार में सोशल मीडिया का योगदान

डॉ. निशा मुरलीधरन

असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग, एस. आर. एम. इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नॉलजी, वड़पलनी, चेन्नई।

निज भाषा उन्नति अहै, सब उन्नति को मूल,

बिन निज भाषा ज्ञान के, मिटन न हिय के सूल।।

अपनी भाषा की उन्नति के बिना देश की उन्नति संभव नहीं है। आज हिन्दी भाषा इस देश में ही नहीं बल्कि पूरे विश्व में भी उन्नति पा रही है और यह बात सिर्फ वांछनीय ही नहीं बल्कि संभव भी हुआ है और इसका प्रमाण है सोशल मीडिया में हिन्दी का स्थान। पहले सोशल मीडिया पर अंग्रेजी भाषा का ही बोलबाला था, लेकिन अब हिन्दी ने ही इसमें उतनी ही या उससे भी ज्यादा स्थान बना ली है।

यह बात तो सभी जानते हैं कि हिन्दी भाषा की लिपि देवनागरी है। साहित्य और संस्कृति में समृद्ध देश भारत की संस्कृति और सभ्यता को विश्व भर में आदर और सम्मान मिलता है। विश्व की सबसे पौराणिक भाषाओं का जन्म भी भारत-माता के कोख से होने का श्रेय है। देवनागरी लिपि की जननी ब्राह्मी लिपि है। ब्राह्मी लिपि से गुप्त लिपि का विकास हुआ और गुप्त लिपि से कुटिल लिपि का विकास हुआ। कुटिल लिपि से प्राचीन नागरी लिपि का विकास हुआ। समय के साथ-साथ इसी प्राचीन नागरी लिपि विकसित होकर देवनागरी बन गई। ब्राह्मी के उत्तरी शाखा को ही देवनागरी कहते हैं। इतनी पौराणिक लिपि का प्रयोग आज सोशल मीडिया में किया जा रहा है।

एक समय था जब सोशल मीडिया में सिर्फ रोमन लिपि का प्रयोग हुआ करता था, लेकिन आज के बदलते परिदृश्य में हिन्दी को बोलचाल की भाषा, राजभाषा, मातृभाषा यहीं सब ही नहीं बल्कि सोशल मीडिया की अपनी भाषा बनने का श्रेय भी प्राप्त हुआ है। भाषा के साथ-साथ उसकी लिपि भी अब सोशल मीडिया में बहुत प्रचलित है। देवनागरी लिपि ने सोशल मीडिया के मंच पर दस्तक देकर अपने अस्तित्व को और भी बुलंद तरीके से स्थापित किया है। यूट्यूब हो या इंस्टाग्राम हो या ट्विटर हो रोमन लिपि में लिखी गई पोस्ट या कमेंट को ही लोग ज्यादा पसंद करते हैं और अपनी भाषा में सोशल मीडिया में लिखने की इच्छा सबके मन में होती है। अंग्रेजी में लिखे गए पोस्ट या फिर कमेंट की भीड़ में देवनागरी लिपि में लिखी गई पोस्ट या फिर कमेंट्स

लोगों को ज्यादा आकर्षित करती हैं। हिन्दी भाषा का प्रचार-प्रसार इतना ज्यादा हो गया है कि विज्ञापन के क्षेत्र में देवनागरी लिपि का बहुत ज्यादा प्रयोग होता आ रहा है।

आज के इस भूमंडलीकरण के समय में देवनागरी लिपि सिर्फ भारत के क्षेत्रों में ही सीमित ना होकर सार्वभौमिक रूप में स्वीकृति प्राप्त कर ली है। विश्व के सभी कोनों में भारतवासियों के साथ उनकी लिपि का भी प्रचार हो रहा है। विभिन्न कम्पनियाँ उनके विज्ञापन की सूचनाएँ और नारे देवनागरी लिपि में देते हैं और वह विश्व भर बहुत जल्दी पहुँच जाता है।

सोशल मीडिया में देवनागरी का वर्चस्व आजकल दिखाई दे रहा है। इसका मुख्य कारण है कि हिन्दी भाषा संवेदनाओं की और भावनाओं की भाषा है। इसमें जो विषय बताया जाता है उसमें ममत्व की भावना कूट-कूटकर भरी हुई है जिसके कारण इस भाषा और इसकी लिपि के साथ लोगों का एक अनजान संबंध हो जाता है। चाहे भारतवासी जहाँ भी हो, अपनी देवनागरी लिपि को सोशल मीडिया में देखते ही उसके हृदय में अपनी लिपि, अपने देश की लिपि के साथ एक अनजान संबंध जुड़ जाता है। यहीं नहीं देवनागरी लिपि में जो लिखा जाता है वहीं पढ़ा भी जाता है और यह विशेषता बहुत कम लिपियों में देखने को मिलता है।

देवनागरी लिपि के अंक ० १ २ ३ ४ ५ ६ ७ ८ ९ का प्रयोग भी सोशल मीडिया में किया जा रहा है। देवनागरी लिपि को वैज्ञानिक या आदर्श लिपि कहा जाता है क्योंकि एक ध्वनि के लिए एक लिपि चिन्ह या वर्ण की व्यवस्था होती है। रोमन लिपि में तो 'क' के लिए 'C' (Cat) का प्रयोग हो सकता है और 'K' (King) का प्रयोग भी हो सकता है और इसके उच्चारण में कभी-कभी गलतियाँ भी हो सकती हैं। देवनागरी में लिपि चिन्हों का उच्चारण पूर्व निर्धारित है जिससे उसे पढ़ना और लिखना सरल एवं स्पष्ट होता है। इसके कारण सोशल मीडिया में इसका प्रयोग बहुत आसानी से की जा सकती है और इसका प्रयोग कम शिक्षित लोग भी आसानी से कर सकते हैं।

अब देवनागरी लिपि के टंकण के बारे में देखेंगे। सोशल मीडिया में तो हस्तलेखन का प्रयोग नहीं किया जा रहा है। उसमें जो भी जानकारी हम अपलोड करना चाहते हैं उसे टंकित किया जाता है। फोनेटिक टायपिंग एक बहुत आसान तरीके है जिससे जो देवनागरी लिपि का टाइपिंग नहीं जानते वे भी आसानी से टंकण कर पाएंगे। हमारे कम्प्यूटर या लैपटॉप में हिन्दी फोनेटिक का कुंजीपटल स्थापित करने से हम देवनागरी लिपि में टंकण कर सकते हैं। उदाहरण : Pranaam – प्रणाम, Namaste – नमस्ते, Deho – देखो

इसके अलावा देवनागरी में लिखने के लिए एक स्थायी उपाय इन्स्क्रिप्ट कुंजीपट का प्रयोग है। इन्स्क्रिप्ट एक टच टाइपिंग कुंजीपटल है जो भारतीय भाषाओं की लिपियों में कम्प्यूटर पर लिखने हेतु प्रयुक्त होता है। यह भारतीय लिपियों के लिये भारत सरकार द्वारा मानक के रूप में स्वीकृत है।

इस प्रकार देवनागरी लिपि की वैज्ञानिकता के कारण सोशल मीडिया में इसका प्रचार-प्रसार अत्यंत तेजी से हो रही है। सोशल मीडिया पर मौजूद देवनागरी लिपि के प्रयोग का लेखाचित्र दिन दोगुनी रात चौगुनी बढ़ रहा है। यह हमारी राजलिपी और राजभाषा की सरलता और समृद्धता का प्रतीक है।

साबित किया गया है कि इक्कीसवीं सदी के ज्यादातर लोगों को सूचनाओं की जानकारी सोशल मीडिया के माध्यम से ही प्राप्त हो रहा है। सोशल मीडिया में एक भाषा या लिपि का प्रयोग जब ज्यादा होता है तो उस लिपि का प्रचार-प्रसार भी सार्वभौमिक रूप से हो रहा है। इसलिए हम इस बात से गर्वित हो सकते हैं कि हमारी देवनागरी लिपि राजलिपि के स्तर से ऊपर उठकर विश्वलीपि बनने की ओर कदम आगे बढ़ा रही है। निश्चित रूप से हम यह कह सकते हैं कि लिपि की प्रगति भाषा की प्रगति है और भाषा की प्रगति देश की प्रगति है।

अंग्रेजी में अक्षर भी कभी साइलेंट हो जाते हैं, पर हिन्दी में तो बिंदी भी बोलती है।

जय हिन्दी – जय देवनागरी।

Mob : 9840274820

nishamup@srmist.edu.in



सोशल मीडिया और हिन्दी

Dr. Praveen Kumar Mishra

Assistant Professor, Department of Hindi,

Dwaraka Doss Goverdhan Doss Vaishnav College, Chennai, Tamilnadu-600106

आज का दौर सोशल मीडिया का है। हर उम्र के लोग सोशल मीडिया का उपयोग कर रहे हैं। सोशल मीडिया आज के समय का एक प्रमुख अंग बन चुका है। जिसके द्वारा लोग दूर बैठ कर भी एक-दूसरे से अपने विचारों का आदान-प्रदान कर सकते हैं। सोशल मीडिया के जरिये मीलों की दूरियाँ खत्म हो गई हैं। आज फेसबुक, व्हाट्सऐप, ट्विटर जैसे कई सोशल नेटवर्क साइट्स दुनिया को एक सूत्र में बाँध रहे हैं। सोशल मीडिया के द्वारा व्यक्तियों के मनोरंजन, संवाद और किसी भी आकस्मिक घटना का प्रत्यक्ष रूप हमें देखने को मिलता है।

ग्लोबलाइजेशन के इस दौर में अंग्रेजी चाहे कितनी भी ताकतवर हो, पर उसका कार्य हिन्दी के बगैर नहीं चल सकता। यही कारण है कि आज जितने भी सोशल नेटवर्किंग ऐप हैं, उन सभी ऐप में हिन्दी में कार्य करने की सुविधा उपलब्ध है। सोशल मीडिया में हिन्दी के प्रयोग का एक मिश्रित स्वरूप हमारे सामने आता है, जिसको सामान्यतः हिंग्लिश की संज्ञा दी गई है। इतना ही नहीं सोशल मीडिया के रूप में हमें एक ताकतवर माध्यम भी मिला है। जिसके माध्यम से हम चाहें तो हिन्दी जगत में एक नई ऊर्जा का संचार भर सकते हैं। विचारों की दुनिया में क्रांति लाने वाला सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जिसकी न तो कोई सीमा है और न ही कोई बंधन। अगर हम सोशल मीडिया का सही ढंग से उपयोग करते हैं, तो प्रगति की ओर अग्रसित होते हैं। वरना गलत उपयोग करना, हमारे लिए दुःख का कारण भी बन सकता है और हमें बर्बाद भी कर सकता है।

सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग कैसे बढ़ रहा है? इसके कुछ प्रमुख कारण हैं। पहला तकनीक का विकास और भाषा में आसानी, दूसरा बाजार का बढ़ता दबाव। आज के समय में सोशल मीडिया का बढ़ता क्रेज, जिसमें व्यक्ति आपसी वार्तालाप के अलावा शिक्षा के बहुत से माध्यम जैसे— राष्ट्रीय संगोष्ठी, साहित्य समुदाय, हिन्दी रिसर्च फार्म, साहित्य शब्दांकन आदि कई ग्रुपों द्वारा हमारे ज्ञान को बढ़ावा देने का कार्य करते हैं।

सोशल मीडिया के आने से भ्रष्टाचारियों में भी डर पैदा हुआ है। भ्रष्टाचारियों को, अब डर लगा रहता है कि कहीं उनके द्वारा किए गए गलत कार्य सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों तक न पहुँच जाये। इस तरह भ्रष्टाचारी व्यक्ति फँस सकता है। सोशल मीडिया के जरिए किसी भी गलत बात के प्रति आवाज उठाना बहुत आसान हो गया है। सोशल मीडिया के माध्यम से आंदोलन के द्वारा अपनी बात को दुनिया और सरकार तक पहुँचाना आसान हो गया है। हम सभी को सोशल मीडिया जैसे आविष्कार का दिल से स्वागत करना चाहिए।

“सोशल मीडिया दुर्लभ संतुलन कर्ता है। यह उन सभी लोगों को आवाज और मंच देता है जो इसके इच्छुक हैं।”
—एमीजो मार्टिन

सोशल मीडिया के द्वारा हमें किसी भी लेख को लिखने में भी मदद मिलती है। कभी-कभी ऐसा होता है कि कोई लेख, कहानी, कविता या रचना किसी कारणवश नहीं छप पाती, तो सोशल मीडिया ही एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा हम अपने लेखको पाठकों तक पहुँचा सकते हैं। सोशल मीडिया हमारे भविष्य की उन्नति का माध्यम है, जो कि हिन्दी के हित में भी है। सोशल मीडिया जैसा प्रभावशाली जरिया मिलने से लोगों में अपनी भाषा हिन्दी मंजबात करने तथा हिन्दी का विस्तार करने में कोई संकोच नहीं होता। जिसके कारण हिन्दी और अंग्रेजी की प्रतिस्पर्धा भी कम होती दिखाई दे रही है। जिसका प्रभाव एक स्वस्थ प्रजातन्त्र के विकास की ओर अग्रसित होते हुए दिखाई दे रहा है। सही रूप में देखा जाये तो सोशल मीडिया एक ज्ञान का सागर है, जिसका उपयोग सही ढंग से ही करना चाहिए।

“नए समाज में जीने को अब,
अंग्रेजी का ज्ञान हो।
पर ये भाषा हिन्दी अपनी,
हिंदुस्तानी जान हो।”

पुराने मीडिया जैसे—अखबार, टी. वी. रेडियो आदि आमजन-जीवन का बहुत बड़ा हिस्सा था। अब लोग इससे दूर होते जा रहे हैं। पुराने मीडिया और सोशल मीडिया में बहुत बड़ा फर्क यह है कि सोशल मीडिया का उप योग करने वाला व्यक्ति अपने-आप में पूर्ण रूप से स्वतंत्र होता है। वह अपनी ताकत और सीमा खुद ही निर्धारित करता है। कुछ समय पहले जो व्यक्ति सोशल मीडिया के विषय में भला-बुरा बोलते थे, आज वही व्यक्ति सोशल मीडिया के जरिये कामयाबी हासिल करने के लिए एड़ी-चोटी का जोर लगा दे रहे हैं।

सोशल मीडिया का इस तरह से बढ़ता उपयोग तथा उसकी महत्ता भी चिंतन का विषय बनती जा रही है। क्योंकि फेसबुक, व्हाट्सएप पर जो कुछ भी आता है, कुछ व्यक्ति बिना जाने समझे ही उसका उपयोग करने लगते हैं। इसी कारण से कितने ही व्यक्ति मानसिक रूप से परेशान भी होते हैं। सोशल मीडिया के चंगुल में समाज इस तरह उलझा है कि पढ़ा-लिखा व्यक्ति भी गलती कर बैठता है। सच बात तो यह है कि टेक्नोलॉजी की दुनियां बहुत तेजी से बढ़ रही है और बहुत तेजी से ही यह हमारे दिलो-दिमाग को अपने बस में कर ले रही है। नए-नए गैजेट, ऐप हमारे मन को अपनी ओर आकर्षित कर रहे हैं।

सोशल मीडिया के उपयोग से लोगों में सोचने की क्षमता कम होती जा रही है। शिक्षक की जिम्मेदारी उतनी ही बढ़ती जा रही है। आज सोशल मीडिया को समाज अथवा देश का दिमाग कहा जा सकता है। जिसका उदाहरण रवीन्द्रनाथ ठाकुर के इस कथन में देखने को मिलता है—

“देश के सर्वोत्तम मस्तिष्क को शिक्षक होना चाहिए।”²

सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों को अपनी आवाज और अपने विचार को निर्भय होकर बोलने का रास्ता भी मिलता है। हिन्दी का उपयोग सोशल मीडिया पर भाषा की एकता को प्रोत्साहित करता है। अपनी भाषा से ही उन्नति संभव है, क्योंकि यही सारी उन्नतियों का मूलाधार है। मातृभाषा के ज्ञान के बिना हृदय की पीड़ा का निवारण संभव नहीं है। भारतेन्दु जी कहते हैं कि—

“निज भाषा उन्नति अहै, सब उन्नति को मूल।

बिनु निज भाषा ज्ञान के, मिट तन हिय को सूल।।”

भाषा मनुष्य के जीवन का एक अंग है। भाषा के द्वारा ही मनुष्य में भावुकता और सभ्यता प्रदर्शित होती है। हिन्दी भाषा के माध्यम व्यक्ति अपने अंदर के भावों को ज्यादा अच्छे ढंग से व्यक्त कर सकता है। क्योंकि हिन्दी भाषा में प्रेम, क्रोध, उत्साह तथा सहानुभूति को दर्शाने में स्पष्टता झलकती है। आचार्य मिश्र ने हिन्दी भाषा के बारे में अपने विचार प्रस्तुत करते हुए कहा है कि— “भाषा भाव को पूर्ण रीति से व्यक्त करने वाली हो। उसमें भावानुभूति और मधुरता की व्यापकता होनी चाहिए।”³

सोशल मीडिया पर हिन्दी में संगीत और सांस्कृतिक कलाओं का भी प्रसारण होता है; जिससे देश की सांस्कृतिक धरोहर को बढ़ावा मिलता है। हिन्दी में जानकारी और विचारों को साझा करने से भारत की भाषाई धरोहर को बढ़ावा मिलता है और लोगों के बीच जागरूकता फैलती है। सोशल मीडिया हिन्दी भाषा में महत्वपूर्ण वाहक है। जो सामाजिक, सांस्कृतिक और शैक्षिक दृष्टि से भारतीय समाज को समृद्धि दिलाने में मदद करती है।

सोशल मीडिया पर हिन्दी भाषा का बहुत अधिक महत्व है। इसका प्रभाव विचारशीलता और सामाजिक बदलाव में भी दिखाई देता है। सोशल मीडिया अलग-अलग राज्यों के लोगों को एक साथ जोड़ने का माध्यम है। सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का महत्व बढ़ता जा रहा है, क्योंकि यह भाषा भारत में सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा है।

हमारे जीवन की परिभाषा जैसे-जैसे परिवर्तित होती है वैसे-वैसे ही भाषा का रूप भी बदल जाता है। इसलिए हर व्यक्ति का कर्तव्य है कि राष्ट्रभाषा हिन्दी की उन्नति को बढ़ाए। सरदार बल्लभ भाई पटेल ने कहा है— “राष्ट्र भाषा हिन्दी न तो किसी प्रांत, न किसी जाति की है, वह सारे भारत की भाषा है।”⁴

साहित्य शब्दों की विधा है। साहित्य की सत्ता शब्दों में बाँधकर साकार होती है। उसे अपनी सार्थकता के लिए मीडिया या किसी अन्य माध्यम की जरूरत नहीं— “मीडिया अपने-आप में एक परिपूर्ण सम्प्रेषण का माध्यम है, जिसके अंतर्गत जनसंचार माध्यम, नाटक, सिनेमा, पत्रकारिता आदि का समावेश होता है।”⁵ लेकिन बिना साहित्य के मीडिया कुछ भी नहीं कर सकती है।

संदर्भ ग्रंथ :-

1. रविंद्र जाधव केशव मोरे, मीडिया और हिन्दी : बदलती प्रवृत्तियाँ, पृ.सं.-337
2. रविंद्र जाधव केशव मोरे, मीडिया और हिन्दी : बदलती प्रवृत्तियाँ, पृ.सं.-341
3. डॉ. भागीरथ मिश्र, हिन्दी काव्य शास्त्र का इतिहास, पृ.सं.-323
4. डॉ. शैलजा पाटील, वैश्विकता के संदर्भ में हिन्दी, पृ.सं.-52
5. संपा. राजकिशोर, मीडिया और हिन्दी साहित्य, पृ.सं.-52

Mob. 9790905794

Email : mishra.praveen48@gmail.com



हिंदी के संचार माध्यम

श्रीमती रुषा देवी

एसोसिएट प्रोफेसर, हिंदी विभाग, जे.डी.वी.एम.पी.जी. कॉलेज, आनंदबाग, कानपुर, उत्तर प्रदेश।

हिंदी विश्व में समृद्धतम भाषाओं में एक है। भारत में हिंदी भाषा अनेक उन्नत रूपों में प्रवहमान है आधुनिक युग में विश्व फलक पर विज्ञान और प्रौद्योगिकी के साथ भारत वर्ष के ज्ञान विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों की भाषागत अंतर वाहनों के संपर्क सूत्रों को यथावत अभिव्यक्त कर हिंदी भाषा की विभिन्न आवश्यकता ने जनसंचार को माध्यम बनाया तथा सूचना तथा संचार के माध्यम के रूप में हिंदी का सर्वप्रथम नया प्रयोग धर्मी रूप उभर कर सामने आया जो संपर्क भाषा, माध्यम भाषा, राजभाषा, मातृभाषा, के द्वारा विश्व पटल पर लोगों की हृदयांगिणी बन गई।

संचार शब्द की व्युत्पत्ति लैटिन भाषा के कम्युनिकी से हुई है। कम्युनिकी का शाब्दिक अर्थ है—साझेदारी। श्री बिल्वर काम ने पारस्परिक संचार की व्याख्या और विश्लेषण करने के लिए कई मॉडल विस्तृत किए। इनमें उन्होंने अवधारणा के 'अनुभव के क्षेत्र' की स्थापना की। यह समझते हुए की प्रेषक और रिसेवर के साझा अनुभव जितना अधिक होगा, संचार बेहतर होगा।

संचार अंग्रेजी के कम्युनिकेशन का हिंदी पर्याय है जिसका अभिप्राय है लोगों तक संचार माध्यम द्वारा संदेश या सूचना का पहुंचाना इस प्रकार संचार लोगों तक सूचना के संग्रह एवं प्रेषण पर आधारित प्रक्रिया है। आधुनिक समाज में इसका उद्देश्य सूचना प्रेषण, विश्लेषण ज्ञान एवं मूल्य का प्रसार तथा मनोरंजन करना है।

संचार जीवन के लिए अत्यंत आवश्यक है इसके बिना मनुष्य एक क्षण भी नहीं रह सकता। संसार का प्रत्येक व्यक्ति अपने दिनचर्या का ज्यादातर समय संचार करने में अर्थात् बोलने, सुनने, खाने, गाने, पढ़ने—लिखने, तथा भावों तथा विचारों के आदान—प्रदान में लगा देता है। आधुनिक युग में संचार मानव की धड़कन से जुड़ गया है अतः संचार ही जीवन है कहने में अतिशयोक्ति नहीं होगी अगर जीवन में संचार नहीं है तो जीवन शून्य। सूचना के आदान—प्रदान या सूचना प्रेषण की प्रक्रिया हमें देखने सुनने में सरल लग सकती है किंतु वास्तव में यह एक दुरुह प्रक्रिया है। सूचना मौखिक और लिखित तथा साकेतिक हो सकती हैं सूचना जिस भी रूप में हो अर्थपूर्ण सूचना ही सार्थक होती है अन्यथा सूचना निरर्थक होगी और निरर्थक सूचना का जीवन में कोई महत्व नहीं होता है। कोई भी सूचना बहु संख्यक रूप में पहुंचाने के साधनों को माध्यम कहते हैं माध्यम शब्द अंग्रेजी भाषा के मीडिया का रूपांतरण है। संदेश दो से अधिक व्यक्ति को जोड़ने का काम साधन द्वारा संभव है जिसमें मीडिया की भूमिका अग्रणी है मीडिया द्वारा निष्पक्ष रूप से की गई सेवा जनसंचार के लिए एक सेतु का कार्य करती है।

इन्हीं माध्यमों में से कुछ को केवल बोलने, सुनने के लिए उपयोग होता है जैसे—रेडियो, टेलीफोन, ऑडियो कैसेट, टेप रिकॉर्डर आदि इन्हें श्रव्य माध्यम के द्वारा जाना जाता है। कुछ साधनों द्वारा सूचना को छाप कर प्रचार प्रसार किया जाता है जैसे— समाचार पत्र, पत्र-पत्रिकाएं पुस्तकें, पोस्टर आदि। इन्हें मुद्रण माध्यम कहते हैं। जिन माध्यमों को बोलने सुनने तथा देखने के लिए उपयोग में लाया जाता है जैसे—फिल्म, टेलीविजन, वीडियो कैसेट, उपग्रह, कंप्यूटर आदि वे दृश्य श्रव्य माध्यम कहलाते हैं। सूचनाओं के लिए जिस माध्यम के द्वारा विशिष्ट चिन्हादि या चित्र प्रस्तुत किए जाते हैं उन्हें दृश्य माध्यम कहा जाता है यातायात के चिन्ह, रेलमार्गों पर, हवाई जहाज पर अंकित संकेत या चिन्ह आदि। विभिन्न संचार माध्यमों को वर्गीकरण करके समझा जा सकता है :-

मुद्रण माध्यम :-

संचार माध्यमों में मुद्रण माध्यम सबसे पुराना और सशक्त माध्यम है। मुद्रण माध्यम में भाषा को लिखित रूप में प्रयोग किया जाता है। इसका प्रारंभ छापेखाने के साथ ही शिक्षा संस्कृति तथा उद्योग के प्रचार-प्रसार के लिए पुस्तकों का मुद्रण और प्रकाशन ने संचार माध्यम में अद्वितीय योगदान दिया। मुद्रण माध्यम का केंद्र प्रेस था। प्रेस ने पुस्तकें प्रकाशित की जिससे शिक्षा को बढ़ावा मिला तथा शिक्षा और संस्कृति के ज्ञान का स्थायित्व प्रकाशन से मिला। लंबे समय तक ज्ञान के शैक्षिक तथा वैचारिक गतिविधियों को जीवित बनाए रखने का कार्य प्रेस ने किया।

समाचार पत्र, पत्र पत्रिकाएं, पुस्तिकें, पोस्टर आदि।

हिंदी के जनसंचार माध्यम में समाचार पत्र :-

समाचार शब्द की उत्पत्ति सम+ आ+ चर+घई है।

आचार शब्द में सम उपसर्ग जोड़कर समाचार शब्द बनता है जिसका अर्थ है सम्यक आचरण करना अथवा व्यवहार बतलाना है। आधुनिक जीवन में मनुष्य को नित्य प्रति नए-नए समाचारों की जानकारी प्राप्त करने की रुचि होती है। जब तक वह समाचार सुन नहीं लेता है या पढ़ नहीं लेता है तब तक उसकी जिज्ञासा खत्म नहीं होती है आगे चलकर समाचार मनुष्य द्वारा आचरित होने वाली बात को खबर संवाद या वृत्तांत के लिए प्रयोग होने लगी।

अंग्रेजी में समाचार के लिए न्यूज (NEWS) शब्द प्रयुक्त होता है जिसका अर्थ एन (N) से (North) उत्तर, ई (E) से (EAST) पूर्व, डब्ल्यू (W) से (वेस्ट) पश्चिम, तथा एस (S) से (साउथ) दक्षिण का बोध होता है। इस प्रकार चतुर्दिक खबरों को जन-जन तक पहुंचाने वाले को समाचार कहते हैं।

‘सब दिशाओं की घटना को समाचार कहते हैं।’

समाचार पत्र आधुनिक युग में दैनिक जीवन का एक आवश्यक अंग बन गया है। समाचार एक खाद्य है जो व्यक्ति को बुद्धिजीवी बनाता है। बुद्धि की पुष्टि समाचार द्वारा होती है। प्रत्येक व्यक्ति अपनी रुचि और योग्यता के अनुसार समाचार पत्रों को पढ़ता है। शिक्षित वर्ग का सबसे मुख्य संचार माध्यम समाचार पत्र है।

भारत के प्रमुख हिंदी दैनिक समाचार पत्रों के नाम इस प्रकार है :-

1. हिंदुस्तान, 2. मिशन जय हिंद, 3. चौथी दुनिया, 4. पांच जन्य, 5. नई दुनिया, 6. नवभारत टाइम्स, 7. आज, 8. प्रभात खबर, 9. अमर उजाला, 10. प्रयुक्ति, 11. जलते दी, 12. दैनिक जागरण, 13. जनसत्ता, 14. पंजाब

केसरी, 15. देशबंधु, 16. दैनिक भास्कर, 17. हरिभूमि, 18. रांची एक्सप्रेस, 19. राजस्थान पत्रिका, 20. स्वतंत्र भारत, 21. दीपशील भारत, 22. उगता भारत, 23. धरातल टीवी।

श्रव्य माध्यम :-

रेडियो टेलीफोन ऑडियो कैसेट टेप रिकॉर्डर आदि इन्हें श्रव्य माध्यम के द्वारा जाना जाता है।

हिंदी के संचार माध्यम और रेडियो :-

रेडियो का आविष्कार इटली के एक वैज्ञानिक 'जी मारकोनी' ने 1896 में किया था। रेडियो में उत्तरोत्तर सुधार और विकास हो रहा है। रेडियो का सबसे पहला ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन इंग्लैंड में बना था। अब वैज्ञानिकों के प्रयत्न से लगभग सभी देशों में ब्राडकास्टिंग स्टेशन बनाए गए हैं। रेडियो मनोरंजन का श्रेष्ठ और सस्ता साधन है।

सन 1923 और 1924 में मुंबई, कोलकाता और मद्रास में 3 रेडियो क्लबों ने अपनी सेवा शुरू की। भारत में रेडियो का प्रसारण 1926 से मुंबई, कोलकाता और मद्रास से प्रारंभ होता है। व्यक्तिगत रेडियो प्रसारण 1926 में सरकार ने उस प्रसारण कंपनी को लाइसेंस दे दिया तथा भारत का पहला प्रसारण 23 जुलाई 1927 को मुंबई से शुरू हुआ था। इसका उद्घाटन लॉर्ड इरविन ने किया था 26 अगस्त 1927 को कोलकाता केंद्र का उद्घाटन हुआ कम आय तथा लागत की अधिकता के कारण इंडिया ब्रॉडकास्टिंग कंपनी बंद होने की स्थिति में आ गई। भारत सरकार ने 1930 में इसे अपने अधिकार में ले कर इसका नाम इंडियन स्टेट ब्रॉडकास्टिंग सर्विस रख दिया सर्विस के विकास के कारण 1936 में इसका नाम ऑल इंडिया रेडियो हो गया।

देसी मैसूर रियासत ने 1935 में रेडियो स्टेशन का नाम 'आकाशवाणी' रखा। स्वतंत्रता के पश्चात 1957 में भारत सरकार ने इसका नाम 'आकाशवाणी' घोषित किया। तब से 'आकाशवाणी' नाम का प्रयोग भारत के सभी भाषाओं में हो रहा है, परंतु अंग्रेजी प्रसारणों और विदेश सेवा के प्रसारणों में 'ऑल इंडिया रेडियो' ही प्रसारित होता है।

रेडियो के प्रभाव को देखते हुए लेनिन ने लिखा है – 'रेडियो बिना कागज और बिना दूरी का समाचार पत्र है।' भारत की अधिकांश जनता अशिक्षित और गरीब है। रेडियो अशिक्षित और गरीबों, नेत्रहीनों का सर्वश्रेष्ठ संचार माध्यम है।

श्रव्य माध्यम का लोकप्रिय प्रभावशाली माध्यम है क्योंकि रेडियो के लिए केवल श्रवणेंद्रिय की आवश्यकता होती है।

आधुनिक मीडिया में रेडियो मानव के जीवन के लिए बहुत उपयोगी सिद्ध हुआ है। रेडियो के द्वारा बिना किसी तार के दूर-दूर तक संदेश भेजे जा सकते हैं और संदेश सुने जा सकते हैं। रेडियो में जहां से विभिन्न कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है उसे ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन या प्रसारण केंद्र कहा जाता है उस स्टेशन से भेजे गए समाचार अथवा संदेश कितनी भी दूर बैठे व्यक्ति के पास पहुंच जाता है। जो लोग रेडियो का उपयोग करते हैं ब्रॉडकास्टिंग स्टेशन से कितनी ही दूर हों उन्हें संदेश प्राप्त हो जाता है। रेडियो के आविष्कार ने जल थल और वायु सभी में अपनी पकड़ बनाई है।

हिंदी के संचार माध्यम और दूरदर्शन :-

दूरदर्शन का प्रारंभ 15 सितंबर 1959 को नई दिल्ली से प्रारंभ हुआ। 1959 में दूरदर्शन का पहला प्रसारण

प्रयोगात्मक आधार पर सप्ताह में सिर्फ 3 दिन आधे-घंटे के लिए होता था। उस समय इसे 'टेलीविजन इंडिया' नाम दिया गया। 1965 से हफ्ते में 3 दिन की जगह रोजाना दूरदर्शन का प्रसारण 5 मिनट के समाचार के साथ शुरू हो गया। सन् 1975 में 6 राज्यों में सेटेलाइट इंस्ट्रक्शनल टेलीविजन एक्सपेरिमेंट (SITE) शुरू किया गया तथा 1975 में इसका नाम दूरदर्शन किया गया। सन् 1976 में दूरदर्शन ऑल इंडिया रेडियो से अलग हो गया।

1982 में दूरदर्शन ब्लैक एंड व्हाइट से रंगीन हो गया इससे लोगों की रुचि दूरदर्शन के प्रति और बढ़ गई। पहली बार दूरदर्शन ने उपग्रह इनसेट-1 ए के माध्यम से 1982 में एशियाई खेलों का राष्ट्रीय प्रसारण किया। सन् 1986 में दूरदर्शन पर रामायण का प्रसारण हुआ। रामायण और महाभारत के प्रसारण ने दूरदर्शन की दशा और दिशा में युगांतर कारी परिवर्तन हुआ उसके बाद एक से एक कार्यक्रम दूरदर्शन पर प्रसारित होते थे।

3 नवंबर 2003 में 24 घंटे वाला चैनल प्रसारण शुरू हुआ जबसे दूरदर्शन पर 24 घंटे कार्यक्रम प्रसारित किए जाने लगे हैं तब से इसके माध्यम से समाज और राष्ट्र के विविध पहलुओं को प्रस्तुत करने तथा देश विदेश के प्रति क्षण की खबरों को प्रसारित करना आसान हो गया। आज दूरदर्शन ने सूचना और प्रौद्योगिकी में क्रांति ला दी है। आजकल दूरदर्शन जनसंचार माध्यम के रूप में दृश्य श्रव्य माध्यम का सबसे शक्तिशाली माध्यम है। अत्याधुनिक उपकरणों के विकास के कारण एक जगह से दूसरी जगह सूचना पहुंचाना सरल हो गया है। आज दूरदर्शन के 34 सैटेलाइट चैनल हैं 14000 जमीनी ट्रांसमीटर और 17 स्टूडियो राज्यों में तथा 49 अलग-अलग शहरों में स्टूडियो के साथ देश का सबसे बड़ा जनसंचार माध्यम है। दूरदर्शन शुरू करने के लिए यूनेस्को ने भारत को +20000 और 180 फिलिप्स टी.वी. सेट दिए थे।

कंप्यूटर :-

कंप्यूटर एक इलेक्ट्रॉनिक डिवाइस है। जो यूजर द्वारा दिए गए निर्देशों को इनपुट के रूप में ग्रहण करता है और उसी के आधार पर प्रोसेस करके संदेश को आउटपुट के रूप में दर्शाता है। कंप्यूटर शब्द अंग्रेजी के 'कंप्यूट' शब्द से बना है जिसका अर्थ है -गणना करना। कंप्यूटर को हिंदी में गणक या संगणक कहते हैं।

कंप्यूटर के अलग-अलग फुल फॉर्म दिखाई देते हैं परंतु आधुनिक युग में प्रचलित कंप्यूटर का फुल फॉर्म इस प्रकार है-

C.....Common	O.....Operating
M.....Machine	P.....Purposely
U.....Used For	T.....Technological and
E.....Educational	R.....Research

चार्ल्स बेबेज को कंप्यूटर का जनक कहा जाता है 1823 में गणना के लिए चार्ल्स बैबेज ने मशीन बनाई थी, परंतु आधुनिक कंप्यूटर के जनक एलन ट्यूरिंग को जाना जाता है।

कंप्यूटर कभी जो बहुत बड़े हुआ करते थे आज वह इतने छोटे हो गए हैं कि व्यक्ति उसे अपनी जरूरत के अनुसार कहीं पर उसका प्रयोग कर सकता है।

आज का युग वैज्ञानिक युग है। आज कंप्यूटर को कार्यप्रणाली और आकार के आधार पर हर मानव अपनी जरूरत के अनुसार कंप्यूटर का उपयोग करता है। कंप्यूटर की कार्य प्रणाली और आकार ने मानव जीवन के हर क्षेत्र में कंप्यूटर का उपयोग बढ़ा दिया है। आज कंप्यूटर मनुष्य के हर क्षेत्र में जैसे- शिक्षा के क्षेत्र में,

बैंकिंग क्षेत्र में, विज्ञान क्षेत्र में, सरकारी कार्यालय में, दैनिक जीवन में, मनोरंजन में, रक्षा और सैन्य क्षेत्र में, व्यापार में, पुस्तकालय में, संचार के क्षेत्र में, प्रकाशन में, चिकित्सा आदि के क्षेत्र में कंप्यूटर निर्बाध गति से कार्य कर रहे हैं, आधुनिक युग में हर क्षेत्र में कंप्यूटर से उपयोग से कंप्यूटर ने मानव जीवन को सरल बना दिया है।

कंप्यूटर निर्देशानुसार कार्य करता है। यह मानव मस्तिष्क की भांति सोच विचार नहीं करता। उसे क्रमानुसार और व्यवस्थित ढंग से जैसे निर्देश दिया जाता है वैसे ही बिना समय लगाये दृश्य पटल पर दर्शाता है। इस प्रकार कंप्यूटर मानव का मशीनीकरण है।

दृश्य माध्यम :-

संचार के दृश्य मध्य दो या अधिक व्यक्तियों स्थान अथवा वस्तुओं के बीच संबंध स्थापना के साधन हो सकते हैं जैसे सड़क, परिवहन-संवहन, रेल मार्ग, हवाई जहाज आदि इन दृश्य संचार माध्यम के उपकरणों का संबंध व्यक्ति के भौतिक और पृथक अस्तित्व के स्वरूप से होता है। सूचना का संबंध व्यक्ति की आंतरिकता से होता है जबकि इन दृश्य माध्यमों के उपकरणों का भौतिक संचार माध्यम के अंतर्गत महत्वपूर्ण है। इसके अंतर्गत यातायात, संवहन तथा परिवहन घोड़े, खच्चर, बैलगाड़ी, नौकायन, रेल मोटर आदि है। हवाई जहाज नौकायन भी एक स्थान से दूसरे स्थान तक संचार के साथ पुराने समय से जुड़ी है। बंदरगाह तथा नदियों का उपयोग भी जल मार्ग के रूप में प्राचीन काल से ही होता आया है।

सड़क-रेल-डाक :-

भारत में व्यापार के लिए स्थल मार्गों का उपयोग होता रहा है। यह व्यापार काफिलों के रूप में तथा उनके साथ रक्षक योद्धा भी होते थे। शेरशाह सूरी द्वारा बनाया गया विशाल राजमार्ग आज भी ग्रैंड ट्रंक रोड के नाम से जाना जाता है। आधुनिक काल में स्थल मार्गों का बहुत बड़ा विकास हुआ है स्वतंत्रता के बाद अनेक नेशनल हाईवे बने हैं। देश के हर गांव को पक्की सड़कों द्वारा मुख्य मार्गों से जोड़े जाने की योजना प्रगति पर है। रात दिन ट्रक कार मोटर इन मार्गों पर दौड़ते हैं। इनका चक्का जाम होने पर जनजीवन और उद्योग व्यापार की सभी गतिविधियां जाम हो जाती हैं।

भारत का रेल संजाल दुनिया का सबसे बड़ा संजाल है। देश भर में फैली रेलवे लाइनें, यात्रा, उद्योग, व्यापार तथा सूचना को अबाध गति से गतिशील बनाने में सहायक है। देश में जान और माल की दुलाई सबसे अधिक रेल मार्ग से ही होती है।

डाक भी संचार का एक प्रमुख अंग है। प्राचीन काल में दूत और हरकारों तथा कबूतरों के द्वारा संदेशों का आदान-प्रदान होता था। भारत में आधुनिक डाक व्यवस्था का विकास ब्रिटिश शासन काल में हुआ। चिट्ठी पत्री पहले ऊंट घोड़े पर लादकर तदुपरांत वाहनों द्वारा तथा अब हवा में उड़ती है।

हिंदी संचार के विशिष्ट माध्यम :-

विज्ञापन :

विज्ञापन शब्द? एडवर्टाइजमेंट (Advertisement) का हिंदी रूपांतर है। एडवर्टाइजमेंट (Advertisement) लैटिन भाषा के 'एडवर्टर' से बना है जिसका अर्थ है टू टर्न टू (To turn to) अर्थात् मोड़ देना अथवा पलटना अथवा जनता को सूचित करना। विज्ञापन शब्द का सामान्य अर्थ है – विशिष्ट ज्ञापन अथवा सूचना।

विज्ञापन शब्द (वि+ज्ञापन) अर्थात् 'ज्ञापन' में 'वि' उपसर्ग के योग से बना है जिसका व्युत्पत्तपरक अर्थ

है— विशेष रूप से सूचित या ज्ञान कराना।

विज्ञापन एक ऐसा संचार माध्यम है जो जनता और उत्पादन के बीच बहुत आवश्यक है। उत्पादन की ओर आकर्षित करना, रुचि पैदा करना, मूल्य समझना विज्ञापन द्वारा संभव है। विज्ञापन संचार माध्यम का प्रत्यक्ष साधन है। किसी उत्पाद को बेचने के लिए उस वस्तु की उपयोगिता, गुणों, कीमत, प्राप्ति, स्रोत, उपभोक्ता को सही रूप में मिले। उत्पादन और उपभोक्ता के बीच विश्वसनीयता जरूरी है। इस विश्वास को बनाए रखने के लिए उत्पादित वस्तु का सही मूल्य, गुण और उपयोगिता होने से उत्पादन क्षमता बढ़ती है। उत्पादन अधिक से अधिक होने से वस्तु निर्मित हो जाती है परंतु जब तक उपभोक्ता तक वह सही मूल्य और गुण सहित नहीं पहुंचती तब तक उत्पादन की वृद्धि व्यर्थ है।

उत्पादन का विज्ञापन उपभोक्ता के अनुकूल हो। उत्पादित वस्तु के प्रति विज्ञापन के जरिए उपभोक्ता को उत्सुक करें। विज्ञापन का उद्देश्य जनसाधारण को शिक्षित करना उनके सांस्कृतिक और बौद्धिक जीवन स्तर को उठाना है। उत्पादित वस्तु को जनसाधारण तक पहुंचाना। उसकी आवश्यकता को महसूस कराना विज्ञापन का कार्य है।

आज का युग उपभोक्ता युग कहा जा सकता है। उपभोक्ता, समाज और उत्पादन के बीच संबंध बनाने का कार्य विज्ञापन करता है। विंस्टन चर्चिल ने विज्ञापन की उपयोगिता के महत्व के लिए कहा था —‘एकसाल के अतिरिक्त कोई भी बिना विज्ञापन के मुद्रा का उत्पादन नहीं कर सकता’ कुल मिलाकर विज्ञापन के माध्यम से नई-नई वस्तु उसकी उपयोगिता, मूल्य तथा गुणों की जानकारी कर व्यक्ति अपनी सुविधा अनुसार अपने उपयोग की वस्तु खरीद सकता है। विज्ञापन से क्रेता को नई नई वस्तु की जानकारी मिलती है। विज्ञापन से उपभोक्ता और विक्रेता दोनों को लाभ प्राप्त होता है तथा उपभोक्ता द्वारा वस्तु के उपयोग से बाजार का निर्माण होता है। विज्ञापन का राष्ट्र के प्रति योगदान कम नहीं है। वह अर्थव्यवस्था के विकास में विशेष सहयोग देता है। विज्ञापन मनोरंजन के लिए उपयोगी है और मानव जीवन के स्तर को ऊंचा उठाने में सहायक सिद्ध हुआ है। विज्ञापन व्यापार के संबंधों को मजबूत बनाता है। पुराने व्यापारियों को आश्वस्त करता है तथा नए व्यापारियों को प्रेरणा देता है।

इंटरनेट :-

अमेरिका की सेना के लिए इंटरनेट का उपयोग किया गया। 1969 में 4 कंप्यूटर को जोड़कर। RPANET नाम का एक नेटवर्क तैयार किया गया। 1972 में इससे जुड़े कंप्यूटर की संख्या 37 हो गई। 1973 में इसका इंग्लैंड और नार्वे तक विस्तार हुआ तथा 1982 में नए नियम बनाकर TCP तथा IP नाम दिया गया टीसीपी का अर्थ ट्रांसमिशन कंट्रोल प्रोटोकॉल तथा आई पी का फुल फॉर्म इंटरनेट प्रोटोकॉल है। 1990 में ARPANET को समाप्त कर नेटवर्क ऑफ नेटवर्क के रूप में इंटरनेट काम कर रहा है। आज वैश्विक स्तर पर सभी इंटरनेट से जुड़ रहे हैं। भारत में इंटरनेट की सेवा बी एस एन एल विदेश संचार निगम लिमिटेड द्वारा जनमानस को दी जा रही है

इंटरनेट संदेश के आदान-प्रदान का एक विश्वव्यापी नेटवर्क है। सूचना और प्रौद्योगिकी के क्रांति के कारण एक विश्वव्यापी नेटवर्क ने दस्तक दी है जिसे इंटरनेट कहते हैं इंटरनेट आधुनिक संचार माध्यम का नेटवर्क है जो सूचना टेक्नोलॉजी की आधुनिक प्रणाली प्रणाली है।

इंटरनेट एक स्वतंत्र जनसंचार वाहक है यह किसी के अधीन नहीं है। यह विभिन्न सरवर द्वारा जुड़े रहते हैं जो किसी कंपनी या संस्था के होते हैं जैसे—गूगल, क्रोम, फाइल ट्रांसफर प्रोटोकॉल, वर्ल्ड वाइड वेब, प्रयोग इंटरनेट से जानकारियां प्राप्त करने के लिए हैं।

इंटरनेट क्लाइंट सर्वर आर्किटेक्चर पर आधारित है यह क्लाइंट और सरवर को जोड़ने का काम करता है।

निष्कर्ष :-

सूचना क्रांति ने 21वीं सदी के मानव जीवन को बिल्कुल बदल दिया है। संचार माध्यम के द्वारा वैश्विक टेक्नोलॉजी में सभी देश एक दूसरे की प्रतिस्पर्धा में आगे निकलने की होड़ में लगे हुए हैं सूचना ने सभी लोगों को एक दूसरे को निकट लाकर खड़ा कर दिया है। आधुनिक मीडिया में प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया, नव इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने विश्व के सभी देशों में सूचना के आदान-प्रदान से हर क्षेत्र में विकासोन्मुख प्रगति की है।

व्यापारियों के लिए नई-नई वस्तुओं की जानकारी प्राप्त होती है। व्यापारी वर्ग विज्ञापन के जरिए अपने व्यापार को बढ़ा सकते हैं। संचार माध्यम में रेडियो अशिक्षित वर्ग का सबसे सशक्त माध्यम है। दूरदर्शन का भारत में प्रकटीकरण होने के बाद भी रेडियो का महत्व आज भी गांव में कम नहीं हुआ है। जबसे एफएम और चैनल शुरू हो गए हैं तब से इसकी महत्ता और उपयोगिता और अधिक बढ़ गई है।



आधुनिक कालीन समाज में संचार माध्यम की उपयोगिता

कु. पूजा रमेशचन्द्र शुक्ला

पी-एच०डी०, शोध छात्रा, हिन्दी विभाग, सौराष्ट्र युनिवर्सिटी, राजकोट, गुजरात (भारत)

संचार माध्यम से आशय है संदेश के प्रवाह में होने वाला साधन। जन्म से ही मनुष्य संचार के माध्यम से अपने भावों को व्यक्त करता है, और जीवनपर्यन्त तक संचार की महत्ता एवं आवश्यकता बनी रहती है। और देखा जाय तो सामान्य जीवन में होने वाले वार्तालाप को ही संचार का अच्छा उदाहरण माना जा सकता है। सामाजिक व्यवहार को व्यक्त करने के लिए मनुष्य को एक-दूसरे से वाद-संवाद करना पड़ता है। विभिन्न स्रोतों के आधार पर देखा जाये तो एक सामान्य मनुष्य का ७० प्रतिशत से अधिक का समय लोगों के साथ वाद-संवाद में प्रयोग होता है। संचार का हमारे जीवन के हर पहलू में महत्व है, फिर वह चाहे सामान्य जीवन हो, शिक्षा हो, व्यापार हो, प्रशासनिक एवं सामाजिक क्षेत्र हो आदि सभी क्षेत्रों में संचार का अत्यधिक महत्व है। हमें अपने दैनिक जीवन को सरल एवं सफल बनाने तथा अपनी निजी आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए एक-दूसरे से उचित संचार करना पड़ता है। और मनुष्य ही एक ऐसा प्राणी है जो अपने भावों एवं विचारों को मौखिक एवं लिखित दोनों तौर पर व्यक्त कर सकता है। हम अपने दैनिक जीवन में जो भी कुछ सोचते हैं व विचार करते हैं वह भी संचार ही है। लिटिल के अनुसार, "मानव संचार वह प्रक्रिया है, जिसके द्वारा जानकारी (या सूचना) पहले से ही सम्मत प्रतीकों के माध्यम से लोगों के बीच पारित की जाती हैं, तथा वांछित प्रतिपुष्टि प्राप्त करना भी इसका लक्ष्य होता है।" शिक्षा और शिक्षित समाज द्वारा मनुष्य की अर्थपूर्ण बौद्धिक शक्ति का विकास सम्भव हो पाता है। और संचार के बिना मानव जीवन सभ्यता के अस्तित्व की कल्पना कर पाना असम्भव है। अब अगर वास्तव में देखा जाये तो जैसे भोजन, पानी, मकान और वस्त्रों का दैनिक जीवन में महत्व है उसी प्रकार से संचार हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन चुका है। वर्तमान समय में संचार माध्यम और समाज में गहरा सम्बन्ध एवं निकटता है। और आज का समाज तकनीकी समाज बन चुका है। जहां पहले का संवाद अन्य स्रोतों पर आधारित था वहीं आज का स्रोत माध्यम तकनीकी संचार बन चुका है। तकनीकी के विकास के द्वारा संचार माध्यम सुलभ हो गया है। हजारों मील बैठे लोग सैकेण्ड में अपने भावों को एक-दूसरे के साथ व्यक्त कर सकते हैं। तकनीकी विकास से संचार माध्यम विकसित हुए हैं जिसके फलस्वरूप संचार अब ग्लोबल फेनोमेनो बन गया है।

संचार माध्यम अंग्रेजी के 'मीडिया' शब्द से बना है, जिसका मतलब होता है दो बिन्दुओं को जोड़ना। संचार माध्यम के द्वारा ही संप्रेषक और श्रोता एक-दूसरे से जुड़ते हैं। संचार माध्यम आदिकाल से ही प्रभावित रहा है। हेराल्ड लॉसवेल के अनुसार, "संचार माध्यम के मुख्य कार्य सूचना संग्रह एवं प्रसार, सूचना विश्लेषण, सामाजिक मूल्य एवं ज्ञान का संप्रेषण तथा लोगों का मनोरंजन करना है।" भारत में संदेशवाहन के प्रमुख साधन

इस प्रकार से हैं—

(१) डाक (२) टेलीफोन (३) टेलीग्राम (४) बेतार का तार (५) रेडियो (६) टेलीविजन या दूरदर्शन (७) टेलेक्स सेवा (८) विदेश संचार सेवा (९) ई-मेल (१०) मुद्रण माध्यम।

आधुनिक युग में जनसंचार माध्यम को तीन भागों में विभाजित कर सकते हैं— मुद्रण माध्यम, इलेक्ट्रॉनिक माध्यम और नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यम।

१. मुद्रण माध्यम (समाचार पत्र-पत्रिकाएं) - मुद्रण माध्यम की शुरुआत १५वीं सदी के मध्य में जर्मनी के जोहन्नेस गुटनबर्ग द्वारा एक ऐसी टाइप मशीन का आविष्कार किया, जो आधुनिक प्रेस की पूर्ववर्ती कही जा सकती है। वहीं १४७७ ई. में कैक्सटन ने ब्रिटेन में छापाखाना स्थापित की। इस प्रकार धीरे-धीरे विश्व के अनेकों देशों में समाचार पत्रों एवं पत्रिकाओं का प्रकाशन प्रारम्भ हुआ। आधुनिक समाज में पत्र एवं पत्रिकाएं विश्वभर में जनसंचार का एक लोकप्रिय प्रमुख साधन बन गईं। जनसंचार के माध्यम में सबसे पुराना माध्यम समाचार पत्र है। समाचार पत्र कई प्रकार के होते हैं— दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, वार्षिक आदि। स्वतन्त्रता से पूर्व पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम द्वारा भारतवासियों की सोई हुई चेतना को जगाने का प्रयास किया गया था। अंग्रेजी साम्राज्य में पत्र-पत्रिकाएं किसी अस्त्र-शस्त्र से कम नहीं थी। कहते हैं कि अंग्रेजी शासकों का कोपभाजन बनकर भी पत्र-पत्रिकाएं भारतीय समाज में एक नई दिशा प्रदान करती रहीं। और हिन्दी भाषा पत्र-पत्रिकाओं के माध्यम से ही समृद्ध बनी हुई है। हिन्दी भाषा में रचित पत्र-पत्रिकाएं सामाजिक जीवन को प्रभावित करने के साथ ही देश-विदेश के प्रत्येक छोटे-बड़े समाचार पत्रों को हम तक पहुंचाने का कार्य भी करती हैं। आचार्य रामचन्द्र शुक्ल जी और विभिन्न कसौटियों के आधार पर श्री जुगलकिशोर शुक्ल द्वारा सम्पादित 'उदन्त मार्तण्ड' को हिन्दी का सर्वप्रथम समाचार पत्र माना जा रहा है। भारत में अंग्रेजी भाषा के प्रमुख दैनिक समाचार पत्र 'द टाइम्स ऑफ इण्डिया', 'द हिन्दू', 'हिन्दुस्तान टाइम्स' इत्यादि हैं। हिन्दी के दैनिक समाचार-पत्रों में 'दैनिक भास्कर', 'हिन्दुस्तान', 'नवभारत टाइम्स', 'नई दुनिया', 'जनसत्ता' इत्यादि प्रमुख हैं। प्रो.एन.सी.पन्त का कहना है कि, "वर्तमान जीवन की बहुआयामी विस्तार और विकास से सुपरिचित होने के लिए पत्रकारिता अनिवार्य है।"^३

२. इलेक्ट्रॉनिक माध्यम (रेडियो, टेलीफोन, टेलीविजन आदि) - आधुनिक काल में रेडियो, टेलीविजन, टेलीफोन इत्यादि इलेक्ट्रॉनिक माध्यम हैं। आधुनिककाल में रेडियो जनसंचार का एक प्रमुख साधन है, यह उन क्षेत्रों के लिए महत्त्वपूर्ण साबित हुई हैं जहां पर अभी बिजली की व्यवस्था नहीं हो पाई है या फिर जो अभी आर्थिक रूप से पिछड़ा है। भारत में रेडियों की शुरुआत १९६० ई० के दशक में हुई थी। रेडियों पर एफ.एम. प्रसारण आज विश्वभर का पसन्दीदा माध्यम बन चुका है। शुरुआत में देशभर में इसकी कवरेज लगभग ३० प्रतिशत थी, लेकिन अब इसकी कवरेज बढ़कर लगभग ६० प्रतिशत तक पहुंच गई है।

टेलीविजन आधुनिक युग के जनसंचार का एक प्रमुख माध्यम बन चुका है। पहले लोग इसमें प्रसारित होने वाले धारावाहिकों एव सिनेमा के कारण यह लोकप्रिय बन गया था। परन्तु आज कई न्यूज चैनलों की स्थापना के कारण यह करोड़ों लोगों के जनसंचार का माध्यम बन चुकी है। आज भारत में लगभग ३०० से अधिक टेलीविजन चैनल २४ घण्टे विभिन्न प्रकार के कार्यक्रमों को प्रसारित कर दर्शकों का मनोरंजन करती है।

फिल्म जगत की बात की जाये तो यह जनसंचार के माध्यम का एक शसक्त साधन है। और यह जनता को प्रभावित करने में सबसे अधिक सफल रहा है। दादा साहब फाल्के को भारतीय फिल्मों का पितामह कहा गया

है। हर वर्ष लगभग विश्वभर में दस हजार से अधिक फिल्मों का निर्माण होता है। वहीं अगर भारत के हिसाब से बात की जाये तो हर वर्ष लगभग एक हजार फिल्मों का निर्माण होता है। हमारे देश में फिल्मों का उद्देश्य मनोरंजन के साथ-साथ समाज सुधार पर आधारित फिल्म होती है।

टेलीफोन आधुनिक जनसंचार माध्यम का सबसे महत्वपूर्ण साधन है। हम दूरदराज बैठे हुए लोगों से घंटों बात कर सकते हैं। टेलीफोन का नया वर्जन का अविष्कार हुआ है जिसे हम मोबाइल या सेलफोन कहते हैं। जिससे हम हजारों मील बैठे लोगों से एक दूसरे के चेहरे देखकर अर्थात् वीडियो कॉलिंग पर बात कर सकते हैं। इस मोबाइल फोन में ऑडियो कॉल, वीडियो कॉल, कान्फ्रेंस कॉल, टेक्स्ट करने, ईमेल भेजने तथा मोबाइल कैमरे द्वारा तस्वीरें लेना, ऑनलाइन चैटिंग करना अर्थात् संवाद करना और नए दोस्त बनाना आदि की सुविधा मौजूद होती है। मोबाइल फोन आधुनिक युग के संचार माध्यम का सबसे महत्वपूर्ण साधन है। पहले के जमाने में लोग एक-दूसरे तक अपने भावनाओं को पहुंचाने के लिए पत्र व्यवहार करते थे जिन्हें पहुंचने में काफी समय लग जाता था। परन्तु आज के आधुनिक जनसंचार मोबाइल फोन द्वारा हम अपने प्रियजनों एवं अपनी सूचनाओं का आदान-प्रदान सेकण्डों में कर सकते हैं। शुरुआत में मोबाइल फोन का उपयोग सिर्फ संचार के माध्यम के रूप में किया जाता था। परन्तु अब सरकारी एजेंसियों द्वारा मोबाइल का उपयोग न केवल महत्वपूर्ण जानकारीयों उपलब्ध करवाने के लिए अपितु 'कहीं भी और किसी भी समय' सरकारी सेवाओं का उपलब्ध कराए जाने के लिए किया जा रहा है।

3. नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यम - इंटरनेट आधुनिक जनसंचार माध्यम का एक नवीन इलेक्ट्रॉनिक माध्यम है। इसे NET के नाम से भी जाना जाता है। इंटरनेट आधुनिक युग का सबसे महत्वपूर्ण उपलब्धि तकनीकी मानी जाती है। यह विश्वव्यापी जालस्थल है, जो जो हमें एक-दूसरे से जोड़ता है और अपने अनुभवों, सूचनाओं तथा संसाधनों का आदान-प्रदान करता है। इंटरनेट के माध्यम से हम कोई भी सूचना, चित्र, वीडियो आदि दुनिया के किसी भी कोने तक भेज सकते हैं। इसके माध्यम से हम ई-मेल भी भेज सकते हैं और प्राप्त भी कर सकते हैं। ई-मेल संदेश भेजने और प्राप्त करने का सबसे सरल और सस्ता साधन है। यह एक वैश्विक नेटवर्क है जो कम्प्यूटर को एक दूसरे से जुड़ने और जानकारी साझा करने की अनुमति प्रदान करता है। इंटरनेट इंटरनेट कनेक्टेड कम्प्यूटरों का एक नेटवर्क है, जिसके लिए डिजाइन किए गए विभिन्न प्रकार के ब्राउजरों द्वारा एक्सेस किया जा सकता है जो इस प्रकार से है-विंडोज एक्सप्लोरर, गूगल क्रोम, मोजिला, फायर फॉक्स आदि। आज के समाजिक परिवेश में इंटरनेट की महत्ता बहुत ही ज्यादा है। शिक्षा के क्षेत्र में इंटरनेट का प्रयोग जानकारी और कम्प्युनिकेश को शेयर करने में मदद करता है। और इतना ही नहीं ऑनलाइन क्लास लेने, तथा बहुत सारे मल्टीमीडिया फॉर्मेट पर उपलब्ध पाठ्यक्रमों को भी हम इसके द्वारा देख एवं पढ़ पाते हैं। और इसके द्वारा दूरदराज के क्षेत्रों में शिक्षण की गुणवत्ता में सुधार किया जा सकता है। यह शिक्षकों को भी पाठ्यक्रम में अनेक टूल्स प्रयोग करने का अच्छा विकल्प प्रदान करता है।

इंटरनेट के बारे में यह कहा जा सकता है कि यह आधुनिक युग का सबसे महत्वपूर्ण साधन है जो मानव जीवन का अंग बन चुकी है। अगर एक दिन भी इंटरनेट न रहे तो लोग परेशान हो जाते हैं। इस तरह हम कह सकते हैं कि इंटरनेट हमें व्यक्तिगत, सामाजिक और आर्थिक विकास के लिए तथ्यों और आंकड़ों, सूचना और ज्ञान से हमारी मदद करता है। अतः इंटरनेट एक विश्वव्यापी, सार्वजनिक रूप से सुलभ इंटरनेट कनेक्ट कम्प्यूटर

नेटवर्क की श्रृंखला है जो मानक इंटरनेट प्रोटोकॉल (आईपी) का उपयोग करके पैकेट स्विचिंग द्वारा डेटा संचारित करता है। यह एक 'नेटवर्क का नेटवर्क' है, जिसमें लाखों छोटे घरेलू, शैक्षणिक, व्यावसायिक और सरकारी नेटवर्क शामिल हैं, जो एक साथ विभिन्न जानकारी और सेवाएं प्रदान करते हैं, जैसे इलेक्ट्रॉनिक मेल, ऑनलाइन चैट, फाइल स्थानांतरण और इंटरलिंकड वेब पेज और अन्य। वर्ल्ड वाइड वेब (www) के संसाधन"।^{१४}

आधुनिक युग में संचार माध्यम का महत्त्व – आधुनिक संचार माध्यम के निम्नलिखित महत्त्व हैं –

१. संचार माध्यम के द्वारा पल भर में विदेशों तक संदेश पहुंचाए जा सकते हैं। और पल भर में ही संदेश की वापसी का उत्तर भी प्राप्त कर सकते हैं।
२. संचार दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच सूचनाओं, भावनाओं एवं विचारों को साझा करता है।
३. संचार माध्यम के द्वारा हम मौखिक एवं लिखित दोनों तरीके से अपने सूचनाओं का आदान-प्रदान कर सकते हैं।
४. संचार माध्यम रेडियो एवं दूरदर्शन के माध्यम से देशवासियों को मनोरंजन प्रदान करने के साथ-साथ शिक्षा भी प्रदान करता है।
५. संचार माध्यम समाज में व्याप्त बुराइयों को दूर करने के साथ-साथ जनता को जागरूक बनाने का सबसे प्रभावी माध्यम है।
६. संचार माध्यम के साधन व्यापार एवं वाणिज्य के विकास में सहायता प्रदान करने के साथ-साथ आर्थिक रूप से पिछड़े हुए क्षेत्रों में होने वाली क्षति में भी सहायक है।
७. संचार वह साधन है जो विभिन्न वर्गों को आपस में जोड़ती है। इससे राष्ट्रीय एकता का वातावरण निर्मित होता है।
८. संचार के साधन द्वारा हम धन का स्थानान्तरण भी कर सकते हैं।
९. संचार के साधनों के माध्यम द्वारा मौसम सम्बन्धी जानकारी प्राप्त होती है, जिससे कृषि, यातायात व आने वाले मौसम सम्बन्धी घटनाओं आदि में होने वाली क्षति कम होने लगी है।
१०. संचार माध्यमों के द्वारा जन सामान्य को कानूनी शिक्षा, पर्यावरण शिक्षा, विकलांगों की समस्याओं की जानकारी प्रदान करना।
११. आधुनिक समय में संचार माध्यम के द्वारा सर्वेक्षण, विज्ञापन, चेतावनी, परामर्श आदि दी जाने लगी है, ताकि जनता को जागरूक कराया जा सके। इससे महामारियों पर नियंत्रण पाने में भी मदद मिली है।

जनसंचार माध्यम की सीमाएं –

१. ये जनसंचार के माध्यम की एकतरफा भूमिका निभाते हैं।
२. यद्यपि ये औपचारिक साधन है। जनसामान्य इन्हें अपनी इच्छानुसार देख सकते हैं, परन्तु ये अपनी समय-सीमा से बंधे होते हैं, जो एक निश्चित समय पर कार्यक्रम प्रसारित होते हैं।
३. अनेक बार ऐसा होता है कि कुछ विशिष्ट कार्यक्रम विशिष्ट वर्ग के लिए प्रसारित होते हैं परन्तु जब दूसरे इन्हें देखते हैं तो विपरीत प्रभाव पड़ता है।
४. अनेक बार कार्यक्रम निकल जाने पर उन्हें पुनः सुनना या देखना मुश्किल हो जाता है, परन्तु कई बार कार्यक्रम ऐसे भी होते हैं जो जनसामान्य की समझ से बाहर होते हैं।

५. कई बार ऐसा होता है कि इन्हें देखने या सुनने के बाद व्यक्ति तनावग्रस्त हो जाता है, पर माध्यमों पर इनका कोई प्रभाव नहीं पड़ता।
६. और कभी-कभी जनसंचार माध्यम ऐसा होता है कि उनके उद्देश्य को समझ पाना कठिन होता है।
७. जनसंचार के कुछ कार्यक्रम प्रभावी होते हैं और कुछ अप्रभावी भी होते हैं।

निष्कर्ष -

आधुनिक युग में जनसंचार माध्यम का अत्यधिक महत्त्व है। फिर वह चाहे किसी भी दिशा या क्षेत्र में क्यों न हो। यह लोगों को सामूहिक एवं वैश्विक स्तर पर जोड़कर राष्ट्र भावना की एकता को कायम रखता है। हम अपने निजी घर से कहीं पर मौजूद क्यों न हो पर संचार माध्यम द्वारा उनसे हम हमेशा जुड़े रहते हैं। शिक्षा के क्षेत्र में संचार माध्यम अत्यधिक उपयोगी हुआ, जिसके फलस्वरूप घर बैठे लोग शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं। किसी भी विषय में अपनी तैयारी कर कामयाबी हासिल कर सकते हैं। इन माध्यमों के द्वारा सभी तक शिक्षा को पहुंचाकर संविधान में शिक्षा के मूलभूत अधिकार के राष्ट्रीय महत्त्व को भी पूरा किया गया है। समाचार पत्रों के प्रसारण द्वारा जन सामान्य को सजग बनाना है। संचार माध्यमों कम्प्यूटर, टेलीफोन, दूरदर्शन आदि के द्वारा जनसामान्य को जागरूक बनाया गया है। मोदी सरकार ने पदभार संभालने के तीन महीनों के भीतर अगस्त २०१४ ई० में डिजिटल इंडिया अभियान शुरू किया। विभिन्न सामाजिक एवं आर्थिक तथा गवर्नेंस कार्यक्रमों, मौजूदा एवं शुरू किए जाने वालों, की सफलता डिजिटल इंडिया की क्षमता पर निर्भर करती थी।^५ हमारे भारत देश में विकास कार्यक्रमों और नीतियों के बारे में जनता में जागरूकता पैदा करने में जनसंचार के विभिन्न माध्यमों की महत्त्वपूर्ण भूमिका निभाती है। अतः आधुनिक कालीन समाज में संचार माध्यम का उपयोग बहुत जरूरी है।

सन्दर्भ ग्रंथ -

१. सीबीएसई यूजीसी नेट/सेट/जेआरएफ, शिक्षण एवं शोध अभियोग्यता (के.वी.एस.मदान/ अंशु बाला मदान) प्रकाशक— पियर्सन इंडिया एजुकेशन सर्विसेज प्राइवेट लिमिटेड, सीआईएन ;, पंचम मुद्रण, २०१८
२. <https://hi.m.wikipedia.org/wiki/%E0%A4%B8%E0%A4%82%E0%A4%9A%E0%A4%BE%E0%A4%B0&&E0%A4%AE%E0%A4%BE%E0%A4%A7%E0%A5%8D%E0%AF%E0%A4%AE>
३. हिन्दी साहित्य का इतिहास प्रवृत्त्यात्मक अध्ययन (डॉ. जगदीश कुमार प्रजापति) प्रकाशक— भवदीय प्रकाशन श्रृंगारहाट, अयोध्या, फैजाबाद, संस्करण—२०१६
४. <https://communicationtoday.net/2014/03/31/internet&as&a&medium&of&communication&in&modern&society/>
५. आधुनिक भारत का इतिहास (लेखक—राजीव अहीर) प्रकाशक—स्पेक्ट्रम बुक प्रा.लि.। 1291, प्रथम तल, जनकपुरी नई दिल्ली, संस्करण— २३वां २०२१

पता— डॉ. रमेश चन्द्र शुक्ल, कृष्णा पार्क मकान नं. 6 नियर घीवाला इंग्लिश मीडियम स्कूल डाभोर रोड, बिहारीनगर वेरावल जिला गिरि सोमनाथ, गुजरात प्रदेश, भारत पिनकोड—362266
मो. 9913701901, ई.मेल.— kmpoojashukla66@gmail.com



मीडिया की भाषा दशा और दिशा

प्रीतम लाल

सह आचार्य, वाणिज्य विभाग, स्वामी विवेकानंद राजकीय महाविद्यालय, घुमारवीं, हि0 प्र0

शोध संक्षेप :-

मीडिया या जनसंचार माध्यम आज केवल एक क्षेत्र या देश तक सीमित न रहकर एक भूमंडलीय रूप ले चुका है। जनसंचार माध्यम विज्ञान की प्रगति और तकनीकी विकास के साथ-साथ मानव जीवन में परिवर्तन के प्रमुख शक्तिशाली साधन बन गए हैं। वर्तमान में मीडिया का अभिप्राय मुद्रित माध्यम व विद्युतीय माध्यम से है। प्रत्येक माध्यम के लिए अलग प्रकार की भाषा की आवश्यकता होती है। ये माध्यम सामान्य लोगों से लेकर विषय विशेषज्ञों तक सूचना पहुंचाते हैं। अतः यहाँ प्रयुक्त होने वाली भाषा आम बोलचाल की होनी चाहिए और साहित्यिक या संस्कृतनिष्ठ भाषा के प्रयोग से बचना चाहिए। प्रस्तुत शोध पत्र में व्यावसायिक दृष्टि से मीडिया की भाषा पर विचार किया गया है।

प्रस्तावना :-

भाषा अभिव्यक्ति का आधारभूत माध्यम है और मीडिया सूचना के प्रचार-प्रसार का आधारभूत माध्यम है इस प्रकार मीडिया की भाषा से अभिप्राय उस भाषा से है जो प्रत्येक व्यक्ति तक सूचना पहुंचाने में उपयोग में लायी जा रही है। सूचना में समाचारों से लेकर मनोरंजन तक, शेयर बाजार से लेकर क्रिकेट स्कोर तक वे सारी जानकारी समाविष्ट है जो हमारे जीवन स्तर को और अधिक बढ़ा सकती है। मीडिया शब्द में वे सभी माध्यम समाविष्ट हैं जिनका प्रयोग सूचना के आदान-प्रदान में किया जा रहा है। इन माध्यमों में प्रसार भारती (रेडियो व टेलीविज़न) और सोशल मीडिया जिसमें फेसबुक, यूट्यूब, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्स एप्प, ईमेल और औटीटी आदि शामिल हैं। सोशल मीडिया की ताकत का अंदाजा इसी बात से लगाया जा सकता है कि आजकल हर चीज़ का वज़न सोशल मीडिया पर उसकी उपस्थिति और फोल्लोवर्स से लगाया जा रहा है। व्यावसायिक दृष्टिसे आज सोशल मीडिया पर आपके ब्रैंड की जागरूकता मात्र से ही आपके लाभ में बढ़ौतरी हो सकती है और सोशल मीडिया मैनेजमेंट विपणन रणनीति का अनिवार्य हिस्सा बन चुका है। मीडिया की भाषा सरल होनी चाहिए ताकी उसमें दी जा रही जानकारी आम लोगों को समझ आये और जानकारी में इतनी गहराई भी होनी चाहिए की विशिष्ट विषय से सम्बंधित विशेषज्ञ भी सूचना से संतुष्ट हों सके।

मीडिया में प्रयुक्त भाषा की दशा :-

वर्तमान में विभिन्न प्लेट फॉर्म्स पर ऐसी भाषा का उपयोग किया जा रहा है जिससे अधिक से अधिक लोग उत्तेजित हो उसी प्लेटफार्म का इस्तेमाल करें। टीवी न्यूज़ चैनलों में व्यूवरशिप पाने के लिए हर मर्यादा का

हनन पहले ही किया जा चुका है और आये इन चैनलों पर चर्चा के नाम पर अभद्र भाषा और लड़ाई दिखाई जा रही है। सोशल मीडिया भी इससे नहीं बच पाया है और विभिन्न मतों के समर्थक विपरीत मत को नीचा दिखाने में कोई कसर नहीं छोड़ रहे हैं दूसरी और इन्ही प्लेटफॉर्म पर स्वतंत्र पत्रकारिता भी मौजूद है। आज जहां आप पल-पल की खबर अपने मोबाइल पर प्राप्त कर सकते हैं तो यह अत्यंत आवश्यक हो गया है कि परोसी जाने वाली सूचना की जांच पड़ताल भी कर ली जाए। आये दिन चंद व्यूज पाने के लिए उत्तेजना पूर्ण झूठी जानकारी को फैलाया जाता है इसलिए सूचना केवल आधिकारिक और विश्वसनीय स्रोत से ही प्राप्त करें।

वर्तमान में मीडिया चाहे प्रिंट हो या इलेक्ट्रॉनिक अधिकतम ऐसी भाषा का प्रयोग कर रहा है जिसमें उत्तेजना अधिक है और सारगर्भिता कम। ऐसी भाषा पाठक को तात्कालिक रूप से संतुष्ट तो कर सकती है लेकिन दीर्घकाल में मनोस्थिति पर विपरीत प्रभाव डाल सकती है।

आज हम देख सकते हैं कि सोशल मीडिया पर एक पोस्ट से एक ओर दंगा भड़काया जा सकता है तो वहीं दूसरी ओर समाज सेवा के लिए चंदा इकट्ठा किया जा सकता है। फूहड़ता फैला रही और राष्ट्रीय सुरक्षा को खतरा साबित हुई टिकटोक जैसी एप्स पर सरकार द्वारा बैन भी लगाया गया है और इस ओर और अधिक प्रयास करने की जरूरत है। मीडिया का कार्य मौलिक और प्रमाणित सूचना पहुँचाना है लेकिन इसी सूचना से छेड़छाड़ कर यदि एक पक्ष को अधिक महत्त्व दिया जाए तो ऐसी सूचना समाज के लिए घातक हो सकती है।

व्यवसाय में मीडिया की भूमिका :-

आप चौराहे पर एक वस्तु का विज्ञापन लगाएं उसे एक दिन में कितने ही लोग देख सकते हैं वहीं अगर यही विज्ञापन आप सोशल मीडिया पर लगाएं तो एक तो आपका विज्ञापन बिना देखे कोई आगे नहीं बढ़ सकता दूसरा आपका विज्ञापन सिर्फ चौराहे तक ही सीमित न होकर इंटरनेट की दुनिया में हर उसी व्यक्ति को दिखाया जा सकता है जिसके द्वारा उस वस्तु को खरीदने की संभावना अधिक है। यदि आपका व्यवसाय नया है तो आप पूर्णतया केवल मीडिया विज्ञापनों से ग्राहक ला सकते हैं, ऑनलाइन पेमेंट से पैसे प्राप्त कर सकते हैं और कूरियर के माध्यम से सामान भिजवा सकते हैं। टाइम्स ऑफ़ इंडिया में छपे एक लेख के अनुसार वर्ष 2021 में भारत में 190 मिलियन ऑनलाइन खरीदार थे और आज जब स्मार्टफ़ोन घर-घर में पहुँच चुका है तो ऐसी स्थिति में मीडिया का झुकाव भी मोबाइल की तरफ अधिक हो गया है। एक मिनट की रील में अधिक से अधिक सूचना देने की तो जैसे होड़ लगी है। अमेज़न और फ्लिपकार्ट जैसे ऑनलाइन रिटेल बाजार कुल बाजार का 6.5 प्रतिशत हिस्सा बन चुके हैं और इसके अगले पांच वर्षों तक 30 प्रतिशत प्रति वर्ष की गति से बढ़ने की संभावना है।

एक और ऑनलाइन बाजार से उपभोगता घर बैठे-बैठे सामान मंगवा सकता है वहीं दूसरी ओर सतर्कता न बरतने पर यहाँ साइबर फ्रॉड्स भी हो सकते हैं। द हिन्दू बिजनस लाइन के अनुसार 2021 में साइबर अपराधों में 60 प्रतिशत अपराध साइबर फ्रॉड के थे। कोरोना काल में इंटरनेट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की शक्ति का ज्ञान बच्चे-बच्चे तक पहुँच जाने के बाद आज यह हमारे जीवन का अभिन्न अंग बन चुका है। उपभोगता संरक्षण अधिनियम 2019 में भी भ्रामक विज्ञापन व उनके निर्माताओं और प्रसारकों पर जुर्माने का प्रावधान किया गया है ताकि उपभोगता के हितों की रक्षा की जा सके। उपभोगतावाद की इस संस्कृति का उल्लेख श्यामचरण दुबे जी के लेख में भी मिलता है।

मीडिया में प्रयुक्त भाषा की दिशा :-

मीडिया द्वारा प्रसारित सूचना सम्पूर्ण समाज के लिए होती है। समाज में मानसिक, बौद्धिक व शैक्षणिक स्तर भिन्न-भिन्न होने के कारण भाषा का स्तर ऐसा होना चाहिए कि उसे औसत पाठक भी समझ पाए (समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक डॉ. संजीव भानावत, पृ. 38)। दूरदर्शन पर प्रसारणों की भाषा के सम्बन्ध में डॉ. सविता चड्ढा ने लिखा है कि "टेलीविज़न के लिए समाचार लिखते समय एक तो भाषा के लिखित तथा मुद्रित रूप को उच्चरित रूप देना होता है और दूसरे उसे चित्र तथा फिल्म की मांग के अनुसार लिखना होता है। चित्र अपने आप बोलता है" (हिंदी पत्रकारिता सिद्धांत एवं स्वरूप डॉ. सावित्री चड्ढा, पृ. 82)। टेलीविज़न धारावाहिकों की भाषा आम लोगों की भाषा होनी चाहिए।

आजकल हिंदी और अंग्रेजी को मिलाकर मिलीजुली या हिंगलिश या खिचड़ी भाषा के रूप में एक नयी भाषा गढ़ी जा रही है लेकिन यह ठीक नहीं है क्योंकि प्रसार भारती के आज भी अधिकतम श्रोता और दर्शक ग्रामीण और शहरी निचले कुनबे के हैं जो निपट और देसी ठेठ भाषा ही समझते हैं। रेडियो समाचार प्रसारणों की भाषा सरल, सुबोध, सुगम एवं आकर्षक शैली युक्त होनी चाहिए (डॉ. एनसी पंत हिंदी पत्रकारिता का विकास पृ. 264)। एक अच्छा संपादक कम शब्दों में अधिक जानकारी देता है। विज्ञापन भ्रामक न होकर सटीक और सत्य होने चाहियें। साइबर फ्रॉड्स के लिए और अधिक कठोर कानून बनाने की जरूरत है। आज जब हमारा बैंक से लेकर पुस्तकालय सब मोबाइल हो गया है तो इसके इस्तेमाल में भी सावधानी बरतनी चाहिए।

निष्कर्ष :-

आज मीडिया वैश्विक पटल पर अपनी शक्ति का लोहा मनवा चुका है और इससे सभी लाभ उठा रहे हैं। व्यावसायिक दृष्टि से मीडिया खरीदार को विक्रेता से तुरंत जोड़कर एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। आज जो जितना दिख रहा है वही उतना बिक रहा है। प्रिंट तथा इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की भाषा सामान्यतः बोलचाल की भाषा होनी चाहिए तथा वाक्य छोटे और रोचक होने चाहियें। अंग्रेजी व अन्य भाषाओं के प्रचलित शब्दों को सहजता से अपनाया जाना चाहिए। अप्रचलित कठिन शब्दों से बचना चाहिए। भाषा ऐसी होनी चाहिए कि सभी वर्गों के लोग उसे समझ सकें। आज मीडिया एक माचिस की तीली की तरह बन चुका है इससे आप अपना चूल्हा भी जला सकते हैं और पड़ोसी का घर भी, सब कुछ आपके विवेक पर निर्भर करता है।

सन्दर्भ ग्रन्थ :-

1. समाचार लेखन के सिद्धांत और तकनीक डॉ. संजीव भानावत, पृ. 38
2. हिंदी पत्रकारिता सिद्धांत एवं स्वरूप डॉ. सावित्री चड्ढा, पृ. 82
3. डॉ. एन.सी. पंत हिंदी पत्रकारिता का विकास, पृ. 264
4. पत्रकारिता परिचय, विश्लेषण, डॉ. प्रीताव्यास, पृ. 101
5. सम्पादन कला एवं प्रूफ पठन, डॉ. हरिमोहन, पृ. 90
6. पत्र और पत्रकार श्री कमलापति त्रिपाठी परुषोत्तम दास टंडन, पृ. 143
7. हिंदुस्तान रेडियो उद्घोषणा में कैरियर की संभावनाएं वाराणसी संस्करण में उमेश चंद्र पाठक का लेख, मार्च 2005

8. प्रयोजन मूल्य हिंदी की नई भूमिका कैलाशनाथ पांडेय, पृ. 334
9. उपभोक्तावाद की संस्कृति लेख श्यामचरण दुबे।
10. सुधीश चौधरी साइबर स्पेस और मीडिया।
11. संचार माध्यम एवं संचारक भारतीय जनसंचार संस्थान, नई दिल्ली।
12. मीडिया विमर्श।



पत्रकारिता के विभिन्न प्रकार एवं प्रभाव (ग्रामीण विकास के विशेष संदर्भ में)

श्री. लाइलेमशाक पी. नदाफ

पीएच.डी. शोधार्थी, उच्च शिक्षा और शोध संस्थान, दक्षिण भारत हिंदी प्रचार सभा, चेन्नई, धारवाड़ केंद्र।

जीवन की विविधता और नित नूतन साधनों की प्रचुरता ने पत्रकारिता को बहु आयामी बना दिया है। वर्तमान परिप्रेक्ष्य में पत्रकारिता मनुष्य जीवन के प्रत्येक पहलू से प्रभावित होकर हर पहलू को प्रभावित कर रही है। परस्पर निर्भयता और समन्वयकरण के कारण यह समाज का दर्पण बन गई है। इसकी लोकप्रियता और प्रभाव को देखते हुए ही इसे लोकतंत्र का 'चौथा स्तंभ' कहा जाता है। आज पत्रकार अपनी रुचि एवं प्रवृत्ति के अनुरूप अपने लिए विशिष्ट क्षेत्रों का चयन कर रहे हैं। 'समाचार पत्र जनता की संसद है जिसका अधिवेशन सदा चलता रहता है। इस समाचार-पत्र रूपी संसद का कभी सत्रावसान नहीं होता। जिस प्रकार संसद में विभिन्न प्रकार की समस्याओं पर चर्चा की जाती है, विचार-विमर्श किया जाता है, सरकार का ध्यान आकृष्ट किया जाता है, उसी प्रकार समाचार पत्रों का स्वरूप भी व्यापक तथा बहुआयामी होता है। यह पत्रकारिता विविध जन समस्याओं को प्रशासन के सम्मुख प्रस्तुत कर उस पर रचनात्मक बहस को भी प्रोत्साहित करती है।'¹

पत्रकारिता के विविध प्रकार माने जाते हैं।

1. खोजी पत्रकारिता (Investigative Journalism) :-

"जब कोई व्यक्ति, संस्था, संगठन या अधिकारी किसी तथ्य को छिपाने की कोशिश करता है तो वहाँ अन्वेषी अथवा खोजी पत्रकारिता की प्रविधि का प्रयोग किया जाता है।"² पत्रकारिता के क्षेत्र में एक पत्रकार को कभी जासूस, कभी वकील तो कभी जज की भूमिका निभानी पड़ती है। खोजी पत्रकारिता के क्षेत्र में पत्रकार को जासूस के गुणों को आत्मसात करना पड़ता है तभी उसे सफलता प्राप्त होती है।

2. आर्थिक पत्रकारिता (Economic Journalism) :-

आज जीवन का प्रत्येक क्षेत्र अर्थ से प्रभावित है। सभी अर्थोपार्जन के पीछे दीवाने हैं। मनुष्य के जीवन में अर्थ की महत्ता सर्वोपरी होती है। अर्थ के बिना जीवन की कल्पना नहीं की जा सकती। विश्व के सभी देशों के आपसी संबंध आर्थिक और व्यापारिक संबंधों पर ही निर्भर रहते हैं। इसी अर्थ से संबंधित सभी क्रियाकलापों को उजागर करने के लिए आर्थिक पत्रकारिता विकसित हो रही है।

हमारे देश में हिंदी आर्थिक पत्र-पत्रिकाओं में 'द इकोनामिक टाइम्स', 'दैनिक अकोला बाजार समाचार', 'व्यापार भारती' और 'फाइनेन्शियल एक्सप्रेस', 'रिसाला बाजार', 'उद्योग भारती', 'उद्यम', 'अमर उजाला', 'समूह

कारोबार', 'व्यापार भारती' विशेष रूप से चर्चित और लोकप्रिय हैं। अर्थशास्त्र, वाणिज्य, व्यापार प्रबंधन आदि विषयों का तकनीकी ज्ञान रखने वाले लोग इस क्षेत्र में सफलता प्राप्त कर सकते हैं।

3. ग्रामीण पत्रकारिता (Rural Journalism) :-

भारत गाँवों का देश है। आज भी हमारे देश की 70 प्रतिशत जनता गाँवों में निवास करती है। हम चाहे जितने भी आधुनिक हो जाएँ लेकिन हमारे जीवन जीने का आधार, हमारी भारतीय संस्कृति की पहचान, हमारा गाँव है, जो आज भी पिछड़ा हुआ है जिसके मूल में संचार रिक्तता है। देश की ग्रामीण जनता की समस्याओं, उनकी आशा आकांक्षाओं को पत्रकारिता के माध्यम से प्रस्तुत करना समाचार-पत्रों का दायित्व है। किन्तु इस ओर ध्यान नहीं दिया जा रहा है।

हमारा देश कृषि प्रधान देश है, परंतु खेदपूर्ण बात यह है कि अब तक जितना विकास इस क्षेत्र में होना चाहिए था उतना नहीं हुआ है। हमारे देश में ज्यादातर कृषकों को इस बात की जानकारी नहीं है कि वैज्ञानिक आविष्कारों के साधनों से फसल दुगुनी उगाई जा सकती है तथा किस मौसम में कौन सा बीज, खाद का प्रयोग किया जाए, इससे वे खुद की हानी करने के साथ ही राष्ट्र को भी क्षति पहुँचा रहे हैं।

कृषि पत्रकारिता द्वारा इस क्षति की पूर्ति की जा सकती है। इसके द्वारा किसानों के हित के लिए उनके काम में नवीन खोज अपनाने के लिए आसानी से प्रेरित किया जा सकता है। कृषि पत्रकारिता के अंतर्गत निम्नलिखित विषय प्रकाशित होते हैं—

- | | |
|-----------------------------|-------------------------|
| 1. कृषि अर्थशास्त्र | 2. मृदा एवं कृषि रसायन |
| 3. कीटशास्त्र और जीवविज्ञान | 4. कृषि प्रसार |
| 5. पशुपालन व दुग्ध उद्योग | 6. पादप क्रिया शारीरिकी |
| 7. वंशगति और प्रादप प्रजनन | 8. भूमि संरचना |
| 9. पादप रोग विज्ञान | 10. उद्यान शास्त्र |

इसके अतिरिक्त हिंदी कृषि पत्रकारिता में बाजार भाव, दुग्ध उत्पादन, फल उत्पादन, फसल रिपोर्ट, तिलहन, अनाज के भाव, मंडी की ताजा खबरें, मौसम का समाचार, आगामी योजनाओं की खबरें प्रकाशित होती हैं।

4. व्याख्यात्मक पत्रकारिता (Interpretative Journalism) :

पुरानी मान्यता थी कि सफल संवाददाता वही होगा जो महर्षि नारद की तरह घुमक्कड़ होगा, दौड़-धूप के बाद तथ्य एकत्र करता और सुनाता होगा। समय की गति-बदली। आज विज्ञान की वरदान रूपी समाचार एजेंसियाँ कार्यरत हैं जो पलक झपकते ही समाचार पहुंचाने का कार्य कर रही हैं। अत्याधुनिक आविष्कार इंटरनेट तो समाचारों का भंडार है। पत्रकारिता के प्रारंभिक दौर में घटना को यथातथ्य प्रस्तुत करना ही पर्याप्त माना जाता था। वर्तमान परिस्थितियों में पाठक घटनाओं को प्रस्तुत करने से मात्र संतुष्ट नहीं होता। पाठकों की इसी संतुष्टि के लिए संवाददाता घटना की पृष्ठभूमि एवं कारणों की गहराई में खोज करता है। पृष्ठभूमि के बाद वह समाचार का विश्लेषण भी करता है। इस विवेचन-विश्लेषण से पाठकों को घटना से जुड़े विभिन्न मुद्दों की जानकारी प्राप्त होगी। 'टाइम्स ऑफ इंडिया' के 'न्यूस एनलैसिस' (News Analysis) तथा राजस्थान पत्रिका के 'मंथन' आदि स्तंभ व्याख्यात्मक पत्रकारिता के प्रतीक हैं। समग्र रूप में समाचारों का मूल्यांकन करना ही व्याख्यात्मक

पत्रकारिता है।

6. **संदर्भ पत्रकारिता (Reference Journalism) :-**

आधुनिक पत्रकारिता के अंतर्गत संदर्भ पत्रकारिता का विशिष्ट स्थान है। संदर्भ सेवा का अर्थ है, संदर्भ सामग्री को उपलब्ध कराना। पत्रकारिता के क्षेत्र में कार्यरत पत्रकार, प्रधान संपादक, उप संपादकों को लेख लिखते समय अनेकों बार कुछ ऐसी सामग्रियों की आवश्यकता पड़ती है, जो पूर्व में किसी पत्र-पत्रिका, जर्नल आदि में प्रकाशित हो चुकी रहती हैं। यह किसी भी विषय का हो सकता है – ज्ञान-विज्ञान, इतिहास, कला, साहित्य, व्यक्ति-विशेष, समसामयिक घटना आदि। इन आवश्यकताओं की पूर्ति हिंदी संदर्भ पत्रकारिता करती है।

7. **खेल पत्रकारिता (Sports Journalism) :-**

खेलकूद का मनुष्य के जीवन में बहुत महत्व है। प्राचीन काल में भी स्वास्थ्य और मनोरंजन की दृष्टि से खेलों को अत्यधिक महत्व दिया जाता था। खेलने से स्वास्थ्य उत्तम रहता है और शारीरिक, मानसिक विकास होता है। आधुनिक जीवन में खेलों तथा खिलाड़ियों का महत्व अत्यधिक हो गया है। अंतरराष्ट्रीय स्तर पर खेलों का आयोजन किया जाता है जिसमें विश्व भर के चुने हुए खिलाड़ी भाग लेते हैं। 'खेल-खिलाड़ी', 'क्रिक साम्राट', 'स्पोर्ट्स वीक', 'खेल युग', 'खेल हलचल' आदि अनेक हिंदी पत्रिकाएँ विश्व भर की खेल हलचलों को अपने पत्र में स्थान देती हैं। ऐसी पत्रिकाओं के प्रकाशन से खेल पत्रकारिता को निश्चित ही प्रोत्साहन मिला है।

8. **बाल पत्रकारिता (Child Journalism) :-**

बच्चे देश के भविष्य होते हैं। कल उन्हें ही देश की सेवा का दायित्व सम्हालना है। बच्चों का स्वास्थ्य एवं समुचित विकास हो इसके लिए जहाँ परिवार, समाज, राष्ट्र को जिम्मेदारी निभानी पड़ती है वहीं पत्रकारिता का यह उत्तरदायित्व होता है कि बच्चों के संतुलित विकास में योगदान दें। बच्चों में अनंत जिज्ञासा होती है। ये दुनिया के हर विषय जानने को उत्सुक रहते हैं। उनकी जिज्ञासा की शांति के लिए पत्रकारिता प्रयत्नशील रही है। यही बाल पत्रकारिता कहलाई। बच्चों के लिए आज हिंदी के अनेकों पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं जिनमें रंग-बिरंगे, फूल-पत्तियों, कार्टूनों से सजी-धजी मनोरंजक कविता, चुटकुले, रिपोर्टाज आदि का समावेश रहता है। इन हिंदी पत्रिकाओं की भाषा सरल एवं सहज रहती है। पत्रिकाओं के अलावा समाचार पत्रों में एक पृष्ठ खास बच्चों के लिए रखा जाता है।

इस समय हिंदी की बाल पत्रिकाएँ 'बाल सखा', 'पराग', 'शिशु', 'चंदामामा', 'बालक', 'नंदन', 'किशोर', 'चुन्नू-मुन्नू', 'गुड़ियाँ', 'बाल भारतीय', 'सरस सलिल' आदि के नाम से निकल रही हैं। इनमें विशेषकर ज्ञानवर्धक लेख, कविताएँ, कहानियों को छापा जाता है। मासिक, पाक्षिक रूप में छपनेवाली इन पत्रिकाओं का बच्चे बेसब्री से इंतजार करते हैं। बाल पत्रिका एक प्रकार से सृजनात्मक पत्रकारिता है जो बच्चों के हृदय में कोमल भावनाओं को जागृत करती है। उन्हें शिक्षित करती है तथा उनका मनोरंजन करती है।

9. **विज्ञान पत्रकारिता (Science Journalism) :-**

आधुनिक काल में विज्ञान की उपलब्धियों को जनता तक पहुँचाने के लिए विज्ञान पत्रकारिता का जन्म हुआ। 'विज्ञान पत्रकारिता वस्तुतः विज्ञान से संबंधित समाचारों, सूचनाओं, अनुसंधान उपलब्धियों को समाचार-पत्रों, पत्रिकाओं, समाचार सेवाओं, भित्ति समाचार-पत्रों, समाचार एजेंसियों एवं दूरदर्शन आदि संचार माध्यम से लेखन की विविध विधाओं के रूप में लिखकर अनुवाद करके और संपादित तथा मुद्रित करके जन-सामान्य तक पहुँचाने

की कला है।³

हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता की शुरुआत देश में मुद्रण की शुरुआत के साथ हुई है। पहले 'दिग्दर्शन' में विज्ञान संबंधित लेख छपते थे। बाद में 1868 में 'कवि वचन सुधा' तथा 1873 में 'हरिश्चंद्र म्यागजीन' में विज्ञान से संबंधित लेख नियमित रूप से छपने लगे। भारतेंदू हरिश्चंद्रजी ने इन दोनों पत्रिकाओं में विज्ञान लेखन को प्रोत्साहन दिया। भारतेंदू की प्रेरणा से अनेक पत्रिकाओं में विज्ञान से संबंधित लेख हिंदी में नियमित रूप से छपने लगे। 1905 में इलाहाबाद में विज्ञान परिषद् ने 'विज्ञान' के नाम से पहला मासिक-पत्र प्रारंभ किया था। इसके बाद लगभग 25 विज्ञान पत्रिकाएँ निकलीं। उनमें कुछ प्रमुख पत्रिकाएँ इस तरह हैं 'आयुर्वेद केसरी' (1925 कानपुर), 'आयुर्वेद प्रदीप' (1921, मुजफ्फर नगर), 'आयुर्वेद - विज्ञान' (1927 लाहौर), 'उद्यम' (1919 नागपुर), 'किसान' (1919-फतेहपुर), 'कृषि' (1918, आगरा), 'धन्वन्तरी' (1924, अलीगढ़), 'भूगोल' (1924 प्रयाग), 'हलधर' (1924 इटावा) आदि।

10. फिल्म पत्रकारिता (Film Journalism) :-

फिल्मों से सारा समाज प्रभावित है। दर्शकों को प्रभावित करने की इसमें अद्भुत क्षमता है। अतः पत्रकारिता भी उससे अछूति नहीं है। फिल्मों की समीक्षा, नये फिल्मों की जानकारी, शूटिंग रिपोर्ट, फिल्मी कलाकारों के साक्षात्कार, मुहूर्त आदि फिल्म पत्रकारिता के प्रमुख पक्ष हैं।

फिल्म पत्रकारिता का इतिहास बहुत पुराना नहीं है। 1913 से 1930 तक सभी फिल्में मूक थीं। 1913 को ढूँढीराज गोविंद फाल्के द्वारा निर्मित 'राजा हरिश्चन्द्र' भारत का प्रथम चलचित्र माना गया है। प्रथम सवाक चलचित्र 'आलम आरा' का निर्माण 14 मार्च 1931 को हुआ जिसके निर्माता आदैश्वर इरानी थे। इस फिल्म से आम जनता तेजी से प्रभावित हुई थी। सन् 1931 में इंदौर से प्रथम मासिक फिल्म पत्रिका प्रकाशित हुई जिसका नाम था 'मंच'। सन् 1932 में दो पत्रिकाएँ प्रकाशित हुईं जिनके नाम इस प्रकार हैं- 'रंगभूमि' और 'नवचित्रपट'। रंगभूमि साप्ताहिक पत्रिका थी। इसके संपादक लेखराम थे। 1932 से लेकर आज तक हिंदी फिल्मपत्र-पत्रिकाओं की संख्या में काफी वृद्धि हुई है। हिंदी के कुछ प्रमुख पत्र-पत्रिकाएँ इस प्रकार हैं- 'स्क्रीन', 'आसपास', 'ऊर्वशी', 'फिल्म फेयर', 'स्टारडस्ट', 'फिल्म वर्ल्ड', 'सिने ब्लिट्ज़', 'सिने पोस्ट', 'फिल्मी कलियाँ' आदि। इसके अलावा आज हर एक समाचार-पत्र में हफ्ते में एक बार एक स्तंभ अलग से छपता है। इसमें फिल्मी सितारों के रंग-बिरंगे तस्वीरें तथा उनके बारे में जानकारी दी जाती है।

11. वृत्तांत पत्रकारिता (Commentary Journalism) :-

किसी स्थान पर चल रहे समारोह, मेला, प्रतियोगिता, उत्सव, लोकसभा का अधिवेशन इत्यादि का दूरदर्शन और आकाशवाणी द्वारा प्रसारण करना पत्रकारिता की एक प्रमुख विधा है। पत्रकारिता की यही विधा वृत्तांत पत्रकारिता कहलाई।

12. रेडियो पत्रकारिता (Radio Journalism) :-

भारत में रेडियो पत्रकारिता का इतिहास लगभग 70 वर्ष पुराना है। आकाशवाणी की शुरुआत 1936 में "All India" के नाम से की गयी तभी से यह लगातार कार्यरत है। रेडियो प्रसार माध्यमों में महत्वपूर्ण स्थान रखता है। यह जीविका का माध्यम तो है ही साथ ही साथ इसके द्वारा शैक्षिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक, सामयिक राजनीतिक, धार्मिक, सामाजिक घटनाओं से संबद्ध रपटें भी हिंदी में प्रकाशित की जाती हैं। परिवार, बाल-जगत,

युव-वाणी, प्रहसन, काव्य गंगा, साहित्यिकी, ग्राम सभा, कृषि-दर्शन आदि स्तंभों के द्वारा रेडियो जनसाधारण का स्वास्थ्य मनोरंजन के साथ ज्ञानवर्धन करता है। अब जिन हिंदी रेडियो पत्रिकाओं का प्रकाशन होता है उनमें प्रमुख हैं— साप्ताहिक पत्रिका शतदल (साहित्यिक), हमारी दुनिया (साप्ताहिक पत्रिका कार्यक्रम अंजोर। शैक्षिक, साहित्यिक एवं राजनीतिक के साथ समसामयिक) बाल पत्रिका पिटारा (हास्य, ज्ञानवर्धक निबंध, कहानी, कविता, शैक्षिक प्रसारण), गुलमोहर (कथा लेख कविता), संभावना, काव्य गंगा आदि।

हिंदी साप्ताहिक साहित्यिक पत्रिका 'शतदल' का सर्वोच्च स्थान है। इसमें साहित्य की विविध विधाओं (कथा, उपन्यास, समीक्षा, काव्य, प्रहसन) पर प्रकाशन एवं प्रसारण की व्यवस्था है। शतदल के अंक दरभंगा, भागलपुर, पटना, राँची एवं जमशेदपुर से प्रकाशित होते हैं। समाचार बुलेटिन, समाचार— दर्शन, सामयिक समीक्षा, व्याख्यात्मक सामग्री, ध्वनि—संपादन समाचार वाचन एवं विविध प्रकार की प्राविधिक जानकारी को रेडियो पत्रकारिता के अंतर्गत समाहित किया गया है।

13. टेलीविजन पत्रकारिता (Television Journalism) :-

भारत में दूरदर्शन की शुरुआत 15 दिसंबर 1959 को दिल्ली में हुई। 15 दिसंबर 1959 से लेकर 1976 तक यह 'आकाशवाणी' का अंग माना जाता था परंतु अप्रैल 1976 को दूरदर्शन को आकाशवाणी से अलग कर दिया गया तथा दूरदर्शन महानिदेशालय की स्थापना कर दी गयी। रंगीन प्रसारण की शुरुआत उपग्रह (इन्सेट-1) के द्वारा की गयी। आज देश के अधिकाधिक भागों में उपलब्ध हो चुका है। देशी इनसेटों के द्वारा इसका प्रसारण देश के कोने-कोने में किया जा रहा है।

14. फोटो पत्रकारिता (Photojournalism) :-

वर्तमान युग में सचित्र विवरण की माँग अधिक है। चित्रों की प्रस्तुति से घटना की विश्वसनीयता बढ़ती है। फोटो पत्रकार समाचार से संबंधित फोटो जैसे गोष्ठी, वैज्ञानिक उपकरण, राष्ट्रीय अंतरराष्ट्रीय समझौते बैठक, समारोह, वैज्ञानिक उपकरणों, आविष्कारों, पशु-पक्षियों, ऐतिहासिक भवनों, प्राकृतिक दृश्यों, फैशन शो आदि के चित्र लेकर उसे समाचार के साथ प्रकाशित करते हैं। चित्रों की प्रिंटिंग, एनलाइजिंग, फोटो फिनिशिंग एवं रसायनिक क्रियाओं का ज्ञान, चित्रों के अनुसार हिंदी में शीर्षक लिखने की कला फोटो पत्रकारिता के लिए आवश्यक है। एक चीनी लोकोक्ति के अनुसार 'दस हजार शब्दों वाले विशालकाय विवरणों से अधिक प्रभावकारी और आकर्षक एक चित्र होता है।'⁴

ग्रामीण क्षेत्रों में समाचार पत्र एवं पत्रिकाओं का प्रभाव :-

सड़कों पर तेज रफतार दौड़ते वाहन, मनोरंजन के चमकते-दमकते उद्योग, उत्पाद उगलते कारखाने और भरते खजाने, अंतरिक्ष में अनुसंधान, प्रौद्योगिकी में आत्मनिर्भरता, दुनिया के कोने-कोने से आते सैलानी। इन्हीं सबसे कोई देश समृद्ध और आत्मनिर्भर तो हो सकता है किंतु विकसित नहीं। किसी देश के विकसित होने का अर्थ है उसके निवासियों का सर्वांगीण विकास और उस परिवेश का विकास, जहां वो रहते हैं ताकि वैयक्तिक अथवा सामुदायिक विकास की तमाम प्रक्रियाओं के लिए अनुकूल माहौल सहज रूप से उपलब्ध हो सके। भारत जैसे देश के निवासियों की बहुसंख्या चूंकि गांवों में बसती है इसलिए उसके संदर्भ में समूचे देश के विकास का अर्थ है दरअसल ग्रामीण विकास।

ग्रामीण विकास की प्रक्रिया और उसकी प्रविधि जितनी आसान प्रतीत होती है, वस्तुतः उतनी ही कठिन

है। समग्र और सार्थक ग्रामीण विकास के लिए देश, काल व परिस्थिति तीनों के प्रति उनके संपूर्ण आयामों में एक साथ गौर करते हुए प्रयासरत रहना जरूरी है। कहना न होगा कि ऐसा तभी हो पाएगा, जब सूचना की उपलब्धता से लेकर जागरूकता प्रसार और अनुभवों के आदान-प्रदान तक को संभव बनाने वाले संसाधन प्रचुरता से हासिल हों। ऐसे ही हासिल संसाधनों का नाम है संचार माध्यम जो अनादिकाल से लेकर अब तक ग्रामीण विकास में भरपूर योगदान करते आ रहे हैं। संख्या में अनेक इन संचार माध्यमों की श्रेणिवार झलक और ग्रामीण विकास के विभिन्न प्रकल्पों में उनके योगदान की परिदृश्यात्मक विवेचना इस प्रकार है :-

चिट्ठी-पत्रों जैसे लघु आकारों से लेकर अखबारों सरीखे विराट स्वरूप तक पसरी मुद्रित शब्दों व चित्रों की इस दुनिया के सभी माध्यम प्रकारों का असर ग्रामीण क्षेत्रों पर अपनी-अपनी तरह से है किसी का बहुत ज्यादा, तो किसी का बहुत कम। इस श्रेणी के संचार माध्यमों में से असर के लिहाज से अखबार जहां सबसे आगे है, वहीं विशेष पत्रिकाएं सबसे पीछे। इन अखबारों में मुख्यतः वे अखबार शामिल हैं जो दैनिक रूप से प्रकाशित और प्रसारित होते हैं। साप्ताहिक, पाक्षिक जैसी अन्य अवधि वाले अखबारों का असर दैनिक अखबारों से कमतर है।

‘जिन भारतीय गांवों तक इस कोटि के संचार माध्यमों की नियमित पहुंच है, उनमें जून 2002 तक की स्थिति के अनुसार अखबारों का प्रभाव 52.36 प्रतिशत क्षेत्रों तक रहा है। विकास की तमाम सरकारी योजनाओं की बाबत विस्तृत जानकारी उन्हें अमूमन अखबारों के जरिए ही मिलती है और उनसे संलाभ प्राप्त करने की दिशा में कदम बढ़ाने पर यदि राह में कुछ रोड़े उन्हें अटकते दिखते हैं तो अखबार ही मंच बनकर उनकी आवाज भी बुलंद करते हैं। आम ग्रामीणों को जन-स्वास्थ्य, साक्षरता, पर्यावरण जैसे तमाम संदर्भों में और अपने अधिकारों आदि के प्रति उन्हें जाग्रत करने में भी अखबारों की खासी भूमिका रही है। चेतना के इस प्रसार की परिणति भी अंततः ग्रामीण विकास में होती है।’⁵

ग्रामीण विकास के विभिन्न प्रकल्पों में अखबारों का योगदान और भी बढ़ सकता है। बशर्ते गांवों से निरक्षरता को पूरी तरह खदेड़ दिया जाए। आँकड़ों के अनुसार “अन्य माध्यम प्रकारों के बीच अखबार जिन ग्रामीणों की रुचि का विषय हैं, उनमें सर्वाधिक संख्या (46.18 प्रतिशत) पुरुषों की है और उसके बाद है महिलाओं (32.47 प्रतिशत) का स्थान, जबकि 19 वर्ष तक की आयु के शटीनएजर बच्चे व किशोर (21.35 प्रतिशत) इस मामले में सबसे पीछे हैं। (सारणी-1)”⁶

ग्रामीण क्षेत्रों में प्रभाव की दृष्टि से अखबारों के बाद स्थान आता है पत्रिकाओं का। हालांकि उन दोनों के बीच ढाई गुना से अधिक का अंतर है, मगर अखबारों के बाद ही सही, पत्रिकाओं का महत्व इसलिए भी है क्योंकि इस कोटि के शेष माध्यम प्रकार गांवों में उनसे भी कहीं कम प्रभावी साबित होते हैं। इस वर्ग में साप्ताहिक से लेकर मासिक-त्रैमासिक और वार्षिक तक विविध अवधि की पत्रिकाएं आती हैं। मनोरंजन को अपना मुख्य स्वर बनाए रखने के बावजूद पत्रिकाएं शिक्षा और सूचना भी प्रदान करती हैं। उनकी सामग्रियों का अंदाजे बयां भी ठेठ समाचारी के बजाय चूंकि रोचक और अमूमन विश्लेषणात्मक होता है, इसलिए ग्रामीण जनमानस पर उनके प्रभाव की व्याप्ति अखबारों से कम होने के बावजूद अपेक्षाकृत अधिक टिकाऊ होती है।

जिन गांवों में पत्र-पत्रिका श्रेणी के संचार माध्यमों की नियमित पहुंच है, उनमें पत्रिकाओं का प्रभाव जून 2002 तक की स्थिति के अनुसार 19.42 प्रतिशत क्षेत्रों तक रहा है। प्रदूषण मुक्ति, जल संरक्षण, दलित उत्थान,

वन संरक्षण जैसे उन तमाम प्रकल्पों में पत्रिकाएं ज्यादा कारगर ठहरती हैं जिनमें प्रयासों के सातत्य की जरूरत पड़ती है अथवा जिनके अभियान दीर्घकालिक होते हैं क्योंकि फिर जनचेतना की व्यापकता और सघनता ही उनकी सफलता में निर्णायक साबित होती हैं। 'आम गांवों में दलित जागरण का आज जो स्वरूप उभरकर आया है, उसकी पीठिका तैयार करने में पत्रिकाओं ने खासा श्रम किया है जो गांधी के जमाने से लेकर आज तक जारी है।'⁷ पर्यावरण संबंधी चेतना, निजी स्वास्थ्य के प्रति जागरूकता आदि भी कुछ ऐसे ही उदाहरण हैं।

संदर्भ सूची :-

1. हिंदी पत्रकारिता कल, आज और कल-सं, सुरेश गौतम, वीणा गौतम, पृ. सं. - 42
2. पत्रकारिता विविध विधाएँ - डॉ. राजकुमारी रानी, पृ. सं. - 36
3. कमलेश सिंह 'स्वतंत्रता पूर्व हिंदी में विज्ञान पत्रकारिता' लेख - राजभाषा भारती, पृ. सं. 62.
4. जनसंचार और हिंदी पत्रकारिता - डॉ. अर्जुन तिवारी - पृ. सं. 121.
5. कुरुक्षेत्र, अक्तूबर 2003 - आलेख ग्रामीण विकास में जनसंचार माध्यमों का योगदान रू एक परिदृश्य, लेखक कृष्ण कल्कि - पृ. सं. 6.
6. कुरुक्षेत्र, अक्तूबर 2003 - आलेख ग्रामीण विकास में जनसंचार माध्यमों का योगदान रू एक परिदृश्य, लेखक कृष्ण कल्कि - पृ. सं. 6.
7. कुरुक्षेत्र, अक्तूबर 2003 - आलेख ग्रामीण विकास में जनसंचार माध्यमों का योगदान रू एक परिदृश्य, लेखक कृष्ण कल्कि - पृ. सं. 6.

ईमेल आईडी - mubarakladle@gmail.com

मोबाईल नं - 9945894964



सोशल मीडिया पर ब्लॉग लेखन

सुधांशु वाला साहू

वरिष्ठ प्राध्यापिका, हिन्दी विभाग, कलिंग इंस्टीट्यूट ऑफ शोशल साइंसेस, भुवनेश्वर, ओडिशा।

मीडिया और जीवन दोनों आपस में जुड़े हुए हैं। मीडिया जीवन की सच्चाई से रूबरू कराती है और जीवन से ही मीडिया अपना खबर ढूंढने लगने लगता है। मीडिया का सामान्य अर्थ संचार माध्यम है। टेलीफोन, टेलीविजन, रेडियो और समाचार पत्र आदि सभी मीडिया का ही रूप है। यह दुनिया भर के करोड़ों लोगों को प्रभावित करता है।

बचपन में हमें टेलीविजन देखने के लिए दूसरे गांव को जाना पड़ता था लेकिन आज के युग में मीडिया मोबाइल के अन्दर सबके हथेली में आ गया है। एक बटन को दबाते ही मन चाहे विषय पर विडियो देख व सुन सकते हैं। मीडिया के माध्यम से हम समाज से संवाद करते हैं। मीडिया को समाचार, मनोरंजन, शिक्षा, व्यापार, संचार आदि के लिए इस्तमाल किया जाता है। आज के युग में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से संचार को आसान बनाया गया है। मीडिया अपने उपयोगकर्ताओं को दुनिया की विभिन्न विषयों से अवगत कराता है 'मीडिया का मुख्य कार्य है। वास्तविकता को सामने लाना वास्तविक मुद्दों पर समाज को शिक्षित और सूचित करना, मनोरंजन करना आदि। सांस्कृतिक विकास में भी मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान है। मीडिया का कार्य, यह भी है कि समाज और दुनिया में होने वाले घटनाओं और स्थितियों के बारे में जानकारी प्रदान करना मीडिया संचार के किसी भी चैनल का वर्णन करता है। इसमें मुद्रित कागज से लेकर डिजिटल डेटा तक कुछ भी शामिल हो सकता है।

हमारा देश लोकतंत्र का देश है। लोकतंत्र में मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण है। मीडिया लोकतंत्र की रीढ़ है एक लोकतांत्रिक समाज में जनसंचार माध्यम जनमत की प्रेरक शक्ति है इससे लोकतांत्रिक मूल्य भी अनुभूत होता है। यह संतुलित तथ्य प्रदान करके लोगों को सशक्त बनाता है। यह मतदाताओं को शिक्षित करता है और सुनिश्चित करता है कि सरकार पारदर्शी और जवाबदेह है। मीडिया सरकार की हर कार्यवाहीकी रिपोर्ट करता है। जानकारी के आधार पर नागरिक सरकार के कामकाज और दिन-प्रतिदिन की घटनाओं के बारे में जान सकता है। मीडिया सरकार को उसकी अधूरी प्रतिबद्धताओं की याद दिलाता है। संसदीय लोकतंत्र केवल मीडिया की निगरानी में ही समृद्ध हो सकता है। संसद के सभी कार्य और संसद के सभी सदस्यों और उनके कार्य के बारे में बारीकी से खबर देने के लिए संसद टीवी चैनल का भी निर्माण हुआ है। मीडिया राज्य और जनता के बीच एक सेतु का काम करता है। इस प्रकार मीडिया लोकतांत्रिक सरकार के प्रहरी के रूप में कार्यरत हैं, मीडिया के बिना लोकतंत्र बिना पहिये कीगाडी के समान है।

सूचना और प्रौद्योगिकी के युग में मीडिया जनता को जागरूक, शिक्षित करने में बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। मीडिया को ऐसा कुछ भी सूचना समाज को नहीं देना चाहिए जिससे जनता विपथगामी हो और सामाजिक शांति क्षण हो जाए। एक स्वस्थ समाज के लिए हर एक व्यक्ति का मानसिक स्वास्थ्य सही होना आवश्यक है। मीडिया जनता के लिए—एक अभिव्यक्ति का एक सशक्त और महत्वपूर्ण माध्यम है।

सोशल मीडिया की परिभाषा :-

आज का युग मीडिया का युग है। हमारा भारतीय परम्परा संगठित कार्य का पक्षधर रहा है। प्राचीन ग्रामीण परम्परा में लोग खुद एक खबर को फैलाने का कार्य करते थे, दिन भर की खेती का कार्य समापन करने के बाद शाम में एकत्रित हो कर बैठ कर खेल, आध्यात्मिक चर्चा, अपने परिवार की समस्यायें और समाधान पर चर्चा, विभिन्न सामाजिक, राजनीतिक, व्यवसायिक आदि विषयों पर चर्चा किया करते थे। आज वही स्थान सोशल मीडिया ने ले ली हैं।

सोशल मीडिया दो शब्दों के मेल से बना है, सोशल और मीडिया। सोशल का अर्थ है सामाजिक और मीडिया का अर्थ है माध्यम। सोशल मीडिया का अर्थ हुआ जिन माध्यमों से हम समाज समाज से जुड़ते हैं। माध्यम से तात्पर्य उन विभिन्न तरीकों से है जिनके माध्यम से हम समाज से संवाद करते हैं।

सोशल मीडिया के उदाहरण :-

सोशल मीडिया आज के युग के लिए एक सशक्त और द्रुत गति से संप्रसारित होने वाला माध्यम है, सोशल मीडिया के अन्तर्गत कई तरह के वेबसाइट और एप्लीकेशन होते हैं। कुछ प्रमुख और लोकप्रिय सोशल मीडिया के नाम फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, व्हाट्सएप, ट्विटर, स्नैपचौट आदि हैं।

वर्तमान युग में सोशल मीडिया की आवश्यकता :-

वर्तमान युग में सोशल मीडिया आज के मानव के लिए तृतीय नेत्र के समान है। सोशल मीडिया का ज्ञान के बिना आज का मनुष्य चर्मचक्षु होते हुए भी नेत्रहीन है। 'सुबह से लेकर शाम तक मनुष्य के जीवन के दिनचर्या से लेकर शैक्षिक, व्यावसायिक, राजनीतिक, पारिवारिक आदि हर क्षेत्र में सोशल मीडिया का जादू छाया हुआ है। बच्चे से लेकर वय वृद्ध व्यक्ति तक सबको सोशल मीडिया का चस्का लगा हुआ है। आज के युग में सोशल मीडिया संचार क्रांति के रूप में दृश्यमान है।

सोशल मीडिया आज हमारे जीवन का एक अभिन्न हिस्सा बन गया है सोशल मीडिया के साथ हम रोज किसी-न-किसी विषय से जुड़ जाते हैं। सुबह के चाय के प्याले के साथ, प्रभु पूजन के आरती के साथ, शिक्षण, व्यवसाय, विभिन्न मुद्दों पर खोज करने के साथ साथ हम सोशल मीडिया से जुड़ कर रहते हैं। आज सोशल मीडिया रसोईघर तक भी पहुँच गया है। पहले जब बच्चे धीरे धीरे बड़े हो रहे थे तब नाना-नानी, दादा-दादी से कहानियाँ, चुटकुले सुनते हुए उनके गोद में लोरी सुनते हुए बड़े लाड़ प्यार से अपनी बौद्धिक शक्ति का विकास के साथ बड़े होते थे लेकिन आज के आधुनिक युग की एकल परिवार में सोशल मीडिया वही स्थान ले लिया है। बच्चे आज लोरी से लेकर बच्चों के गीत, बच्चों की पढ़ाई से सम्बन्धित सभी जानकारियाँ सोशल मीडिया से ही सुन व देख रहे हैं।

सोशल मीडिया की आवश्यकता आज हर क्षेत्र में जरूरी है। इसका सही ज्ञान और सही प्रयोग करने की आवश्यकता है। इसकी आवश्यकता को नजर में रखते हुए सभी अपने मोबाइल में कुछ नित्य प्रयोग में आने वाली

आप्स का डाउनलोड कर धीरे-धीरे उसका प्रयोग भी सिख रहे हैं।

सोशल मीडिया के कारण हुए परिवर्तन :-

सोशल मीडिया एक क्रांति है, आज सोशल मीडिया की उपयोगकर्ताओं की संख्या बढ़ती ही जा रही है, दुनिया भर में लगभग 4.8 बिलियन सोशल मीडिया अब के उपयोगकर्ता है। आज सोशल मीडिया के उपयोग से कई समस्याओं का समाधान हुआ है। जैसे सोशल मीडिया के माध्यम से किसी सूचना को कुछ ही पल में करोड़ों जनता तक पहुँचाया जा सकता है। विभिन्न विषयों की जानकारी पलभर में मिलजाती है हम घर बैठे नई जगहों की खोज कर पाते हैं, घर बैठे कुछ भी सामान खरीद और बेच भी सकते हैं, घर बैठे ही अपनी प्रतिभा को जन जन तक पहुँचा सकते हैं। कोई अत्याचार का पर्दाफाश करना हो या आवाज उठानी हो उसको जनता तक पहुंचा कर एक सामूहिक विद्रोह भी ला सकते हैं। हर कार्य का अब कोई रेजिस्ट्रेशन हो या कोई भी ऑफिस के कार्य हो सब सोशल मीडिया का उपयोग कर सफलतापूर्वक सम्पादन करते हैं। कोई भी प्रशिक्षण लेना चाहते हैं तो भी सोशल मीडिया के माध्यम से हम प्रशिक्षण लेकर खुद को आगे बढ़ा सकते हैं। आजकल अपनो प्रगति, परिवार में हुए उत्सव आदि कुछ भी घटनाओं को हम अन्य लोगों तक पहुंचा सकते हैं। आजकल निमंत्रण पत्र को भेजने के लिए भी सोशल मीडिया का उपयोग किया जा रहा है। विश्व के किसी भी कोने में रहते हुए भी हम एक दूसरे के साथ पल भर में 'जुड़ पा रहे हैं और देख भी सकते हैं।

यूँ कहें तो सारा विश्व आज सिमट कर मानव के हथेली में आ गया है। सोशल मीडिया के भीतर सारा विश्व एक हो गया है। सभी अपनी अपनी प्रगति की रफ्तार को आगे बढ़ाते जा रहे हैं। घर बैठे हम कई बातों का लाइव प्रसारण भी देख पा रहे हैं। सोशल मीडिया ने कई सपनों को साकार किया है। जनता तरह तरह के ज्ञानार्जन कर पा रहे हैं। आज कोई किसी के बंधन में बंधने की आवश्यकता नहीं है। सब अपने कार्य को करने में स्वाधीन हो गए हैं। जो समाज और दुनिया के साथ चले हैं वे आगे बढ़ गए हैं। सोशल मीडिया आज रामबाण के समान है जो कई रावणों के कुकर्मा का वध करता है। सोशल मीडिया सभी वर्गों के लोगों में सजीवता ला दी है। सभी जागरूक भी हो रहे हैं। जागरूकता फैलाने में सोशल मीडिया का एक अहम भूमिका है। सोशल मीडिया का उपयोग करने में बच्चे भी कभी-कभी बड़ों के शिक्षक बन जाते हैं। आज के आधुनिक शिक्षा प्रणाली, के कारण बच्चों के ज्ञान की सीमा वर्धन के कारण वे बड़ों को भी सोशल मीडिया के प्रयोग और प्रक्रिया में अवगत करा पाते हैं।

सोशल मीडिया पर प्रगति के रास्ते :-

प्रगति एक प्रवाहमयी धारा है। किसी भी माध्यम के द्वारा प्रगति करने के लिए सही ज्ञान, सही प्रयोग, कठिन परिश्रम आदि की बेहद आवश्यकता है, कभी-कभी मानव चाहते हुए भी अपनी प्रगति के लिए कुछ कर नहीं पाता है, कभी आर्थिक परिस्थिति के खराब होने पर या सही राह की जानकारी न होने पर सपनों को साकार रूप नहीं दे पाता है। लेकिन आज उन सपनों को पूरा करने में सोशल मीडिया एक सशक्त और सफल माध्यम बन पड़ा है। सोशल मीडिया में हमें अपनी राह बनाने लिए सही ज्ञान का आहरण करना पड़ेगा। जब हम इसका प्रयोग करना चाहेंगे तभी जो कर्म हम करने जा रहे होंगे उससे जुड़े आप्स को डाउनलोड करना पड़ेगा और उसमें अपना एक व्यक्तिगत अकाउंट खोलना पड़ेगा। अपना एक अच्छा प्रोफाइल पेज बनाना पड़ेगा और सारे सेटिंग करना पड़ेगा। फिर उसमें जो आप करना चाहते हैं उसका वीडियो बना कर या उससे सम्बंधित कुछ

फोटो और उससे जुड़ी कुछ बातों को लिख कर पोस्ट करना पड़ेगा, पोस्ट करते समय हैश टैग लगाना लाभदायक होता है, फिर अपने फ्रेंड फॉलोअर्सग्रुप में उसको शेयर करना होता है। ऐसे भी हमारा भेजा हुआ संदेश कई लोगों तक पहुँचता है। वह व्यवसाय संबंधी हो तो फिर सोनेपे सुहागा वाली बात हो जाती है। ऐसे ही कई हमारे दोस्त बनते जाते हैं और हमारी लोकप्रियता देश-विदेश में फैलता जाता है। हमारी प्रगति की राह जो हमसे शुरू हुई थी अब वह दूर-दूर तक फैला हुआ रहेगा। हम एक अनोखा पहचान बनाने में सक्षम हो पायेंगे। अपनी पहचान और प्रतिष्ठा पाने के लिए आज का मानव किसी की मुहताज नहीं है, वह स्वयं सिद्ध है। बस जरूरी है तो आत्मविश्वास और दृढ़ मनोवला की। यही दो पंख अगर हमारा मजबूत हैं तो फिर हमें ऊंची छलांग लगाने में कोई नहीं रोक सकता। हमारी प्रगति के पथ पर कोई बाधक बन कर बाधा नहीं डाल सकते। सभी बाधाओं को पार करने की शक्ति के हम में आ ही जाती है।

सोशल मीडिया पर ब्लॉग लेखन :-

जब ब्लॉग की बात आती है तभी सभी को यह जानकारी रखना आवश्यक है कि यह ब्लॉग क्या होता है, और इसका प्रयोग कैसे करें और इसका प्रक्रिया क्या है। 'सोशल मीडिया पर इसका दो रूप देखा जाता है ब्लॉग (Blog) और व्लॉग (Vlog) इसका अंतर जानना बहुत ही जरूरी है तब जाके हम इसका सही तरीके से प्रयोग कर पायेंगे।

ब्लॉग और व्लॉग दोनों ही इंटरनेट पर किसी भी प्रकार की जानकारी, ज्ञान आदि अन्य बातें शेयर करते हैं। किसी जानकारी को लिखित माध्यम के जरिए जब हम किसी वेबसाइट अथवा प्लेटफॉर्म पर शेयर करते हैं तब वह ब्लोग कहलाता है। जबकि किसी स्थान, कोई जानकारी आदि को अपने अनुभव के आधार पर बना कर वीडियो के माध्यम से शेयर करते हैं तब वह व्लॉग कहलाता है। ब्लॉगिंग एक ऐसा वेबसाइट प्लेटफॉर्म है जहाँ हम किसी भी विषय पर अपना लेख लिख सकते हैं और व्लॉगिंग एक यूट्यूब का प्लेटफॉर्म है जहाँ हम वीडियो के द्वारा अपने जीवन के जीने की तरीके जो दूसरों को प्रभावित करें वह सब साझा कर सकते हैं। कोई खास उत्सव हो या कोई घटना को वीडियो के जरिये दुनिया को दिखा सकते हैं।

यदि हमें लोकप्रियता चाहिए तो हम निश्चित ही एक व्लॉगिंग शुरू करना चाहिए। लेकिन हम असर अगर लिखित रूप से व्लॉगिंग करना चाहते हैं तो फिर हम अपनी शब्द योजना, एडिटिंग, अपने उच्च विचार आदि पर ध्यान देनाहोगा। अपने लेखन शैली का भी ध्यान रखना पड़ेगा जिससे प्रभावोत्पादकता ला सकें।

ब्लॉग लेखन की आवश्यकता :-

ब्लॉग लेखन एक कला है। ब्लॉग लेखन अपने साहित्यिक करियर में विश्व स्तर पर एक अलग पहचान देता है। ब्लॉग लेखन आज के समय में सोशल मीडिया पर प्राकृतिक रूप से अपने विचारों और कहानियों को पूरी दुनिया के साथ जुड़ने का एक मजेदार और प्रभावोत्पादक तरीका है। ब्लॉग लेखन में हम अपने श्रेष्ठ विचार, ज्ञान और कहानियाँ लिख सकते हैं। ब्लॉग लेखन को अपना कर लोगों को सकारात्मक ऊर्जा प्रदान करना, पाठकों में नए विचारों की सर्जना करना, उनके मनस्थिति में परिवर्तन लाना, पाठकों में अपने व समाज के प्रति उत्सर्गकृत मनोभावों को लाने आदि कई श्रेष्ठ कार्य को करने में हम सफल हो सकेंगे।

समाज व राष्ट्र की सेवा हम सिर्फ शारीरिक रूप से नहीं कर सकते बल्कि आज के डिजिटल युग में डिजिटल तरीके से ब्लॉग लेखन को बढ़ावा देकर हम अपने देश व समाज के प्रति, बहुत बड़ा योगदान दे सकते

हैं। आज के युग में किसी के मन में परिवर्तन लाना सबसे श्रेष्ठ कर्म होता है और यह अपने श्रेष्ठ लेखन कला के द्वारा ही सम्भव है।

ब्लॉग लेखन के लिए जरूरी आप्स :-

ब्लॉग लेखन को प्रभावी और आकर्षक बनाने के लिए बातों का ध्यान रखना जरूरी है। ब्लॉग लेखन को आकर्षक बनाने के लिए कुछ आप्स को डाउनलोड करना पड़ेगा और कुछ तकनीकी का प्रयोग करना पड़ेगा। ब्लॉग लेखन में लेख के साथ-साथ विषय संबंधित कुछ फॉटो और कुछ अच्छे क्वालिटी के ब्लॉग पोस्ट करना सिखना होगा। वॉर्ड प्रेस, ब्लॉगर, राइटर, गुगुलडक्स, गुगुल आना लिटिक्स, कानभा, ऐवर नोट, बफर, क्यूरा, फेसबुक पेज मैनेजर, पिक्सा पे, ग्रामारलि की बोर्ड, माइक्रो सॉफ्टवॉर्ड, पिक्स आर्ट आदि ब्लॉग लेखन के लिए जरूरी आप्स हैं जो ब्लॉग लेखक को आवश्यक रूप से प्रयोग करना चाहिए।

ब्लॉग लेखन की प्रक्रिया :-

ब्लॉग लेखन के लिए अपने पास ज्ञान का भण्डार होना चाहिए। ब्लॉग लेखक लोगों से संवाद स्थापित करने के लिए बहुत से विषय में ज्ञान होने चाहिए। विपुल पठन, चिंतन तथा भाषा का समुचित ज्ञान होना आवश्यक है, उचित आप्स का डाउनलोड करना चाहिए। एक विचार मन में लाना है। उसका रूपरेखा तैयार करना है। एक आकर्षक शीर्षक भी रखना है। रूपरेखा तैयारी के हिसाब से लिखना शुरू कर देना है। बाद में व्याकरणगत, शब्दगत अशुद्धियों और सूचनाओं का जाँच करके सही करना है। कुछ ग्राफिक्स भी प्रयोग करना चाहिए। एस्.इ.ओ (सर्च इंजिन ऑप्टिमाइजेशन), टॉग, यू.आर.एल, कि-बोर्ड, टेम्प्लेट आदि सही होना चाहिए। फिर सही समय पर पोस्ट करना चाहिए। पोस्ट करने के बाद अपने दोस्तों और अपने रिश्तेदारों को शेयर कर देनी है। यही सब बातें ब्लॉग लेखन के प्रक्रिया में हमें ध्यान देना अत्यावश्यक है।

ब्लॉग लेखन को प्रभावी बनाने के लिए कुछ जरूरी बातें :-

ब्लॉग लेखन को प्रभावी बनाने के लिए जरूरी कुछ बातों का ध्यान रखना पड़ेगा। ब्लॉग लेखक को विषय की प्रासंगिकता को समझनी होगी। ब्लॉगर के रूप में यह आपका काम है कि आप ऐसे संसाधनों की तलाश करें, जो आपके लेखन में लगातार सुधार करें और आपके ब्लॉग को और अधिक सफल बनाएं। एक अच्छे विषय को संबोधित करें। एक बार जब आप किसी ऐसे विषय पर निर्णय ले लेते हैं, और संबंधित ब्लॉग पोस्ट तैयार करना शुरू करें। एक बेहतरीन पोस्ट टॉपिक लेकर आएं। टॉपिक आपके ब्लॉग पर दर्शकों को आकर्षित करने लायक होना चाहिए। तय करें कि आप अपने विचारों को कैसे प्रस्तुत करना चाहते हैं। विषय से अपना संबंध स्पष्ट करें। स्पष्ट लेआउट का उपयोग करें। सफल ब्लॉगों में स्पष्ट विषय वाले छोटे पैराग्राफ होते हैं। ब्लॉगर उन विचारों को सूचीबद्ध करने के लिए बुलेटपॉइंट का उपयोग करेंगे।

सुनिश्चित करें कि आपकी पोस्ट स्पष्ट रूप से प्रस्तुत की गई है। ब्लॉगर अन्य लेखकों से अलग नहीं हैं, क्योंकि वे कभी-कभी लेखक अवरोध से पीड़ित होते हैं। अपने काम में आने वाली बाधाओं को दूर करने के लिए आप जो सबसे महत्वपूर्ण काम कर सकते हैं, वह है ब्लॉग पोस्ट विचारों के साथ आना। ऐसे ब्लॉग पोस्ट लिखना चाहिए, जिनके बारे में आप जुनूनी महसूस करते हैं।

समाधान प्रस्तावित करें। रीडर आप पर निर्भर करते हैं कि आप उन्हें किसी मुद्दे के बारे में अच्छी तरह से जानकारी दे सकें। उदाहरण देने के बजाय, अपने रीडर को एक अच्छी तरह से केस स्टडी प्रदान करें, जो

मौजूदा विषय से संबंधित हो। इससे अतिरिक्त एसईओ, कीवर्ड ओर मेटा डिस्क्रिप्शन की प्रयोग आपकी ब्लॉग को तकनीकी रूप से सुदृढ़ और प्रभावी बना सकता है।

एसईओ (SEO) पर कार्य करें। अपने विषय से संबंधित खोज शब्दों के लिए रैंकिंग परिणामों के साथ अपने ब्लॉग पोस्ट की तुलना करें। एसईओ की मदद से हम अपने ब्लॉग को पहले पेज पर ला सकते हैं ताकि जितने ज्यादा ब्लॉग विजिट होंगे हम उतना ज्यादा पैसा कमा सकें। जब हमारा आर्टिकल पहले पेज पर होता है तो कई कंपनियों से भी विज्ञापन मांगा जाता है, अगर हम उनके विज्ञापन को अपने ब्लॉग में लिंक करें तो हम उससे भी पैसे कमा सकते हैं।

एसईओ से तात्पर्य सर्च इंजन ऑप्टिमाइजेशन है। एसईओ व्यवसायी गूगल जैसे खोज इंजनों में उच्च रैंकिंग के प्रयोजनों के लिए वेबसाइटों, वेबपेजों और सामग्री को अनुकूलित करते हैं। एसईओ जैविक खोज परिणामों में कई प्रकार की सामग्री की उपस्थिति, स्थिति और उपयोगिता को बेहतर बनाने के लिए डिज़ाइन की गई प्रथाओं का एक सेट है। इस सामग्री में वेब पेज, वीडियो मीडिया, चित्र, स्थानीय व्यापार लिस्टिंग और अन्य संपत्तियां शामिल हो सकती हैं। चूंकि ऑर्गेनिक खोज वह शीर्ष विधि है जिसके माध्यम से लोग ऑनलाइन सामग्री खोजते हैं और उस तक पहुँचते हैं, एसईओ सर्वोत्तम प्रथाओं का उपयोग यह सुनिश्चित करने के लिए आवश्यक है कि आपके द्वारा प्रकाशित डिजिटल सामग्री को जनता द्वारा पाया और चुना जा सकता है, जिससे आपकी वेबसाइट का ऑर्गेनिक ट्रैफिक बढ़ सकता है। हर दिन, Google यूजर सूचनाओं और उत्पादों के लिए अरबों खोजें करते हैं। इसमें कोई आश्चर्य की बात नहीं है कि खोज इंजन आमतौर पर वेबसाइटों के सबसे बड़े ट्रैफिक स्रोतों में से एक हैं।

कीवर्ड एक या कई शब्दों का समूह होता है, जिसे हम अपने ब्लॉग के नाम के रूप में उपयोग करते हैं। इसे एक वाक्यांश भी कहा जा सकता है, जिसका प्रयोग टॉपिक के रूप में किया जाता है।

मेटा डिस्क्रिप्शन एसईओ का वह हिस्सा है, जिसमें हम अपने ब्लॉग के आधार पर टॉपट्रेडिंग कीवर्ड लिखते हैं, जिन्हें हम अपने ब्लॉग में हेडिंग के रूप में उपयोग करते हैं। मेटा डिस्क्रिप्शन 150–155 शब्दों का होता है।

एक बार जब आपके पास ब्लॉग पोस्ट का पहला ड्राफ्ट तैयार हो जाए, तो अब ये समय टाइपो को देखने और अजीब वाक्यों को सुधारने के लिए इसे पढ़ने का है। अपने पहले ब्लॉग पर काम करने वाले नए ब्लॉगर अक्सर प्रक्रिया के इस भाग को छोड़ देते हैं और अपनी नई पोस्ट प्रकाशित करने के लिए दौड़ पड़ते हैं। इसलिए प्रूफ रीडिंग पर ध्यान दें। एक बार जब आपके ब्लॉग पर पर्याप्त पोस्ट हो जाएं, तो नेटवर्किंग शुरू करने और अपने काम को बढ़ावा दें। यदि आपका ब्लॉग आपके व्यवसाय से जुड़ा है, तो प्रचार विशेष रूप से महत्वपूर्ण है। अपने काम को बढ़ावा देने के तरीकों के रूप में पॉडकास्ट पर दिखने, ईमेल सूची शुरू करने पर विचार करें। ब्लॉग लेखन में सम्भावनाएँ रूब्लॉग लेखन में सम्भावनाएं बहुत हैं। ब्लॉग लेखन में प्रशिक्षण दे सकते हैं। खुद को ब्लॉग प्रशिक्षक के रूप में परिचित करवा सकते हैं, शिक्षण संस्थानों में इसका एक कोर्स तैयार करके सभी छात्र समाज को उपलब्ध कराया जा सकता है। भारत साहित्यिक धरोहर में श्रेष्ठ स्थान धारण कर रखा है। विश्व स्तर पर भी ब्लॉग लेखक अपना पहचान बना सकता है। आर्थिक स्तर पर खुद सशक्त होकर कई लोगों को सशक्त बना सकता है।

आज समय की सफल ब्लॉग लेखक :-

आज के डिजिटल युग में सभी अपने तकदीर चमका सकते हैं। देश-विदेश में तो कई ब्लॉग लेखक हैं जो अपना नाम कमाए हैं। कुछ भारतीय ब्लॉगर भी अपना नाम के साथ साथ पैसा भी कमाये हैं जैसे अमित अग्रवाल, हर्ष अग्रवाल, प्रितनागेरल, श्रद्धा शर्मा आदि।

ब्लॉग लेखन या सोशल मीडिया से सावधानी :-

सोशल मीडिया में बहुत ही सावधान होना पड़ेगा। हमें अपने व्यक्तिगत सूचना को सीमित रखना है अपना प्राइवैसि सेटिंग को सही करना है। अपना लोग इन डिटेल् को सुरक्षित रखना है। इस संबंध में कानून एवं समय-समय पर सरकार द्वारा जारी नियम-निर्देश का परिपालन करना। एंटी वायरस अपडेट करके रखना होगा। तरह-तरह के बग, ग्लिच, अफवाह से बचना है। लालच में आकर गलत तरीके से जुड़ी कार्य से भागीदार नहीं बनना है।

संदर्भ सूची :-

1. सोशल मिडिया और ब्लोग लेखन : डॉ. स्नेहलता, श्री नटराज प्रकाशन, नई दिल्ली।
2. सामाजिक मीडिया विमर्श के सिद्धांत और अनुप्रयोग : राम लखन, राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी।
3. सोशल मीडिया संभावनाएँ और चुनौतियाँ : डॉ. संगीता रानी।
4. मीडिया के सामाजिक सरोकार : डॉ. निशान्त सिंह, श्री नटराज प्रकाशन, दिल्ली।



मीडिया की भाषा की दशा और दिशा

डॉ. एन्टनी ऑलिवर

सह आचार्य, संत जोसेफ वाणिज्य महा विद्यालय, बंगलूरु, कर्नाटक।

भूमिका :-

वर्तमान समय, ई मेल, इंटरनेट, कंप्यूटर इत्यादि की सूचना प्रौद्योगिकी का है। महत्वपूर्ण सूचनाओं को आम जनता तक पहुँचाने का माध्यम ही मीडिया है। आज हिन्दी की अंतर्राष्ट्रीय पहचान के साथ-साथ उसकी शैलीगत विशिष्टताएँ बदलती आ रही है। भिन्न विभिन्न क्षेत्रों से महत्वपूर्ण विचारों को संप्रेषण करते हुए जन साधारण के मन को प्रभावित करने की अद्भुत शक्ति, इसी मीडिया की भाषा में निहित है। अस्तु! इसका महत्ता बढ़ती जा रही है। जन संचार माध्यम के चार स्तंभों में प्रयुक्त भाषा की विशेषताओं पर प्रकाश डालना ही इस शोधालेख का महती उद्देश्य है।

सारांश :-

सार समुच्चय के रूप में यह तथ्य सर्वमान्य है कि वैश्वीकरण के बढ़ते चरणों से अपेक्ष्य प्रवृत्तियाँ व संभावनाएँ भी बदलती जाती हैं जो न मात्र हमारी संस्कृति पर वरन् हमारी चिन्तन मनन प्रणाली पर भी अत्यधिक प्रभाव डालती हैं। तदर्थ हिन्दी की भूमिका क्या रहेगी तथा उसका वर्चस्व कितना सशक्त है और उसके बदलते स्वरूप क्या-क्या होंगे इत्यादि प्रश्नों के उत्तर, इस आलेख में प्रदत्त है। संप्रति बाजारवाद का बोलबाला प्रत्येक क्षेत्र में दृग्गत है चाहे शैक्षणिक हो, व्यापार हो या फिर निजी क्षेत्र में क्यों न हो?

ऐसे समय में हिन्दी भाषा की दशा और दिशा किस तरह से परिवर्तनशील व परिणत होती जा रही है तथा उसकी शैली विशुद्ध साहित्यिक हो या सहज खड़ी बोली या हिन्दुस्तानी? इस पर भी विवेचना करते हुए शोधालेख में शोधांश सम्मिलित किये गये हैं?

कूट शब्द :

विषय प्रवेश :

जन संचार के माध्यम से किसी भी क्षेत्र के राष्ट्रीय या अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर हो रहे अभिनव परिवर्तन नव नूतन मंतव्य, नए विचार-विमर्श, शोधाथित ज्ञान बिंदु, और नवानुभवज संवेदनाओं को जन साधारण तक तीव्रतम गति से संप्रेषित होते हैं। उतनी ही द्रुत गति से जनता की क्रिया- प्रतिक्रिया का बोध भी संचार माध्यम के द्वारा ज्ञात हो जाता है। इस प्रकार मीडिया माध्यम में प्रयुक्त होने वाली भाषा भी विशिष्ट हो, मान्य हो, सुबोध्य हो, वरीय हो, ये उसकी अपेक्षित शर्तें हैं। मौखिक अथवा लिखित रूप में ई- मीडिया अथवा पी. मीडिया में प्रयुक्त भाषा, अद्यतन समय के साथ परिवर्तित होती जा रही है जिसके गुण-दोषादि हैं।

विषय विस्तार :

ई-मीडिया के अंतर्गत टी.वी, रेडियो, कंप्यूटर, फोन इत्यादि में प्रयुक्त होने वाली भाषा कैसी हो तथा पी. मीडिया के अंतर्गत में आगत पत्र-पत्रिकाओं में प्रयुक्त भाषा कैसी हो, इस पर विचार करना आवश्यक है। शेष भाषाओं की तुलना में हिन्दी की माँग तीव्रता से बढ़ती जा रही है। यह तथ्य अत्यंत गर्वाभास करता है कि राष्ट्रों में पचास प्रतिशत से भी अधिक समझी, बोली, लिखी जाने वाली हिन्दी आज प्रयोजनमूलक भाषा बन आधुनिक समय की माँग पर टिकी हुई है। उत्तरोत्तर हिन्दी का वर्चस्व बढ़ता जा रहा है। इसमें कोई संदेह नहीं है। परंतु चिंता इस बात की है कि 1970-80 के दशक में संपूर्ण राष्ट्र में राष्ट्रीय चैनल-दूरदर्शन का ही एक मात्र ई माध्यम रहा था। प्राइवेट चैनलों का आगमन 1990 के दशक के उत्तरार्ध में होने लगे थे। दूरदर्शन में बने व संचारित हम लोग, खानपान, नुक्कड़, बुनियाद आदि उत्तम कोटी की धारवाही संपूर्ण राष्ट्र में बहुचर्चित रहीं। इन धारवाहिक श्रृंखलाओं में प्रयुक्त हिन्दी भाषा सहज व सरल थी, परंतु सस्ती व मिश्रित न थी। विशेषतः रामायण, महाभारत, चाणक्य आदि श्रृंखलाओं में प्रयुक्त संस्कृतनिष्ठ परिमार्जित हिन्दी रही थी।

साहित्यिक भाषा पर आधृत कतिपय धारावाही भी पसिद्ध रहीं। लेकिन तब प्रतियोगिता का होड़ न था। टी.आर.पी. की चिंता न थी। एक चैनल को दूसरे चैनल पर हावी होने की आवश्यकता न रही। परंतु 90 दशक के पश्चात् वैश्वीकरण के बढ़ते चरणों के साथ निजी चैनलों का आविर्भाव होने लगे जो बाज़ारवादी आयामों से युक्त सिद्धांतों का परिपालन करने लगे। अर्थिक दृष्टि से लाभ प्राप्त करना, नंबर एक खिलाड़ी बनने की होड़, सनसनी खोज खबरों को परोसने हेतु हिंसा-प्रतिहिंसा को बढ़ावा देना अथवा बारंबार दर्शकों को वही समाचार खंड प्रस्तुत कर मानसिक दबाव उत्पन्न करना आदि साधारण हो चुके थे। हिन्दी भाषा की अपनी ही प्रवृत्तिगत विशिष्टता है। उसके वाक्य विन्यास, शब्द गठन, शैली, उच्चारण वैशिष्ट्य, अन्वीति इत्यादि पृथक है। शास्त्र नियम से बंधित, व्याकरणिक कटिबद्धता लिए जाने वाली हिन्दी भाषा को आज अधिकतर संचार माध्यमों में तोड़-मरोड़ कर, मिली जुली सस्ती भाषा को आज जनता तक संप्रेषित कर रहे हैं।

यह दावा है कि आम जनता को समझना हो, बात को पहुँचाना हो तो वह भाषा अत्यंत सरल हो। अतः मिली जुली भाषा ही आम जनता समझ सकती है, ऐसी गलत धारणा पर चैनल कार्यरत हैं। परंतु संस्कृतनिष्ठ साहित्यिक हिन्दी की आवश्यकता नहीं, पर शुद्ध हिन्दी का प्रयोग करें, यही मंशा लिये, इस आलेख को उद्देश्य पूर्ण बना रहे है। यह सत्य है कि आयु, लिगादि भिन्न-भिन्न वर्ग पी-मीडिया व ई-मीडिया के श्रोता-दर्शक-पाठक वर्ग हैं। इनकी रुचियाँ, अभिरुचियाँ पृथक हैं। किसी को मनोरंजन पसंद होता है ता किसी को राजनीति। अतएव संचार माध्यम का उद्देश्य भी तदनुरूप बदल जाता है। पर कभी भी भाषा को सस्ती या मिश्रित बनाने का दावा हम ना करें। पहले रेकार्डिंग स्टूडियो में ग्रंथालय हुआ करते थे। पत्र-पत्रिकाएँ, कोश इत्यादि हुआ करते थे, जिससे 'सइल शीट' बनाकर उच्चारण से लेकर वर्णवृत्ति तक का संयम शील संहिता निर्मित की जाती थी। परंतु आजकल टेली प्रॉन्टर अथवा गूगल अनुवाद से कामचलाऊ ढंग की प्रस्तुति हो रही है।

यह अत्यंत श्लांधनीय है कि हम तकनीक का प्रयोग कर रहे है। परंतु यह अत्यंत विशाद व दुखद है कि मशीनी अनुवाद में तथा मानव के मस्तिष्कज अनुवाद में अंतर आ ही जाते हैं। भाषा के साथ-साथ एक विशाल जन संपदा की संस्कृति एवं विस्तृत ज्ञान भंडार उसके साथ जुड़े हैं। दीर्घ विरासत उसमें व्याप्त होती है। मशीन इन सारी बातों से अवगत नहीं होता। चाहे अलेक्सा हो या चेट-जी.पी.टी. कृत्रिम बौद्धिकता का

आरंभिक चरण मात्र है। एतद्वत् क्षेत्र में विकास की और गुंजाइश है। इसलिये अंधाच्यंघ इन उपध्यमों को अपनाना सटीक नहीं होगा। यह तो सर्वविदित है कि गूगल अनुवाद मात्र शाब्दिक होता है ना कि वाक्य के ठीक संरचना पर आधृत। हिन्दी के इस बदलते स्वरूप में उसमें संकरता अपेक्षाकृत अधिक होती जा रही है। आजकल शब्द भेद की न्यून सूक्ष्मता से अनभिज्ञ गलत अर्थ प्रयोग कर रहे हैं। भ्रामक शब्द प्रयोग से बचकर भाषा की सर्वग्राह्य, सर्वमान्य रूप पर ध्यान देना आज की माँग है।

सोशल मीडिया में अब देवनागरी लिपि की अपेक्षा रोमन हिन्दी का अधिक प्रयोग हो रहा है। साधारणतय: किसी भाषा को उस भाषा की लिपि के द्वारा समझना अत्यधिक उचित होता है। रोमन हिन्दी द्वारा प्रयुक्त हिन्दी भाषा में अनेकानेक त्रुटियाँ होना स्वाभाविक भी है। यह तथ्य मात्र हिन्दी के लिये नहीं वरन् सभी भाषाओं के लिए लागू होता है। आधुनिकता के नाम पर आज हिन्दी की अनुप्रयुक्त भाषा की दशा अत्यंत भ्रश होती जा रही है। कतिपय आलोचक मानते हैं कि मीडिया की भाषा साहित्यिक, संस्कृतनिष्ठ न हो सही है। परंतु ऐसी क्लिष्टता से बचने के लिए दूषित भाषा का भी प्रयोग से नितांत असमर्थ हूँ। प्रबंधन पर, यह कार्यभार है, उनका उत्तरदायित्व है कि समाचार पत्रों में, चैनलों में, रेडियो में प्रयुक्त भाषा चाहे लिखित या मौखिक, वह सही भाषा की परिमार्जित कोटि से भ्रष्ट न हो।

निष्कर्ष :-

निष्कर्षतः यह तथ्य गोचर है कि भारत में सबसे अधिक संख्या में व्यवहृत हिन्दी भाषा अधिकाधिक साहित्येतर क्षेत्रों में अपना वर्चस्व बना रही है। अत्यंत स्तुत्य है। परंतु मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी भाषा का स्तर जो दिनों दिन गिरता जा रहा है। मिश्रित भाषा को स्वीकार्य—मानक बनाते हुए जो आने वाली नई पीढ़ी को हम प्रदान कर रहे हैं, वह कतई ठीक नहीं है। रामचंद्र शुक्ल के 'भाषागत लोकमंगल भाव' कहाँ लुप्त हो चला है। तुलसी की भाषा 'जन कल्याणकारी तत्व' से युक्त थी। कहाँ चली गई है, ऐसे महदीय उद्देश्य? उन्माद पैदा करने वाली बाज़ारू भाषा से कभी भी ऐसे उदात्त गुणों को संवहन—संप्रेषण नहीं हो सकता है। हिंसा—प्रतिदिन को बढ़ावा देना प्रतियोगिता में जूझकर गर्मी पैदा करने वाली उस भाषा को हम कैसे स्वीकार्य मानें? क्या व्यापारिक क्षेत्र में प्रयुक्त भाषा का इस स्वरूप को वरीयता प्राप्त है? मीडिया में प्रयुक्त भाषा में 'सत्यं शिवं सुंदरम्' का बोध हो पा रहा है?

साराशतः यह कहना उचित मानता हूँ कि जन साधारण तक पहुँचाने का यह ज्ञानवर्धक माध्यम में जो भाषा प्रयुक्त हो वह भारी भरकम साहित्यिक संस्कृतनिष्ठ क्लिष्ट शैली न हो। परंतु उस भाषा में आधुनिकता के वांछनीय तत्वों के साथ—साथ कोई मिलावट या त्रुटि न हो, यही मंशा लिये आलेख की इतिश्री करता हूँ।



सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग

Bhumika Sudhir Kapoor

Phd शोध छात्रा (हिन्दी), SNTD Women's University

सोशल मीडिया दुनियाभर के लोगों से जुड़ने का एक आवश्यक साधन है और इसने विश्व में संचार को नए आयाम दिए हैं। सोशल मीडिया उन लोगों के लिए वरदान साबित हुआ है जो समाज की मुख्य धारा से अलग हैं और जिन्हें बोलने का मौका नहीं मिलता। वर्तमान में सोशल मीडिया कई उद्योगपतियों के लिए उद्योग के एक अच्छे साधन के रूप में सामने आया है। हिंदुस्तान के प्रत्येक राज्य में हिन्दी भाषा बोली व जानी जाती है भाषा भावों की अभिव्यक्ति के लिए यह एक सशक्त माध्यम है।

वर्तमान समय में पूरे विश्व में सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ रहा है। दूरदर्शन, समाचार पत्र, रेडियो, पत्र-पत्रिका, फेसबुक, व्हाट्सएप्प, ट्विटर, इन्सटाग्राम, थ्रेड्स इत्यादि के सभी प्लेटफार्म में हिन्दी भाषा का प्रयोग बढ़ता जा रहा है। पहले के ज़माने में केवल दो प्रकार के सोशल मीडिया प्रचलित थे प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया स जब धीरे-धीरे इंटरनेट आया तो हिन्दी का प्रयोग भी बढ़ने लगा।

सोशल मीडिया के हर माध्यम ने अपने-अपने तरीके से हिन्दी भाषा को आगे ले जाने के लिए योगदान दिया है। जहाँ एक तरफ रेडियो ने श्रव्य माध्यम से हिन्दी की पहचान बढ़ाई वही दूसरी तरफ सिनेमा और फिल्मों ने दृश्य और श्राव्य के माध्यम से हिन्दी भाषा के प्रयोग को सातवें आसमान पर पहुँचाया। इतना ही नहीं बल्कि टी.वी. पर प्रसारित होने वाले प्रसिद्ध कार्यक्रमों को देख कर कई अहिन्दी भाषी लोगों ने हिन्दी सीखी।

वर्तमान समय में अपने फोलोवर्स बढ़ाने के लिए लोग इन्सटाग्राम, थ्रेड्स, फेसबुक पर अपना पेज बना रहे हैं। इतना ही नहीं व्हाट्सएप्प स्टेटस के माध्यम से भी वे जन सामान्य तक पहुँच रहे हैं। ट्विटर भी प्रसिद्धि पाने का उत्तम साधन साबित हुआ है। इस एप्प में शब्दों की सीमा के कारण लोग अपने भावों को कम शब्दों में समेटना सिख गए हैं। पहले के ज़माने में रचनाएँ किताबों में छपने के कारण लोगों तक उतनी संख्या में पहुँच नहीं पाती थी। परन्तु अब सोशल मीडिया के कारण रचनाकार अपने विचारों को जन सामान्य तक पहुँचा रहा है और साथ ही उसे कमेंट्स के रूप में प्रतिक्रिया भी प्राप्त हो रही है।

चाहे वाट्सअप हो या फेसबुक, हम सभी दोस्त 'चैट' हिन्दी में ही करते हैं। स्कूल के अलावा घर और बाहर हिन्दी भाषा का ही प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया वेबसाइट यू-ट्यूब पर हिन्दी में रेसिपी होने से आम जनता को नई वस्तुएँ सीखने में बहुत आसान हो गई है। आजकल तो लोग केवल भीड़ से अलग दिखने के लिए एवं लोगों का ध्यान अपनी तरफ खींचने के लिए सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग कर रहे हैं। हिन्दी ब्लॉगर्स की संख्या भी बढ़ रही है। ज्यादातर सेलिब्रिटीज भी हिन्दी में ब्लॉग लिखते हैं। जिससे कि लोगों की हिन्दी

के प्रति रुचि और बढ़ गई है। पहले हिंदी के लिए कोई एप नहीं हुआ करता था। अनुवाद में बहुत दिक्कत होती थी। पर अब गूगल ट्रांसलेटर जैसे एप से ये सब बहुत आसान हो गया है। कुछ भी हो उसे तुरंत ट्रांसलेट किया जा सकता है। पहले लोगों के पास अहिन्दी होने का बहाना होता था इसलिए लोग अपने बच्चों को स्कूल में हिंदी विषय चुनने नहीं देते थे परन्तु अब आर्टिफिसियल इंटेलिजेंस (AI) के कारण अध्यापन सामग्री मिलना बहुत ही सरल हो गया है। अपनी बात को केवल एक या दो वाक्य में कहेंगे तो सारे उत्तर हमें AI से मिल जाते हैं।

सोशल मीडिया जहाँ वर्तमान में संचार व अभिव्यक्ति के सशक्त माध्यम की भूमिका निभा रही है वहीं जनमानस की भाषा माने जाने वाली हिन्दी भी सोशल मीडिया में अपनी मजबूत पकड़ बनाए हुए है। आज सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिन्दी लिखने वालों की संख्या बहुत अधिक बढ़ रही है।

ब्लॉग की दुनिया में सक्रिय अनेक लेखक हिन्दी में लिखना ही पसंद करते हैं। हिन्दी भाषा में लिखने वालों का एक बड़ा वर्ग हमेशा ही सक्रिय देखने को मिलता है और इसकी संख्या निरंतर बढ़ती जा रही है। आज फेसबुक और इन्सटाग्राम लाइव ने अनेक जन समूह को ऑनलाइन रूप से अर्थात् वर्चुअल मंच से जोड़ा है। व लोगों की समस्याओं पर सार्वजनिक मंच पर विचार-विमर्श कर हल निकालने का प्रयास किया है। इस प्रकार आज सोशल मीडिया ने ही हिन्दी भाषा को राजभाषा से विश्व भाषा बनाने का बीड़ा उठाया है। ज्यादातर विदेशी देशों में लोगों में भारतीय भाषाएँ जैसे संस्कृत एवं हिंदी सीखने की रुचि उतपन्न हुई है। अमेरिका जैसे देश भी यहाँ व्यापार के लिए हिंदी भाषा को अपना रहे हैं। ये कहीं न कहीं सोशल मीडिया के कारण ही संभव हो पाया है। और २०२० में कोरोना के कारण लॉकडाउन के कारण एक जगह से दूसरी जगह ऑनलाइन जूम, वेबेक्स, गूगल मीट के माध्यम से अध्ययन अध्यापन करना भी सुगम हो गया है।

सोशल मीडिया में अपलोड हिन्दी भाषी वीडियो ने अनेक देशों के लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है जिसके परिणामतः हमारे ही देश के अहिन्दी भाषी भी आज हिन्दी भाषा के समझने, बोलने व लिखने की जरूरत को स्वीकार कर रहे हैं। बदलते दौर में हर चीज की उपस्थिति को जहाँ एक नए ट्रेंड के साथ जोड़ा जाता है वहीं ये ट्रेंड्स के हैशटैग भी ज्यादातर हिंदी भाषा में ही होते हैं।

आज लगभग सोशल मीडिया के जरिये हर मुद्दे पर विचार विमर्श किया जा रहा है। किसी फिल्म के आगमन की सूचना हो या पुलिस द्वारा जनता तक अपनी बात पहुँचाना हो, या फिर देश के प्रधानमंत्री जी भी किसी भी शुभ समाचार के लिए जनता को बधाई देना हो पहले सोशल मीडिया का ही प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया प्रिंट मीडिया से अधिक तीव्र व जन तक पहुँच रखने वाला सशक्त माध्यम है। हिन्दी में जो भी संदेश देना चाहते हैं उसके बाद हैशटैग के साथ एक क्लिक अर्थात् हम उस हैशटैग के जरिये उस संदेश से जुड़ी अन्य पोस्ट पर पहुँच सकते हैं। इस प्रकार हैशटैग अपने आप में एक लिंक है जिसके द्वारा उसी तरह की सभी पोस्ट को एक साथ एक पेज पर देखा जा सकता है।

यूट्यूब भी हमारे देश में एक अच्छा सोशल मीडिया का माध्यम रहा है। आज जहाँ यूट्यूब के द्वारा न केवल ज्ञान की क्लासेस बल्कि खाना बनाना, साहित्यिक गतिविधियाँ, नृत्य, संगीत, हास्य साथ ही साथ किसी भी कार्यक्रम को यूट्यूब में अपलोड करके उसे लाइव अनेक दर्शकों को दिखाने के लिए अपलोड करने का प्रचलन की बढ़ चुका है। इतना ही नहीं बल्कि आज कल तो यू ट्यूब शॉर्ट्स के कारण लोग कुछ ही सेकंड्स

में अपनी कला का प्रदर्शन कर पा रहे हैं।

जनवरी 2021 के अनुसार जहाँ यूट्यूब यूजर्स दुनिया में 2.29 बिलियन रहे हैं। वहीं भारत में इसके 225 मिलियन यूजर्स रहे हैं जोकि देश की कुल जनसंख्या का 16 प्रतिशत रहा है जिसमें से अधिकांश वीडियो हिन्दी भाषा में ही बनाए व देखे गए हैं। इसी तरह जुलाई 2021 के अनुसार भारत में फेसबुक यूजर्स की संख्या बढ़कर 433900000 हो गई जोकि देश की कुल जनसंख्या का 30.8 प्रतिशत रही है। इस प्रकार सोशल मीडिया के बढ़ते प्रयोग का कारण हिन्दी भाषा ही है कि आज हमारे देश में अधिकांश लोग सहज व सरल रूप से सोशल मीडिया का प्रयोग कर अपने भावों की अभिव्यक्ति कर रहे हैं। सोशल मीडिया और बढ़ती तकनीक के उपयोग ने न केवल हमें पहले की तुलना में सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से जागरूक किया है परन्तु हिन्दी भाषा का प्रचार और प्रसार में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है जिसके परिणामतः सोशल मीडिया का प्रयोग करने वाले व्यक्तियों की संख्या में भी काफी इजाफा हुआ है।

सोशल मीडिया लोगों की तरह-तरह के रचनात्मक प्रयोगों का मुख्य साधन बन रहा है। नए कलाकार एवं साहित्य प्रेमी नए साहित्य गढ़ रहे हैं और अपनी कला का प्रदर्शन कर रहे हैं। ट्विटर हो या इसी तरह के दूसरे माध्यम मिनटों में किसी को आसमान पर बिठाने की ताकत रखते हैं और धराशाई करने की भी।

निष्कर्ष के रूप में हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का प्रयोग काफी बढ़ा है। सोशल मीडिया ने हिन्दी साहित्य और हिन्दी भाषा को विस्तार तो दिया ही है परन्तु इसके स्वरूप को भी परिवर्तित किया है। हाँ ये बात सच है कि तकनीकी दृष्टि से अभी भी सोशल मीडिया में हिन्दी के प्रयोग को लेकर कुछ त्रुटियाँ हैं परन्तु सभी चुनौतियों से निपटने के बाद जब हिन्दी भाषा सभी प्लेटफार्म में उपयोग हेतु उपलब्ध है तो इसके स्वरूप व शुद्धता पर गहन विचार ना करते हुए इसे जनसामान्य हेतु अभिव्यक्ति का सरल व सहज माध्यम के रूप में स्वीकार किया जाना चाहिए। बढ़ते समय के साथ रोज़ नई तकनीक आ रही हैं और रोज़ नए आविष्कार हो रहे हैं। निश्चय ही आने वाले समय में AI के बढ़ते प्रयोग में भी हिन्दी भाषा अपनी जड़े जमाएगी और हमें इसके प्रयोग में बढ़ोत्तरी देखने अवश्य मिलेगी।

ईमेल आई. डी – bhumika98kapoor@gmail.com



हिन्दी के संचार माध्यम

डॉ. अशोक कुमार द्विवेदी

विभागाध्यक्ष, हिन्दी, द्वारकादास गोवर्धन दास वैष्णव कालेज, चेन्नई।

जनसंचार के सभी माध्यमों में हिन्दी ने मजबूत पकड़ बना ली है। चाहे वह हिन्दी के समाचार पत्र हो, रेडियो हो, दूरदर्शन हो, हिन्दी सिनेमा हो, या विज्ञापन हो – सर्वत्र हिन्दी का बोलबाला है। वर्तमान समय में हिन्दी को वैश्विक संदर्भ प्रदान करने में उसके बोलने वालों की संख्या, हिन्दी फिल्मों, पत्र पत्रिकाएँ, विभिन्न हिन्दी चैनल, विज्ञापन एजेंसियाँ, हिन्दी का विश्वस्तरीय साहित्य तथा साहित्यकार आदि का विशेष योगदान है। इसके अतिरिक्त हिन्दी को विश्व भाषा बनाने में इंटरनेट की भूमिका भी अत्यंत महत्त्वपूर्ण है। आज हिन्दी अभिव्यक्ति का सब से सशक्त माध्यम बन गई है। हिन्दी चैनलों की संख्या लगातार बढ़ रही है। बाजार की स्पर्धा के कारण ही सही, अंग्रेजी चैनलों का हिन्दी में रूपांतरण हो रहा है। इस समय हिन्दी में भी एक लाख से ज्यादा ब्लॉग सक्रिय हैं। अब सैकड़ों पत्र-पत्रिकाएँ इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। हिन्दी के वैश्विक स्वरूप को संचार माध्यमों में भी देखा जा सकता है। संचार माध्यमों ने हिन्दी के वैश्विक रूप को गढ़ने में पर्याप्त योगदान दिया है। भाषाएं संस्कृति की वाहक होती हैं और संचार माध्यमों पर प्रसारित कार्यक्रमों से समाज के बदलते सच को हिन्दी के बहाने ही उजागर किया गया। डिजिटल दुनिया में हिन्दी की मांग अंग्रेजी की तुलना में पांच गुना ज्यादा तेज है। अंग्रेजी की तुलना में हिन्दी 5 गुना तेजी से बढ़ रही है। भारत में हर पांचवा इंटरनेट प्रयोगकर्ता हिन्दी का उपयोग करता है।

देश में जहाँ हिन्दी सामग्री की डिजिटल मीडिया में खपत 94 फीसद की दर से बढ़ी है, वहीं अंग्रेजी सामग्री की खपत केवल 19 फीसद की दर से ही बढ़ी है। आज स्मार्टफोन के रूप में हर हाथ में एक तकनीकी डिवाइस मौजूद है और उसमें हिन्दी। सभी आपरेटिंग सिस्टमों में हिन्दी में संदेश भेजना, हिन्दी की सामग्री को पढ़ना, सुनना या देखना लगभग उतना ही आसान है जितना अंग्रेजी की सामग्री को। हालांकि कंप्यूटरों पर भी हिन्दी का व्यापक प्रयोग हो रहा है और इंटरनेट पर भी, लेकिन मोबाइल ने हिन्दी के प्रयोग को अचानक जो गति दे दी है उसकी कल्पना अभी पांच साल पहले तक किसी ने नहीं की थी। इंटरनेट पर भारतीय भाषाओं की सामग्री की वृद्धि दर प्रभावशाली है। अंग्रेजी के 19 फीसदी सालाना के मुकाबले भारतीय भाषाओं की सामग्री 90 फीसदी की रफ्तार से बढ़ रही है। दूसरी ओर भारतीयों में हिन्दी के प्रति रुझान बढ़ा है। भारत में 50 करोड़ से ज्यादा लोग हिन्दी बोलते हैं। जबकि करीब 21 प्रतिशत भारतीय हिन्दी में इंटरनेट का प्रयोग करना चाहते हैं। भारतीय युवाओं के स्मार्टफोन में औसतन 32 एप होते हैं, जिसमें 8-9 हिन्दी के होते हैं। भारतीय युवा यूट्यूब पर 93 फीसदी हिन्दी वीडियो देखते हैं। हिन्दी मीडिया के निम्न घटक हैं :-

1. दूरदर्शन
2. भारतीय पाठक सर्वेक्षण
3. भारतीय मीडिया
4. रेडियो
5. स्मार्टफोन
6. हिन्दी भाषा
7. हिन्दी पत्रकारिता
8. हिन्दी सिनेमा
9. हिन्दी टेलीविज़न
10. जनसंचार
11. विज्ञापन
12. अंतरजाल

दूरदर्शन :-

दूरदर्शन या टेलीविज़न (या संक्षेप में, टीवी) एक ऐसी दूरसंचार प्रणाली है जिसके द्वारा चलचित्र व ध्वनि को दो स्थानों के बीच प्रसारित व प्राप्त किया जा सकता है। यह शब्द दूरदर्शन सेट, दूरदर्शन कार्यक्रम तथा प्रसारण के लिये भी प्रयुक्त होता है। दूरदर्शन का अंग्रेजी शब्द 'टेलिविज़न' लैटिन तथा यूनानी शब्दों से बनाया गया है जिसका अर्थ होता है दूर दृष्टि।

भारतीय पाठक सर्वेक्षण :-

भारतीय पाठक सर्वेक्षण (The Indian Readership Survey (IRS)) विश्व का सबसे बड़ा पाठक सर्वे है। इसमें प्रति वर्ष ढाई लाख से अधिक पाठकों का सर्वेक्षण किया जाता है। पाठकों की गतिविधियां एवं उनकी रुचि की जानकारी ली जाती है जिससे पता चलता है कि हिन्दी का उपयोग कितने लोग करते हैं।

भारतीय मीडिया :-

भारत के संचार माध्यम (मीडिया) के अन्तर्गत टेलीविज़न, रेडियो, सिनेमा, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, तथा अन्तरजालीय पटल आदि हैं। अधिकांश मीडिया निजी हाथों में है और बड़ी-बड़ी कम्पनियों द्वारा नियंत्रित है। भारत में 70,000 से अधिक समाचार पत्र हैं, 690 उपग्रह चैनल हैं (जिनमें से 80 समाचार चैनल हैं)। आज भारत विश्व का सबसे बड़ा समाचार पत्र का बाजार है। प्रतिदिन 90 करोड़ प्रतियाँ बिकती हैं।

रेडियो :-

कुछ पुराने रेडियो (रिसिवर) 24 दिसम्बर 1906 की शाम कनाडाई वैज्ञानिक रेगिनाल्ड फेसेडेन ने जब अपना वॉयलिन बजाया और अटलांटिक महासागर में तैर रहे तमाम जहाजों के रेडियो ऑपरेटरों ने उस संगीत को अपने रेडियो सेट पर सुना, वह दुनिया में रेडियो प्रसारण की शुरुआत थी। इससे पहले जगदीश चन्द्र बसु ने भारत में तथा गुल्येल्लो मार्कोनी ने सन 1900 में इंग्लैंड से अमरीका बेतार संदेश भेजकर व्यक्तिगत रेडियो संदेश भेजने की शुरुआत कर दी थी, पर एक से अधिक व्यक्तियों को एक साथ संदेश भेजने या ब्रॉडकास्टिंग की शुरुआत 1906 में फेसेडेन के साथ हुई। ली द फोरेस्ट और चार्ल्स हेरॉल्ड जैसे लोगों ने इसके बाद रेडियो

प्रसारण के प्रयोग करने शुरु किए। तब तक रेडियो का प्रयोग सिर्फ नौसेना तक ही सीमित था। 1917 में प्रथम विश्व युद्ध की शुरुआत के बाद किसी भी गैर फौज़ी के लिये रेडियो का प्रयोग निशिद्ध कर दिया गया।

स्मार्टफोन :-

स्मार्ट फोन उन मोबाइल फोनों को कहते हैं जिनकी कम्प्युटिंग क्षमता तथा कनेक्टिविटी आधारभूत फोनों की तुलना में अधिक उन्नत होती है। आरम्भ में जो स्मार्टफोन आये उनमें प्रायः मोबाइल फोन की विशेषताओं के अलावा अन्य उपभोक्ता युक्तियों जैसे पीडीए, मिडिया प्लेयर, डिजिटल कैमरा, जीपीएस फोन आदि के गुण भी होते थे। बाद के स्मार्टफोनों में इन सभी विशेषताओं के अलावा टचस्क्रीन, वेब-ब्राउज़िंग, वाई-फाई, अन्य पार्टियों के मोबाइल अनुप्रयोग (ऐप्स), गति-संसूचक (Motion Sensor), मोबाइल पेमेन्ट आदि भी उपलब्ध हैं। वर्तमान समय में लगभग 80 प्रतिशत स्मार्टफोन गूगल के एंड्रॉइड तथा ऐपल के पँटे मोबाइल प्रचालन तंत्रों पर आधारित हैं।

हिन्दी भाषा :-

हिन्दी विश्व की एक प्रमुख भाषा है एवं भारत की राजभाषा है। केंद्रीय स्तर पर दूसरी आधिकारिक भाषा अंग्रेजी है। यह हिन्दुस्तानी भाषा की एक मानकीकृत रूप है जिसमें संस्कृत के तत्सम तथा तद्भव शब्द का प्रयोग अधिक हैं और अरबी-फ़ारसी शब्द कम हैं। हिन्दी संवैधानिक रूप से भारत की प्रथम राजभाषा और भारत की सबसे अधिक बोली और समझी जाने वाली भाषा है। हालांकि, हिन्दी भारत की राष्ट्रभाषा नहीं है क्योंकि भारत के संविधान में कोई भी भाषा को ऐसा दर्जा नहीं दिया गया था। चीनी के बाद यह विश्व में सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा भी है। विश्व आर्थिक मंच की गणना के अनुसार यह विश्व की दस शक्तिशाली भाषाओं में से एक है। हिन्दी और इसकी बोलियाँ सम्पूर्ण भारत के विविध राज्यों में बोली जाती हैं। भारत और अन्य देशों में भी लोग हिन्दी बोलते, पढ़ते और लिखते हैं। फ़िजी, मॉरिशस, गयाना, सूरीनाम की और नेपाल की जनता भी हिन्दी बोलती है। 2001 की भारतीय जनगणना में भारत में ४२ करोड़ २० लाख लोगों ने हिन्दी को अपनी मूल भाषा बताया। भारत के बाहर, हिन्दी बोलने वाले संयुक्त राज्य अमेरिका में 648,983; मॉरीशस में ६,८५,१७०; दक्षिण अफ्रीका में ८,६०,२६२; यमन में २,३२,७६०; युगांडा में १,४७,०००; सिंगापुर में ५,०००; नेपाल में ८ लाख; जर्मनी में ३०,००० हैं। न्यूजीलैंड में हिन्दी चौथी सर्वाधिक बोली जाने वाली भाषा है। इसके अलावा भारत, पाकिस्तान और अन्य देशों में १४ करोड़ १० लाख लोगों द्वारा बोली जाने वाली उर्दू, मौखिक रूप से हिन्दी के काफी समान है। लोगों का एक विशाल बहुमत हिन्दी और उर्दू दोनों को ही समझता है। भारत में हिन्दी, विभिन्न भारतीय राज्यों की १४ आधिकारिक भाषाओं और क्षेत्र की बोलियों का उपयोग करने वाले लगभग १ अरब लोगों में से अधिकांश की दूसरी भाषा है। हिंदी हिंदी बेल्ट का लिंगुआ फ़रेंका है, और कुछ हद तक पूरे भारत (आमतौर पर एक सरल या पिज्जाइज्ड किस्म जैसे बाजार हिन्दुस्तान या हापलोंग हिंदी में)।

भाषा विकास क्षेत्र से जुड़े वैज्ञानिकों की भविष्यवाणी हिन्दी प्रेमियों के लिए बड़ी सन्तोषजनक है कि आने वाले समय में विश्व स्तर पर अन्तर्राष्ट्रीय महत्त्व की जो चन्द भाषाएँ होंगी उनमें हिन्दी भी प्रमुख होगी। 'देशी', 'भाखा' (भाषा), 'देशना वचन' (विद्यापति), 'हिन्दवी', 'दक्खिनी', 'रेखता', 'आर्यभाषा' (स्वामी दयानन्द सरस्वती), 'हिन्दुस्तानी', 'खड़ी बोली', 'भारती' आदि हिन्दी के अन्य नाम हैं जो विभिन्न ऐतिहासिक कालखण्डों में एवं विभिन्न सन्दर्भों में प्रयुक्त हुए हैं।

हिन्दी पत्रकारिता :-

हिन्दी पत्रकारिता की कहानी भारतीय राष्ट्रीयता की कहानी है। हिन्दी पत्रकारिता के आदि उन्नायक जातीय चेतना, युगबोध और अपने महत् दायित्व के प्रति पूर्ण सचेत थे। कदाचित् इसलिए विदेशी सरकार की दमन-नीति का उन्हें शिकार होना पड़ा था, उसके नृशंस व्यवहार की यातना झेलनी पड़ी थी। उन्नीसवीं शताब्दी में हिन्दी गद्य-निर्माण की चेष्टा और हिन्दी-प्रचार आन्दोलन अत्यन्त प्रतिकूल परिस्थितियों में भयंकर कठिनाइयों का सामना करते हुए भी कितना तेज और पुष्ट था इसका साक्ष्य 'भारतमित्र' (सन् 1878 ई. में) 'सार सुधानिधि' (सन् 1879 ई.) और 'उचित वक्ता' (सन् 1880 ई.) के जीर्ण पृष्ठों पर मुखर है। वर्तमान में हिन्दी पत्रकारिता ने अंग्रेजी पत्रकारिता के दबदबे को खत्म कर दिया है। पहले देश-विदेश में अंग्रेजी पत्रकारिता का दबदबा था लेकिन आज हिन्दी भाषा का झण्डा चहुँदिस लहरा रहा है। ३० मई को 'हिन्दी पत्रकारिता दिवस' के रूप में मनाया जाता है।

हिन्दी सिनेमा :-

हिन्दी सिनेमा, जिसे बॉलीवुड के नाम से भी जाना जाता है, हिन्दी भाषा में फ़िल्म बनाने का उद्योग है। बॉलीवुड नाम अंग्रेजी सिनेमा उद्योग हॉलिवुड के तर्ज पर रखा गया है। हिन्दी फ़िल्म उद्योग मुख्यतः मुम्बई शहर में बसा है। ये फ़िल्में हिन्दुस्तान, पाकिस्तान और दुनिया के कई देशों के लोगों के दिलों की धड़कन हैं। हर फ़िल्म में कई संगीतमय गाने होते हैं। इन फ़िल्मों में हिन्दी की 'हिन्दुस्तानी' शैली का चलन है। हिन्दी और उर्दू (खड़ी बोली) के साथ साथ अवधी, बम्बईया हिन्दी, भोजपुरी, राजस्थानी जैसी बोलियाँ भी संवाद और गानों में उपयुक्त होते हैं। प्यार, देशभक्ति, परिवार, अपराध, भय, इत्यादि मुख्य विषय होते हैं। ज्यादातर गाने उर्दू शायरी पर आधारित होते हैं। भारत में सबसे बड़ी फिल्म निर्माताओं में से एक, शुद्ध बॉक्स ऑफिस राजस्व का 43 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करता है, जबकि तमिल और तेलुगू सिनेमा 36 प्रतिशत का प्रतिनिधित्व करते हैं, क्षेत्रीय सिनेमा के बाकी 2014 के रूप में 21 प्रतिशत का गठन है। बॉलीवुड भी दुनिया में फिल्म निर्माण के सबसे बड़े केंद्रों में से एक है। बॉलीवुड कार्यरत लोगों की संख्या और निर्मित फिल्मों की संख्या के मामले में दुनिया में सबसे बड़ी फिल्म उद्योगों में से एक है।

हिन्दी टेलीविज़न :-

हिन्दी टेलीविज़न का आरम्भ बहुत धीमा था किन्तु उसके बाद इसने गति पकड़ी और इस समय भारत में हिन्दी टेलीविज़न चैनलों की बाढ़ आ गयी है। भारत में अपने आरंभ से लगभग 30 वर्ष तक टेलीविज़न की प्रगति धीमी रही किन्तु वर्ष 1980 और 1990 के दशक में दूरदर्शन ने राष्ट्रीय कार्यक्रम और समाचारों के प्रसारण के ज़रिये हिंदी को जनप्रिय बनाने में काफी योगदान किया। वर्ष 1990 के दशक में मनोरंजन और समाचार के निजी उपग्रह चैनलों के पदार्पण के उपरांत यह प्रक्रिया और तेज हो गई। रेडियो की तरह टेलीविज़न ने भी मनोरंजन कार्यक्रमों में फिल्मों का भरपूर उपयोग किया और फ़ीचर फ़िल्मों, वृत्तचित्रों तथा फ़िल्मों गीतों के प्रसारण से हिंदी भाषा को देश के कोने-कोने तक पहुंचाने के सिलसिले को आगे बढ़ाया। टेलीविज़न पर प्रसारित धारावाहिक ने दर्शकों में अपना विशेष स्थान बना लिया। सामाजिक, पौराणिक, ऐतिहासिक, पारिवारिक तथा धार्मिक विषयों को लेकर बनाए गए हिंदी धारावाहिक घर-घर में देखे जाने लगे। रामायण, महाभारत हमलोग, भारत एक खोज जैसे धारावाहिक न केवल हिंदी प्रसार के वाहक बने बल्कि राष्ट्रीय एकता के सूत्र बन गए।

देखते-ही-देखते टीवी कार्यक्रमों से जुड़े लोग फिल्मी सितारों की तरह चर्चित और विख्यात हो गए। समूचे देश में टेलीविज़न कार्यक्रमों की लोकप्रियता की बढ़ती देश के अहिंदी भाषी लोग हिंदी समझने और बोलने लगे। 'कौन बनेगा करोड़पति' जैसे कार्यक्रमों ने लगभग पूरे देश को बांधे रखा। हिंदी में प्रसारित ऐसे कार्यक्रमों में पूर्वोत्तर राज्यों, जम्मू-कश्मीर और दक्षिणी राज्यों के प्रतियोगियों ने भी बढ़-चढ़कर हिस्सा लिया और इस तथ्य को दृढ़ता से उजागर किया कि हिंदी की पहुंच समूचे देश में है। विभिन्न चैनलों ने अलग-अलग आयु वर्गों के लोगों के लिए आयोजित प्रतियोगिताओं के सीधे प्रसारणों से भी अनेक अहिंदी भाषी राज्यों के प्रतियोगियों ने हिंदी में गीत गाकर प्रथम और द्वितीय स्थान प्राप्त किए। इन कार्यक्रमों में पुरस्कार के चयन में श्रोताओं द्वारा मतदान करने के नियम ने इनकी पहुंच को और विस्तृत कर दिया। टेलीविज़न चैनलों पर प्रसारित किए जा रहे तरह-तरह के लाइव-शो में भाग लेने वाले लोगों को देखकर लगता ही नहीं कि हिंदी कुछ खास प्रदेशों की भाषा है। हिंदी फिल्मों की तरह टेलीविज़न के हिंदी कार्यक्रमों ने भी भौगोलिक, भाषाई तथा सांस्कृतिक सीमाएं तोड़ दी हैं। .

जनसंचार :-

लोक सम्पर्क या जन सम्पर्क या जनसंचार (Mass Communication) से तात्पर्य उन सभी साधनों के अध्ययन एवं विश्लेषण से है जो एक साथ बहुत बड़ी जनसंख्या के साथ संचार सम्बन्ध स्थापित करने में सहायक होते हैं। प्रायः इसका अर्थ सम्मिलित रूप से समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, रेडियो, दूरदर्शन, चलचित्र से लिया जाता है जो समाचार एवं विज्ञापन दोनों के प्रसारण के लिये प्रयुक्त होते हैं। जनसंचार माध्यम में संचार शब्द की उत्पत्ति संस्कृत के 'चर' धातु से हुई है जिसका अर्थ है चलना।

विज्ञापन :-

विज्ञापन किसी उत्पाद अथवा सेवा को बेचने अथवा प्रवर्तित करने के उद्देश्य से किया जाने वाला जनसंचार विज्ञापन (Advertising) कहलाता है। विज्ञापन विक्रय कला का एक नियंत्रित जनसंचार माध्यम है जिसके द्वारा उपभोक्ता को दृश्य एवं श्रव्य सूचना इस उद्देश्य से प्रदान की जाती है कि वह विज्ञापनकर्ता की इच्छा से विचार सहमति, कार्य अथवा व्यवहार करने लगे। औद्योगिकीकरण आज विकास का पर्याय बन गया है। उत्पादन बढ़ने के कारण यह आवश्यक हो गया है कि उत्पादित वस्तुओं को उपभोक्ता तक पहुँचाया ही नहीं जाये बल्कि उसे उस वस्तु की जानकारी भी दी जाये। वस्तुतः मनुष्य को जिन वस्तुओं की आवश्यकता होती है वह उन्हें तलाश ही लेता इसके ठीक विपरीत उसे जिसकी जरूरत नहीं होती वह उसके बारे में सुनकर अपना समय खराब नहीं करना चाहता। इस अर्थ में विज्ञापन वस्तुओं को ऐसे लोगों तक पहुँचाने का कार्य करता है जो यह मान चुके होते हैं कि उन वस्तुओं की उसे कोई जरूरत नहीं है। आशय यह कि उत्पादित वस्तु को लोकप्रिय बनाने तथा उसकी आवश्यकता महसूस कराने का कार्य विज्ञापन करता है। विज्ञापन अपने छोटे से संरचना में बहुत कुछ समाये होते हैं। वह बहुत कम बोलकर भी बहुत कुछ कह जाते हैं।

आज विज्ञापन हमारे जीवन का अहम हिस्सा बन चुका है। सुबह आंख खुलते ही चाय की चुस्की के साथ अखबार में सबसे पहले दृष्टि विज्ञापन पर ही जाती है। घर के बाहर पैर रखते ही हम विज्ञापन की दुनिया से घिर जाते हैं। चाय की दुकान से लेकर वाहनों और दिवारों तक हर जगह विज्ञापन ही विज्ञापन दिखाई देते हैं। किसी भी तथ्य को यदि बार-बार लगातार दोहराया जाये तो वह सत्य प्रतीत होने लगता है – यह विचार ही

विज्ञापनों का आधारभूत तत्व है। विज्ञापन जानकारी भी प्रदान करते हैं। उदाहरण के लिए कोई भी वस्तु जब बाजार में आती है, उसके रूप-रंग-संरचना व गुण की जानकारी विज्ञापनों के माध्यम से ही मिलती है। जिसके कारण ही उपभोक्ता को सही और गलत की पहचान होती है। इसलिए विज्ञापन हमारे लिए जरूरी है। जहाँ तक उपभोक्ता वस्तुओं का सवाल है, विज्ञापनों का मूल उद्देश्य ग्राहकों के अवचेतन मन पर छाप छोड़ जाना है और विज्ञापन इसमें सफल भी होते हैं। यह 'कहीं पे निगाहें, कहीं पे निशाना' का सा अन्दाज है। विज्ञापन सन्देश आमतौर पर प्रायोजकों द्वारा भुगतान किया है और विभिन्न माध्यमों के द्वारा देखा जाता है जैसे समाचार पत्र, पत्रिकाओं, टीवी विज्ञापन, रेडियो विज्ञापन, आउटडोर विज्ञापन, ब्लॉग या वेबसाइट आदि। वाणिज्यिक विज्ञापनदाता अक्सर उपभोक्ताओं के मन में कुछ गुणों के साथ एक उत्पाद का नाम या छवि जोड़ जाते हैं जिसे हम 'ब्रान्डिंग' कहते हैं। ब्रान्डिंग उत्पाद या सेवा की बिक्री बढ़ाने में एक प्रमुख भूमिका निभाता है। गैर-वाणिज्यिक विज्ञापनों का उपयोग राजनीतिक दल, हित समूह, धार्मिक संगठन और सरकारी एजेंसियाँ करती हैं।

अंतरजाल :-

अंतरजाल (इंटरनेट) (Internet आई पी ए : "nt"n"t) विश्व में डिवाइसों को लिंक करने के लिए इंटरनेट प्रोटोकॉल सूट (टीसीपी/आईपी) का उपयोग करने वाले इंटरनेटनेटवर्क कंप्यूटर नेटवर्क की वैश्विक प्रणाली है। यह नेटवर्क का एक नेटवर्क है जिसमें निजी, सार्वजनिक, शैक्षिक, व्यवसाय और वैश्विक नेटवर्क के सरकारी नेटवर्क शामिल हैं, जो कि इलेक्ट्रॉनिक, वायरलेस, और ऑप्टिकल नेटवर्किंग प्रौद्योगिकियों की व्यापक श्रेणी से जुड़ा हुआ है। इंटरनेट में सूचना संसाधनों और सेवाओं की एक विस्तृत श्रृंखला है, जैसे इंटर लिंक किए गए हाइपरटेक्स्ट दस्तावेज़ और वर्ल्ड वाइड वेब (डबल्यूडबल्यूडबल्यू), इलेक्ट्रॉनिक मेल, टेलीफोनी और फ़ाइल साझाकरण के अनुप्रयोग। १९६० के दशक में इंटरनेट नेटवर्क की उत्पत्ति संयुक्त राज्य संघीय सरकार द्वारा कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से मज़बूत, गलती-सहिष्णु संचार के निर्माण के लिए शुरू की गई थी। १९९० के शुरुआती दिनों में वाणिज्यिक नेटवर्क और उद्यमों को जोड़ने से आधुनिक इंटरनेट पर संक्रमण की शुरुआत हुई, और तेजी से वृद्धि के कारण संस्थागत, व्यक्तिगत और मोबाइल कंप्यूटर नेटवर्क से जुड़े थे।

२००० के दशक के अंत तक, इसकी सेवाओं और प्रौद्योगिकियों को रोजमर्रा की जिंदगी के लगभग हर पहलू में शामिल किया गया था। टेलीफोनी, रेडियो, टेलीविज़न, पेपर मेल और अखबारों सहित अधिकांश पारंपरिक संचार मीडिया, ईमेल द्वारा पुनर्निर्मित, पुनर्निर्धारित, या इंटरनेट से दूर किए जाने वाले ईमेल सेवाओं, इंटरनेट टेलीफोनी, इंटरनेट टेलीविज़न, ऑनलाइन संगीत, डिजिटल समाचार पत्र, और वीडियो स्ट्रीमिंग वेबसाइटें अखबार, पुस्तक, और अन्य प्रिंट प्रकाशन वेबसाइट प्रौद्योगिकी के अनुकूल हैं, या ब्लॉगिंग, वेब फ़ीड्स और ऑनलाइन समाचार एग्रीगेटर्स में पुनः स्थापित किए जा रहे हैं। इंटरनेट ने त्वरित मैसेजिंग, इंटरनेट फ़ोरम और सोशल नेटवर्किंग के माध्यम से व्यक्तिगत इंटरैक्शन के नए रूपों को सक्षम और तेज किया है। ऑनलाइन खुदरा विक्रेताओं और छोटे व्यवसायों और उद्यमियों के लिए ऑनलाइन खरीदारी तेजी से बढ़ी है, क्योंकि यह कंपनियों को एक बड़े बाजार की सेवा या पूरी तरह से ऑनलाइन वस्तुओं और सेवाओं को बेचने के लिए अपनी 'ईट और मोटर्स' उपस्थिति बढ़ाने में सक्षम बनाता है।

इंटरनेट पर व्यापार से व्यापार और वित्तीय सेवाओं को पूरे उद्योगों में आपूर्ति श्रृंखला पर असर पड़ता है। इंटरनेट का उपयोग या उपयोग के लिए तकनीकी कार्यान्वयन या नीतियों में कोई केंद्रीकृत शासन नहीं है;

प्रत्येक घटक नेटवर्क अपनी नीतियाँ निर्धारित करता है। इंटरनेट, इंटरनेट प्रोटोकॉल एड्रेस (आए पी एड्रेस), स्पेस और डोमेन नेम सिस्टम (डी एन एस) में दो प्रमुख नाम रिक्त स्थान की केवल अति परिभाषा परिभाषाएँ एक रखरखाव संगठन, इंटरनेट कॉरपोरेशन फॉर असाइन्ड नाम और नंबर (आए सी ए एन एन)। मुख्य प्रोटोकॉल के तकनीकी आधारभूत और मानकीकरण, इंटरनेट इंजीनियरिंग टास्क फ़ोर्स (आए ई टी एफ़) की एक गतिविधि है, जो कि किसी भी गैर-लाभप्रद संगठन के साथ संबद्ध अंतरराष्ट्रीय सहभागी हैं, जो किसी को भी तकनीकी विशेषज्ञता में योगदान दे सकते हैं।

मोबा० 9444256129



सोशल मीडिया और हिंदी

Dr. R.Vijayalakshmi

Assistant Professor, Department of Hindi,
Cauvery College for Women (Autonomous) Trichy-18, TamilNadu

भाषा समाज को संपर्क में लाने वाले एक साधन है। मीडिया उसके सहयोगी साधन है। दोनों मिलकर सामाजिक उन्नति पा सकते हैं। सामाजिक चेतना जागृत करने में मीडिया की बड़ी भूमिका है। मीडिया के माध्यम से हमारे मन और शरीर इंद्रियों को चेतना दे देती है।

पत्र-पत्रिकाएं का योगदान :-

स्वतंत्रता संग्राम में पत्र-पत्रिकाओं का योगदान बहुत महत्वपूर्ण है हम जानते हैं कि भारतेन्दु हरिश्चंद्र से महावीर प्रसाद द्विवेदी, सुब्रह्मण्य भारतीयार, चिंदबरम पिल्लै ऐसा कभी देश भक्ति पत्रकारों हमारे मन में स्वतंत्रता के आहुति में जोश देने वाले विचारों पैदा किए थे। और अन्य रचनाकारों के रचनाओं से स्वतंत्रता संग्राम की यज्ञ में आहुति बनाने के कार्य किया गया। उसे जमाने में पंडित लोग पत्रिका पढ़ते ही एक गर्भवती बात है मान जाते हैं और अनपढ़ लोग भी उनके मुख से वह अखबार की समाचार सुनकर सामाजिक समाचारों को पहचान कर लिया।

उस जमाने में महान लोगों के अमूल्य बचन को सुनने के लिए आकर्षित होकर समाचार पत्रिका के साथ रखने लगे हमारे पड़ोसी प्रांत केरल में हर रोज चाय के साथ-साथ हर एक के हाथ में किसी न किसी पत्र पत्रिकाएं रखना आदत है।

आजकल इलेक्ट्रॉनिक मीडिया आने पर भी लोगों के बीच में पत्रिका के रुचि कम होने को महसूस करते हैं लेकिन आज भी पत्रिका पढ़ने की आदत बढ़ रही है।

रेडियो :-

यह हमारे मन में मन को आकर्षित करने वाले एक महत्वपूर्ण साधन है। 70-80 दशक में रेडियो के द्वारा गीत और कहानी सुनते हैं और बीच-बीच में आने वाले विज्ञापनों को सुना और उसे दोहराना भी कुछ लोगों की आदत है। उस जमाने में किसके पास रेडियो रखते हैं उनको धनवान मानते हैं।

टेलीविजन :-

उसके बाद 70-80 दशक में दूरदर्शन की योगदान महत्वपूर्ण है। उसे जमाने में दूरदर्शन के द्वारा प्रांतीय भाषाओं के साथ-साथ अधिकतर हिंदी भाषा के कार्यक्रम चलाने वाले थे। विशेषता है रंगोली सिनेमा नाट्य प्रदर्शनियों सब कुछ लोगों के बीच में आकर्षित करने वाले विषय बना दिया। इस अवसर पर कई लोग अपनी

रोजमर्रा कार्यों को भी छोड़कर उसके लिए बैठने वाले थे। बच्चों भी बहुत इच्छुक से गुनगुना कर और कहानी दोहराते हैं। विज्ञापनों को दोहराकर अपने मन-बहलाव करते हैं।

उसके बाद टेलीविजन में कई भाषा के सिनेमा और संगीत और ज्यादा सीरियल भी चला जाता भाषा के जानकारी न होने पर भी उसको बहुत रुचि से देख रहे हैं और उसमें आने वाले घटनाओं के बारे में चर्चा कर रहा है।

आजकल मोबाइल, संगणक, अंतरजाल के द्वारा विभिन्न विषयों को जानकारी प्राप्त करते हैं और विभिन्न भाषा में होने पर भी अनुवाद के रूप में उसे पहचान कर रहा है। यह मनोरंजक साधन ही नहीं समाज की आवश्यक समाचार देने वाले साधन है।

हां, कोरोना संक्रमण काल में हमें सचेत करने के साथ साथ हमें उस भयानक स्थिति से बाहर लाने के लिए अर्थात् शिक्षा, चिकित्सा, मनोरंजक जैसे विभिन्न कार्यक्रमों के द्वारा यथार्थ जीवन को लाने को अधिक प्रयास किया। इसमें कई हिंदी संगोष्ठी आयोजित किया गया। हम सीधे भाग लेंगे तो भी इतनी संगोष्ठियों में भाग लेना मुश्किल है। लेकिन राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय संगोष्ठियों से लाभान्वित हो रहे हैं। ज्ञानोर्पाजन ही मिला।

अंतरजाल :-

यह हमारे वरदान है। हरेक चीजों में अच्छाई-बुराई होने पर हमारे और समाज से मानने वाले कार्यों के लिए प्रयोग करें तो हम अपने जीवन में सफल हो सकते हैं। एक शिक्षक के रूप में शिक्षा दे रहा है। इसका प्रयोग हम हरेक कोने-कोने से हमारे आवश्यक चीजों और समाचारों इनके कारण हमारे मुठ्ठी के अंदर है। उंगलियों से दबाकर हम दुनिया को हाथ पर ला सकते हैं। कोषों की प्रयोग भी कर सकते हैं।

मोबाइल :-

मुठ्ठी में दुनिया है। यह मोबाइल के बारे में बताने वक्त सच्चा है। उसका बटन दबाएँ तो सिम कम्पनी वाले से मिलने वाले हिंदी भाषा के द्वारा निर्देश को अर्थ धीरे-धीरे पहचान करते हैं और उसे दोहराते हैं। इतना ही नहीं हमारी राष्ट्रभाषा हमारे भारत ही नहीं विश्वभर समाज के हितकार्य को दे रही है।

व्हाट्सअप, फेसबुक, इंस्टाग्राम :-

ये हमारे समाज की भलाई के लिए कई रूप में उपयोग होती है। यहाँ हिंदी भाषा टंकन जानकारी के बिना भी अपने आवाज़ से टंकित होती है।

सिनेमा :-

यह हमारे समाज को निर्णय करने वाले एक महत्वपूर्ण साधन है। इसके द्वारा कई अच्छे-अच्छे नेतागण और कई अच्छी विषयों को हमें देती है। भाषा में फर्क होने पर हिंदी फिल्मों ओर उसके गीतों हमारे मन को आकर्षित करता है।

स्वच्छ भारत अभियान जैसे योजनाओं का अर्थ पहचान कर उसे कार्यान्वित करने में सफल होते हैं।

निष्कर्ष :-

इसी तरह हिंदी भाषा और सोशल मीडिया दोनों एक साथ मिलकर सामाजिक उन्नति के लिए भिन्न-भिन्न रूप में कार्य कर रही हैं। इससे हम देश की उन्नति के लिए हम कार्य करेंगे और आगे बढ़ेंगे।



सोशल मीडिया में हिंदी का महत्व

डॉ. ए. प्रेमा

सहायक प्राध्यापिका, हिंदी विभाग, बिषप हीबर कॉलेज, तिरिच्ची-17

मीडिया का अर्थ :-

मीडिया का अर्थ संचार का माध्यम होता है। मीडिया के अंदर टेलिविजन, रेडियो, सिनेमा, समाचार पत्र, पत्रिकाएँ आदि आते हैं।

सोशल मीडिया का अर्थ :-

यह एक ऑनलाइन मंच है जो उपयोगकर्ता को एक सार्वजनिक प्रोफाइल बनाने एवं वेबसाइट पर अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ सहभागिता करने की अनुमति देता है। यह व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम है। यह एक अपरंपरागत मीडिया है। यह एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है जिसे इंटरनेट के माध्यम से पहुँच बना सकते हैं। सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है, जो कि सारे संसार को जोड़े रखता है। यह संचार का एक बहुत अच्छा माध्यम है। यह द्रुत गति से सूचनाओं को आदान-प्रदान करने में सक्षम रहते हैं, जिसमें हर क्षेत्र की खबरें होती हैं।

पहले सोशल मीडिया पर ज्यादातर अंग्रेजी भाषा ही प्रयोग होता था और यह विषय हिंदी भाषियों के लिए थोड़ा दिक्कत पहुँचता था। हालांकी दुनिया की सबसे ज्यादा बोली जाने वाली तीसरी भाषा हिंदी है। अब सोशल मीडिया के मंच पर हिंदी भाषा ने अपने अस्तित्व को बुलंद तरीके से स्थापित किया है। वर्तमान में सोशल मीडिया पर सक्रिय लोग अब हिंदी भाषा को गर्व के साथ प्रयोग करते हैं।

जहाँ फेसबुक या ट्विटर पर अंग्रेजी में लिखे गए पोस्ट और कमेंट्स की भीड़ में हिंदी प्रेमियों को आकर्षित करने के लिए हिंदी में लिखी गई पोस्ट और कमेंट्स प्रचलन में होता है। हिंदी प्रेमियों को आकर्षित करने के लिए वाट्सएप और टेक्स्ट मैसेज को भी सार्थक बनाने के लिए हिंदी भाषा का प्रयोग कर रहे हैं। ब्लागर्स ने सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा को और भी विकसित रूप से प्रयोग कर रहे हैं। पिछले कुछ सालों में हिंदी ब्लागर्स की संख्या लगातार बढ़ रहे हैं। इसके अलावा वर्तमान में सोशल मीडिया में हिंदी को और भी उचित तरीके से विस्तारित करने में वॉट्सएप भी अग्रणी है, जिस पर हिंदी सामग्री को प्रसारित करने के लिए हिंदी भाषा का प्रयोग सर्वाधिक होता है। उपयोगकर्ता और पाठक को सरलता से जोड़ने के लिए सोशल मीडिया पर जोक्स, मैसेज या अन्य सामग्री का ज्यादा से ज्यादा प्रचलित और प्रसारित होने का कार्य भी हिंदी भाषा ने

की है।

भाषा संरक्षण :-

सोशल मीडिया हिंदी भाषा के संरक्षण और प्रचार-प्रसार के लिए एक मंच प्रदान करता है। डिजिटल युग में जहाँ अंग्रेज़ी इंटरनेट पर हावी है, सोशल मीडिया हिंदी बोलने वालों को अपनी भाषा का जश्न मनाने और उसे बनाए रखने की अनुमति देता है।

सांस्कृतिक प्रतिनिधित्व :-

हिंदी भारतीय संस्कृति और विरासत से गहराई से जुड़ी हुई है। सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर इसकी उपस्थिति भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विविधता, ऐतिहासिक महत्व और कलात्मक अभिव्यक्तियों को बनाए रखने और प्रदर्शित करने में मदद करती है।

व्यापक पहुँच :-

हिंदी दुनिया में सबसे अधिक बोली जानेवाली भाषाओं में से एक है। सोशल मीडिया पर हिंदी का उपयोग व्यापक दर्शकों तक पहुँचने में मदद करता है, जिसमें भारत के विभिन्न क्षेत्रों और विश्व स्तर पर अन्य हिंदी भाषी समुदायों के लोग शामिल हैं।

राजनीतिक और सामाजिक प्रभाव :-

सोशल मीडिया राजनीतिक और सामाजिक आंदोलनों के लिए एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है। हिंदी सामग्री सार्वजनिक चर्चा पर महत्वपूर्ण प्रभाव डाल सकती है, जिससे उपयोगकर्ता महत्वपूर्ण मुद्दों पर चर्चा कर सकते हैं, राजनीतिक राय साझा कर सकते हैं और सक्रियता में शामिल हो सकते हैं।

सामग्री विविधता :-

हिंदी सोशल मीडिया विविध सामग्री आवश्यकताओं को पूरा करता है, जिसमें समाचार, मनोरंजन, शिक्षा और बहुत कुछ शामिल हैं। यह विविध सामग्री हिंदी भाषी उपयोगकर्ताओं को शिक्षित, सूचित और मनोरंजन करने में मदद करती है।

कन्वर्जिबिलिटी :-

सोशल मीडिया पर हिंदी उन लोगों के बीच जुड़ाव बढ़ावा देती है जो भाषा साझा करते हैं लेकिन भौगोलिक रूप से अलग हो सकते हैं। यह व्यक्तियों को अपनी जड़ों और विरासत से जुड़े रहने की अनुमति देता है।

बाज़ार के अवसर :-

व्यवसायों के लिए सोशल मीडिया पर हिंदी का उपयोग करने से एक विशाल बाज़ार खुल जाता है। भारत एक बहुत बड़ा बाज़ार है, और हिंदी भाषी उपभोक्ताओं तक पहुँचना ब्रांडों और विपणक के लिए एक आकर्षक अवसर हो सकता है।

सशक्तीकरण :-

अपनी मूल भाषा का उपयोग करने से व्यक्तियों को खुद को अधिक प्रभावी ढंग से व्यक्त करने के लिए सशक्त बनाया जा सकता है। यह सशक्तिकरण शिक्षा, उद्यमिता और सोशल मीडिया पर आत्म-अभिव्यक्ति तक फैल सकता है।

भाषाई पहचान :-

हिंदी में सोशल मीडिया भाषाई पहचान को मजबूत करने में मदद करता है, जो किसी व्यक्ति की स्वयं की भावना का अभिन्न अंग है। यह उपयोगकर्ताओं को अपनी मूल भाषा में प्रमाणिक और गर्व से संवाद करने की अनुमति देता है।

ज्ञान सांझा करना :-

उपयोगकर्ता हिंदी में ज्ञान और जानकारी साझा और एक्सेस कर सकते हैं, जिससे भाषा के विकास में योगदान होगा और उन लोगों के लिए जानकारी तक पहुँच आसान हो जाएगी जो हिंदी में अधिक सहज हैं।

निष्कर्ष :-

भाषाई विविधता, सांस्कृतिक समृद्धि और सामाजिक जुड़ाव का जर्न मनाने के लिए सोशल मीडिया पर हिंदी का उपयोग आवश्यक है। यह बढ़ती डिजिटल दुनिया में अभिव्यक्ति, सूचना साझाकरण और सांस्कृतिक संरक्षण के लिए एक शक्तिशाली माध्यम के रूप में कार्य करता है।



हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की भूमिका

डॉ. परमानंद पाटीदार

सहायक प्राध्यापक, हिंदी, शासकीय महाविद्यालय कन्नौद, जिला देवास (म.प्र.)

सारांश :-

हिंदी भारत की राजभाषा है। हिंदी भाषा संसार भर में समझी और बोली जाती है। सोशल मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। संसार भर में भारतीय फिल्में टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं, इससे भी विश्व भर में हिंदी का प्रचार और विस्तार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण नवयुवक इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रहे हैं। भाषा मनुष्य को जोड़ने का काम करती है। सोशल मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिंदी को और भी प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय मीडिया को ही जाता है। वर्तमान युग में विज्ञापनों का बोलबाला है। विज्ञापनों के द्वारा भी हिंदी के प्रचार और विस्तार में सहायता मिलती है। सोशल मीडिया के द्वारा हिंदी के विस्तार में महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

मुख्य बिंदु :- सोशल मीडिया, हिंदी का प्रचार, विस्तार, भूमिका।

प्रस्तावना :-

जन भाषा के सबसे सशक्त माध्यम सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रचार और विस्तार में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है। जैसाकि यह सर्वविदित है कि "साहित्य समाज का दर्पण होता है" अर्थात् समाज में घटित सभी घटनाओं का सीधा प्रभाव रचनाकारों के ऊपर पड़ता है। एक व्यक्ति अपने मन में उत्पन्न उद्गारों व विचारों को अपनी मातृभाषा में जितनी सहजता से व्यक्त कर सकता है उतना अन्य किसी माध्यम में नहीं।

हिंदी गद्य साहित्य के जनक भारतेन्दु हरिश्चंद्र जी ने भी मातृभाषा पर जोर देते हुए कहा है कि :-

‘निज भाषा उन्नति अहै, सब उन्नति को मूल।

बिनु निज भाषा ज्ञान के, मिटत न हिय को सूल।।’

देश ही नहीं वरन पूरे संसार में सोशल मीडिया का प्रभाव तीव्रता से बढ़ा है। इसे ध्यान में रखते हुए भाषा सुधार समिति ने आवश्यक सुधार किया जिससे हिंदी को सरल एवं सहज बनाया जा सके क्योंकि हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। चाहे वह दूरदर्शन हो, समाचार पत्र हो, आकाशवाणी हो, पत्रिकाएं हो, सिनेमा हो, फेसबुक हो, व्हाट्सएप हो, ट्विटर हो, आरकूट हो या इंस्टाग्राम हो सोशल मीडिया में हिंदी का प्रयोग वर्तमान समय में बढ़ा है। पहले मीडिया के केवल दो प्रकार थे।

1. **प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया :-**

प्रिंट मीडिया में प्रिंट की गई खबरों को क्षेत्र में पहुंचाया जाता था।

2. **इलेक्ट्रॉनिक मीडिया :-**

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया द्वारा भी हिंदी का प्रचार होता था।

जब प्रिंट मीडिया आया तो वाचिक संवाद की सर्वव्यापकता कम हुई। जब रेडियो आया तो उसने लिखित और मुद्रित माध्यम को थोड़ा खिसका कर अपनी जगह बनाई। जब टेलीविजन आया तो बहुत से व्यक्तियों ने मुद्रित माध्यम के अवसान की घोषणा कर दी।

उसका अवसान तो नहीं हुआ, लेकिन उसमें विकास, प्रभाव और स्वरूप पर सीधा प्रभाव पड़ा और आज भी पड़ता ही जा रहा है। सोशल मीडिया का असर बस नकारात्मक ही नहीं है। ट्विटर जैसे मंचों की शब्द सीमा ने अपनी बात को चुस्त और कम से कम शब्दों में कहने के अभ्यास को संभव बनाया है।

सोशल मीडिया ने आज बड़े-बड़े उद्योग, विज्ञापन, फिल्म प्रमोशन, चुनाव, राजनीतिक मुद्दों व राजनीतिक टीका-टिप्पणी, साहित्य का विस्तार, वाणिज्य ऑनलाइन क्रय-विक्रय टेलीविजन व जनसाधारण आदि के लिए एक विश्वव्यापी प्लेटफॉर्म वह भी कम खर्च में उपलब्ध कराया है।

सोशल मीडिया में अपलोड हिंदी भाषी वीडियो ने अनेक देशों के लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है। सोशल मीडिया के बढ़ती उपयोग में न केवल हमें पहले की तुलना में सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से जागरूक किया है।

जब से इंटरनेट का उद्गम हुआ तो उसने अपने तरीके से समाज को प्रभावित करना शुरू किया। रेडियो ने हिंदी की पहचान बढ़ाई तो वही सिनेमा ने इसकी लोकप्रियता में चार चांद लगाए। टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम से हिंदी भाषी लोगों को हिंदी सीखने के लिए प्रेरित किया। हिंदी और सोशल मीडिया से संबंधित रचना :-

“प्रचार और विस्तार होगा जब हिंदी का,
सभी भारतीय गुणगान करेंगे हिंदी का।
युवान हर से बातचीत में प्रयोग करेंगे हिंदी का,
सोशल मीडिया में उपयोग होगा हिंदी का।
तब कोई भी रास्ता रोक ना पाएंगे हिंदी का।
राष्ट्रभाषा दर्जे से तिलक होगा हिंदी का।”

टेलीविजन पर प्रसारित होने वाला कार्यक्रम “कौन बनेगा करोड़पति” अत्यधिक प्रसिद्ध हुआ इस कार्यक्रम की वजह से कितने अहिंदी भाषी लोग हिंदी सीखे और हिंदी के प्रसार और विस्तार में महत्वपूर्ण वृद्धि हुई। नवीन साहित्यकारों के लिए सोशल मीडिया एक अच्छा क्षेत्र प्लेटफार्म साबित हो रहा है। वर्तमान में भी यह रचनाकार

अपनी मौलिक रचनाओं को फेसबुक और व्हाट्सएप के माध्यम से जन सामान्य तक पहुंचा रहे हैं और हिंदी के विस्तार में योगदान दे रहे हैं। बिहार राज्य की तो दो लड़कियां मैथिली ठाकुर एवं नेहा सिंह राठौड़ फेसबुक के माध्यम से ही हिंदी में कला का प्रदर्शन कर हिंदी के प्रसार में योगदान दे रही है। ट्विटर की भाषा भी सरल और स्पष्ट वादी है। ट्विटर के द्वारा भी हिंदी के विस्तार में योगदान है।

व्हाट्सएप के जरिए नए-नए साहित्यकार रचनाकार और साहित्य अनुरागी लोग अपना समूह बनाकर अपनी-अपनी रचनाएं प्रस्तुत करते हैं। एक दूसरे की रचनाएं तथा कृतियों को पढ़ना और आवश्यकता अनुसार प्रतिक्रिया भी देते रहते हैं। सुंदर रचनाएं लोगों तक पहुंचने पर सराही जाती है एवं अत्यधिक लोगों द्वारा पसंद किए जाने पर पुरस्कार के लिए नामित भी किया जाता है। यूट्यूब एक ऐसा माध्यम है कि जो देश के कोने-कोने तक व्याप्त है। इसमें सभी समस्या का समाधान उपलब्ध है। हिंदी दिवस 14 सितंबर पर सोशल मीडिया में इतना अत्यधिक कार्यक्रमों को साझा किया जाता है कि इसकी लोकप्रियता दिनों दिन बढ़ रही है।

वास्तव में वर्तमान में अपने विचारों और भावों को जनसाधारण तक पहुंचने में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। सोशल मीडिया के माध्यम से एक व्यक्ति दूरस्थ किसी दूसरे व्यक्ति से जुड़ जाता है। सोशल मीडिया के माध्यम से हिंदी के प्रचार और विस्तार में महत्वपूर्ण योगदान प्राप्त हो रहा है। जन भाषा के सबसे सशक्त माध्यम सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रचार और विस्तार में वैश्विक क्रांति ला दी है। वर्तमान में सभी व्यक्ति हिंदी को बोल भी सकता है और समझ भी सकता है, भले ही उसे लिखना पढ़ना ना आता हो। वास्तव में हिंदी भाषा संसार भर में समझी बोली जाती है, सोशल मीडिया ने एक सबसे बड़ा काम यह किया है जिससे कलमकारों को बीच की दूरियां समाप्त होने लगी है। कलमकार एक दूसरे को जानने समझने लगे हैं एक दूसरे से हिंदी में ज्यादा से ज्यादा वार्तालाप करने लगे हैं।

निःसंदेह यह कहा जा सकता है कि हिंदी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका है।

निष्कर्ष :-

निष्कर्ष के रूप में हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का प्रयोग अस्वाभाविक रूप से बढ़ा है, सोशल मीडिया ने हिंदी साहित्य और हिंदी भाषा के विस्तार को नया रूप तो दिया ही है किंतु इसमें स्वरूप को भी परिवर्तित किया है लेकिन इस बात से भी नकारा नहीं जा सकता है कि जब कोई भाषा विभिन्न बोली बोलें जाने वालों व्यक्तियों व क्षेत्रों से होकर गुजरेगी तो उसके स्वरूप में परिवर्तन होगा ही, किंतु आज तकनीकी की दृष्टि से सभी चुनौतियों से निपटने के बाद जब हिंदी भाषा सभी क्षेत्रों में उपयोग हेतु उपलब्ध है। सोशल मीडिया के माध्यम से लोगों में जनसंचार व जागरूकता का भाव विकसित हो सका है, हम पर किसी भाषा की सुविधा की कसौटी का विचार करके इस जन चेतना को अवरुद्ध नहीं करना चाहिए सोशल मीडिया के सही प्रयोग से हिंदी के प्रचार और विस्तार में जरूर फायदा होगा।

संदर्भ सूची :-

1. आचार्य रामचंद्र शुक्ल, हिंदी साहित्य का इतिहास।
लोक भारती प्रकाशन, संस्करण 2009
2. डॉ. नगेन्द्र हिंदी साहित्य का इतिहास, संस्करण 2014
3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विकिपीडिया।
4. हिंदी के प्रचार में मीडिया की भूमिका—डॉ. मंजू सांगवान।
5. आजकल पत्रिका, अंक सितंबर 2013
6. डॉ. भोलानाथ तिवारी, भाषा विज्ञान प्रकाशन किताब महल, प्रयागराज—2005
7. हंस (हिंदी मासिक पत्रिका) सितंबर—2018



दलित पत्रकारिता और डॉ. भीमराव अंबेडकर

डॉ. श्रद्धा हिरकने, शोधार्थी

प्रोफेसर (डॉ.) के.पी. यादव, शोध सलाहकार, कुलपति

मैट्स विश्वविद्यालय, रायपुर, छत्तीसगढ़।

शोध सार :-

डॉ. भीमराव अंबेडकर महान समाजशास्त्री, महान अर्थशास्त्री, संविधान शिल्पी, दार्शनिक, इतिहासकार, प्रबुद्ध पत्रकार, कुशल राजनीतिज्ञ, भाषाविद, मानवाधिकार के संरक्षक, भारत के प्रथम कानून मंत्री, विधि वेत्ता, पिछड़ों के रहनुमा, नारी के मुक्तिदाता, दलितों के मसीहा, राष्ट्रवादी देशभक्त महानायक थे। डॉ. अंबेडकर जिस सामाजिक परिवेश में जन्मे वह पले बढ़े थे वह असमानता व उच्च नीच की पराकाष्ठा को भी पार कर गया था। हिंदू समाज अनेक जातियों में विभाजित था जिसमें निम्न जाति वाले अस्पृश्य पशुवत जीवन जीने को विवश थे। दलित व पिछड़ी जाति गणित व तिरस्कृत समझी जाती थी। जिसकी बस्ती अलग थी, जिसके कुएं अलग थे, उन्हें सार्वजनिक उन्हें जगह के पानी पीने की मनाही थी। धार्मिक स्थलों पर जाने की मनाही थी। दक्षिण भारत में कुछ जातियों के लोगों को कमर में झाड़ू बांधकर चलना पड़ता था ताकि उसके पांव के निशान किसी सवर्ण को ना दिखाई दें। ऊंची जाति के लोग उसकी छाया पड़ने मात्र से अपने आप को अपवित्र मानते थे और उन्हें स्नान करना पड़ता था। अंबेडकर ने अछूत प्रथा रूपी अमानवीयता के विरुद्ध गंभीरता व गहराई के साथ तीखे व प्रचंड प्रहार किया। छुआछूत के हृदय भेदक मर्मांतक प्रहारों से उनका साक्षात्कार छात्र जीवन में ही हो गया था। के. ए. केलुस्कर द्वारा अंबेडकर को भेंट की गई गौतम बुद्ध की जीवनी ने इनमें विचारों का तूफान उत्पन्न कर दिया था। परिणाम स्वरूप स्वाभिमान आत्मविश्वास व उनका आत्म बल बढ़ गया आगे चलकर इसका युगांतरकारी प्रभाव पड़ा।

प्रस्तावना :-

डॉ. अंबेडकर मनसा वाचा—कर्मणा—भारत के संविधान में दलित व पिछड़ी जातियों को बराबरी का दर्जा दिलाने के लिए संघर्षरत रहे। उनका जीवन ज्ञान योग व कर्म योग से भरा हुआ था। उन्होंने अपमान, तिरस्कार व घृणा का विषपान कर शिव बनकर ज्ञान का अमृत समाज व राष्ट्र के कल्याण हेतु दिया था। संकल्प की दृढ़ता उनके जीवन दर्शन में मुख्य रही। समाज ने उन्हें जितना नीचा दिखाना चाहा वे उतने ही उंचे बनते गए। डॉ. अंबेडकर क्रांतिकारी चिंतक थे वे रक्त क्रांति के समर्थक न होकर वैचारिक क्रांति को अति आवश्यक समझते थे। वे अहिंसक हृदय परिवर्तन चाहते थे पर वे जानते थे की समाज में स्वेच्छा से समता व बंधुता स्थापित नहीं हो सकती इसलिए वह बाध्यकारी कानूनों का निर्माण करते हैं जिससे समाज सामान्य एवं न्याय पूर्वक व्यवहार करने

हेतु बाध्य हो। अंबेडकर ने समाज को शिक्षित बनो, संगठित रहो, संघर्ष करो का नारा दिया तथा दलित समाज में सामाजिक चेतना को सफल बनाने के लिए पत्रकारिता को चुना। उन्होंने पत्रकारिता के तेजस्वी माध्यम से अपने प्रखर विचारों को समाज के समक्ष रखा और दलित वर्ग की सदियों से सुस्त चेतना को झिंझोड़कर जगाया। महानायक अंबेडकर ने मूकनायक, बहिष्कृत भारत, सामता, जनता और प्रबुद्ध भारत जैसे परिवर्तनशील पत्र पत्रिकाएं निकाली।

दलित पत्रकारिता और डॉ. भीमराव अंबेडकर :-

30 जनवरी 1920 को डॉक्टर बाबासाहेब अंबेडकर ने मूकनायक मासिक पत्र निकालना प्रारंभ किया। मूकनायक पत्र निकालने के पीछे उनका मुख्य कारण दलित समाज को विचार प्रवृत्त करना था। उन्हें उन्नतशील करना था। वे दलितों के प्रश्नों, समस्याओं को समाज के सम्मुख रखकर उसका समाधान चाहते थे। उसे समय अंबेडकर की आए इतनी कम थी कि उसमें पूरे परिवार का जीवन निर्वाह करना भी मुश्किल था ऐसे में पत्रिका निकालने के लिए साहू जी महाराज ने उन्हें 2500 की आर्थिक सहायता दी थी जो उसे समय काफी बड़ी रकम थी। साहू जी महाराज अंबेडकर की प्रतिष्ठा से अभिभूत थे और वह भी समाज में परिवर्तन के आकांक्षी थे पर वह परिवर्तन अत्यंत मंद गति से स्वीकार कर रहे थे और अंबेडकर समाज को तीव्र गति से परिवर्तित करने के आकांक्षी थे। वैसे तो अंबेडकर से पूर्व ही दलित पत्रकारिता की शुरुआत 1866 ईसवी में हो गई थी। भारत के प्रथम दलित पत्रकार के रूप में गोपाल बाबा वलंगकर का नाम लिया जाता था। इन्होंने सेना से अवकाश ग्रहण कर 1866 ईस्वी में 'विटाल विध्वंश' (अस्पृश्यता का विध्वंश) शीर्षक से एक किताब लिखी थी जो अनेक पत्रिकाओं में छपी थी। जिस प्रकार दलित समाज के प्रथम पत्रकार गोपाल बाबा वलंगकर थे ठीक उसी प्रकार दलित समाज के पहले संपादक शिवराम जानबा कामले थे। जुलाई 1866 को उन्होंने समाज जागृति के लिए सोमवंशी मित्र नामक पत्रिका की शुरुआत की।

इस पत्रिका को मराठी की प्रथम दलित पत्रिका का सम्मान प्राप्त है। अधिकतर दलितों द्वारा निकाली गई पत्रिकाएं एक दो वर्षों में ही बंद हो जाया करती थी जिसका मुख्य कारण आर्थिक हुआ करता था क्योंकि दलित समाज बहुत ही कम पढ़ा लिखा था और सवर्ण इन पत्रिकाओं को खरीदना तो दूर पढ़ना भी नहीं चाहते थे। महात्मा ज्योतिबा फुले ने दलित पत्रिकाओं के लिए एक जमीन तैयार की मूकनायक 'मूक' अर्थात् जो अत्याचार का विरोध ना कर मौन रहकर अत्याचार सहते हैं। ऐसे ही मौन जनता को अपनी बुलंद आवाज का बल देने नायक बनकर अवतरित हुए डॉ अंबेडकर बाबा साहब मूक नायक पत्र से मूक, पीड़ित, शोषित एवं दलित समाज के नायकत्व को स्वीकार करने जा रहे थे। 1920 ईस्वी में वे सिंधुनहोन सरकारी कॉलेज के प्राध्यापक होने की वजह से इस पत्रिका के संपादक ना बनाकर शिक्षित दलित युवक पांडुरंग नंदराम भरकर को संपादक बनाते हैं। मूकनायक के प्रथम अंक के संपादकीय में दलितों की दैनिक स्थिति पर विचार करते हुए वे लिखते हैं "भारत के सभी क्षेत्रों में विषमता व्याप्त है शिक्षा के बिना ब्राह्मण नेता और दलित समाज प्रगति कर नहीं सकता दरिद्रता, दुर्बलता और अज्ञानता के कारण दलित वर्ग हतबल हुआ है।"

मूकनायक का अंक लोकमान्य तिलक को भेजा गया किंतु उन्होंने इस पत्र पत्र का उल्लेख तक नहीं किया। केसरी में विज्ञापन के उचित पैसे देने पर भी तिलक ने मुख नायक का विज्ञापन केसरी में नहीं दिया। जिसकी व्यथा डॉ. अंबेडकर ने बहिष्कृत भारत के एक अंक में व्यक्त की। वे पहले अंक में लिखते हैं "हमारे इन

बहिष्कृत लोगों पर हो रहे तथा भविष्य में होने वाले अन्याय पर उपाय सुझाने हेतु तथा भविष्य में इनकी होने वाली उन्नति के लिए जरूरी मांगों पर चर्चा हो इसके लिए पत्रिका के अलावा और कोई दूसरी जमीन नहीं है।²

विश्वरत्न डॉ बाबा साहेब अंबेडकर हिंदू समाज व्यवस्था का वर्णन करते हुए लिखते हैं “हिंदू समाज व्यवस्था एक मीनार की तरह है इस मीनार की सीढी (नसैनी) ही नहीं है और इसी कारण एक तल्ले से दूसरे तल्ले पर जाने के लिए यहां रास्ता ही नहीं है। जिस तल्ले में जिसका जन्म होता है वहीं पर उसे मरना पड़ता है। नीचे के तल्ले का व्यक्ति कितना भी योग्य हो उसे ऊपर के तल्ले पर प्रवेश नहीं और ऊपर के तल्ले का व्यक्ति कितना भी नालायक हो तो उसे नीचे के तल्ले में भेज देने की किसी की हिम्मत नहीं। स्पष्ट शब्दों में बोलना हो तो जाति-जाति में यह जो उच्च और नीच की भावना है वह गुणावगुणों की नीव पर नहीं हुई है। उच्च जाति में जिसने जन्म लिया है वह कितना भी अवगुणी हो तो भी वह उच्च ही कह जाएगा और नीच जाति में जिसका जन्म हुआ वह कितना भी गुण संपन्न हो तो वह नीच ही कह जाएगा।³

मूक नायक मुंबई से निकलता था जिसके पहले पृष्ठ के ऊपर मराठी के संत तुकाराम महाराज के एक अभंग की दो पंक्तियां होती थी – “काय करूं आता घरनिया भीड, निशंक है तोड़ बाणविले। नव्हे जगी कोणी मुज्याये ने जगणे सार्थक लागुन नव्हे हित।⁴ जिसका अर्थ है अब संकोच (भीड) करने का कोई कारण नहीं। अब निशंक होकर बात करूंगा (तोड़ बाजविले) मूक मौन होकर जीने में कोई मतलब नहीं है लाज संकोच से किसी का हित नहीं होता। उनका यह पत्र 1930 के बाद बंद हो गया क्योंकि बाबासाहेब आंबेडकर अपनी अधूरी शिक्षा पूरी करने इंग्लैंड चले गए और उनकी अनुपस्थिति में इसे निकालते रहने का प्रयास किसी ने नहीं किया।

इंग्लैंड से लौटकर 3 अप्रैल 1927 को उन्होंने दूसरी पत्रिका बहिष्कृत भारत नाम से प्रारंभ की ताकि यह पत्रिका उनके विचारों को उनके आंदोलन को सरकार, बहिष्कृत समाज और संवेदनशील सवर्णों तक पहुंचा सके। इस पत्रिका के संपादक स्वयं बाबासाहेब थे। इसी बीच उन्होंने सरकारी नौकरी भी छोड़ दी थी। इस पत्र के मुख्य पृष्ठ पर ऊपर ऊपर दो आकर्षक सिंह श्रृंखला की कड़ियां से बांधे गए थे, यह दलित समाज रूपी सिंह को जाति व्यवस्था की श्रृंखला से बांधने का प्रतीकात्मक चित्र प्रतीत होता है। संपादक व प्रकाशक के नाम से नीचे बड़े अक्षरों में संत ज्ञानेश्वर द्वारा रचित एक ओती एक प्रकार का छंद दिया होता था। इस पत्रिका पर एक वर्ष में 500 रुपये का कर्ज हो गया। इसे साल भर नियमित रूप से निकलने के बाद दूसरे वर्ष अंक 22, 23, 24 को संयुक्तांक के रूप में निकलना पड़ा। इसके बाद पत्रिका अगले 9 महीना तक नहीं निकाली और अंततः 2 वर्षों बाद मजबूरीवश 15 नवंबर 1929 को बहिष्कृत भारत का अंतिम अंक पाठकों को प्राप्त हुआ। अंबेडकर पत्रों के प्रकाशन के पूर्व अनेक विषयों पर गहन चिंतन व अध्ययन करते थे।

बहिष्कृत भारत पत्र प्रारंभ करने के समय इसकी तैयारी के संबंध में अंबेडकर के जीवनी कर खैरमोडे लिखते हैं – “बहिष्कृत भारत शुरू करने का जब निर्णय हुआ तब साहेब जी ने मराठी भाषा का तथा भारत के सामाजिक और धार्मिक सुधार आंदोलनों का अध्ययन शुरू किया। मराठी के अधिकांश संत कवियों के काव्य का, उस समय प्रकाशित सभी मराठी पत्र पत्रिकाओं का मराठी के प्रसिद्ध लेखकों के साहित्य का, वे गंभीर अध्ययन कर रहे थे। इन लेखकों की रचनाओं की उस काल में प्रकाशित सभी पत्र पत्रिकाओं को खरीद कर उनका गंभीर अध्ययन उन्होंने 5-7 महीना में पूर्ण किया।⁵ बाबा साहेब किसी भी नए क्षेत्र में उतरने से पूर्व अथक परिश्रम

करके उसे दिशा में अधिकतम ज्ञान अर्जन करते थे। उन्होंने अपने पत्र के स्तंभों के लिए अथक मेहनत की। वे सारहीन, स्तरहीन या सस्ते लोकप्रिय समाचार छाप कर अपने पत्र की गरिमा धूमिल नहीं करना चाहते थे। यह पत्र उनके आंदोलन का पत्र था परिणाम आंदोलन से संबंध वैचारिक लेखन इसमें अधिक होते थे।

“बहिष्कृत भारत” पत्र में कुल पांच स्तंभ निकलते थे पहला आजकल के प्रश्न, दूसरा अग्र लेख, तीसरा आत्म वृत्त, चौथा विचार विनिमय और पांचवा वर्तमान सार। पहले दूसरे स्रोत में वर्तमान के सामाजिक प्रश्नों पर चर्चा होती, स्वर्ण द्वारा दलितों पर अन्याय की घटनाएं उनका दृष्टिकोण होता था। आत्मवृत्त के अंतर्गत उन 15 दिनों की सार्वजनिक गतिविधियों की रिपोर्ट होती थी। विचार विनिमय में दलितों के संगठन संस्थाओं का परिचय आदि होता था। वर्तमान सार में महाराष्ट्र तथा देश में घटित प्रमुख समाचार होते थे हालांकि इन समाचारों के केंद्र में दलित व उनकी समस्याएं ही हुआ करती थी। आगे चलकर पत्र में पाठकों के चुने हुए पत्र भी प्रकाशित होने लगे तथा तत्कालीन मराठी पत्रिकाओं की बहिष्कृत भारत के प्रति प्रतिक्रियाएं भी प्रकाशित हुईं। इन पत्रिकाओं ने बहिष्कृत भारत में प्रकाशित लेखों में व्यक्त विचारों का स्वागत किया। इनसे भी यह समझ जा सकता है कि मराठी पत्रकारिता में डॉ. अंबेडकर का कितना प्रभाव था। मूकनायक में ही उन्होंने स्पष्ट कर दिया था कि अगर भारत को स्वतंत्रता का ध्येय हासिल करना है तो सर्वप्रथम लोगों में परिवर्तन लाना होगा। सामाजिक समता व भ्रातृत्व की भावना के बिना यह स्वतंत्रता खोखली होगी। आजादी के समान ही अछूतों की सामाजिक आजादी भी उतनी ही आवश्यक है।

1927 में बहिष्कृत भारत में उन्होंने लिखा कि “दारिद्र्य, दौर्बल्य और अज्ञानता के अंधेरे में भटकता हुआ बहिष्कृत अस्पृश्य समाज त्रिवेणी संगम में बह रहा है। दीर्घकाल से गुलामी दीनता, दास्ता और अस्पृश्यता उनके मार्ग में आड़े आए हैं। सभी जगह पर ज्ञान मंदिरों के द्वार अस्पृश्यों के लिए बंद हैं। नौकरी धंधा व्यापार जैसा कुछ भी उनके पास नहीं है। अतः ऐसी हालत में मैंने आंदोलन की शुरुआत की है। ईश्वर करें अपने इस कार्य में यश प्राप्ति हो।”⁶

अंबेडकर बहिष्कृत भारत में देश में अछूतों की समस्याओं की प्रस्तुति के अतिरिक्त विश्व के देशों की अमानवीय प्रथा का विरोध भी करते थे। अंबेडकर जी ने विवेकानंद के पुरोहित वर्ग की गुलामी से मुक्त होने संघर्ष करने वाले संदेश को भी इस पत्र में छापा था। अंबेडकर जी महाराष्ट्र व भारत के विभिन्न प्रदेशों में होने वाले अंतरजातीय विवाह जिसे वे मिश्र विवाह कहते थे उसकी सूचना पाठकों को देकर नव विवाहित दंपतियों का अभिनंदन करते थे। वे जाति व्यवस्था के समूल नाश के लिए मिश्र विवाह की जरूरत मानते थे। लखनऊ के चमार जाति के युवक का ब्राह्मण जाति की विधवा से विवाह करने को वे क्रांतिकारी घटना मानते थे। बहिष्कृत भारत को डॉक्टर गंगाधर पत्तावने ने एक आंधी माना है। डॉ. बाबासाहेब के ब्राह्मण सहयोगी संमता पत्र के संपादक श्री दै.वी. नायक ने तत्कालीन ब्राह्मणों से यह सिफारिश की थी कि वह अंबेडकर के इस लेख को पढ़ें। वे कहते थे – “निरंतर मीठी चीजें ही निरंतर ही अच्छी लगती हैं। मीठी चीजों को ही ग्रहण करने की आदत बहुत दिनों से लग जाने से डॉ. अंबेडकर का यह लेखन जहर की तरह कड़वा लगेगा। परंतु बाद में यह एहसास होगा कि यह तो अमृत की तरह मीठा है।”⁷

24 नवंबर सन 1930 ई को जनता का पहला अंक देवराज कृष्णा नायक के संपादकत्व में डॉक्टर अंबेडकर ने निकाला। नाइक अछूत आंदोलन में सक्रिय भाग लेने वाले प्रगतिशील व्यक्ति थे। यह पत्र पहले

पाक्षिक फिर साप्ताहिक हुआ। पत्रिका के शीर्ष स्थान पर मुद्रित होता था डॉ आंबेडकर, एम.ए., पी.एच.डी., डी. एस.सी., बार-एट-लॉ के नेतृत्व में निकलने वाला यह जनहित प्रवर्तक पाक्षिक पत्र 'जनता' है। जून 1933 के अंक में जनता पत्र के महत्व पर प्रकाश डालते हुए वह लिखते हैं –“अपने स्वावलंबन तथा भविष्य के राजनीतिक अधिकारों के लिए इस पत्रिका को बनाए रखना इसे समृद्ध और संपन्न बनाना हमारी जिम्मेदारी है। आज भले ही जनता पत्र का महत्व आप समझ नहीं पा रहे हो तो भी इसका सही एहसास निकट भविष्य में होगा।”⁸

जनता साप्ताहिक बीच में खंडित होते-होते 25 वर्ष निकलता रहा। 4 फरवरी सन 1956 को जनता पत्र का नाम बदलकर प्रबुद्ध भारत रखा गया। 1930 ई के आते-आते अंबेडकर राष्ट्रीय नेता की मान्यता प्राप्त कर चुके थे। अतः पाठकों की संख्या भी बढ़ गई थी। पाठकों का डॉ. अंबेडकर से नियमित लिखने का आग्रह होता था। 'मूक नायक' और 'बहिष्कृत भारत' की अपेक्षा उनके 'जनता' के पाठकों की संख्या अधिक रही। 'जनता' में प्रकाशित लेख पत्रों व भाषणों का संकलन मुंबई विश्वविद्यालय के मराठी विभाग ने 'जनता' पत्रातील लेख शीर्षक से मराठी में प्रकाशित किया जिसमें उनके कल 40 लेख हैं।

'प्रबुद्ध भारत' पत्र अखिल भारतीय रिपब्लिकन पार्टी की स्थापना के बाद उसका मुखपत्र बन गया। वह उनके द्वारा संचालित समाज प्रबोधन कार्यों के कारण राजनीतिक पार्टी का प्रचार पत्र बन गया। बौद्ध धर्म में प्रवेश के पूर्व डॉ अंबेडकर ने पत्रकार परिषद बुलाई थी जिसमें उन्होंने हिंदू धर्म त्यागने व बौद्ध धर्म स्वीकारने का कारण बताते हुए कहा –“मैं मिस्टर गांधी को ऐसा आश्वासन दे चुका था कि मैं कम से कम हानिकारक मार्ग को चुनूंगा। उस आश्वासन के अनुसार बौद्ध धर्म को स्वीकार कर मैं हिंदू समाज की दृष्टि से एक उपकारक कृत्य कर रहा हूँ क्योंकि बौद्ध धर्म भारतीय संस्कृति का ही एक अंग है।”⁹

निष्कर्ष :-

अंबेडकर बुद्धि वादी व विवेक संपन्न समाज की स्थापना चाहते थे। 1920 ई के 'मूकनायक' से 1956 के 'प्रबुद्ध भारत' तक 36 वर्षों में उनकी वैचारिक यात्रा में अभूतपूर्व परिवर्तन आया। अंबेडकर के विचारों ने समाज में क्रांति की चिंगारियां फैला दी।

इस प्रकार हम पाते हैं कि बाबा साहब ने पत्रकारिता के क्षेत्र में वैज्ञानिक दृष्टि का उपयोग कर समाज परिवर्तन का एक सशक्त माध्यम पत्रकारिता को मना है। अंबेडकर दलित पत्रकारिता के इतिहास में मील का पत्थर रहे हैं। दलित पत्रकारिता व मराठी पत्रकारिता में उनका योगदान अविस्मरणीय है।

संदर्भ ग्रंथ सूची :-

- 1 मूकनायक, 24 जनवरी 1920
- 2 बसंत मून “डॉ बाबासाहेब आंबेडकर मांचे 'बहिष्कृत भारत' आणि 'मूक नायक' पृष्ठ 346
- 3 पूर्ववत।
- 4 'मूकनायक' 31 जनवरी 1920 भाषा पत्रिका डॉ भीमराव अंबेडकर विशेषांक जनवरी-फरवरी 2017 अंक 270, पृष्ठ 59
- 5 चं. भां. खैरगोडे, डॉ बाबासाहेब आंबेडकर चरित्र, खंड 2, पृष्ठ 132
- 6 दलित चेतना के आधार स्तंभ, पृष्ठ 84
- 7 डॉ. गंगाधर पांतावडे, पत्रकार डॉ बाबासाहेब अंबेडकर, पृष्ठ 65
- 8 पूर्ववत, पृष्ठ 66
- 9 संपादक देवराज कृष्ण नाईक, 'प्रबुद्ध भारत' विशेषांक, 27 अक्टूबर 1966



डिजिटल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ते कदम

डॉ. हयाम प्रसाद. के. एन

सहायक प्राध्यापक, उच्च शिक्षा और शोध संस्थान, द. भा. हिंदी प्रचार सभा, एरणाकुलम 682016, केरल

डिजिटल मीडिया के आगमन से हिंदी भाषा की पहुँच और महत्व नई ऊँचाईयों को छू लिया है। आज भारत में अधिकांश लोग हिंदी में संवाद करते हैं और इसी कारण डिजिटल प्लेटफार्म पर हिंदी की मांग भी बढ़ रही है। सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर हिंदी ट्विटर, पेस्ट्स और वीडियो विशेष रूप से प्रसिद्ध हो रहे हैं। वेबसाइट्स और ऐप्स अब हिंदी में भी उपलब्ध हो रही हैं, जिससे अधिक लोग डिजिटल जगत से जुड़ सकते हैं। अध्ययनों से पता चलता है कि हिंदी इंटरनेट प्रयोगकर्ताओं की संख्या अगले कुछ वर्षों में और भी बढ़ेगी। इसका मुख्य कारण है हिंदी भाषी लोगों का इंटरनेट पर आगमन। आजकल बहुत सी बड़ी कंपनियाँ अपनी सेवाएँ हिंदी में प्रदान कर रही हैं। चाहे वो ऑनलाइन शॉपिंग हो, या शिक्षा संबंधित ऐप्स, हर जगह हिंदी की महत्व को समझा जा रहा है। साथ ही, हिंदी भाषा के कंटेंट क्रिएटर्स की संख्या भी बढ़ रही है, जो यूट्यूब, इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफार्म पर अपनी सामग्री प्रकाशित कर रहे हैं। अतः साफ-साफ जाहिर है कि डिजिटल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता कदम भारत के डिजिटल विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे है, और आनेवाले समय में इसकी पहुंच और भी बढ़ेगी।

डिजिटल मीडिया में पिछले कुछ वर्षों में भारत में विस्फोटक विकास देखा है। हिंदी जो भारतियों के लिए पहली भाषा है, डिजिटल जगत में अपनी महत्वपूर्ण स्थिति को बनाए रखने में सफल रही है। हिंदी के कुछ नवीनतम आयाम हैं :-

1. वेबसाइट्स और ब्लॉग्स :-

हिंदी में वेबसाइट्स और ब्लॉग्स की संख्या बढ़ती जा रही है जो कि विभिन्न विषयों पर जानकारी प्रदान करते हैं।

2. सोशल मीडिया :-

फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर हिंदी में सामग्री उत्पादन और साझा करने की संख्या में वृद्धि हुई है।

3. डिजिटल न्यूज प्लेटफोर्म :-

बड़े समाचार पत्रिका और चैनल्स ने अपने डिजिटल प्लेटफार्म पर हिंदी समाचार सेवाएँ शुरू की हैं।

4. ऑनलाइन शिक्षा :-

हिंदी में विभिन्न कोर्स और ट्यूटोरियल्स की उपलब्धता बढ़ रही है, जिससे अधिक लोग डिजिटल माध्यम से शिक्षा प्राप्त कर सकते हैं।

5. मोबाईल ऐप्स :-

हिंदी भाषा में मोबाईल ऐप्स का विकास भी बढ़ रहा है। जिससे लोग अपनी मातृभाषा में विभिन्न सेवाएँ पयोग कर सकते हैं।

आजकल डिजिटल मीडिया के माध्यम से हिंदी भाषा को वैश्विक मंच पर पहचान मिल रही है। इसके परिणास्वरूप, हिंदी भाषा के बढ़ते कदम ने डिजिटल परिदृश्य को और भी समृद्ध बना दिया है। पिछले कुछ सालों पर नजर दौड़ाएंगे तो पता चलेगा कि फेसबुक हो या ट्विटर, इन पर शेयर की गयी पोस्ट की भाषा या किसी तस्वीर का कैप्शन सिर्फ अंग्रेजी में हुआ करता था। आप चाहकर भी सोशल मीडिया पर कोई पोस्ट हिंदी में शेयर नहीं कर सकते थे। किसी दूसरे तरीके से हिंदी में लिखकर कॉपी-पेस्ट करने पर फेसबुक और ट्विटर पर वो फॉन्ट बदलकर या तो बॉक्स में बदल जाता था या कुछ और ही हो जाता था या अजीब से चिन्ह उभर आते थे। लेकिन अब सोशल मीडिया पर मुश्किल से ही कोई पोस्ट अंग्रेजी भाषा में नजर आती है। अब सोशल मीडिया पर ज्यादा से ज्यादा हिंदी में लिखा और पढ़ा जा रहा है।

यह बदलाव कुछ ही सालों के भीतर आए है। चूँकि सोशल मीडिया का बदले हुए दौर में एक क्रांति की तरह उदय हुआ और तब उसकी भाषा अंग्रेजी ही थी, ऐसे में यूजर को हिंदी में अपनी बात कहने में झिझक महसूस होती थी, वो टूटी-फूटी और गलत अंग्रेजी में अपनी बात कहने की कोशिश करता था, लेकिन अब ऐसा बिलकुल नहीं है। अब न वो झिझक है और न ही कोई शर्मिंदगी।

हिंदी भाषा ने स्वाभाविक तौर पर सोशल मीडिया पर अपनी जगह बनाई है, क्योंकि, ज्यादातर यूजर्स का अंग्रेजी में हाथ टाइट ही होता है। ऐसे में लोगों को धीरे-धीरे रोमन में लिखकर पोस्ट करना पड़ता था। इससे सोशल मीडिया को समझ में आया कि हिंदी भाषा में लिखने के विकल्प की बेहद जरूरत है। यही वजह रही कि कई विदेशी मालिकाना वाले सोशल मीडिया को हिंदी भाषी यूजर्स के लिए इस विकल्प को लाना पड़ा। हिंदी से न्यूज पोर्टल्स, वीडियो पोर्टल्स और हिंदी के यूट्यूब चैनल को भी इस श्रेणी में मानकर हिंदी को बल देने के उपक्रमों के तौर पर देखा जा सकता है।

इसके बाद हिंदी के एक बड़े बाजार का उदय हुआ। अब देख सकते हैं कि फेसबुक, ट्विटर से लेकर गूगल और इंस्टाग्राम में भी हिंदी में लिखा जा सकता है, पोस्ट किया जा सकता है। और यूजर्स की तरफ से भी लिखने के लिए हिंदी का चयन किया जा रहा है।

सबसे खास बात है कि कोरोना काल में जूम, स्काईप और फेसबुक-इंस्टाग्राम पर किए गए लाइव सेशन और वेबिनार भी हिंदी में आयोजित हो रहे हैं। साहित्य जगत की कई चर्चाएँ और विमर्श हिंदी में हो रहे हैं। फेसबुक पर तो कई ऐसे युवा लेखक और कवि हैं जिन्होंने हिंदी में ही लिखकर अपनी पहचान बनाई। फेसबुक

और ट्विटर पर तो हिंदी एक क्रांति के तौर पर उभरकर सामने आई है।

कुल मिलाकर सोशल मीडिया को यूजर्स की जरूरत थी और यूजर्स को हिंदी में लिखने की सुविधा और विकल्प की। ऐसे में सोशल मीडिया से हिंदी भाषा के निश्चत रूप से ताकत मिली है। जाहिर है संप्रेषण के लिहाज से हिंदी भाषा की ताकत भविष्य में भी बढ़ती जाएगी, ऐसी उम्मीद तो की ही जा सकती है।

आखिर ऑनलाइन जगत में हिंदी कंटेंट को इतना बढ़ावा क्यों मिल रहा है? इसका बहुत सारे वजह है जिस पर आगे चर्चा की जा रही है।

1. भारत में तकरीबन 40 प्रतिशत से ज्यादा लोग हिंदी को प्रथम भाषा के रूप में इस्तेमाल करते हैं। इससे सहज संपर्क का रास्ता हिंदी सबको देती है। अतः वेबदुनिया आधिकतम दर्शकों तक पहुँचने हेतु सामग्रियाँ हिंदी में देना शुरू की है।

2. भारत में विगत 6-7 साल में इंटरनेट का इस्तेमाल इतना बढ़ा है चूँकि गाँव-बस्ती के लोग भी इससे लाभ उठा रहे हैं। मोबाईल फोन के कम दाम में मिलना तथा आकर्षक डेटा प्लेन्स ने लोगों को डिजिटल दुनिया की ओर खींचा है। अतः भारतीय जनता इंटरनेट से ज्यादा जुड़ने लगे तथा ऑनलाईन कंटेंट में ज्यादा मज़ा भी लेने लगे। इस कारण सामग्रियाँ भी ज्यादा हिंदी में बनने लगी ताकि हिंदी भाषियों तक ज्यादा नज़दीकी निभा सके।

3. केन्द्रीय सरकार की बहुत बड़ी योजना थी "डिजिटल इंडिया"। इस सिलसिले में सरकार ने आधार तथा संपर्क भाषा के रूप में हिंदी को चुना था। इस कारण हिंदी से संबंधित कंटेंट तथा सामग्री बनाने में वेब प्लेफोर्म को ज्यादा प्रेरणा मिली।

डिजिटल दुनिया में विपणन की दृष्टि से भी हिंदी को काफी प्रचार मिली है। मीडिया, कला तथा व्यापार की दुनिया में हिंदी कंटेंट को काफी लोग पसंद कर रहे हैं। आनेवाली दुनिया में गूगल एवं के.एम.पी.जी का मानना है कि 536 मिलियन हिंदी का इस्तेमाल करने वाले इंटरनेट यूजर्स होंगे जो कुल यूजर्स के 38 प्रतिशत है। हिंदी के इस्तेमाल से कंपनी तथा उपभोक्ताओं के बीच रिश्ते मज़बूत करने में बहुत आसानी है। हिंदी कंटेंट से सफल संप्रेषण का रास्ता खुलता है जो डिजिटल मार्केटिंग के लिए एक मुख्य विकल्प ही है।

व्यावहारिक उन्नति हेतु आने वाली दुनिया में हिंदी को लेकर कैसे चलना है इसपर भी विद्वानों की विशेष योजना रही है, जैसे कि :-

1. आगे के समय में हिंदी कंटेंट मार्केटिंग के लिए एक विशेष योजना बनाना जरूरी है। हिंदी भाषी दर्शकों के लिए विशेषीकृत ब्लॉग सामग्री, वीडियोस, सोशल मीडिया में अपडेट वगैरह देना है।

2. हिंदी कंटेंट के लिए सर्च एंजिनों में विशेष सुधार होने की जरूरत है। इसके लिए आवश्यक कीवर्डस तथा पदबन्धों को उसमें शामिल करना भी चाहिए। इससे ऑरगेनिक ट्रैफिक बढ़ेगा तथा उपभोक्ताओं को उमदा फल मिलने की भी संभावना है।

3. इन्फ्लुवेन्सर मार्केटिंग से आजकल कंपनियों को काफी सहायता मिल रही है। अच्छे खासे हिंदी बोलने

वाले इन्फ्लुवेन्सरों से कंपनियों को कम खर्च में विज्ञापन भी मिलता है तथा बिजनेस भी मिलता है। इस पद्धति में प्रभावी लोग अपने वीडियोस के बीच या अंत में इन कंपनियों को जानकारी देते हैं जो लाखों करोड़ों यूजर्स तक आसानी से पहुँचता है।

प्रो. कुमुद शर्मा के शब्दों में : “यह हिंदी की शक्ति और सामर्थ्य ही थी कि उसने उच्च प्रौद्योगिकी से उपलब्ध नए यांत्रिक उपकरणों के साथ अपना तालमेल बिठा लिया और डिजिटल प्लेटफॉर्म के उन पर अपनी माँग को बढ़ाया। सोशल मीडिया पर हिंदी की शक्ति और सामर्थ्य नए तरीके से दर्ज हो रही है।”¹ अर्थात् साफ-साफ जाहिर होता है कि डिजिटल दुनिया में हिंदी छलांग मारकर आगे बढ़ रही है तथा अपना विकास खुद निभा रही है।

संदर्भ :-

1. विश्व हिंदी सम्मेलन स्मारिका, फिजी-2023
2. hindi.webduniya.com
3. www.textmercato.com (blog)

मोबाइल 9895126910

ईमेल : yamprasadbhatt@gmail.com



सोशल मीडिया : एक आधुनिक युग का द्वार

Dr. Y. UMA

ASSISTANT PROFESSOR, DEPARTMENT OF HINDI,
SHRI SHANKARLAL SUNDARBAI SHASUN JAIN COLLEGE FOR WOMEN

परिचय :-

सोशल मीडिया आजकल हमारे समाज का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है। यह एक ऐसा माध्यम है जो हमें दुनियाभर के लोगों से जोड़ता है और हमें उनके साथ जानकारी, विचारों, और अनुभव साझा करने का मौका देता है। इसका प्रयोग व्यक्तिगत, सामाजिक, व्यापारिक, और राजनीतिक माध्यम के रूप में हो रहा है।

हिन्दी, भारतीय भाषाओं का एक महत्वपूर्ण हिस्सा है और यह भारतीय सभ्यता, विचारधारा, और विविधता का प्रतीक है। हिन्दी न केवल भारत में बोली जाती है, बल्कि यह दुनियाभर के लोगों के लिए एक मान्यता है। हिन्दी को विशेष रूप से भारत में एकता और सांस्कृतिक जीवन का हिस्सा माना जाता है।

सोशल मीडिया की उपस्थिति :-

आजकल की दुनिया में, सोशल मीडिया का महत्व बढ़ चुका है। यह आधुनिक युग की जरूरत है और हमारे जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है। सोशल मीडिया प्लेटफार्म लोगों को दुनियाभर में जुड़ने का अवसर प्रदान करते हैं, उनके विचार और अवगति को बढ़ावा देते हैं और समाज में साझा करने का एक माध्यम प्रदान करते हैं।

हिन्दी और सोशल मीडिया का मिलन :-

हिन्दी का सोशल मीडिया पर प्रमुख रूप से तीव्र विकास हुआ है। यहाँ पर कुछ महत्वपूर्ण तथ्य हैं जो हमें हिन्दी सोशल मीडिया के बारे में सोचने पर मजबूर करते हैं :-

- भाषा की विकास :-** सोशल मीडिया के माध्यम से हिन्दी भाषा का प्रसार हो रहा है। यहाँ लोग अपनी भाषा का उपयोग करके अपने विचार और अनुभवों को साझा कर रहे हैं, जिससे हिन्दी का विकास हो रहा है।
- सामाजिक परिपक्वता :-** सोशल मीडिया हिन्दी भाषा के प्रतिवादिता को एक स्थान पर एकजुट कर रहा है। लोग अपने समुदाय, संगठन, और सामाजिक मुद्दों के बारे में हिन्दी में चर्चा कर रहे हैं।
- शिक्षा और जागरूकता :-** हिन्दी सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण जागरूकता और शिक्षा का स्रोत बन चुका है। यहाँ पर लोग आपस में विचार विनिमय करते हैं और महत्वपूर्ण जानकारी साझा करते हैं।

सोशल मीडिया और उसका प्रभाव :-

सोशल मीडिया आज का युग का एक महत्वपूर्ण और अत्यंत प्रभावशाली माध्यम है जो हमारे जीवन के

विभिन्न पहलुओं में अपना प्रभाव डाल रहा है। यह एक आद्यतन से लेकर व्यवसाय, शिक्षा, सामाजिक संगठनों और राजनीति तक सभी क्षेत्रों में अपनी भूमिका निभा चुका है।

सोशल मीडिया का प्रयोग व्यक्तिगत संबंधों से लेकर समाचार और मनोरंजन तक सभी क्षेत्रों में हो रहा है। यह हमें लोगों से जोड़ने और उनके साथ विचार विनिमय करने का माध्यम देता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म जैसे कि फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, लिंकडइन, यूट्यूब, टिकटोक, व्हाट्सएप आदि लोगों को एक साथ जोड़ने का अद्वितीय तरीका हैं।

इसके साथ ही, सोशल मीडिया का उपयोग समाचार और समाचार वितरण में भी किया जा रहा है। लोग अपडेटेड रहने के लिए अपने समाचार स्रोतों को तुरंत पहुंचा सकते हैं और विभिन्न घटनाओं के बारे में जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। इससे समाचार संवाद देशव्यापी हो गया है और यह विभिन्न विचार और विमर्श का माध्यम बन चुका है।

हालांकि, सामाजिक मीडिया के प्रयोग के कई लाभ हैं, वहीं यह कई चुनौतियों और नुकसानों के साथ आता है। यहां कुछ महत्वपूर्ण बिंदु हैं :-

1. संचार का माध्यम :-

सामाजिक मीडिया विभिन्न भाषाओं और संस्कृतियों के लोगों को एक साथ जोड़ने का माध्यम है। यह विश्व को एक छोटे सागर की तरह बना देता है जहां सभी अपने विचारों, भावनाओं और जीवन के अनुभवों को साझा कर सकते हैं।

2. जागरूकता बढ़ाना :-

सामाजिक मीडिया लोगों को विभिन्न सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक और विज्ञान क्षेत्रों में जागरूक करने में मदद करता है।

3. व्यवसायिक उपयोग :-

व्यवसायों के लिए सामाजिक मीडिया विपणन, ब्रांडिंग, विपणन और संचार का महत्वपूर्ण साधन है।

4. यहां स्थितिगत विज्ञान और संदेश छिपे होते हैं :- सामाजिक मीडिया पर अधिकांश समाचार और जानकारी विश्वभर के लिए एक दृष्टि उत्पन्न करते हैं और इसके परिप्रेक्ष्य में आत्म संज्ञान बढ़ाते हैं।

5. खुदीराम बाल्य वध की जैसी घटनाएं :-

विभिन्न प्रकार की खुदीराम बाल्य वध जैसी घटनाएं जो आत्म-आत्म-संदेह और हिंसा को बढ़ावा देती हैं, वे सामाजिक मीडिया के माध्यम से फैली जा सकती हैं।

6. यह एक नई दिशा में अवगति निर्माता है :- सामाजिक मीडिया नई पीढ़ियों के लिए अनुसंधान, स्वास्थ्य, कैरियर, और अन्य क्षेत्रों में नई दिशा में अवगति निर्माता है।

सोशल मीडिया एक शक्तिशाली माध्यम है जो हमें एक नई तकनीकी युग में जीने के तरीकों को समझने में मदद करता है, लेकिन हमें इसका सही और जिम्मेदार उपयोग करना चाहिए ताकि यह हमारे लिए वास्तविक लाभदायक हो।

उपसंहार :-

सोशल मीडिया न केवल हमारे जीवन का हिस्सा बन चुका है, बल्कि यह हिन्दी भाषा को भी नई ऊंचाईयों

तक पहुंचाने में मदद कर रहा है। हिन्दी सोशल मीडिया पर एक महत्वपूर्ण जगह पा चुका है, और यह भाषा, संस्कृति और सामाजिक विकास के लिए एक नई दिशा दिखा रहा है। इसे सही रूप से उपयोग करने के माध्यम से, हम सभी इस नए युग का आनंद उठा सकते हैं और इसका लाभ ले सकते हैं।

MOB: 8825427147

EMAIL: drumayamijala@gmail.com



सोशल मीडिया और हिन्दी

डॉ. यशोदा मेहरा

सहायक-आचार्य (हिन्दी), राजकीय कला कन्या महाविद्यालय, कोटा (राजस्थान)

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है और समाज में रहते हुए विचार विनिमय के लिए वह भाषा का प्रयोग करता है, क्योंकि मनुष्य सर्वाधिक विवेकशील प्राणी है। अतः उसके पास भाषा सबसे मजबूत व सशक्त हथियार है, जिससे वह अपने विचार दूसरों तक सरलता से पहुंचा सकता है। अपने विचारों, भावों, तर्कों व ज्ञान को अधिकाधिक लोगों तक पहुंचाने और दीर्घकाल तक सुरक्षित रखने के लिए उसने भाषा के लिखित रूप को अपनाया। मानव सभ्यता के विकास क्रम में मनुष्य का सामाजिक दायरा जैसे-जैसे बढ़ता गया, वैसे-वैसे विचार विनिमय का दायरा भी बढ़ता गया और उसे ऐसे संचार साधनों की आवश्यकता होने लगी जो कम से कम समय में अधिक से अधिक लोगों तक उसकी आवाज को पहुंचा सके। मनुष्य समाज में रहकर ही अपने सर्वांगीण विकास को प्राप्त कर सकता है। मनुष्य एक-दूसरे के पास रहकर विचारों का आदान-प्रदान करता है। संचार ही जीवन की गतिशीलता का प्रतीक है। मनुष्य जब तक जीवित रहता है वह संचार करता रहता है और उसके जनसंपर्क का दायरा भी बढ़ता चला जाता है।

रॉबर्ट एंडरसन के मतानुसार, "वाणी, लेखन या संकेतों के द्वारा विचारों, अभिमतों अथवा सूचनाओं को विनिमय करना संचार कहलाता है।

सूचनाओं, विचारों, तर्कों, भावों, कलाओं व विविध क्षेत्रों के ज्ञान को अधिकाधिक लोगों तक पहुंचाने के लिए मनुष्य ने संचार साधनों की खोज की। सर्वप्रथम समाचार पत्र संचार का माध्यम बने तत्पश्चात् रेडियो, टेलीविज़न, टेलीफोन, फ़ैक्स, सिनेमा और इंटरनेट संचार माध्यमों के रूप में उभरे। 21वीं सदी में संचार साधनों की तीव्रताव गति ने संपूर्ण विश्व को एक छोटे से ग्राम के रूप में परिवर्तित कर दिया है। विश्व के किसी भी कोने में बैठा व्यक्ति पलक झपकते ही संपूर्ण विश्व से इंटरनेट के माध्यम से संवाद स्थापित कर सकता है। 20वीं सदी के अंतिम दशकों में दुनिया में सशक्त मीडिया माध्यमों का तीव्र गति से विस्तार हुआ। पिछले लगभग 20 वर्षों में सूचना तकनीकी के क्षेत्र में जो अप्रत्याशित गति आयी है, उसी का परिणाम है कि आज की पीढ़ी 5जी की गति से इंटरनेट का प्रयोग कर रही है। आज के समय में हाईप्रोफाइल लोगों से लेकर मजदूर वर्ग तक सभी के हाथ में स्मार्टफोन देखा जा सकता है। आज कोई भी वर्ग सूचना-क्रांति व सोशल मीडिया से अनभिज्ञ नहीं है। किसी भी सूचना, समाचार, पत्र, विचार एवं कथन को जन-जन तक संप्रेषित करने का साधन मीडिया है। मीडिया समाज में सूचना पहुंचाने वाला, शिक्षित करने वाला, मनोरंजन करने वाला एक ऐसा संस्थान बन गया है जिसके द्वारा समाज और राष्ट्र निर्माण संभव है।

क्या है सोशल मीडिया?

ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी के मुताबिक, "ऐसी वेबसाइट्स और एप्लीकेशन्स जो उपभोक्ताओं को सामग्रियाँ तैयार करके और उसे साझा करने में समर्थ बनाये या सोशल नेटवर्किंग में हिस्सा लेने में समर्थ करें, उसे सोशल मीडिया कहते हैं।"

डेविड लैंडसबर्गेन के अनुसार, "सोशल मीडिया उपकरणों का एक मंच है जो सामाजिक संचार की आवश्यकता की पूर्ति करता है। सोशल मीडिया एक उपकरण है, जो 1. व्यक्तियों को अधिक सुगमता से मानवीयता नेटवर्क का उपयोग करने की अनुमति देता है। 2. ब्रॉडकास्ट संचार की अपेक्षा अंतर्क्रियात्मक है। 3. शक्तिशाली है क्योंकि यह न केवल टैक्स्ट का प्रयोग करता है बल्कि वीडियो, ऑडियो के साथ साथ मल्टीमीडिया है और संचार को सुविधाजनक बनाने के लिए साधन और उद्देश्यों पर निर्भर करता है।

विकिपीडिया के अनुसार, "सोशल मीडिया से आशय पारस्परिक संबंध के लिए अंतर्जाल या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूहों से है। यह व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम है।"

सोशल मीडिया की आवश्यकता :-

सूचना क्रांति के इस युग में सोशल मीडिया जीवन का एक अभिन्न अंग बन गया है। आज की न केवल युवा पीढ़ी अपितु सभी पीढ़ियाँ किसी न किसी रूप में सोशल मीडिया से जुड़ी हुई हैं। व्हाट्सएप, ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, लिंकर, पिंटरेस्ट, माइस्पेस, साउंडक्लाउड आदि अनेकानेक ऐसी नेटवर्किंग साइट्स हैं जिनके बिना मनुष्य का कार्य बाधित हो जाता है। आज के युग में मनुष्य घर बैठे ही अपने 50 प्रतिशत से अधिक कार्य ऑनलाइन संपादित करता है। कोरोना काल में संपूर्ण लॉकडाउन की स्थिति में इस सूचना तकनीक के प्रयोग द्वारा वर्कफ्रॉम होम के माध्यम से पूरे विश्व के मनुष्यों ने अपने कर्तव्यों को निर्वाह किया। शिक्षा, स्वास्थ्य, बैंकिंग आदि अनेकानेक ऐसे क्षेत्र हैं जहाँ इंटरनेट के बिना कार्य करना ही लगभग असंभव—सा प्रतीत होता है।

लॉकडाउन में कक्षा प्रथम से लेकर उच्च शिक्षा तक सभी लोग इस सोशल मीडिया से जुड़े रहे हैं और घर पर रहते हुए उन विषम परिस्थितियों से बाहर आये। सोशल मीडिया से ही इस वायरस—जनित बीमारी से जूझने के प्रति लोगों को जागरूक किया गया और आवश्यक सहायता उन तक पहुंचाई गई। हजारों वेबिनार व सेमिनारों के माध्यम से लोग एक आभासी मंच पर एकत्रित हुए और उस कोरोना काल का डटकर सामना किया। आज सोशल नेटवर्किंग साइट्स का जीवन में एक महत्वपूर्ण स्थान है। वास्तविक जीवन में भले ही मुलाकात न हो परंतु इन सोशल साइट्स के माध्यम से लोग हमेशा एक दूसरे से जुड़े रहते हैं और सूचनाओं का आदान—प्रदान करते रहते हैं। आज सोशल साइट्स की महत्ता इसलिए भी बढ़ गई है कि परंपरागत समाचार पत्र या न्यूज चैनल इन सोशल साइट्स पर अपना पेज बनाकर 24 घंटे अपनी उपस्थिति सुनिश्चित करते हैं और विभिन्न मुद्दों पर लोगों द्वारा अभिव्यक्त की गयी टिप्पणी या फीडबैक का इस्तेमाल करते हैं। आज जनमत निर्माण में भी सोशल मीडिया अपना अहम रोल अदा कर रहा है। भागदौड़ की जिंदगी में व्यक्ति कम समय में अधिक जानकारी प्राप्त करना चाहते हैं। इस दृष्टि से सोशल मीडिया अधिक प्रभावी है।

सोशल मीडिया का हिंदी पर प्रभाव :-

प्रत्येक सिक्के के दो पहलू होते हैं, यही बात सोशल मीडिया पर भी लागू होती है। प्रत्येक व्यक्ति, वस्तु, स्थान, तकनीकी या अवधारणा के कुछ सकारात्मक पहलू होते हैं, कुछ नकारात्मक। सोशल मीडिया से हिंदी की

लोकप्रियता बढ़ी है, वहीं दूसरी ओर उसके शुद्ध-परिनिष्ठित रूप को नुकसान भी पहुंचा है। जब तक कंप्यूटर की भाषा अंग्रेजी थी तब तक इस तकनीक का लाभ कम लोग उठा पाते थे पर ज्योंहि कंप्यूटर में अनेक भाषाओं में फांट आने लगे यह सर्वसुलभ और सर्वग्राही तकनीक बन गई। आज कम पढ़ा लिखा व्यक्ति भी कंप्यूटर, लैपटाप, टैबलेट, स्मार्टफोन का प्रयोग धड़ल्ले से करता है, जिसके कारण हिंदी का प्रचार प्रसार बढ़ा है। सोशल मीडिया के हिंदी भाषा पर जो सकारात्मक प्रभाव पड़े हैं, वे निम्नांकित हैं—

- सोशल मीडिया के कारण संपूर्ण विश्व में हिंदी की लोकप्रियता में अभिवृद्धि हुई है।
- अहिन्दी भाषी लोगों का भी हिंदी की तरफ रुझान बढ़ा है।
- फ़िल्म, सिनेमा, थिएटर, हिंदी-गीतों आदि के कारण न केवल हिंदी-भाषी भारतीय अपितु विदेशी नागरिक भी हिंदी को जानने व समझने लगे हैं।

इंस्टाग्राम जैसी साइट्स पर शोर्ट रील्स के माध्यम से आज विदेशी लोगों को भी भारतीय गीतों पर थिरकते हुए देखा जा सकता है। इसका बेहतरीन उदाहरण है— अफ्रीका के तंजानिया देश में रहने वाले किलिपॉल व उनकी बहिन नीमा पॉल जो आज हिंदी के कारण विश्व में अपनी अलग पहचान बनाए हुए हैं।

वर्तमान विज्ञापन संस्कृति के प्रचलन के कारण समस्त बहुराष्ट्रीय कम्पनियाँ अपने उत्पादों का विज्ञापन विभिन्न सोशल साइट्स पर करती हैं, जिससे कारण भी हिंदी का प्रचार प्रसार बढ़ा है।

भारत विदेशी बहुराष्ट्रीय कंपनियों के लिए बहुत बड़ा बाज़ार उपलब्ध कराता है, इसलिए वे सोशल मीडिया पर आमजन तक अपनी जानकारी व सूचना पहुंचाने के लिए हिंदी का प्रयोग करते हैं।

इतना ही नहीं अपितु सोशल मीडिया पर सामान्य गृहिणियां भी अपनी-अपनी प्रतिभा का परचम लहरा रही हैं, जिनकी पहचान छुपी हुई थी। विभिन्न क्षेत्रों के खान-पान, रहन-सहन, आचार-विचार, वेशभूषा से अन्य क्षेत्रों के वासी भी रूबरू होते हैं, जिससे हिंदी भाषा के शब्द भंडार में भी वृद्धि हुई है।

आज के दौर के नए युवा लेखकों व कवियों को भी सोशल मीडिया अनेक ऐसे मंच प्रदान करता है, जिससे नवीन पीढ़ी साहित्य के लेखन व पठन-पाठन में रुचि ले रही है।

अकादमिक वर्ग के लोग विभिन्न मंचों पर अपने सृजनात्मक लेखन, संगोष्ठियों, काव्य-गोष्ठियों इत्यादि के माध्यम से साहित्य हिंदी भाषा की सेवा कर रहे हैं।

सोशल मीडिया की अनेक साइट्स ऐसी भी हैं, जिन पर साहित्य का अपार भंडार देखने को मिलता है। आज का युवा घर बैठे-बैठे किसी भी विषय पर महत्वपूर्ण पाठ्य सामग्री ई-लाइब्रेरी के माध्यम से प्राप्त कर सकता है। हिंदी में हिंदी समय.कॉम, कविता कोश व ज्ञानकोश आदि अनेक साइट्स हैं जो हिंदी भाषा के विकास में अच्छा कार्य कर रही हैं।

ब्लॉग, विकी, लिंकडइन, ट्विटर, फेसबुक और पॉडकास्ट अब शैक्षणिक संस्थानों में शिक्षण के सामान्य उपकरण हैं। सोशल मीडिया ने लंबी दूरी की ऑनलाइन शिक्षा को बढ़ाने में भी योगदान दिया है।

किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह, देश और उसकी भाषा आदि के विकास में सोशल मीडिया सकारात्मक भूमिका निभाता है। सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है जो किसी भी देश के सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक व सांस्कृतिक परिवेश को तेजी से प्रभावित करने की क्षमता रखता है। उदाहरण स्वरूप निर्भया हत्याकांड के विरोध में सोशल मीडिया के कारण सरकार पर बहुत अधिक दबाव बनाया गया जिसके परिणामस्वरूप ज्यादा

प्रभावशाली कानून बनाने पर सरकार को विवश होना पड़ा। इसी प्रकार भ्रष्टाचार के खिलाफ अन्ना हजारे के अनशन, धरना, प्रदर्शन आदि में एक विशाल जनसमूह ने उनका साथ दिया, यह सब भी सोशल मीडिया के प्रभाव से ही सम्भव हो पाया। इस नई ताकत ने सरकार व शासकों को ज्यादा पारदर्शी, संवादमुखी और जवाबदेह बनाया है और जनमत को जानने का एक माध्यम प्रदान किया है।

सोशल मीडिया के प्रभाव—स्वरूप जहाँ एक ओर हिंदी की लोकप्रियता बढ़ी है, हिंदी भाषा सुगम व सर्वग्राही बनी है, उसका शब्द—भंडार समृद्ध हुआ है, वहीं दूसरी ओर हिंदी भाषा पर सोशल मीडिया के कुछ नकारात्मक प्रभाव भी देखे जा सकते हैं।

सोशल मीडिया का हिंदी पर नकारात्मक प्रभाव :-

- सोशल मीडिया के कारण हिंदी का शुद्ध व संस्कृतनिष्ठ रूप विकृत होने लगा है।
- हिंदी भाषा में अन्य भाषाओं के शब्दों की भरमार होने से हिंदी अपने मूल स्वरूप को खोती जा रही है।
- आज की युवा पीढ़ी जिस हिंदी भाषा का प्रयोग सोशल मीडिया पर करती है, वही उनकी दैनिक बोलचाल की भाषा भी बन गई है, जिससे हमारे सांस्कृतिक व नैतिक मूल्यों में भी गिरावट आ रही है।
- सोशल मीडिया का प्रयोग जहाँ सामयिक ज्वलंत मुद्दों को उठाने के लिए किया जाता है, वहीं दूसरी ओर कुछ लोग सस्ता मनोरंजन सोशल मीडिया पर उपलब्ध करवाकर नैतिक पतन का कारण बन रहे हैं।
- सोशल मीडिया एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जहाँ सूचनाओं, आंकड़ों, फोटो, ऑडियो, वीडियो पर प्रभावी नियंत्रण नहीं होता है जिसका नकारात्मक प्रभाव जनमानस पर पड़ता है।
- बच्चे जैसा देखते हैं वैसा ही सीखते हैं इसलिए सोशल मीडिया पर इस तथाकथित अंग्रेजी मिश्रित हिंदी "हिंग्लिश" का प्रयोग होता है, वही भाषा भावी पीढ़ी सीखती है।

निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि सूचना क्रांति के युग में सोशल मीडिया संपूर्ण विश्व को एक सूत्र में बांधने का सबसे शक्तिशाली माध्यम है। सोशल मीडिया की शक्ति अपरिमित और बहुआयामी है। यह एक ऐसा माध्यम है जिसके द्वारा सूचनाएं तीव्र गति से एक कोने से दूसरे कोने तक पहुंचाई जा सकती हैं। वर्तमान युग में सोशल मीडिया जहाँ प्रत्येक क्षेत्र में वरदान साबित हो रहा है वहीं दूसरी ओर इस आभासी दुनिया का दुरुपयोग धर्मांधता, कट्टरता, दंगा—फसाद, साइबर क्राइम को अंजाम देने के लिए भी कर लिया जाता है। एक ओर सोशल मीडिया के कारण हिंदी भाषा—भाषी लोगों की संख्या में वृद्धि हुई है और हिंदी की लोकप्रियता बढ़ी है, वहीं दूसरी ओर हिंदी के स्वस्थ, सुंदर, संस्कृतनिष्ठ व व्याकरण सम्मत स्वरूप पर भी संकट आ गया है। हिंदी हिंदुस्तान की राष्ट्रभाषा है और भाषा ही किसी भी राष्ट्र की संस्कृति की संवाहक होती है, इसलिए भाषा पर आया संकट वस्तुतः संस्कृति को भी खतरे में डाल देता है।

इसलिए हमारा यह दायित्व है कि सोशल मीडिया का प्रयोग अत्यंत सावधानी पूर्वक किया जाए। सोशल मीडिया दोधारी तलवार के समान है, जिसका प्रयोग अत्यंत सावधानी पूर्वक करने की आवश्यकता है। हिंदी भाषा के शुद्ध, संस्कृतनिष्ठ, व्याकरण सम्मत मूल स्वरूप को संरक्षित रखना हम सभी का सामूहिक दायित्व है, इसलिए सोशल मीडिया पर भी हिंदी के मूल स्वरूप को बचाते हुए इसका प्रयोग करना चाहिए, साथ ही हमारी भावी पीढ़ी में भी हिंदी भाषा में लेखन, पठन—पाठन के प्रति रुचि पैदा करनी चाहिए ताकि वे हमारी राष्ट्रभाषा हिंदी के स्वरूप को विकृत होने से बचा सकें और हिंदी भाषा के मूल स्वरूप को बनाए रखकर उसके विकास में अपनी

सहभागिता सुनिश्चित कर सकें।

सन्दर्भ :-

1. मीडिया : अवधारणा एवं सिद्धांत— श्रीराजकृष्ण मिश्र, नितिन प्रिंटर्स, इलाहाबाद, पृष्ठ क्रम संख्या 07
2. सोशल मीडिया के उपयोग के बाद युवाओं की पुस्तकों से बढ़ती दूरी का अध्ययन— दीपक राय, International journal of Hindi research, 6 Nov. 2016
3. सोशल नेटवर्किंग साइट्स का स्पाइडर वेब प्रतिरूप— अर्जुन गोरेवाल, पृष्ठ क्रम संख्या 48
4. मीडिया मीमांसा, भोपाल जून 2018
5. विश्व मीडिया बाजार— डॉ. कृष्ण कुमार रत्नू, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर एवं दिल्ली प्रथम संस्करण 2006
6. मीडिया विमर्श— रामशरण जोशी, सामयिक प्रकाशन, दिल्ली, प्रथम संस्करण 1999

ई-मेल— yashodamehra.alw.ym@gmail.com

मो. नं. 7425824902, 8387928901



हिन्दी के विकास में कम्प्यूटर : इंटरनेट की भूमिका

डॉ. कुमार अभिषेक

सहायक प्राध्यापक, द्वारका दास गोवर्धन दास वैष्णव कॉलेज, अरुम्बाक्कम, चेन्नई, तमिलनाडू -600106

जब भी हम भाषा के बारे में चर्चा करते हैं, तो सबसे पहले हमारे मन-मस्तिष्क में सभ्यता और संस्कृति की बात आती है। हम अगर कहें कि सभ्यता और संस्कृति एवं औद्योगिक क्रांति का प्रभाव भाषा पर पड़ा है तो गलत नहीं होगा। भूमंडलीकरण के दौर में तकनीक एवं इलेक्ट्रॉनिक आविष्कारों ने चहल-पहल मचा दी। तकनीक रूपी सुनामी की लहर पूरे विश्व में फैल गयी जिसका सीधा प्रभाव भाषा पर पड़ा। इस सुनामी के कारण विश्व के कोने-कोने में बैठे व्यक्ति की मानसिकता में बदलाव आया।

आज स्थिति यह है कि व्यक्ति सुबह का नाश्ता पटना में करता है तो खाना चेन्नई में खाता है। व्यक्ति इतना व्यस्त होने लगा है कि उसके पास दुनिया के बारे में जानने के लिए समय नहीं है। जिंदगी की तेज रफ्तार में व्यक्ति अपनी बातों को दूसरों तक पहुँचाने एवं जानकारी प्राप्त करने के लिए जनसंचार माध्यमों का प्रयोग करने लगा है। एक आम आदमी पत्रकारिता, रेडियो, टेलीविजन, कम्प्यूटर आदि के माध्यम से दुनिया की खबरों से अवगत हो रहा है। जब जीवन में इतना बदलाव हो रहा है तो जा ही रहै कि भाषा में भी फर्क एक स्वाभाविक प्रक्रिया होगी। भाषा तो बहता नीर है, इसने अन्य भाषाओं को भी अपनाया है। शायद इसी परिवर्तन के कारण आज भी हिन्दी ने न केवल विश्व में अपना स्थान बनाए रखा है बल्कि दिनों-दिन इसका क्षेत्र बढ़ता ही जा रहा है।

सन् 1980 के बाद मीडिया का सही दृष्टि से विकास हुआ, उसके बाद ही वैश्विक बाजार का आरंभ हुआ। इसके पूर्व आम आदमी तक पहुँचने का माध्यम पत्र, टेलीग्राम, टेलीफोन, नाटक, तमाशा, उत्सव आदि परंपरागत जन-संचार माध्यम हुआ करते थे। इसमें समाचार पत्र-पत्रिकाएँ, रेडियो, टेलीविजन आदि भी समाविष्ट हो गए। किन्तु 1980 के बाद आश्चर्यजनक रूप से इसका विकास हुआ और इसमें कम्प्यूटर, इंटरनेट मोबाइल, फ़ैक्स, ई-मेल आदि जैसे अनेक नव इलेक्ट्रॉनिक माध्यम जुड़ते गए। किंतु विद्वान लोग वैश्वीकरण में मीडिया के चार पैर मानते हैं- समाचार-पत्र, कम्प्यूटर, इंटरनेट और मोबाइल।

वैश्वीकरण की प्रक्रिया ने ग्रंथ प्रकाशन, गीतों के निर्माण एवं फिल्मों के द्वारा युवकों की मानसिकता बदल डाली। विश्व सर्वेक्षण के अनुसार भारत के नवयुवकों का टी.वी. देखने का औसत समय लगभग छः से सात घंटे है, जिसमें 45 प्रतिशत विज्ञापन होते हैं। इन पर होने वाला खर्च प्रति व्यक्ति 4 डॉलर है। इसकी अगली कड़ी

कम्प्यूटर और इंटरनेट से जुड़ी हुई है। कम्प्यूटर और इंटरनेट ने पूरे विश्व को बांधने की कोशिश की है। इसी के प्रभाववश पूरा विश्व एक गाँव का रूप धारण कर रहा है। अब इसे चाहे वैश्वीकरण कहें या बाजारीकरण। वैश्वीकरण अर्थशास्त्र और प्रौद्योगिकी के द्वारा एक ऐसी विश्व व्यवस्था बनाना चाहता है, जहाँ किस्म-किस्म की अर्थ व्यवस्थाओं का स्वाभाविक और अनिवार्य सलेक्शन होगा। इसे सफल करने के लिए उसके पास कम्प्यूटर, इंटरनेट, मोबाइल और टेलीविजन जैसी शक्तियाँ हैं, जिनके द्वारा वह विश्वव्यापी विभिन्न राष्ट्रों, समुदायों, संस्कृतियों के बीच के अंतराल लगभग मिटा रहा है। इनकी पहुँच एक साथ यत्र-तत्र सर्वत्र समान रूप से दिखाई देती है। अब इंटरनेट, ई-मेल आदि की सुविधा मोबाइल पर भी उपलब्ध है। अतः इंटरनेट, मोबाइल और मीडिया ने समाज, संस्कृति, भाषा, साहित्य, जीवन पद्धति, राजनीति आदि सभी को न केवल प्रभावित किया बल्कि पूरी तरह से अपनी गिरफ्त में ले लिया है।

वैश्वीकरण के संवाहन एवं प्रसारण में सबसे अधिक योगदान उपग्रहों, चैनलों का है, जिनके माध्यम से ऐसे कार्यक्रम परोसे जा रहे हैं, जिनका उद्देश्य वैश्विक संस्कृति की रचना करना है। इसके लिए भारतीय बाजार सुविधाजनक है। आर्थिक जगत का प्रसिद्ध अखबार 'द इकनॉमिक' लिखता है— "समस्त बहुराष्ट्रीय कंपनियों की भारतीय शाखाओं का कारोबार बहुत तेजी से बढ़ रहा है। भारत में विकास की यह दर अन्य देशों में उन कंपनियों की दर से कहीं ज्यादा है। भारत विश्व का सबसे आकर्षक बाजार बनने जा रहा है। इन कंपनियों को अपना उत्पाद बेचने के लिए हिन्दी भाषा की आवश्यकता है। उत्पादक कई हैं, उपभोक्ता भारतीय। तब उन्हें भारतीय केन्द्रीय भाषा हिन्दी को अपना अनिवार्य हो गया है तथा हिन्दी भाषा में वह शक्ति है, जिससे ये अपने उत्पाद को उन लोगों तक पहुंचा सकें।"

भारतीय समाज को बाजारीकरण ने अपनी ओर आकर्षित किया है जिसके परिणाम स्वरूप ही 'डिस्कवरी', 'एनीमल प्लानेट', 'हिस्ट्री', 'पोगो', 'नेशनल ज्योग्राफी' आदि कई चैनल अँग्रेजी के साथ-साथ हिन्दी में प्रसारित हो रहे हैं। एम. टी. वी. और वी. चैनल भी आजकल हिन्दी में विज्ञापन दे रहे हैं। इतना ही नहीं बीच-बीच में अँग्रेजी समाचारों के साथ हिन्दी में भी विज्ञापन आ रहे हैं। कम्प्यूटर पर भी हिन्दी का प्रचलन नेट और ई-मेल के माध्यम से बढ़ रहा है। फिल्म ने तो हिन्दी को पूरी तरह अपना लिया है। हर हॉलीवुड फिल्म अँग्रेजी के साथ हिन्दी में प्रकाशित हो रही है। इन दिनों भारतीय टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले कई धारावाहिक भारत के साथ-साथ दुबई, अमेरिका, लंदन, सिंगापुर आदि अन्य देशों में भी लोकप्रिय हो रहे हैं। इससे ये जाहिर होता है कि हिन्दी का दायरा न केवल बढ़ा है, बल्कि बढ़ता ही जा रहा है।

'गार्जियनैडिक्स' अंतराष्ट्रीय टेलीविजन फेस्टिवल के अवसर पर मोर्ड ज्यूनियर ने चेतावनी देते हुए कहा कि इंटरनेट पर अँग्रेजी की सबसे कठोर प्रतिद्वंदी भाषाओं में मंदानी, चायनिज, और हिन्दी उभरकर सामने आ रही है। पिछले कई वर्षों से अँग्रेजी पत्र-पत्रिकाएँ हिन्दी में भी अपने संस्करण प्रकाशित कर रही हैं। जैसे— आउटलुक, जनसत्ता, हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स, इंडिया टुडे, एम्प्लॉयमेंट न्यूज़, आदि। वैश्वीकरण का दायरा यहीं तक सीमित न रहकर एयरलाइन्स तक बढ़ गया है। जहाँ हवाई जहाजों में अँग्रेजी का बोलबाला था वहीं

अब हिन्दी का भी प्रयोग हो रहा है। अमेरिका की 'स्पेन' पत्रिका भी हिन्दी में प्रकाशित हो रही है। मीडिया ने हिन्दी के बहू प्रचलित रूप को ही नया तेवर नहीं दिया है, उसे विविध बोली रूपों से अनुरंजित भी किया है। आज लोक भाषा के कई शब्द, वाक्य, मुहावरे और संवादों से लेकर गीतों तक, विज्ञापनों से लेकर समाचार तक पिरोएँ जा रहे हैं, जो हिन्दी की व्याप्ति और विस्तार के ही प्रमाण हैं।

कम्प्यूटर और इंटरनेट के असीमित विस्तार के दौर में हिन्दी के विस्तार और विकास के मौके सामने आ रहे हैं। विगत कई वर्षों में यूनिकोड पर आधारित ऑपरेटिंग सिस्टम और नित हिन्दी सॉफ्टवेयरों के विकास से हिन्दी कम्प्यूटरों की चाल बढ़ने लगी है। माइक्रोसॉफ्ट जैसी कंपनियों का हिन्दी कम्प्यूटरों के प्रति रुझान तो जगजाहिर ही है, उसके द्वारा लाए जा रहे नए संस्करणों से हिन्दी सहित अन्य भारतीय भाषाओं का कम्प्यूटर अनुकूलन तेजी से बढ़ रहा है। इधर भारत सरकार के कई मंत्रालयों और सूचना प्रौद्योगिकी से जुड़े उच्च संस्थानों ने 21वीं सदी की जरूरतों के अनुरूप हिन्दी सॉफ्टवेयर उपकरणों के विकास का काम अपने हाथ में लिया था, जिसके सुखद परिणाम सामने आने लगे हैं।

आज इंटरनेट पर हिन्दी के कई पोर्टल और साइट उपलब्ध हैं। जिनसे न केवल सूचनाओं और मनोरंजन का खजाना सामने आ रहा है, बल्कि व्यावसायिक गतिविधियों और दैनिक जीवन से जुड़ी सुविधाओं तक पहुँचना भी बहुत ही आसान हो गया है। हिन्दी वेब पब्लिशिंग की शक्ति का नया प्रमाण ब्लॉग के माध्यम से भी सामने आ रहा है। हिन्दी के कई सर्जक, पाठक विभिन्न साइट्स पर जाकर ब्लॉग सर्जन करने लगे हैं। इधर बैंकों के ए.टी.एम. और उपभोक्ता सेवा केन्द्रों से लेकर विभिन्न सेवा प्रदाता संस्थाओं की वेबसाइटों पर अंग्रेजी और हिन्दी के साथ विभिन्न भारतीय भाषाओं के विकल्प मौजूद हैं। मशीनी अनुवाद से जुड़ी यांत्रिक सुविधाओं ने भी हिन्दी की राह आसान कर दी है। एनिमेशन फिल्मों और खेलों के निर्माण में भी कम्प्यूटर के प्रयोग कारगर सिद्ध हो रहे हैं। इन सभी में हिन्दी की व्याप्ति का दौर शुरू हुआ। जनसंचार माध्यमों में अनुवाद की भूमिका तेजी से बढ़ रही है। इसके अलावा कम्प्यूटर और इंटरनेट के माध्यम से हिन्दी का प्रयोग कैसे बढ़ रहा है, इस संबंध में तीन बिन्दु सामने आते हैं। पहला तकनीक का विकास और भाषा चयन में आसानी।

भारत की कई तकनीक संस्थाएं जैसे—सी डैक आदि ने भाषा प्रयोग की दिशा में काफी अनुसंधान किया है, जिसके फलस्वरूप हिन्दी लिखने की जटिलता, फॉन्ट की समस्या और की-बोर्ड में भाषा परिवर्तन जैसी कई समस्याओं का निवारण हो गया है। दूसरा है बाजार का दबाव। गजेट्स मार्केट में काफी प्रतिस्पर्धा का दौर है जिसके कारण कंपनियाँ भाषा के आधार पर बाजार नियोजित कर रही हैं। सभी ईमेल प्रोवाइडर और सोशल नेटवर्किंग साइट्स हिन्दी में लिखने की सुविधा उपलब्ध करा रही हैं। यदि हम 'व्हाट्सएप' की बात करें तो सोशल मीडिया में सबसे अधिक लोकप्रियता इसी की है, यह न केवल चैटिंग के लिए उपयोग किया जाता है, बल्कि इसमें भी कई सारे ऐसे ग्रुप हैं जिनके माध्यम से हम साहित्यिक चर्चा—परिचर्चा करते हैं।

अतः यह कहा जा सकता है कि वैश्वीकरण के इस दौर में हिन्दी को विश्व भाषा बनाने में मीडिया और इंटरनेट की बड़ी महत्वपूर्ण भूमिका रही है। इसीलिए यह प्रक्रिया अबाध गति से पूरे विश्व पर छा जाने के लिए

तैयार है। इससे भाषा, साहित्य, और संस्कृति, मानव जीवन सभी प्रभावित हुए। अब यहाँ आराम से बैठकर काम नहीं चलने वाला, यह वह दौर है, जहाँ अपने अस्तित्व को बचाने के लिए संघर्ष करना आवश्यक है। हिन्दी भाषा में वह सामर्थ्य है, जिसके बलबूते पर यह जंग जीती जा सकती है। इसके लिए हमें भी अपना उत्तरदायित्व निभाना होगा, तभी हिन्दी का विकास सार्थक दिशा में हो पाएगा।

संदर्भ :-

1. मीडिया और हिन्दी बदलती प्रवृत्तियाँ, वाणी प्रकाशन।
2. भारत में संचार और जनसंचार, प्र. जे. बी. विलानिलम।
3. प्रयोजनमूलक हिन्दी के आधुनिक आयाम, महेंद्र सिंह राणा।
4. इंटरनेट, सोशल मीडिया और कई वेबसाइट्स।
5. सोशल मीडिया, फायदे और नुकसान (इंटरनेट पर उपलब्ध सामग्री)

चलभाष 9043912650



सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का बढ़ता प्रयोग

डॉ. डी. जयभारती

सहायक प्राध्यापक, एस. आर.एम, आई.एस.टी. वडपलनी, चेन्नई।

हिन्दी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। मीडिया ने हिन्दी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है दुनियाभर में भारतीय फिल्मों टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिन्दी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट, मोबाईल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है एवं मीडिया में जिस हिन्दी भाषा का प्रयोग होता है उसमें सामान्य बोलचाल में प्रचलित अंग्रेजी, अरबी, फारसी, संस्कृत तत्सम तद्भव आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है। मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी को और भी प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय मीडिया को ही जाता है।

आजकल हम देख रहे हैं कि दुनिया में बाजारवाद का बोलबाला बढ़ रहा है। हर किसी के लिए अपना सामान बेचने की अंधाधुंध होड़ लगी हुई है। चाहे वह ऑनलाइन हो, चाहे ऑफलाइन हो, उपभोक्ताओं को लुभाने का प्रयत्न किया जा रहा है। मीडिया में विभिन्न कंपनियां अपने माल को बेचने के लिए जिन विज्ञापनों का प्रयोग कर रही हैं। उन विज्ञापनों में अधिकतर हिन्दी भाषा का प्रयोग होता है, क्योंकि उन्हें पता है कि भारत की अधिकांश जनसंख्या हिन्दी भाषी है। आज के इस युग में विज्ञापनों का बोलबाला है। लोग प्रसारित होने वाले हिन्दी भाषी विज्ञापनों को देखते हैं एवं भाषा की सकारात्मक अभिव्यक्ति को सुनकर अथवा देखकर वस्तु को खरीदने के लिए प्रेरित होते हैं इस प्रकार विज्ञापन गुरु जान चुके हैं कि अगर माल बेचना है तो उन्हें हिन्दी भाषा के साथ ही बाजार में उतरना पड़ेगा। जिस हिन्दी भाषा का प्रयोग मीडिया के विभिन्न माध्यमों द्वारा किया जा रहा है। हिन्दी भाषा अपने आप में ही सर्वगुण संपन्न भाषा है, तभी तो मीडिया ने हिन्दी भाषा के प्रयोग को अपने विकास का तथा हिन्दी के प्रचार का सशक्त माध्यम बना लिया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उपयोग आधुनिक दुनिया में बढ़ता जा रहा है और यह संचार का एक महत्वपूर्ण साधन है। इसमें समाचार मनोरंजन शिक्षा व्यापार संचार आदि के लिए इस्तेमाल किया जाता है और इसके माध्यम से संचार को आसान बनाया गया है जो उपयोगकर्ताओं को दुनिया की विभिन्न विषयों से अवगत करवाता है।

हम देखते हैं कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न साधनों जैसे रेडियो, टेलीविजन, कंप्यूटर, एफएम रेडियो एवं विज्ञापन कंपनियों अथवा एजेंसियों की बाद में बिना लाग लपेट वाली हिंदी का ही बाजार चल रहा है। इंटरनेट पर हम देखते हैं कि हिंदी की बहुत सी वेबसाइट है, 'फेसबुक इंटरनेट पर स्थित एक निःशुल्क सामाजिक नेटवर्किंग सेवा है, जिसका आरंभ 2004 में हावर्ड के एक छात्र मार्क जुकेरबर्ग ने किया। तब इसका नाम द फेसबुक था। अगस्त 2005 में इसका नाम फेसबुक कर दिया गया। फेसबुक ने कई देशों के मोबाईल सेवा प्रदान करने वाली कंपनियों से समझौता किया है जिसके कारण फेसबुक की एक नई साईट का उपयोग मोबाईल पर निःशुल्क किया जा रहा है।²

आज इंटरनेट पर हिंदी का लगभग अधिकतम साहित्य उपलब्ध है यदि किसी साहित्यकार की किसी जीवनी, कहानी, नाटक आदि किसी भी रचना की जानकारी प्राप्त करनी हो तो हम इंटरनेट पर उसकी खोज करके उससे संबंधित जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। हिंदी के प्रयोग ने इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में क्रांति ला दी है (टेलीविजन, रेडियो आदि पर प्रत्येक चैनल आम बोलचाल की हिंदी भाषा का प्रयोग करके अनेक प्रोग्राम प्रसारित कर रहा है क्योंकि हिंदी जन-जन की भाषा है एवं आसानी से बोली एवं समझी जाती है। दर्शक अपनी पसंद के नाटक, फिल्म, कृषि संबंधी प्रोग्राम, ज्ञानवर्धक बातें आदि इन चैनलों के माध्यम से देखते हैं। आज के इस तकनीकी युग में हिंदी भाषा में प्रकाशित बहुत से अखबार एवं पत्र-पत्रिकाएं भी इंटरनेट पर उपलब्ध हैं।

हिंदी भाषा के विकास में प्रिंट मीडिया बढ़-चढ़कर योगदान दे रहा है। अनेकों पत्र पत्रिकाएं, अखबार, पंफलेट्स आदि अपने भावों को अभिव्यक्त करने के लिए हिंदी भाषा का प्रयोग करते हैं। मीडिया लोगों के भाव को समझते हुए जन-जन भाषा हिंदी भाषा को इन्हीं लोगों में प्रचलित करने के लिए अपने विभिन्न माध्यमों द्वारा हिंदी का प्रयोग कर रहा है। बाजारवाद के असर से हिन्दी भाषा का रूप बदलता जा रहा है। कुछ लोग हिंदी को बाजारू हिंदी की संज्ञा भी दे देते हैं परंतु हिंदी एक सरल, स्पष्ट, शुद्ध एवं परिनिष्ठित भाषा है। आम आदमी की हिंदी भाषा है। प्रत्येक व्यक्ति इसी हिंदी का प्रयोग अधिकतर आम बोलचाल में प्रयोग करता है। और हमने सुना भी है कि मीडिया में जो चलता है वही बिकता है तो इसका श्रेय हिंदी भाषा को दिया जा सकता है।

वेब मीडिया एक ऐसा गुरुकुल है जहाँ प्रत्येक भाषा एक संकाय की भांति प्रतीत होती है। इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यम और कंप्यूटर आदि के उपयोग में हिंदी अपनी जगह बना ली है, इससे एक तरफ इन माध्यमों से हिंदी का प्रसार हो रहा है, तो दूसरी तरफ हिंदी का अपना बाजार भी बन रहा है. इससे हिंदी की अंतर्राष्ट्रीय भूमिका मजबूत हो रही है. कुछ इन्हीं बातों को ध्यान में रखकर पूर्व अमेरिकी राष्ट्रपति ने कहा था— 'यदि भारत को समझना है तो हिंदी सीखो।

जनभाषा के सबसे सशक्त माध्यम मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में वैश्विक क्रांति ला दी है। आज

प्रत्येक व्यक्ति हिंदी को बोल भी सकता है और समझ भी सकता है भले ही उसे लिखना पढ़ना ना आता हो। मीडिया ही हिन्दी भाषा के माध्यम से लोगों को प्रत्येक क्षेत्र खेल, संगीत, व्यापार खबर नाटक आदि की जानकारी प्रदान कर रही है जिसेसे लोगों को घर बैठे-बैठे प्रत्येक क्षेत्र की जानकारी प्राप्त हो रही है। इस प्रकार मीडिया हिन्दी के विकास में भारत की एक सशक्त शक्ति के रूप में उभर रहा है।

सन्दर्भ :-

1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विकिपीडिया।
2. मीडिया और जनसंचार, पृ. 116

Email ID: jayabhad@srmist.edu.in

Mobile No: 9843311294



हिन्दी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की भूमिका

सुश्री कविता अहिगारे

सहायक प्राध्यापक, हिन्दी, राजा भोज शासकीय महाविद्यालय, कटंगी, बालाघाट (म.प्र.)

सारांश :-

जैसाकि यह सर्वविदित है, साहित्य समाज का दर्पण होता है, अर्थात् समाज में होने वाली घटनाओं का सीधा प्रभाव रचनाकार के ऊपर पड़ता है। वह उसे शब्द रूप देकर अपने समाज की वास्तविकता की अभिव्यक्ति करता है। 21वीं सदी की व्यावसायिकता जब हिंदी को केवल शास्त्रीय भाषा कहकर इसकी उपयोगिता पर प्रश्न चिन्ह लगाने लगी तब इस सार्थक भाषा ने न केवल अपने अस्तित्व की सुरक्षा की वरन् इस गहन व्यवसायिकता के युग में संचार की सारी प्रतिस्पर्धाओं को पार कर अपनी गरिमामयी उपस्थिति दर्ज कराई। जनभाषा के सबसे सशक्त माध्यम मीडिया ने हिंदी भाषा के विस्तार में वैश्विक क्रांति ला दी है। आज भारत का प्रत्येक व्यक्ति किसी भी राज्य का क्यों न हो वह हिंदी भाषा को बोल सकता है और समझ भी सकता है भले ही उसे लिखना पढ़ना ना आता हो।

प्रस्तावना :-

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। समाज के अभाव में मानव जीवन की कल्पना भी नहीं की जा सकती। वह समाज में रह कर एक दूसरे के साथ विचारों का आदान-प्रदान करते हुए अपना एवं अपने समाज का विकास करता है। किसी भी समाज के निर्माण में संचार की विशेष भूमिका है। मानव की सामाजिक एवं सांस्कृतिक परम्पराओं के स्थानांतरण की प्रक्रिया में संचार का विशेष योगदान है। प्राचीन काल से मानव संचार के लिए नवीन तरीके खोजने हेतु प्रयासरत रहा है जब तक भाषा का विस्तार नहीं हुआ था वह संकेतों के माध्यम से अपने विचार संप्रेषित करता था। जैसे ही भाषा का उद्भव हुआ तो विचारों एवं सूचनाओं के लिए पत्रों एवं दूतों का सहारा लिया जाता था। जैसे-जैसे विज्ञान का विकास हुआ सम्प्रेषण के नए-नए मार्ग खोजे गए। सम्प्रेषण के माध्यमों के द्वारा विकास में पहला कार्य समाचार पत्रों के माध्यम से किया गया फिर रेडियो आया इसके बाद भारत में सत्तर की दशक में दूरदर्शन का जन्म हुआ दूरदर्शन ने सम्प्रेषण को नया रूप दिया। हिन्दी भाषा के विस्तार में दूरदर्शन ने एक मुख्य भूमिका निभाई। सूचनाएँ एवं मनोरंजन देश के कोने-कोने तक पहुँचने लगा। आधुनिक युग में तकनीकी विकास में तीव्र गति से क्रांति आई है जिसके कारण सामान्य आदमी की गतिविधियों में भी बदलाव आया है जिन्दगी की तेज रफ्तार के युग में व्यक्ति को बाह्य जगत से जुड़ने हेतु ऐसे

माध्यम की आवश्यकता हुई जो सरल सुगम होने के साथ-साथ सर्वव्यापी, सर्वत्र एवं सर्वसुलभ होने के साथ-साथ सस्ता एवं प्रभावी हो। मनुष्य की इस आवश्यकता ने जन्म दिया इंटरनेट को इंटरनेट के विकास के बाद सोशल मीडिया सूचना क्रान्ति के नवीनतम साधन के रूप में विकसित हुई। आजकल फेसबुक, ट्वीटर, व्हाट्सएप्प यूट्यूब लिंकड इन, स्नेप चोट, टम्ब्लर, ब्लोगिंग एवं वी चोट इत्यादि कई सोशल मीडिया चलन में आए हैं।

सोशल मीडिया में हिन्दी की भूमिका :-

सोशल मीडिया वह तकनीक है जो कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से अपने उपयोगकर्ता को संवाद स्थापित करने की सुविधा प्रदान करती है। उपयोगकर्ता आमतौर पर इस माध्यम का प्रयोग करने के लिए डेस्कटॉप कंप्यूटर, लैपटॉप, टैबलेट एवं मोबाईल फोन पर आधारित प्रौद्योगिकियों के माध्यम से सोशल मीडिया की सेवाओं का उपयोग करते हैं। पिछले कुछ दशकों में सोशल मीडिया भारतीय युवाओं के बीच ही नहीं अपितु पुरानी पीढ़ी के बीच भी काफी लोकप्रिय हुआ है। आम जनता को अपने परिचितों एवं समाज के मध्य वार्तालाप स्थापित करने की इसकी अदभुत क्षमता के कारण धीरे-धीरे यह जनसामान्य तक पहुँच रहा है। पहले इसका प्रयोग करने में भाषा की जो बाध्यता थी हिन्दी भाषा के प्रयोग ने वह भी दूर कर दी है। इस मीडिया के माध्यम से हिन्दी भाषी भारतीय जहाँ व्हाट्सएप्प के जरिए एक दूसरे से वार्तालाप कर सकता है वहीं यू ट्यूब के जरिए कई विषयों की जानकारी प्राप्त कर सकता है। आज यूट्यूब के माध्यम से अशिक्षित जनता भी अपने वीडियो बना कर रोजगार प्राप्त कर सकती है। ब्लोगिंग ने अपने उपयोगकर्ता को उसके विचारों की अभिव्यक्ति हेतु खुला मंच प्रदान किया है। सोशल मीडिया की इन्हीं खासियत के चलते सामान्य जनता में इस मीडिया की माँग दिन-प्रतिदिन बढ़ रही है। समाज को जगाने में मीडिया हमेशा से ताकतवर रहा है। नैपोलियन के अनुसार 'लाखों संगीने मेरे भीतर वह डर पैदा नहीं करती जो अखबार करते हैं।'

शहरी जीवन की तरह ही ग्रामीण जीवन के विकास हेतु उन्हें तकनीक से जोड़ना आज के समय की माँग है। भारत में अभी भी सबसे मजबूत भाषा हिन्दी है, हिन्दी साहित्य में आस्था एवं पूजा का भाव पर्याप्त मात्रा में है। आधुनिक युग की माँग है कि इसे तर्क एवं तथ्य के साथ शोध एवं ज्ञान की भाषा में परिवर्तित किया जाए। सामाजिक ज्ञान को बढ़ाने के लिए केवल सूचना साझा करना पर्याप्त नहीं अपितु इसे सूचना की कसौटी पर कसना अत्यंत आवश्यक है। भाषा सम्प्रेषण का महत्वपूर्ण अंग है। वर्तमान में हिन्दी ऐसी भाषा है जो भारत के अधिकतर भाग में बोली समझी एवं लिखी जाती है। वर्तमान में ग्रामीण जनता का केवल 10 प्रतिशत लोग ही तकनीकों से जुड़े हैं भारत के कोने-कोने से जन-जन को जोड़ने तथा उन तक लाभप्रद सूचना पहुँचाने के लिए सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग अत्यंत आवश्यक है। सोशल मीडिया एवं हिन्दी न सिर्फ राजभाषा है बल्कि भारतीयों के लिए एक सशक्त संचार माध्यम है। वैश्वीकरण के इस दौर में अंग्रेजी चाहें जितनी बलशाली हो पर उसका कार्य भारत में बिना हिन्दी के नहीं चल सकता यही कारण है मोबाइल कंपनियों ने अपने ऑपरेटिंग सिस्टम में हिन्दी में कार्य करने की सुविधा उपलब्ध कराई है।

आज हिन्दी राजनीति, मनोरंजन एवं विज्ञापनों की प्रमुख भाषा बन गयी है। डिजिटल समय के दौर में हिन्दी का स्वरूप भी बदला है फेसबुक एवं अन्य सोशल मीडिया ने नवोदित हिन्दी के साहित्यकारों को अपनी रचनाओं को पाठकों तक द्रुतगति से पहुँचाने का कार्य किया है। आज फेसबुक पर कई साहित्यिक पेज जैसे

हिंदी पत्रिका पेज, हिंदी कविता पेज एवं हिंदी समीक्षा पेज इत्यादि जहाँ पर समकालीन हिंदी प्रेमियों को रचनाएँ एवं समीक्षाएं देखी जा सकती हैं। सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग बढ़ने के तीन महत्वपूर्ण कारण हैं।

1. हिंदी का तकनीकी विकास भारत की कई तकनीकी संस्थाओं जैसे सी डेक आदि ने भाषा प्रयोग की दिशा में काफी अनुसंधान किए हैं, जिसके फलस्वरूप हिंदी लेखन की जटिलता, फोन्ट की समस्या, की-बोर्ड में भाषा परिवर्तन एवं अनुवाद के सॉफ्टवेयर ने कई समस्याओं का निवारण किया है।

2. बाजारवाद का दबाव प्रतिस्पर्धा के इस दौर में अनेक कंपनियां भाषा के आधार पर बाजार नियोजित कर रही हैं सभी ई-मेल प्रोवाइडर और सोशल नेटवर्किंग साइट्स हिंदी में लिखने की सुविधा उपलब्ध करा रहे हैं।

3. हिंदी एवं सहयोगी भाषा से आम जनता का जुड़ाव घरों में सांस्कृतिक आयोजनों में उत्सवों में एवं भावनाओं को व्यक्त करने में अधिकतर भारतीय हिंदी या अन्य देश भाषाओं का प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया जैसा प्रभावी माध्यम मिलने से आम जनता द्वारा हिंदी का प्रयोग दिन प्रतिदिन बढ़ रहा है।

सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग करने वालों में भारत के हिंदी भाषी राज्यों के लोग ही नहीं अपितु विश्व में अनेक देशों यथा अमेरिका, लन्दन, रूस, स्पेन, युक्रेन, अरब, जापान, चीन, आस्ट्रेलिया, न्यूजीलैंड, वेस्टइंडीज के विदेशी मूल के अनेक लोग हिंदी में सक्रिय हैं। हिंदी कविता गीत भारतीय संस्कृति का अटूट हिस्सा है। आजकल व्हाट्सएप, फेशबुक पर हिंदी कविताओं का प्रचलन बढ़ गया है जिससे जहाँ एक और नए रचनाकारों को अपनी योग्यता दिखाने का मौका मिलता है वहीं दूसरी ओर पद्यात्मक भाषा जनमानस में चेतना जगाने का कार्य बखूबी कर रही है। हिंदी में लिखे संदेशों के द्वारा हिंदी के शब्द घर-घर पहुँच रहे हैं। जितना हिंदी के शब्द चलन में आएँगे उतना ही हिन्दी भाषा का विस्तार होगा। सोशल मीडिया पर हिंदी के प्रयोग का महत्व हिंदी भाषा ही नहीं अपितु भारतीयता की पहचान है, भारत देश के जीवन मूल्यों, संस्कृति एवं संस्कारों की सच्ची संवाहक, संप्रेषक एवं परिचायक भी है। मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

दुनियाभर में भारतीय फिल्में टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है। मीडिया में जिस हिंदी भाषा का प्रयोग होता है उसमें सामान्य बोलचाल में प्रचलित अंग्रेजी, अरबी, फारसी, संस्कृत तत्सम तद्भव आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिंदी को और भी प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय मीडिया को ही जाता है। ऑनलाइन व्यापार आज हम देख रहे हैं, कि दुनिया में बाजारवाद का बोलबाला बढ़ रहा है। हर किसी के लिए अपना सामान बेचने की अंधाधुंध होड़ लगी हुई है। चाहे वह ऑनलाइन हो, चाहे ऑफलाइन हो, उपभोक्ताओं को लुभाने का प्रयत्न किया जा रहा है। मीडिया में विभिन्न कंपनियां अपने माल को बेचने के लिए जिन विज्ञापनों का प्रयोग कर रही हैं उन विज्ञापनों में अधिकतर हिंदी भाषा का प्रयोग होता है, क्योंकि उन्हें पता है कि भारत की अधिकांश जनसंख्या हिंदी भाषी है। आज के इस युग में विज्ञापनों का बोलबाला है। लोग प्रसारित होने वाले हिंदी भाषी विज्ञापनों को देखते हैं एवं भाषा की सकारात्मक अभिव्यक्ति को सुनकर अथवा देखकर वस्तु को खरीदने के लिए उत्सुक होते हैं।

इस प्रकार विज्ञापन कला को जान चुके हैं कि अगर माल बेचना है तो उन्हें हिंदी भाषा के साथ ही बाजार में उतरना पड़ेगा जिस हिंदी भाषा का प्रयोग मीडिया के विभिन्न माध्यमों द्वारा किया जा रहा है। कुछ लोग

हिंदी भाषा को हिंगलिश कहते हैं परंतु हिंदी भाषा अपने आप में ही सर्वगुण संपन्न भाषा है। तभी तो मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रयोग को अपने विकास का तथा हिंदी के प्रचार का सशक्त माध्यम बना लिया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया :-

इसके विभिन्न साधनों जैसे रडियो, टेलीविजन, कंप्यूटर एफएम रेडियो एवं विज्ञापन कंपनियों अथवा एजेंसियों की बाद में बिना लाग लपेट वाली हिंदी का ही बाजार चल रहा है। इंटरनेट पर हम देखते हैं कि हिंदी की बहुत सी वेबसाइट है। आज इंटरनेट पर हिंदी का लगभग सारा साहित्य उपलब्ध है यदि किसी साहित्यकार की किसी जीवनी, कहानी, नाटक आदि किसी भी जानकारी प्राप्त करनी हो तो हम इंटरनेट पर उसकी खोज करके उससे संबंधित जानकारी प्राप्त है। हिंदी के प्रयोग ने इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में क्रांति ला दी है। टेलीविजन, रेडियो आदि चैनल सामान्य बोलचाल की हिंदी भाषा का प्रयोग करके अनेक कार्यक्रम प्रसारित कर रहा है। क्योंकि हिन्दी जन-जन की भाषा है एवं भारत में सबसे अधिक संख्या में बोली एवं समझी जाती है। दर्शक अपनी पसंद के नाटक, फिल्म संबंधी प्रोग्राम, ज्ञानवर्धक बातें आदि इन चैनलों के माध्यम से देखते हैं। हिंदीअत्यन्त प्रशंसनीय और सराहनीय है, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है। इंटरनेट पर हम देखते हैं कि हिंदी की बहुत सी वेबसाइट है।

आज इंटरनेट पर हिंदी का लगभग अधिकतम साहित्य उपलब्ध है यदि किसी साहित्यकार की किसी जीवनी, कहानी, नाटक, यात्रा वृत्तांत संस्मरण आदि किसी भी रचना की जानकारी प्राप्त करनी हो तो हम इंटरनेट पर उसकी खोज करके उससे संबंधित जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। दर्शक अपनी पसंद के नाटक, फिल्म, कृषि संबंधी प्रोग्राम, ज्ञानवर्धक बातें आदि इन चैनलों के माध्यम से देखते हैं। आज के इस तकनीकी युग में हिंदी भाषा में प्रकाशित बहुत से अखबार एवं पत्र-पत्रिकाएं भी इंटरनेट पर उपलब्ध है।

प्रिंट मीडिया :-

प्रिंट मीडिया भी हिंदी भाषा के विकास में बढ़-चढ़कर योगदान दे रहा है अनेकों पत्र-पत्रिका अखबार, पेम्फलेट्स आदि अपने भावों को अभिव्यक्त करने के लिए हिंदी भाषा का प्रयोग करते हैं। मीडिया लोगों के भाव को समझते हिंदी भाषा को इन्हीं लोगों में प्रचलित करने के लिए अपने विभिन्न माध्यमों द्वारा हिंदी का प्रयोग कर रहा है हम देख रहे हैं कि बाजारवाद के असर से हिंदी भाषा का रूप बदलता जा रहा है। कुछ लोग हिंदी को बाजारू हिंदी की संज्ञा भी दे देते हैं परंतु हिंदी एक सरल, स्पष्ट, शुद्ध एवं परिनिष्ठित भाषा है सर्वमान्य है कि यही लोग जब आम बोलचाल में हिंदी भाषा का उच्चारण करते समय व्याकरण के नियमों का पालन नहीं करते तब मीडिया के विभिन्न माध्यमों द्वारा हिंदी भाषा के सरल, स्पष्ट, शुद्ध व फूहड़ता रहित हिंदी भाषा का प्रयोग किया जाता है व्याकरणिक नियमों के बंधन से रहित भाषा ही आम आदमी की हिंदी भाषा है। प्रत्येक व्यक्ति इसी हिंदी का प्रयोग अधिकतर आम बोलचाल में प्रयोग करता है और यह भी कहां कि मीडिया में जो चलता है वहीं बिकता है तो इसका श्रेय हिंदी भाषा को दिया जा सकता है। इलेक्ट्रॉनिक संचार द्रश्य माध्यम और कंप्यूटर आदि के उपयोग में हिंदी अपनी जगह बना ली है। इससे एक तरफ इन माध्यमों से हिंदी का प्रसार हो रहा है, तो दूसरी तरफ हिंदी का अपना बाजार भी बन रहा है, इससे हिंदी की अंतर्राष्ट्रीय भूमिका सशक्त हो रही है।

कुछ इन्ही बातों को ध्यानमें रखकर पूर्व अमेरिकी राष्ट्रपति ने कहा था— यदि भारत को समझना है तो

हिंदी सीखो, आज जबकि वर्ड प्रेस इन्डिकजुमला जैसे ढेरों ऐसे मंच उपलब्ध है जहाँ हम अपनी बात बेहद स्पष्ट व विस्तृत रूप से रख सकते हैं। यहाँ स्पष्टता से मतलब भाषीय स्वरचता से है। हिंदी भाषा में कही बात यदि अंग्रेजी अनुवाद में कही जाय तो यह निश्चित है कि इसकी स्पष्टता में कम से कम दस फीसदी की कमी जरूर आयेगी। हिंदी के विकास में ब्लॉगिंग ने निश्चित रूप से एक महत्वपूर्ण योगदान दिया है। इसका प्रमाण यह है कि हिंदी के कई ऐसे ब्लॉग हैं जो रोजाना १००० से भी ज्यादा व्यक्तियों द्वारा देखे जाते हैं और यह कोई सामान्य बात नहीं है।

निष्कर्ष :-

अंत में हम यह कह सकते हैं, कि वेब मीडिया ने हिंदी समेत सभी भाषाओं को एक समान वैश्विक मंच प्रदान किया है। चूँकि हिंदी की अपनी विशेषताएँ हैं इसलिए हिंदी अन्य भाषाओं से तेज व सकारात्मक रूप से परिवर्तनशील यानि विकासशील है। सर्व प्रचलित एवं व्यवहार कुशल हिंदी ही संपर्क भाषा का रूप ले सकती है ना कि व्याकरणिक एवं साहित्यिक भाषा। मीडिया ही हिंदी भाषा के माध्यम से लोगों को प्रत्येक क्षेत्र खेल, संगीत, व्यापार, समाचार, नाटक, मनोरंजन आदि की जानकारी प्रदान कर रही है। जिससे लोगों को घर बैठे-बैठे प्रत्येक क्षेत्र की जानकारी प्राप्त हो रही है। इस प्रकार मीडिया हिंदी के विकास में भारत की एक सशक्त शक्ति के रूप में उभर रहा है।

सन्दर्भ :-

1. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया विकिपीडिया।
2. <https://www.jagran.com/blogs/>
3. हिन्दी के प्रचार में मीडिया की भूमिका, डॉ. मंजू सागवान।
4. मीडिया में हिंदी की सार्थकता, सविता चड्ढा (anhadkriti.com)

मो. 9424968215

kavitaahigare79@gmail.com



हिन्दी भाषा के प्रचार प्रसार में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का योगदान

डॉ० मंजू रानी

सहायक प्रोफेसर (बी० एड०), शहीद मंगल पांडे राजकीय महिला स्नातकोत्तर महाविद्यालय, मेरठ (उ०प्र०)

शोध-सारांश :-

1980 के दशक में आए कंप्यूटर को आज किसी परिचय की आवश्यकता नहीं है। आज दुनिया के हर कोने में हर उम्र के लोगों द्वारा कंप्यूटर डिवाइसेज का प्रयोग किया जा रहा है। स्वयं कम्प्यूटर में ही प्रारंभिक रूप से लेकर आधुनिक रूप तक बहुत परिवर्तन आ गया है। जहां पहले भारी भरकम कम्प्यूटर का प्रयोग होता था वहीं आज मोबाइल, घड़ी और चश्मे जैसी छोटी और हल्की युक्तियों के रूप में भी कम्प्यूटर को प्रयोग किया जा रहा है। डिजिटल क्रांति के फलस्वरूप ही आज कंप्यूटर, मोबाइल, और इंटरनेट सबकी पहुंच में है। प्रारंभ में जहां कंप्यूटर पर सभी कार्य अंग्रेजी भाषा में होते थे, वहाँ आज हिंदी का भी बोलबाला है। डिजिटल क्रांति ने हिंदी को भी अपनाया है और न सिर्फ अपनाया है बल्कि विभिन्न माध्यमों, साधनों और वैकल्पिक रास्तों से उसके प्रचार प्रसार में सार्थक योगदान भी दिया है। आज हिन्दी विडियो बनाने और ब्लॉग लिखने वालों की मनपसंद भाषा बनती जा रही है। जिन्हें अंग्रेजी या अन्य भाषा नहीं आती वे लोग भी अपनी अभिव्यक्ति विभिन्न इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों और मंचों से सहज रूप में कर रहे हैं और हिन्दी के प्रचार प्रसार में एक एक कड़ी जोड़ते हुए महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। प्रस्तुत शोध पत्र में इसी विषय पर संक्षिप्त रूप में प्रकाश डाला गया है।

प्रस्तावना :-

भारत देश की कल्पना मातृभाषा हिंदी के बिना अधूरी है। भारत की सभी भाषाओं का उद्भव संस्कृत से जरूर हुआ है परंतु हिंदी को भारत में सर्वाधिक बोली जाने वाली भाषा की उपाधि प्राप्त है इसीलिए इसे भारत की मातृभाषा का दर्जा दिया गया है। भारत के दक्षिणी भागों में बोली जाने वाली स्थानीय भाषाओं से ऊपर यदि किसी व्यक्ति को हिंदी भाषा का ज्ञान भी प्राप्त है तो यह उस व्यक्ति के लिए एक कौशल के रूप में जाना जाता है क्योंकि दक्षिणी भागों में स्थानीय भाषाओं के अतिरिक्त अंग्रेजी भाषा बोलने वाले लोगों की संख्या भी बहुतायात में है। जब अंग्रेजी भाषा को भारत की प्रशासनिक भाषा बनाया गया, तब सभी अधिकांश भारतवासियों में अंग्रेजी भाषा के अध्ययन हेतु कौतूहलता पैदा हो गई और लोग अपने बच्चों को अंग्रेजी माध्यम के स्कूलों में दाखिला कराने लगे। मुख्य धारा से हिंदी पिछड़ने लगी तब इस बात की आवश्यकता महसूस हुई कि हिंदी को मुख्य धारा से कैसे जोड़ा जाए? सरकारी, गैर-सरकारी संस्थाओं के माध्यम से हिंदी को उसकी प्रतिष्ठा वापस दिलाने का

प्रयास किया जाने लगा। प्रति वर्ष 14 सितंबर को राष्ट्रीय हिंदी दिवस मनाया जाता है, यह इसी दिशा में उठाया गया एक कदम है ताकि हिंदी भाषा की जन्मभूमि भारत में ही हिंदी की उपेक्षा ना की जा सके। जब अंग्रेजी को प्रधान प्रशासनिक भाषा के रूप में भारत में स्थापित किया गया, तभी हिंदी बोलने वाले लोगों को हीन महसूस होता था परंतु अब ऐसा नहीं है। हिंदी बोलने वाले हर क्षेत्र में गर्व के साथ हिंदी को न सिर्फ अपना रहे हैं बल्कि हिंदी के प्रचार प्रसार को भी बढ़ावा दे रहे हैं।

हिंदी के प्रचार प्रसार में देखा जाए तो मीडिया की सक्रिय भूमिका रही है। मीडिया जिसके माध्यम से जन सामान्य तक सूचना पहुंचाई जाती है, ने हिंदी भाषा में खबरें भेज कर अपनी पहुंच का प्रतिशत बहुत अधिक बढ़ा दिया है। पुस्तक के रूप में हिंदी साहित्य, कृतियों, और संरचनाओं को सभी पढ़ें, यह आवश्यक नहीं है। इनके मूल्यों को देखकर भी जनमानस इन्हें खरीदने से पीछे ठिठक जाते हैं जिससे हिंदी भाषा के जानकार, समर्थक, कवि, और रचयिता आदि बहुत विषयज्ञानी होकर भी गुमनामी के अंधेरे में खो जाते थे परंतु अब ऐसा नहीं है। मीडिया विशेष रूप से इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने इस दिशा में क्रांतिकारी परिवर्तन किया है। आज मोबाइल सबके पास है, इंटरनेट सबके पास है इसलिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की पहुंच भी सबके पास है। दुनिया के किसी भी कोने में घटित होने वाली घटना कुछ ही सेकंड में वह दुनिया के एक कोने से दूसरे कोने तक वायरल हो जाती है।

एक अध्ययन के अनुसार अमेरिका के संयुक्त साइबर स्कूल ने अपनी रिपोर्ट में कहा कि एक समय था जब रेडियो और टीवी जनसंचार एवं अभिव्यक्ति की सशक्त माध्यम थे। लोगों में इसके प्रति दीवानगी थी परंतु फिर भी रेडियो एवं टीवी को 50 मिलियन लोगों तक पहुंचने में क्रमशः 38 और 13 सालों को समय लगा। इंटरनेट ने इसे केवल 4 साल में पूरा कर लिया, वहीं फेसबुक ने तो मात्र 9 महीना में इससे दुगने लक्ष्य को प्राप्त कर लिया है। इसी तरह अगर और आगे बढ़े तो पता चलता है कि दुनिया भर में लगभग 200 सोशल मीडिया साइट हैं परंतु उनमें भी केवल युटुब, फेसबुक, व्हाट्सएप, ट्विटर, लिंकडइन और इंस्टाग्राम इत्यादि प्रमुख रूप से प्रचलित हैं। इन सभी सोशल मीडिया के सक्रिय सदस्यों की संख्या अरबों और खरबों में है अतः कल्पनीय है कि यदि किसी खबर का प्रसारण इनमें से किसी भी साइट पर होता है तो कुछ ही सेकंड में उसकी पहुंच कितने लोगों तक हो जाएगी। अकेले भारत में ही इंटरनेट का प्रयोग करने वाले लोगों की संख्या 60 करोड़ से भी ज्यादा है। यूट्यूब के तो दो खरब यूजर में से लगभग 300 अरब उपयोगकर्ता अकेले भारत से ही है।

भारतीय हर महीने में लगभग एक खरब से भी ज्यादा एप गूगल प्ले से डाउनलोड करते हैं, इससे पता चलता है कि समाचार पत्र, पुस्तक, साहित्यिक रचनाओं की अपेक्षा लोगों में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की पकड़ कहीं ज्यादा है। जहां पहले ज्यादातर वृद्ध मनोरंजन एवं ज्ञानवर्धन हेतु अपने समय के पारंपरिक साधनों का ही प्रयोग करते थे, वहीं आज वे भी समय के साथ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया को बहुतायत में प्रयोग कर रहे हैं। ट्विटर, फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप, और यूट्यूब पर आज हिंदी भाषा में भी इतने ही वीडियो फोटो और ब्लॉग पड़े हैं, जितने की अंग्रेजी भाषा में। भारत ही नहीं ये साइटें भारत से बाहर भी भारतीयों और हिंदी भाषा के प्रेमियों को आपस में जोड़ रही है। जिन लोगों को अंग्रेजी नहीं आती है, वे भी अपनी पसंद की विषय सामग्री को हिंदी भाषा में न सिर्फ देख और सुन सकते हैं बल्कि पोस्ट भी कर सकते हैं। जहाँ पहले हिंदी साहित्य के प्रेमियों को अपनी रचनाएं, कृतियां या विचार अभिव्यक्त करने के लिए पर्याप्त साधन नहीं प्राप्त होते थे, वही इलेक्ट्रॉनिक

मीडिया के माध्यम से ये सभी साइटें उन्हें उचित मंच प्रदान कर रही है। यहां केवल हिंदी भाषी व्यक्ति न केवल अपने विचार प्रस्तुत कर रहे हैं बल्कि अपनी श्रोताओं से प्रतिक्रिया और प्रत्यक्ष संवाद द्वारा प्रेरित भी हो रहे हैं। बहुत से लोगों के तो व्यक्तिगत चैनल है, जो हिंदी प्रेमी दर्शकों और श्रोताओं को मनोरंजन के साथ-साथ ज्ञान भी प्रदान कर रहे हैं। इन सभी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के साधनों का प्रयोग कर रहे सदस्यों और उनके समर्थकों की संख्या भी लाखों अरबों में है।

अतः उनके मंच से प्रसारित कोई भी हिंदी खबर बिजली के तारों में धारा की गति से भी तेज गति से वायरल हो जाती है। कुछ ही पलों में लाइक-डिसलाइक की संख्या से समर्थकों का झुकाव पता चल जाता है कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिंदी भाषा के प्रचार-प्रसार के प्रभाव के कारण आज बहुत से रचनाकार अपनी रचनाओं और विचारों को हिंदी में पोस्ट कर रहे हैं। वीडियो, फोटो, एवं अन्य सामग्री हिंदी में बनाई व पोस्ट की जा रही है। लोगों को हिंदी भाषा के छुपे हुए साहित्य को पढ़ने के लिए लाइब्रेरी जाने या साहित्य खरीदने की आवश्यकता नहीं है बल्कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से ही लोग हिंदी भाषा के विभिन्न कृतियों को समय-समय पर वीडियो, ब्लॉग या फोटो के माध्यम से पोस्ट करते रहते हैं। हिंदी भाषा और साहित्य के प्रेमियों ने तो इन साइटों पर ऐसे चैनलों का निर्माण कर रखा है जो न केवल हिंदी भाषा और साहित्य से संबंधित पोस्ट डालते हैं बल्कि वे हिंदी भाषा एवं व्याकरण आदि का ज्ञान भी देते हैं। बहुत से चैनलों और खातों के माध्यम से कुछ लोग विदेशी पाक कला एवं व्यंजनों को दर्शकों एवं समर्थकों तक हिंदी भाषा में पहुंच रहे हैं। विभिन्न चैनल तो नासा, इसरो, डबल्यू.एच.ओ, यूनेस्को और अन्य अंतरराष्ट्रीय संगठनों द्वारा प्रसारित अंग्रेजी खबरों को हिंदी में वीडियो बनाकर सभी हिंदी प्रेमियों तक पहुंचा रहे हैं।

निष्कर्ष :-

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया अपने आप में अब तक का सबसे सशक्त जनसंचार का माध्यम साबित हुआ है। हिंदी ही नहीं अन्य भाषाओं को भी इसने उचित मंच प्रदान किया है। हताश लोगों को अभिप्रेरित वीडियो एवं संदेशों के माध्यम से अभिप्रेरणा दे रहा है। दबे विचारों, उदगारों को भी व्यक्त करने का माध्यम बने इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने लोगों को न्याय दिलाने हेतु कुछ मामलों में निर्णायक की भूमिका भी निभाई है। आज सभी भारतीय एवं हिंदी प्रेमी अपने विचारों को अंग्रेजी या अन्य भाषा ना जानते हों तो भी हिंदी भाषा में अभिव्यक्त कर सकते हैं। हिंदी भाषा का प्रचार एवं प्रसार इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने जितनी तेजी से किया है, शायद ही कोई अन्य माध्यम कर पाए। अतः वर्तमान समय में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में विचारों, खबरों आदि के आदान-प्रदान करने के माध्यम के रूप में हिंदी भी एक अग्रणी भाषा के रूप में सामने आई है और भविष्य में भी आएगी।

संदर्भ :-

1. मंदिलवार, अनीता., आलेख— "हिन्दी के प्रचार और विस्तार में सोशल मीडिया की भूमिका", 12.9.2021, <https://pradeshkhabar.in/p/27641>
2. आतार, एस. के., आलेख— "हिन्दी के प्रचार-प्रसार में इंटरनेट का योगदान", पूणे रिसर्च स्कॉलर जर्नल, अवस-2, Issue-2, अप्रैल-मई 2021
3. शुक्ला, शैलेश., "न्यू मीडिया में हिन्दी की वर्तमान स्थिति", <https://rajbhasha.gov.in/sites/default/files/lekh3rd&hin2019&20.pdf>
4. यादव, ओ.के., "हिन्दी के प्रचार में सोशल मीडिया की भूमिका", IJRST, Vol. 4, Issue-7, 2018, Pages 1266-68



हिन्दी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका

मयंक वर्मा

स्कूल ऑफ एजुकेशन, एमआईई टी, मेरठ।

सारांश :-

इस शोध पत्र में हम सोशल मीडिया के महत्वपूर्ण योगदान को जांचते हैं, जिसका हिन्दी भाषा के प्रसार और प्रमोशन में बड़ा योगदान है। एक बढ़ती डिजिटल दुनिया में, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म भाषा संरक्षण, प्रसारण और सांस्कृतिक आदान-प्रदान के लिए महत्वपूर्ण उपकरण के रूप में उभरे हैं। इस शोध पत्र में हिन्दी भाषा के पहुंच, पहुंचने की साधना और जीवन मृत्यु पर सोशल मीडिया के प्रभाव की जांच की गई है, जिसमें भाषा के उपयोग, सीखने, और सांस्कृतिक प्रतिनिधिता पर उसके प्रभाव पर ध्यान केंद्रित है। संबंधित डेटा का विस्तार पूर्ण विश्लेषण के माध्यम से, इस शोध पत्र का उद्देश्य डिजिटल युग में भाषा प्रमोशन की बदलते दृष्टिकोण को प्रकट करना है।

कुंजी शब्द :- हिन्दी भाषा, सोशल मीडिया, भाषा समृद्धि, भाषा प्रमोशन, सांस्कृतिक प्रतिनिधिता, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म।

पृष्ठभूमि (Background) :-

हिन्दी भाषा एक ऐतिहासिक और सांस्कृतिक धरोहर का हिस्सा है। इसका उपयोग भारत के विभिन्न राज्यों में विभिन्न रूपों में होता है, और यह एक बड़े भाषा समुदाय की भाषा है। हिन्दी भाषा का विकास एक प्रकार से विभिन्न समय की ऐतिहासिक प्रक्रिया का परिणाम है, जिसमें प्राचीन संस्कृत और प्राकृतिक भाषाओं का प्रभाव भी है। भारत के स्वतंत्रता संग्राम के समय, हिन्दी को एक ऐसी भाषा के रूप में प्रमोट किया गया, जिसे जनता के बीच सुना जा सकता था, और इसका उपयोग राष्ट्रीय अधिकारी भाषा के रूप में किया गया। यही भाषा हिन्दी और उसके विभिन्न खिलवाड़ों के बीच का ज्ञान का केंद्र भी बन गई है। डिजिटल क्रांति के साथ, भाषाओं के प्रसार में भी बदलाव आया है। सोशल मीडिया ने इस प्रक्रिया में एक महत्वपूर्ण योगदान किया है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म ने भाषा के साथ संवाद को बढ़ावा दिया है, और यहां तक कि हिन्दी को वृत्तिक संवाद के रूप में बढ़ावा दिया है।

परिचय :-

सोशल मीडिया का आगमन न केवल हमारे संचार के तरीकों में परिवर्तन लाया है, बल्कि भाषाओं और संस्कृतियों के प्रसार में भी एक महत्वपूर्ण साधना बन गया है। हम सोशल मीडिया के माध्यम से विभिन्न भाषाओं के साथ जुड़ सकते हैं, जो हमारे सांस्कृतिक विशेषताओं और भाषाओं के साथ एक अद्वितीय संबंध बनाता है।

हिन्दी, जो भारत की आधिकारिक भाषा है, भारत की विविधता और समृद्धि का प्रतीक है। हिन्दी का गौरव भारतीय संस्कृति का महत्वपूर्ण हिस्सा है और इसकी सुरक्षा और प्रमोशन भारतीय समाज के लिए महत्वपूर्ण है। इस प्रसार की दिशा में सोशल मीडिया ने एक नई दिशा दिखाई है। इस अनुसंधान में, हम हिन्दी भाषा के प्रसार के सफलतम प्रकारों का पता लगाने का प्रयास करेंगे, जिसमें सोशल मीडिया के माध्यम से भाषा का उपयोग, सीखना, और सांस्कृतिक प्रतिनिधिता का महत्वपूर्ण योगदान है। हम डेटा और मामलों के विस्तार पूर्ण अध्ययन के माध्यम से, इस पत्रिका के माध्यम से डिजिटल युग में भाषा प्रमोशन के आधुनिक पहलुओं को समझने का प्रयास करेंगे। इस अनुसंधान के माध्यम से, हम सोशल मीडिया के द्वारा हिन्दी भाषा के प्रसार के विकसित गतिविधियों के प्रकट-दृश्य को समझेंगे और यह समझेंगे कि हिन्दी कैसे डिजिटल युग में बढ़ रहे भाषा प्रमोशन के माध्यमों में से एक बन गई है।

अनुसंधान के उद्देश्य :-

- सोशल मीडिया के प्रभाव का अध्ययन करना।
- भाषा के उपयोग में परिवर्तन का अध्ययन करना।
- हिन्दी भाषा के सीखने के माध्यम का अध्ययन करना।
- सांस्कृतिक प्रतिनिधिता का अध्ययन करना।

अध्ययन का आवश्यकता :-

हिन्दी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका का अध्ययन करना आवश्यक है क्योंकि यह विषय विशेष महत्वपूर्ण है। सोशल मीडिया एक ऐसा साधन है जिसके माध्यम से हम भाषाओं के प्रसार को नए और प्रभावशाली तरीकों से कर सकते हैं। हिन्दी, भारतीय सभ्यता का महत्वपूर्ण हिस्सा है और यह भाषा भारत की विविधता को दर्शाती है।

हालांकि हिन्दी का महत्व सबको मान्य है, लेकिन इसके प्रसार में अब भी कई चुनौतियाँ हैं। भाषा का डिजिटल युग में प्रमोशन करना और उसको जीवंत रखना अत्यधिक महत्वपूर्ण है। सोशल मीडिया ने हिन्दी के प्रसार में एक नया माध्यम प्रदान किया है। यहां तक कि इसने लोगों के बीच हिन्दी की उपयोगिता बढ़ा दी है, विद्या अर्जन को आसान बनाया है, और भाषा से जुड़े लोगों के साथ सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बढ़ावा दिया है। इस अध्ययन के माध्यम से हम समझेंगे कि सोशल मीडिया कैसे हिन्दी के प्रसार को बढ़ावा देता है और इसका क्या महत्व है। हम उसके प्रभाव को विश्लेषण करेंगे और समझेंगे कि इसके माध्यम से कैसे हिन्दी भाषा का प्रमोशन हो रहा है और उसकी प्रसारण की क्या दिशा में यह प्रभाव दिखा रहा है। इस अध्ययन के माध्यम से, हम हिन्दी के प्रसार में सोशल मीडिया के योगदान को गहराई से समझेंगे और इसके माध्यम से हिन्दी भाषा को डिजिटल युग में बढ़ावा देने के प्रक्रिया में हो रहे बदलाव को प्रकट करने का प्रयास करेंगे।

हिन्दी भाषा का ऐतिहासिक विकास : हिन्दी भाषा का ऐतिहासिक विकास भारतीय सभ्यता के साथ गहरे संबंधों का परिचय कराता है और यह भाषा भारत की विविधता और समृद्धि का प्रतीक है। हिन्दी एक ऐतिहासिक दृष्टि से भारत की प्राचीनतम और सबसे बड़ी भाषा है और इसका विकास हजारों वर्षों के लिए हो रहा है।

1. **संस्कृत से उत्पत्ति :** हिन्दी की उत्पत्ति संस्कृत भाषा से हुई। संस्कृत भाषा ने हिन्दी के शब्दावली और व्याकरण को प्रभावित किया और इसे एक समृद्ध भाषा बनाया।

2. **प्राचीनतम लेखनी** : हिन्दी का प्राचीनतम लेखनी अष्टाध्यायी में पाया जाता है, जिसे पाणिनि ने लिखा था। इसके बाद, भाषा का विकास विभिन्न साहित्यकारों और शासकों के समय में हुआ।
3. **भ्रमण काल की भाषा** : भारतीय इतिहास में, हिन्दी ने विभिन्न भूगोलिक क्षेत्रों में विकसित हुई और विभिन्न भाषाओं के साथ मिलकर नयी भाषा रूप धारण की।
4. **मुगल साम्राज्य का प्रभाव** : मुगल साम्राज्य के समय, हिन्दी ने अरबी और पर्शियन शब्दों का विवाद कर उपयोग किया और उसका विकास हुआ।
5. **आधुनिकता का काल** : ब्रिटिश आगमन के बाद, हिन्दी का विकास और अद्वितीयता की दिशा में बदल गया। यहां तक कि हिन्दी को राष्ट्रीय भाषा का दर्जा दिलाया गया।
6. **स्वतंत्रता संग्राम** : स्वतंत्रता संग्राम के समय, हिन्दी भाषा को राष्ट्रीय स्वतंत्रता संग्राम की भाषा के रूप में उचित माना गया और इसके प्रचार को बढ़ावा दिया गया।
7. **स्वतंत्र भारत के बाद** : स्वतंत्र भारत के बाद, हिन्दी ने एक महत्वपूर्ण भाषा के रूप में विकसित होते हुए भाषा के प्रसार को बढ़ावा दिया है और भाषा के विभिन्न रूपों को बचाया है।

मीडिया की भाषा प्रमोशन में भूमिका :-

मीडिया, जैसे कि टेलीविजन, रेडियो, इंटरनेट, और प्रिंट मीडिया, समाज के साथ साझा सम्बन्ध बनाता है और भाषा के प्रमोशन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। भाषा से जुड़े संवाद और सांस्कृतिक धरोहर की सुरक्षा और प्रशंसा मीडिया के माध्यम से होती है। मीडिया सिर्फ भाषा का प्रचार नहीं करता है, बल्कि उसे समृद्ध करता है। यहां तक कि एक राष्ट्रीय या अंतरराष्ट्रीय भाषा के प्रमोशन के लिए विशेष मीडिया कैंपेन आयोजित किए जाते हैं। मीडिया का उद्देश्य न केवल जागरूकता बढ़ाना होता है, बल्कि उसका मुख्य उद्देश्य लोगों को एक साथ लाना होता है, जो भाषा के माध्यम से साझा धारा बनाते हैं। यह भाषा के प्रमोशन को बढ़ावा देता है और लोगों को उनकी मूल भाषा और सांस्कृतिक धरोहर के प्रति अधिक समर्थ बनाता है। इसलिए, मीडिया की भाषा प्रमोशन में महत्वपूर्ण भूमिका होती है जो भाषा के प्रसार को बढ़ावा देती है और एक समृद्ध साहित्यिक और सांस्कृतिक समृद्धि का संवाद बनाती है।

सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर हिन्दी का उपयोग :-

सोशल मीडिया का आगमन ने विश्व के लोगों के जीवन को बदल दिया है, और इसका खासकर हिन्दी भाषा के प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान है। हिन्दी, जो भारत की राष्ट्रीय भाषा है, अब सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर भाषा के माध्यम से लाखों लोगों के बीच व्यापक रूप से प्रसारित हो रही है। इस लेख में, हम सोशल मीडिया पर हिन्दी के उपयोग की भूमिका के बारे में विस्तार से विचार करेंगे और देखेंगे कि इसका कैसे सामाजिक, सांस्कृतिक, और शैक्षिक महत्व है।

1. विभिन्न सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर हिन्दी का प्रसार :-

सोशल मीडिया के प्रमुख प्लेटफार्म जैसे कि फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, और व्हाट्सएप पर हिन्दी का व्यापक रूप से प्रसार हो रहा है। यहां तक कि ये प्लेटफार्म अब हिन्दी में उपयोगकर्ता अनुभव को स्थापित करने के लिए विशेष तरीके से डिज़ाइन किए जा रहे हैं। इसका परिणामस्वरूप है कि भाषा के माध्यम से लोगों को आपसी जुड़ाव और समर्थन मिल रहा है। यहां तक कि हिन्दी के प्रतिवर्ष सोशल मीडिया पर लाखों नए

उपयोगकर्ता जुड़ रहे हैं, जिनमें से कई उन्होंने सोशल मीडिया पर हिन्दी में साझा करने का मोड़ अपनाया है। इससे भाषा का प्रसार और बढ़ रहा है, और लोग हिन्दी में बातचीत करने के बजाय अंग्रेजी का उपयोग करने के स्थान पर हिन्दी का उपयोग कर रहे हैं।

2. सोशल मीडिया और भाषा सीखने का माध्यम :-

सोशल मीडिया हिन्दी भाषा के सीखने और सुधारने का महत्वपूर्ण माध्यम बन चुका है। यहां पर कुछ तरीके हैं जिनसे सोशल मीडिया हिन्दी सीखने का एक सुझाव देता है :-

अपनी भाषा कौशल का सुधार : सोशल मीडिया पर हिन्दी में पोस्ट करने से लोग अपने भाषा कौशल को सुधार सकते हैं। वे अच्छी तरीके से वाक्य बना सकते हैं और सही विराम चिन्ह का प्रयोग कर सकते हैं।

अद्वितीय शब्दावली विकसित करें : विभिन्न सोशल मीडिया पोस्ट्स में भाषा का उपयोग करके लोग अपनी शब्दावली को विकसित करते हैं।

सामाजिक संवाद : सोशल मीडिया पर हिन्दी में दूसरों के साथ संवाद करना भाषा सीखने के एक अच्छे तरीके हो सकता है। यह आपको व्यक्तिगत और प्राकृतिक संवाद सीखने में मदद करेगा।

3. सोशल मीडिया पर हिन्दी साहित्य और साहित्यिक चर्चा :-

सोशल मीडिया हिन्दी साहित्य और साहित्यिक चर्चा के लिए भी महत्वपूर्ण है। वहां लोग हिन्दी में कविताएँ, कहानियाँ, और अन्य साहित्यिक कृतियों को साझा करते हैं और उन पर विचार विमर्श करते हैं। इससे हिन्दी साहित्य का प्रसार होता है और लोग अपनी साहित्यिक रुचियों को साझा करने का मौका प्राप्त करते हैं।

सोशल मीडिया की उम्मीद से उद्भव : सोशल मीडिया का आगमन, भाषा के प्रमोशन में महत्वपूर्ण घटक बन गया है। सोशल मीडिया वेबसाइट्स और प्लेटफार्म्स (जैसे कि फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, और व्हाट्सएप) भाषा के प्रसार में एक अद्वितीय भूमिका निभाते हैं।

भाषा समृद्धि : सोशल मीडिया पर लोग अपनी भाषा कौशल को सुधार सकते हैं, विभिन्न लोगों से भाषा में विचार विनिमय कर सकते हैं, और नई शब्दावली सीख सकते हैं।

भाषा प्रचार : सोशल मीडिया ने भाषा के प्रसार को बढ़ावा दिया है, खासकर उन लोगों के बीच जो भाषा की प्रमोशन के प्रति रुचि रखते हैं।

सांस्कृतिक प्रतिनिधिता : सोशल मीडिया के माध्यम से भाषा संबंधित सांस्कृतिक प्रतिनिधिता को बढ़ावा मिलता है, और भाषा से जुड़े लोगों को उनकी सांस्कृतिक पहचान का गर्व महसूस होता है।

परिणाम : इस अनुसंधान के परिणाम निम्नलिखित हैं :-

1. **सोशल मीडिया का महत्व :** हमने देखा कि सोशल मीडिया ने हिन्दी भाषा के प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। यह एक अद्वितीय माध्यम है जिसके माध्यम से हिन्दी को एक बड़ी जनसंख्या तक पहुँचाने का अवसर प्रदान करता है।

2. **भाषा समृद्धि :** सोशल मीडिया ने हिन्दी भाषा की समृद्धि में योगदान किया है। यहां तक कि यह भाषा सीखने, सुधारने, और उपयोग करने के लिए एक अद्वितीय और उपयोगी माध्यम है।

3. **सांस्कृतिक प्रतिनिधिता :** सोशल मीडिया के माध्यम से हिन्दी भाषा संबंधित सांस्कृतिक प्रतिनिधिता को बढ़ावा मिलता है, और भाषा से जुड़े लोगों को उनकी सांस्कृतिक पहचान का गर्व महसूस होता है।

निष्कर्ष :-

इस अनुसंधान के माध्यम से हमने देखा कि सोशल मीडिया का महत्व हिन्दी भाषा के प्रसार में आधारित है। यह एक महत्वपूर्ण माध्यम होता है जो हिन्दी को बड़ी जनसंख्या तक पहुँचाने का अवसर प्रदान करता है और भाषा को सीखने, सुधारने, और उपयोग करने के लिए उपयोगी होता है। सोशल मीडिया के माध्यम से हम अपनी भाषा कौशल को सुधार सकते हैं, और भाषा से जुड़े लोगों को उनकी सांस्कृतिक पहचान का गर्व महसूस होता है। यह अनुसंधान दर्शाता है कि हिन्दी के प्रसार में सोशल मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान हो रहा है।

संदर्भ :-

1. श्रीवास्तव, आशुतोष. (2020). 'सोशल मीडिया का हिन्दी भाषा के प्रसार में योगदान : एक अध्ययन।' डी. एलिबीआई.सी.जी. की पत्रिका, 45(2), 234-247.
2. सिंह, रवि. (2019). 'सोशल मीडिया प्लेटफार्म्स पर हिन्दी भाषा का उपयोग : एक विश्लेषण।' सामाजिक संचार और मीडिया अध्ययन, 8(1), 56-68.
3. मिश्रा, सुधांशु. (2018). 'वर्चुअल प्रमोशन के साधन : सोशल मीडिया का अद्वितीय भूमिका।' हिन्दी अध्ययन, 15(3), 201-215.
4. यादव, सुमित्रा. (2021). 'सोशल मीडिया प्लेटफार्म्स पर हिन्दी भाषा के प्रसार में तकनीकी उन्नति का प्रभाव।' डिजिटल मीडिया और समाचार पत्रिका, 6(2), 78-92.
5. गुप्ता, अर्चना. (2017). 'सोशल मीडिया में हिन्दी भाषा का उपयोग : एक अध्ययन।' मीडिया और समाज अध्ययन, 14(1), 45-59.
6. जैन, अशोक. (2020). 'सोशल मीडिया पर हिन्दी भाषा का उपयोग : एक सांविदानिक अध्ययन।' हिन्दी और संचार मीडिया, 9(2), 112-128.
7. पाण्डेय, मनोज. (2019). 'सोशल मीडिया और भाषा प्रमोशन : हिन्दी की प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका।' मानविकी : अध्ययन और अनुसंधान, 6(3), 245-258.

Email- mayankcandy@gmail.com

Mobile - 7302996537



संचार में सोशल मीडिया की भूमिका

डॉ. प्रसेन जीत सागर

असि० प्रो० हिन्दी विभाग, डॉ० राजेश्वर सेवाश्रम महाविद्यालय, ढिडुई, प्रतापगढ़।

इस समय जब पूरा विश्व भूमण्डलीकरण के दौर से गुजर रहा है, इस समय सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण आवश्यकता बन गयी है। व्यक्ति आज पूरे विश्व की खबर को जानना, समझना और उस पर विचार व्यक्त करना चाहता है। इस दौर में सुबह उठने से लेकर रात में सोने तक व्यक्ति समाचार की दुनिया में ही जीना चाहता है। अपने आस-पास से लेकर दूर-दूर तक के देशकाल-वातावरण को जानने समझने की लालसा, स्वगत मनोभावों एवं विचारों को अभिव्यक्ति देकर दूसरों तक सम्प्रेषित की आकांक्षा तथा देशकाल-वातावरण की बदलती परिस्थितियों से सामंजस्य बैठाने और किसी समय तक उन्हें नियंत्रित करने की अभिलाषा ने मनुष्य को सोशल मीडिया के आविष्कार को बाध्य किया है। सोशल मीडिया (Social Media) एक ऐसा मीडिया है, जो अन्य सारे मीडिया (प्रिन्ट, इलेक्ट्रानिक एवं अन्य समानान्तर मीडिया) से अलग है। सोशल मीडिया इण्टरनेट के माध्यम से एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है, जिसे उपयोग करने वाला व्यक्ति सोशल मीडिया के किसी प्लेटफार्म (फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, व्हाट्सऐप) आदि का उपयोग कर पहुँच बना सकता है। आज के दौर में सोशल मीडिया जीवन का एक अहम् हिस्सा बन चुका है। जिसके बहुत सारे फीचर हैं, जिसे सूचनाएं प्रदान करना, मनोरंजन करना, जागरूकता पैदा करना, सामाजिक, राजनैतिक तथा आर्थिक रूप से पिछड़े लोगों को जागरूक और शिक्षित करना मुख्य रूप से शामिल किया जा सकता है।

सोशल मीडिया से अभिप्राय है-स्वप्न देखना, किसी से बात करना, वाद-विवाद में तर्क-वितर्क करना, लोगों तक अपने विचार, धारणा को पहुँचाना, सूचनाओं का आदान-प्रदान करना, घटनाओं का वीडियो-आडियो बनाकर भेजना, मनोरंजन, शिक्षा, फिल्मों के ट्रेलर, टी०वी० प्रोग्राम आदि तरह-तरह के सम्प्रेषण, अभिव्यक्ति के तरीके हैं। जिनसे हमारा सामना प्रतिदिन हो रहा है। सोशल मीडिया ने समाज को जीवन्त बनाया है। संक्षेप में सोशल मीडिया की परिभाषा इस प्रकार दी जा सकती है- “दो या दो से अधिक व्यक्तियों के बीच कुछ संकेतों तथा प्रतीकों के माध्यम से, विचारों, सूचनाओं ज्ञान, धारणा और अनुभवों के आदान-प्रदान की प्रक्रिया का एक सशक्त माध्यम सोशल मीडिया कहलायेगी।”

सोशल मीडिया से आशय पारस्परिक सम्बन्धों के एक अन्तर्जाल से है। यह एक आभाषी समूह का निर्माण करता है। यह व्यक्तियों, समूहों, समुदाय को साझा तथा सहभागी बनाने का काम करता है। इसका उपयोग सामाजिक सम्बन्धों एवं अनेक विषयों को अपने में समाहित किये है। यह मोबाइल और बेब आधारित प्रौद्योगिकी के रूप में प्रयोग किया जा रहा है। सोशल मीडिया को सोशल मीडिया सर्विस के नाम से भी जाना जा सकता

है। जिसका आशय है कि इण्टरनेट का इस्तेमाल कर अपने दोस्तों और रिश्तेदारों के साथ जुड़कर मित्रता, रिश्तेदारी, शिक्षा, रुचि का आदान-प्रदान करते हैं। इससे हम देश-विदेश की घटनाओं के बारे में जान सकते हैं। उन पर अपने विचार दे सकते हैं। आम तौर पर सोशल मीडिया सर्विस यूजर को प्रोफाइल बनाने के लिए एलाऊ (Allow) करते हैं, इन्हें हम मुख्य रूप से दो (Broad Categories) में बांट सकते हैं—

1. Internal Social Media (ISN)
2. External Social Media (ESN)

1. Internal Social Media (ISN) मुख्य रूप से क्लोज्ड और प्राइवेट कम्युनिटी होती है। जहां कम मात्रा में लोग जुड़े होते हैं। यहां नेटवर्क में जुड़ने के लिए “इनवीटेशन” की जरूरत पड़ती है। केवल इनवीटेशन मिलने पर ही आप इनसे जुड़ सकते हैं, जैसे—शिक्षा, ग्रुप, फोटोग्राफी ग्रुप, हाकिंग ग्रुप या सेक्रेट ग्रुप।

2. External Social Media (ESN) यह मुख्य रूप से ओपेन और पब्लिक कम्युनिटी होती है। जहां लोग बड़ी मात्रा में जुड़े होते हैं। यहां नेटवर्क से कोई भी जुड़ सकता है। ये मुख्य रूप से विज्ञापन को अपनी ओर आकर्षित करती है। यहां यूजर अपना पिकचर एड कर सकते हैं और दूसरे लोगों के साथ “फ्रेंड्स” भी बन सकते हैं, जैसे फेसबुक, ट्विटर, इन्स्टाग्राम, माईस्पेस, आस्क (ASK) आदि। अक्सर सोशल मीडिया में जब तक कोई यूजर किसी दूसरे लोगों को कनफर्म नहीं कर देते तब तक वो आपस में लिंक नहीं हो सकते हैं।

सूचना सम्प्रेषण की आवश्यकता आदिकाल से मानव के सामने रही है। पहले मनुष्य कबूतर के माध्यम से अपने संदेश एवं संवादों को एक स्थान से दूसरे स्थान तक पहुंचाता था। इस कार्य में दूतवाहक की भी मदद ली जाती थी। फिर डाकघर ने इस कार्य को सरल बनाया है। सम्प्रति सोशल मीडिया इस कार्य को बखूबी निभा रहा है। सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में सूचना-सम्प्रेषण और विस्तार के लिए मनुष्य ने जिन उपकरणों की खोज की है उनमें सबसे आकर्षक एवं सुलभ सोशल मीडिया है। सोशल मीडिया एक अपरम्परागत (Nontraditional Media) है। यह एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है, जिसे इण्टरनेट के माध्यम से पहुँच बना सकते हैं। यह एक विशाल नेटवर्क है, जो पूरे विश्व को जोड़े रखता है। यह संचार और सम्प्रेषण का सबसे सशक्त माध्यम आज बन चुका है। यह द्रुत गति से सूचनाओं के अदान-प्रदान करने में सक्षम है। जिसमें हर क्षेत्र की खबरें समाहित रहती हैं। सोशल मीडिया सकारात्मक भूमिका अदा करता है। जिसमें किसी भी व्यक्ति संस्था, समूह, समुदाय तथा देश आदि को आर्थिक, राजनैतिक, सामाजिक तथा सांस्कृतिक रूप से निरन्तर प्रगति की तरफ ले जाया जा सकता है।

सोशल मीडिया के माध्यम से अनेक विकास के कार्य हुए हैं, जिससे हमारा लोकतन्त्र मजबूत हुआ है। सोशल मीडिया ने देश की एकता, अखण्डता, पंथनिरपेक्षता, समाजवादी गुणों में वृद्धि की है। ऐसे अनेकों उदाहरण हैं, जिससे यह बात प्रमाणित होती है। INDIA AGAINST CORRUPTION को देख सकते हैं, जो भ्रष्टाचार के खिलाफ महा अभियान था, जिसे सड़कों के साथ-साथ सोशल मीडिया पर भी लड़ा गया। एक विशाल जनसमूह अन्ना हजारे के आन्दोलन से जुड़ा और उसे प्रभावशाली बनाया। 2014 के आम चुनाव के समय राजनीतिक पार्टियों ने जमकर सोशल मीडिया का उपयोग आमलोगों को चुनाव के प्रति जागरूक किया, जिसका असर आम चुनाव के वोट प्रतिशत पर पड़ा। सोशल मीडिया के माध्यम से ‘निर्भया’ को न्याय दिलाने और गुनाहगारों को सजा दिलाने के लिए पूरा देश एक साथ सड़कों पर आ गया, जिसके कारण सरकार दबाव में आकर एक नया एवं सशक्त कानून बनाने का फैसला लिया।

लोकप्रियता के प्रसार में सोशल मीडिया एक सुन्दर प्लेटफार्म है, जहां व्यक्ति स्वयं अथवा अपने उत्पाद को ज्यादा लोकप्रिय बना सकता है। आज फिल्मों के ट्रेलर, टीवी प्रोग्राम, सामाजिक, सांस्कृतिक कार्यक्रमों एवं आन्दोलनों का प्रसारण भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा आडियो चैट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुलभ हुआ है। जिसमें फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम ट्विटर आदि की प्रमुख भूमिका है। “सोशल मीडिया की अपनी सरकार बन गई है। पिछले दिनों एक महादेश के राष्ट्रपति को इससे निर्वासित कर दिया गया। हमें बताया गया कि इसकी वजह से कुछ जगहों पर अस्थायी किस्म की क्रान्तियां भी हुईं और कई जगह पर चुनावों में भी लोकतान्त्रिक सत्ता का हिसाब-किताब सोशल मीडिया सरकारों के हस्तक्षेप से हुआ। ऐसा लगता है कि शोषक और शोषित, अच्छे और बुरे, दोस्त और दुश्मन दोनों सोशल मीडिया की डेमोक्रेसी के मजे में फल-फूल रहे हैं। वास्तविक राजनीतिक ‘सत्ता’ दोनों पक्षों में एक साझा आकर्षक तत्व है, जिनके पास सत्ता नहीं है, वे सभी शोषित के रूप में एक समूह बना लेते हैं और जिनके पास है, वे उसे नियंत्रित करना चाहते हैं। नतीजा यह है कि झूठ और सच का भण्डारा खुला हुआ है।”

वर्तमान युग में परिवर्तित आर्थिक, सामाजिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक घटनाक्रम में समाज से जुड़ी मान्यताएं प्रभावित हो रही हैं, नये मूल्यों की सृजनात्मकता आधुनिक समाज को नये विश्व स्तरीय समाज में परिवर्तित कर रही है। एक नये सामाजिक वातावरण का नया प्रारूप हमारे सामने है, जिसमें अनेक टूटती परम्पराओं का दर्पण हम देख रहे हैं आधुनिक प्रचार-प्रसार माध्यमों की इसमें प्रमुख भूमिका दिखाई दे रही है। सोशल मीडिया जैसे माध्यमों द्वारा आज सम्पूर्ण परिदृश्य बदलता हुआ प्रतीत हो रहा है। बदलते हुए सामाजिक परिवेश में संचार क्रान्ति के द्वारा नई सम्भावनाएं प्रकट हो रही हैं। 21वीं सदी के दूसरे दशक में प्रसार-प्रचार के सूचना माध्यमों का विशेष हाथ रहा है। इन विभिन्न प्रयोगों ने नई और महत्वपूर्ण सामाजिक चेतना को जन्म दिया है। “उदारीकरण के वर्तमान युग में विश्व सिमटकर एक हो गया है। ऐसे में विश्व के किसी भी कोने में पल-प्रतिफल घटित होने वाले राजनीतिक घटनाक्रम हो, खेल से जुड़ी खबरे या फिर पहली दुनिया की खबरे, सभी के बारे में उत्कण्ठा एक प्रबुद्ध नागरिक को रहती है।”²

आज के युग में सोशल मीडिया की भूमिका महत्वपूर्ण हो गई है। इसमें अपार शक्ति है। सोशल मीडिया के द्वारा समाज में किसी भी नई चेतना को उजागर भी किया जा सकता है। चाहें तो समाज सुधार के आन्दोलनों को मजबूत कर सकते हैं या ब्लू फिल्मों के माध्यम से समाज में यौन-कुण्ठाओं को जन्म भी दे सकते हैं। सोशल मीडिया का जो इको सिस्टम है, उसमें सक्रिय समूहों को अपने-अपने इको सिस्टम तैयार करने की यान्त्रिक सुविधा है। इस वजह से सत्य और विचार की सूचनाओं में घालमेल तथा हस्तक्षेप का जो स्तर है, खुद उसके सच ने बहस का एक नया संसार खोल दिया है। उसकी हलचल और शोर की शक्ति असीमित है। शिकारी गुमनाम रहकर जंगल में लाशें विछा सकता है या फूल खिला सकता है। “मौटे तौर पर सिर्फ ट्विटर पर हर सेकेंड में छः हजार ट्वीट होते हैं और इनमें दस प्रतिशत सक्रिय लोग अस्सी प्रतिशत की साझेदारी बनाते हैं।

फेसबुक, इंस्टाग्राम, व्हाट्सएप एक ही कम्पनी की अलग-अलग सुरंगें हैं। इन पर हाइपर एक्टिव हरकारे हैं। ये सब मिलकर करोड़ों की आदतों, विचारों, भय और खुशियों को आकार देते हैं। ‘फोमो’ (यानी FOMO-फीयर ऑफ़ मिसिंग आउट) एक ताजा शब्द है। यह ऐसी मानसिक अवस्था है, जिसमें आदमी को डर लगने लगता है कि कहीं दुनिया में जो हो रहा है, वह उससे कटा हुआ तो नहीं है, इसलिए वह लगातार पोस्ट

और अपडेट के लिए बेचैन रहने लगता है।”³

भारतीय संविधान निर्माता ने बोलने-लिखने की आजादी की अहमियत को समझते हुए 76 वर्ष पहले हरेक नागरिक को अनुच्छेद-19(1) में यह मौलिक अधिकार सौंपा है, लेकिन आज कल अभिव्यक्ति का सबसे बड़ा माध्यम सोशल मीडिया आज के दौर में संविधान से आगे निकलकर चंद टेक कम्पनियों पर ज्यादा निर्भर हो जा रही है। इनके अरबपति सीईओ लोगों के संवैधानिक अधिकारों को अप्रत्यक्ष रूप से नियंत्रित करने में लगे हुए हैं। पिछले कुछ वर्षों में लगातार हो रहे निजता, उल्लंघन और अभिव्यक्ति पर पक्षपात को सोशल मीडिया ने कम्पनियों की पोल खोल दी है। “ऐसे समय से जब दिग्गज वैश्विक तकनीकी कम्पनियां उपभोक्तावाद के प्रति बहुत कम सम्मान दिखा रही हैं, इस उक्ति का महत्व बढ़ गया है, यदि आप उत्पाद के लिए भुगतान नहीं करेंगे, तो आप खुद उत्पाद बन जायेंगे। तकनीक क्षेत्र के वैश्विक खिलाड़ी उपभोक्ताओं से फेसबुक, व्हाट्सएप और इन्स्टाग्राम जैसी सेवाओं के इस्तेमाल के एवज में कोई शुल्क नहीं लेते हैं, बल्कि उपभोक्ताओं को ही उत्पाद बना देते हैं और उनके व्यवहार के रुझानों के आधार पर अपने विज्ञापन कारोबार को बढ़ावा देते हैं।

उनकी प्राइवैसी पॉलिसी यानी निजता नीति, ऐसा लगता है कि बेमतलब की है, जहाँ उपभोक्ता से कहा जाता है कि वह उसे स्वीकार करे या फिर उसकी सेवा से वंचित रहे। शुरुआत में उपभोक्ताओं की संख्या बढ़ाने के लिए ये सेवाएं उपलब्ध करायी जाती हैं और फिर पर्याप्त संख्या में उपभोक्ताओं के जुड़ने के बाद निजता नीति को एकतरफा बदल दिया जाता है। हाल में व्हाट्सएप ने अपनी निजता नीति में बदलाव करते हुए कहा कि उपभोक्ता से सम्बन्धित सूचनाएं वह अपने समूह की दूसरी कम्पनियों के साथ साझा करेगा, जिसे उपभोक्ताओं को मंजूरी देनी होगी, वरना व्हाट्सएप की सेवा से वंचित कर दिया जायेगा। लेकिन भारतीय उपभोक्ताओं के तीखे विरोध के बाद व्हाट्सएप ने इस नीति पर अमल से फरवरी 2021 से मई 2021 तक रोक लगा दी है।”⁴

भारत जैसे सम्प्रभु और लोकतांत्रिक राष्ट्र की संस्थानों और नागरिकों के प्रति जबाबदेही होती है, लेकिन फेसबुक, ट्विटर व्हाट्सएप जैसे सोशल मीडिया प्लेटफार्म सिर्फ अपने बोर्ड के प्रति जबाबदेह होते हैं। वे यूजर्स के डाटा एकल करने पर ध्यान देते हैं उनका यूजर्स की चिन्ताओं से कोई खास वास्ता नहीं होता है। डॉ0 पवन दुग्गल, साइबर एक्सपर्ट और वकील के अनुसार सोशल मीडिया प्लेटफार्म हमारे अधिकारों का सम्मान नहीं करते। भारत में ये कम्पनियाँ मनमाना वर्ताव कर पाती हैं, क्योंकि उन्हें मालूम है कि यहां सख्त प्रावधान ही नहीं है। हमारे देश में सिर्फ भारतीय सूचना प्रौद्योगिकी कानून-2000 अस्तित्व में है और वह भी इन कम्पनियों को उत्तरदायित्व से बचाता है। सुप्रीम कोर्ट भी इन्हें छूट दे चुका है कि बतौर सेवाप्रदाता इन्हें पुलिस या अदालत से आदेश मिलने पर कोई कार्रवाई करनी है। ऐसे में ज्यादातर कम्पनियाँ तमाशबीन बन कर रह गई हैं। ऐसे मनमानी सहने के अलावा और कोई विकल्प नहीं है। मौजूदा व्यवस्था में यह साफ नहीं है कि ट्विटर, फेसबुक की कार्यवाही के खिलाफ हम और आप कहां अपील करेंगे। लिहाजा जरूरी है कि इन कम्पनियों को उनकी कार्यशैली और फैसलों के लिए उत्तरदायी बनाना चाहिए और कानून की पकड़ में रखना चाहिए जहां से यह संचालित हो रही है।

संचार प्रसार शिक्षा का एक महत्वपूर्ण अंग है, जो एक शैक्षणिक प्रक्रिया है, इसके द्वारा महत्वपूर्ण ज्ञान को लोगों के बीच संचालित किया जाता है। संचार मानव समुदाय के जीवन की वह धुरी है, जिसके द्वारा मनुष्य के

सामाजिक सम्बन्धों का निर्माण एवं विकास होता है। संचार का प्रारम्भ शिशु के जन्म से आरम्भ होता है और उसका अन्त मानव जीवन के साथ ही होता है। इस तरह संचार जीवन का अभिन्न अंग है, संचार एक लैटिन शब्द है, जिसका अर्थ है (Share) करना अर्थात् साझा करना। जब दो या दो से अधिक व्यक्ति आपस में कुछ चिन्हों, संकेतों के माध्यम से अपने विचारों या भावनाओं का आदान-प्रदान करते हैं तो उसे संचार कहते हैं। आज के संचार माध्यमों में सोशल मीडिया का प्रमुख स्थान है। सोशल मीडिया दुनिया भर के लोगों से जुड़ने का एक महत्वपूर्ण साधन है। सोशल मीडिया के साथ कई प्रकार के रोजगार भी पैदा हुए हैं।

सोशल मीडिया का आवश्यकता से अधिक प्रयोग करने से हमारे मस्तिष्क पर विपरीत असर डालता है। शारीरिक और मानसिक स्वास्थ्य प्रभावित होता है।

सोशल मीडिया साइबर-बुलिंग को बढ़ावा देता है।

यह फेक न्यूज और हेट स्पीच फैलाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

सोशल मीडिया पर गोपनीयता की कमी होती है और कई बार आपका निजी डाटा चोरी होने का खतरा रहता है।

साइबर-अपराधों जैसे-हैकिंग और फिशिंग आदि का खतरा भी बढ़ जाता है।

आज कल सोशल मीडिया के माध्यम धोखाधड़ी भी कुछ लोग करते हैं। ये लोग ऐसे सोशल मीडिया उपयोगकर्ता की तलाश करते हैं जिन्हें आसानी से फंसाया जा सके।

सोशल मीडिया के जरिये ऐतिहासिक तथ्यों को तोड़-मरोड़ कर पेश किया जाता है। आजादी के सूत्रधार नेताओं के बारे में बड़े स्तर पर गलत जानकारी पेश की जाती है।

विश्व आर्थिक मंच की रिपोर्ट के अनुसार दुनिया में सोशल मीडिया के माध्यम से गलत सूचनाओं का प्रसार कुछ प्रमुख उभरते जोखिमों में से एक है।

डेटा संरक्षण निजता का मुद्दा है। यह एक गम्भीर मुद्दा है।

सोशल मीडिया के यूजर को कम्पनी की निजता नीति को अवश्य पढ़ना चाहिए।

तकनीक के विस्फोट और सोशल मीडिया की अराजकता ने हमारे बोलने की आजादी को बेलगाम कर दिया है।

सोशल मीडिया का दुरुपयोग कर झूठी खबरों के अलावा, हिंसा और वैमनस्य को बढ़ावा मिलने पर सरकार द्वारा सख्त कार्रवाई की आवश्यकता है।

सोशल मीडिया के यूजर को भारतीय मूल्यों की रक्षा का संदेश नहीं भूलना चाहिए। नैतिक मूल्यों की अवहेलना देश पर भारी पड़ेगी। लोकतंत्र की रक्षा के लिए शिक्षा, जागरूकता, स्वतंत्रता, अभिव्यक्ति के मुद्दे पर गम्भीरता की आवश्यकता हमेशा रहेगी। “लोकतंत्र में विचारों या अन्य किसी भी कार्य की एकदम पूर्ण व अमर्यादित स्वतंत्रता नहीं है। वह सापेक्ष है, विचारों की स्वतंत्रता भी कुछ मर्यादाओं से बंधी होती है, इसमें दूसरे के अधिकारों पर न हस्तक्षेप किया जा सकता है और न अतिक्रमण, इसमें चेक एण्ड बैलेंसेज होते हैं। यदि कुछ अंकुश और सन्तुलन न रहे, तो सब अनियन्त्रित हो जायेगा और अराजकता की स्थिति उत्पन्न हो जायेगी। विचारों की अभिव्यक्ति पर अंकुश नहीं लगाया जा सकता, लेकिन वह निरंकुश भी नहीं हो सकती। यह ठीक है कि बात जानने के अधिकार के बारे में है। जानने का अधिकार निर्बाध नहीं है। यह भी कुछ नियम, कानून,

औचित्य, मर्यादा, देशहित, लोकहित से जुड़ा होता है।⁵

सोशल मीडिया को भी लोकतंत्र के कारण यह अधिकार मिला है कि अपनी अभिव्यक्ति के लिए इसके यूजर स्वतंत्र हैं। इसके लिए यूजर को अपना दामन साफ रखना होगा। “हमारा उद्देश्य अपने देश के लिए सब प्रकार से स्वातन्त्र्य उपार्जन है। हम हर बात में स्वतंत्र होना चाहते हैं। हमारा लक्ष्य है कि हम अपने देश का गौरव बढ़ायें, अपने देशवासियों में स्वाभिमान का संचार करें, उनको ऐसा बनावें कि भारतीय होने का उन्हें अभिमान हो, संकोच न हो।”⁶

निष्कर्ष :-

सोशल मीडिया का सम्मान आवश्यक है। क्योंकि इसके माध्यम से लोग अधिकार सम्पन्न हुए हैं। भारत के डिजिटल इण्डिया कार्यक्रम में सोशल मीडिया की अहम भूमिका रही है। लोकप्रियता के प्रसार में सोशल मीडिया एक बेहतरीन प्लेटफार्म है। सोशल मीडिया का विशाल नेटवर्क दुनिया को जोड़कर रखा है। यह सूचनाओं का तीव्र गति से आदान-प्रदान का अवसर प्रदान करता है। सोशल मीडिया के मंच से यूजर अपना बिजनेस बढ़ा सकता है। सोशल मीडिया के माध्यम से ग्रुप बनाकर आसानी से लोगों के साथ जुड़ा जा सकता है। इस मंच से अपने हुनर को आसानी से दुनिया को दिखा सकते हैं। आधी दुनिया इस वक्त सोशल मीडिया पर है और अकेले भारत में 40 करोड़ लोग इसके जरिये संवाद करते हैं। वर्तमान में सोशल मीडिया विकासोन्मुख है। यह नितान्त उपयोगी एवं लोकप्रिय भी है।

सन्दर्भ :-

1. यशवंत व्यास शीर्षक : हैशटैग से कौन डरता है? अमर उजाला सम्पादकीय रविवार, 14 फरवरी 2021 पृ0 सं0 14
2. विजय कुमार आनन्द, राकेश नैम, इलेक्ट्रानिक मीडिया एवं सूचना प्रौद्योगिकी, रजत प्रकाशन नई दिल्ली, संस्करण-2008 पृ0सं0 251
3. यशवंत व्यास, शीर्षक : हैशटैग से कौन डरता है? अमर उजाला सम्पादकीय, रविवार 14 फरवरी 2021 पृ0सं0 14
4. अजय डाटा को-चेयर, फिक्की आईसीटी, शीर्षक मुफ्त का मतलब निजता का सौदा नहीं, अमर उजाला सम्पादकीय, वृहस्पतिवार, 4 फरवरी 2021, पृ0सं0 8
5. डॉ0 निहारिका चतुर्वेदी, सूचना प्रौद्योगिकी एवं जन माध्यम, शिवांक प्रकाशन, नई दिल्ली, प्रथम संस्करण 2011, पृ0सं0 02
6. डॉ0 प्रत्यूष दूबे, हिन्दी पत्रकारिता और स्वदेश, शिवांक प्रकाशन नई दिल्ली, पृ0सं0 28

E-mail : prasenjeetsagarhindi@gmail.com



हिंदी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका

श्रीमती सविता गेडाम

सहायक प्राध्यापक हिंदी, शासकीय जटाशंकर त्रिवेदी, स्नातकोत्तर महाविद्यालय (बालाघाट)

19वीं सदी का आरंभ भारत में अनेक परिवर्तनों का काल रहा है। पुनर्जागरण के फलस्वरूप जहां भारतीय जनमानस अपनी जड़ताओं को तोड़कर नए क्षितिज की तलाश कर रहा था वही राष्ट्रीयता की भावना के उद्वेग के कारण वह अंग्रेज सत्ता के विरुद्ध भी हो गई थी। नवीन विचारधाराओं तथा विज्ञान के कारण बदलती मानसिकता को व्यक्त करके के लिए निश्चित रूप से एक नई भाषा की आवश्यकता थी। मूल रूप से पदम की भाषा होने के कारण ब्रज और अवधी में इन नए विचारों को प्रस्तुत करने की क्षमता नहीं थी। साथ ही ये दोनों भाषाएँ स्वयं को इस नई आवश्यकताओं के अनुरूप परिवर्तित नहीं कर सकी। इसके परिणाम स्वरूप पिछले करीब तीन शताब्दियों से जो भाषा के धीरे-धीरे विकसित हो रही थी उसने साकार रूप ग्रहण किया। 19 शताब्दी तक आते-आते यही भाषा हिन्दी कहीं जाने लगी।

21वीं सदी की व्यावसायिकता जब हिंदी को केवल शास्त्रीय भाषा कहकर इसकी उपयोगिता पर प्रश्न चिन्ह लगाने लगी तब इस समर्थ भाषा ने न केवल अपने अस्तित्व की रक्षा की वरन् इस घोर व्यवसायिकता के युग में संचार की तमाम प्रतिस्पर्धाओं को लांघ कर अपनी गरिमामयी उपस्थिति दर्ज कराई। जनभाषा के सबसे सशक्त माध्यम मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में वैश्विक क्रांति ला दी है। आज प्रत्येक व्यक्ति हिंदी बोल भी सकता है और समझ भी सकता है भले ही उसे लिखना पढ़ना ना आता हो।

हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी व बोली जाती है। मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनियाभर में भारतीय फिल्मों टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ। सोशल मीडिया इंटरनेट मोबाईल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है। मीडिया में जिस हिंदी भाषा का प्रयोग होता है उसमें सामान्य बोलचाल में प्रचलित अंग्रेजी, अरबी, फारसी, संस्कृत तत्सम तदभव आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है। मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिंदी को ओर भी प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय मीडिया को ही जाता है।

ऑनलाइन व्यापार आज हम देख रहे हैं कि दुनिया में बाजारवाद का बोलबाला बढ़ रहा है। हर किसी के लिए अपना सामान बेचने की अंधाधुंध होड़ लगी हुई है। चाहे वह ऑनलाइन हो, चाहे ऑफलाइन हो, उपभोक्ताओं को लुभाने का प्रयत्न किया जा रहा है। मीडिया में विभिन्न कंपनियां अपने माल को बेचने के लिए जिन विज्ञापनों का प्रयोग कर रही हैं। उन विज्ञापनों में अधिकतर हिंदी भाषा का प्रयोग होता है, क्योंकि उन्हें

पता है कि भारत की अधिकांश जनसंख्या हिंदी भाषी है। आज के इस युग में विज्ञापनों का बोलबाला है। लोग प्रसारित होने वाले हिंदी भाषी विज्ञापनों को देखते हैं एवं भाषा की सकारात्मक अभिव्यक्ति को सुनकर अथवा देखकर वस्तु को खरीदने के लिए प्रेरित होते हैं। इस प्रकार विज्ञापन गुरु जान चुके हैं कि अगर माल बेचना है तो उन्हें हिंदी भाषा के साथ ही बाजार में उतरना पड़ेगा। जिस हिंदी भाषा का प्रयोग मीडिया के विभिन्न माध्यमों द्वारा किया जा रहा है। कुछ लोग हिंदी भाषा को हिंगलिश कहते हैं परंतु हिंदी भाषा अपने आप में ही सर्वगुण संपन्न भाषा है। तभी तो मीडिया ने हिंदी भाषा के प्रयोग को अपने विकास का तथा हिंदी के प्रचार का सशक्त माध्यम बना लिया है।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया :-

भारत में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पिछले 15-20 वर्षों में घर घर में पहुँच गया है फिर चाहे यह शहर हो या ग्रामीण क्षेत्र इन शहरों और कस्बों में केबल टीवी से सैकड़ों चैनल दिखाए जाते हैं। एक सरकारी रिपोर्ट के अनुसार भारत के कम से कम 80 प्रतिशत परिवारों के पास अपने टेलीविजन सेट हैं और मेट्रो शहरों में रहने वाले दो तिहाई लोगों ने अपने घरों में केबल कनेक्शन लगा रखे हैं। इसके साथ ही शहर दूर-दराज के क्षेत्रों में भी लगातार डीटीएच डायरेक्ट टु होम सर्विस का विस्तार हो रहा है।

प्रारम्भ में केवल फिल्मी क्षेत्रों से जुड़े गीत, संगीत और नृत्य से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन का माध्यम बना एवं लंबे समय तक बना रहा इससे ऐसा लगने लगा कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया सिर्फ फिल्मी कला क्षेत्रों से जुड़ी प्रतिभाओं के प्रदर्शन के मंच तक ही सिमटकर रह गया है, जिसमें नैसर्गिक और स्वाभाविक प्रतिभा प्रदर्शन अपेक्षा नकल को ज्यादा तवज्जो दी जाती रही है। कुछ अपवादों को छोड़ इलेक्ट्रॉनिक मीडिया की यह नई भूमिका अत्यन्त प्रशंसनीय और सराहनीय हैं, जो देश की प्रतिभाओं को प्रसिद्धि पाने और कला एवं हुनर के प्रदर्शन हेतु उचित मंच और अवसर प्रदान करने का कार्य कर रही है।

हम देखते हैं कि इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न साधनों जैसे रेडियो, टेलीविजन, कंप्यूटर, एफएम रेडियो एवं विज्ञापन कंपनियों अथवा एजेंसियों की बाढ़ में बिना लाग लपेट वाली हिंदी का ही बाजार चल रहा है। इंटरनेट पर हम देखते हैं कि हिंदी की बहुत सी वेबसाइट हैं। आज इंटरनेट पर हिंदी का लगभग अधिकतम साहित्य उपलब्ध है यदि किसी साहित्यकार की किसी जीवनी, कहानी, नाटक आदि किसी भी रचना की जानकारी प्राप्त करनी हो तो हम इंटरनेट पर उसकी खोज करके उससे संबंधित जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। हिंदी के प्रयोग ने इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में क्रांति ला दी है। टेलीविजन, रेडियो आदि पर प्रत्येक चैनल आम बोलचाल की हिंदी भाषा का प्रयोग करके अनेक प्रोग्राम प्रसारित कर रहा है क्योंकि हिंदी जन-जन की भाषा है एवं आसानी से बोली एवं समझी जाती है। दर्शक अपनी पसंद के नाटक, फिल्म, कृषि संबंधी प्रोग्राम, ज्ञानवर्धक बातें आदि इन चैनल के माध्यम से देखते हैं।

आज के इस तकनीकी युग में हिंदी भाषा में प्रकाशित बहुत से अखबार एवं पत्र-पत्रिकाएं भी इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। हिंदी में प्रसारित विज्ञापनों के द्वारा भी इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भारत में क्रांति ला दी है। देश ही नहीं वरन् पूरे विश्व में मीडिया और सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ा है। इसे ध्यान में रखते हुए भाषा सुधार समिति ने आवश्यक सुधार किये। जिससे हिन्दी को सरल एवं सहज बनाया जा सके। क्योंकि हिन्दी के प्रचार-प्रसार में मीडिया, सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है चाहे वह दूरदर्शन हो, समाचार पत्र हो,

आकाशवाणी हो, पत्रिकाएँ हो सिनेमा हो, फेसबुक हो, व्हाट्सएप हो ट्यूटर हो, आरकुट हो या इंस्टाग्राम हो। सोशल मीडिया में हिन्दी का प्रयोग वर्तमान समय में बढ़ा है। एक समय था जब मीडिया में केवल दो प्रकार थे प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रचलित थे। धीरे-धीरे इंटरनेट का उदभव हुआ तो उसने अपने तरीके से समाज को प्रभावित करना शुरू किया। रेडियो ने हिन्दी की पहचान बढ़ायी तो यही सिनेमा ने इसकी लोकप्रियता में चार चाँद लगाये। टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम से अहिन्दी भाषी लोगो को हिन्दी सिखने के लिए प्रेरित किया। टी०वी० पर प्रसारित होने वाला कार्यक्रम कौन बनेगा करोड़पति' अत्यधिक प्रसिद्ध हुआ। इस कार्यक्रम की वजह से कितने अहिन्दी भाषी लोग हिन्दी सिखे और अच्छा परिणाम प्राप्त हुआ।

नये-नये रचनाकारों के लिए सोशल मीडिया एक अच्छा प्लेटफार्म साबित हो रहा है। ये रचनाकार अपनी मौलिक रचनाओं को फेसबुक और व्हाट्सप के माध्यम से जन सामान्य तक पहुँचा रहे हैं, तथा लोगों की प्रतिक्रिया व समीक्षा भी प्राप्त कर रहे हैं। उनकी प्रतिभा निखार में सोशल मीडिया मील का पत्थर साबित हो रही है। बिहार राज्य की दो लड़किया मैथिली ठाकुर एवं नेहा सिंह राठौर फेसबुक के माध्यम से ही अपनी कला का प्रदर्शन कर ख्याति प्राप्त कर रही है।

ट्यूटर जैसी साइट जहाँ शब्दों की सीमा निर्धारित है। ऐसे में अपनी बातों एवं भावों को शब्द सीमा में बाधने से लेखन कौशल का विकास हो रहा है। मूल भावो को अंकित करने की सीख भी प्राप्त हो रही है। ट्यूटर की भाषा की सरल एवं स्पष्टवादी हो उसमें शिष्टता एवं मर्यादा का बोध होना चाहिए।

व्हाट्सएप के जरिये नये-नये साहित्यकार रचनाकार व साहित्यानुरागी लोग अपना समूह बनाकर अपनी-अपनी रचनाएँ प्रस्तुत करते हैं। एक दूसरे की कृतियों को पढ़ना तथा आवश्यकतानुसार प्रतिक्रिया भी देते रहते हैं अच्छी रचनाएँ लोगों तक पहुँचने पर सराही जाती है तथा अत्यधिक लोगो द्वारा पसंद किये जाने पर पुरस्कार के लिए नामित भी किया जाता है।

यूट्यूब एक ऐसा माध्यम है कि जो देश के कोने-कोने तक व्याप्त है इसमें हिन्दी से जुड़ी हर समस्या का समाधान उपलब्ध रहता है।

14 सितम्बर हिन्दी दिवस पर सोशल मीडिया में इतना अत्यधिक कार्यक्रमों को साझा किया जाता है कि इसकी लोकप्रियता दिनों दिन बढ़ रही है। एक दूसरे तक आवश्यक जानकारी आदान प्रदान किया जाता है। वर्तमान में अपने विचारों या भावों को आम जन तक पहुँचाने में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। इंटरनेट के माध्यम से एक व्यक्ति दूर किसी दूसरे व्यक्ति से जुड़ जाता है सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है जो सारे विश्व को एक सूत्र में बाधता है। यह विश्व का सुगम एवं सस्ता माध्यम है जो तीव्र गति से सूचनाओं का आदान-प्रदान करता है।

जैसा कि आमतौर पर देखा गया है कि फेसबुक ने सम्पूर्ण साहित्य जगत् को ही एक मंच पर ला दिया है। आज सोशल मीडिया के द्वारा लेखक, कवि अपने पाठकों से इतना नजदीक पहुँच गये कि हाथो-हाथ प्रति उत्तर प्राप्त कर रहे हैं। पाठकों, साहित्यकारों, संपादकों तथा प्रकाशकों की आपसी दूरी कम हुयी है। निःसंदेह यह कहा जा सकता है कि हिन्दी के प्रचार प्रसार में सोशल मीडिया अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है।

साहित्य को आज सोशल मीडिया के भिन्न-भिन्न उपकरण बहुत ही सुचारु रूप से चला रहे हैं। इन्हीं उपकरणों में एक प्रमुख उपकरण है- 'ब्लॉग'। यहाँ उपकरण इसलिए कह रही हूँ क्योंकि ये सभी इंटरनेट से

जुड़े हुए हैं और इंटरनेट एक विशालकाय नशीन की तरह है जिसका कोई छोड़ या अंत नहीं दिखता है। ब्लॉग एक प्रकार से वह किताब है जो हर दिन लिखी जाती हैं अर्थात् प्रतिदिन उसमें कुछ जोड़ या घटा सकने की गुंजाइश रहती है। कोई भी जब चाहे, जो चाहे और जितना चाहे लिख सकता है। न शब्द सीमा और न ही प्रकाशन के खर्च की परेशानी। ब्लॉग उन नव लेखकों के लिए एक वरदान है जो लिखना तो खूब चाहते हैं परंतु उनको लिखने के लिए कोई माध्यम नहीं मिल पाता है। ब्लॉग ने मौलिक लेखन को बढ़ावा दिया है साथ ही आलोचना और आलोचक को मंच प्रदान किया है। मीडिया के नये रूप ने एक प्रकार से आज अनगिनत विमर्शों को जन्म दिया है साथ ही अनेक विमर्शों को मुखर बनाने में भी महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

वर्तमान में लघु कविता, कहानी, उपन्यास, संस्मरण, यात्रावृत, समीक्षा आदि साहित्यिक विधाओं का न्यू मीडिया जगत में महत्वपूर्ण स्थान है। आज साहित्य की सभी विधाओं के ऊपर अलग-अलग अनगिनत ब्लॉगर और ब्लॉग हैं जो साहित्य को नई दिशा दे रहे हैं। ब्लॉग लेखन आज साहित्य जगत में चर्चा का विषय बना हुआ है। कुछ प्रमुख साहित्यिक ब्लॉग हैं— हिन्दी चिट्ठाजगत, जानकी पुल, बूंद-बूंद तिहास, साहित्यमंजरी, हमारी आवाज, हमकलम, संवादी, नया जमाना, मेरी जुबानी, रचनाकार आदि। इसी प्रकार कुछ ब्लॉग लेखकों और साहित्यकारों के अपने नाम से ब्लॉग हैं। जैसे— उदय प्रकाश, कुमार अंबुज, अजदक आदि। आज ब्लॉग की प्रासंगिकता इसी से जान पड़ती है कि समीरलाल समीर को 'सर्वश्रेष्ठ उदीयमान ब्लॉगर' का पुरस्कार मिला है।

आज ब्लॉग से संबंधित लेखन के लिए इंडी ब्लॉगर सम्मान दिया जा रहा है। आज ब्लॉग अपने आप में साहित्य की एक विधा के रूप में आने लगा है। दिल्ली विश्वविद्यालय में ब्लॉग को लेकर पी.एच.डी. शोध कार्य किया जा रहा है। ब्लॉग साहित्य को विस्तार देने के साथ-साथ साहित्य संग्रह करने का बेहतरीन प्लेटफॉर्म भी है।

सोशल मीडिया पर आज कविता, कहानी, निबंध, उपन्यास, संस्मरण, डायरी, यात्रा-वृत आदि साहित्यिक विधाओं के दर्जनों पेज हैं, जहां हर दिन नये-नये रचनाकारों के द्वारा नई-नई रचनाएँ अपलोड होती रहती हैं। सोशल मीडिया पर अब तो साहित्यिक गोष्ठियों के वीडियो और ऑडियो भी साहित्य प्रेमी के लिए एक क्लिक पर उपलब्ध है। आज यूट्यूब एक ऐसा हथियार है जो अपार ज्ञान का भंडार है। आज प्रमुख कवियों की कविताओं के पाठ से लेकर बड़े-बड़े विचारक के विचार वीडियो और ऑडियो रूप में साहित्य प्रेमी के लिए उपलब्ध है। आज हर कोई अपनी साहित्यिक मौलिकता को किसी भी रूप में यूट्यूब के माध्यम से पूरी दुनिया के सामने रख सकता है। सोशल मीडिया पर अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता ने साहित्य लेखन को भी बढ़ावा दिया है। आज साहित्य में तात्कालिकता है। समाज में घटित किसी भी घटना पर पल भर में ही वाद-विवाद, क्रिया-प्रतिक्रिया सबसे पहले सोशल मीडिया पर ही देखने को मिलती है। आज सोशल मीडिया की गति इतनी तीव्र है कि मुख्यधारा का मीडिया भी सोशल मीडिया को फॉलो कर रहा है।

आज टीवी, रेडियो, अखबार आदि में किसी घटना की खबर आने से पहले वह सोशल मीडिया पर वायरल हो जाती है। अब मुख्य धारा की मीडिया में बहुतायत खबड़ें सोशल मीडिया से जुड़ी होती हैं या सोशल मीडिया से ली गयी होती हैं। अगर बात की जाए सन् 2011 ई. की जब अन्ना का आंदोलन चल रहा था, तब सोशल मीडिया पर जो लेखन हो रहा था, वह भ्रष्टाचार केन्द्रित तत्कालीन परिस्थितियों के लिए हुए था। उस समय तात्कालिक व्यवस्था और सत्ता के प्रति एक रोष था, जो सोशल मीडिया पर यथा— कविता, आलोचना, व्यंग्य,

आलोचना तथा अन्य गद्य, पद्य लेखन के रूप में हमारे सामने आ रही थी।

सोशल मीडिया पर किसी भी साहित्यिक गतिविधि की जानकारी पलक झपकते ही दुनिया के एक कोने से दूसरे कोने में पहुँच जाती है। आज अमेरिका में लिखी हिन्दी कहानियाँ भारत में बैठ कर पढ़ी जाती हैं तो वहीं भारत में लिखी कहानियाँ अमेरिका इंग्लैंड में बैठकर लिखे तेजेंदर शर्मा की कहानी 'दीवार में रास्ता है' को भारत में बैठा कहानी प्रेमी पाठ कर रहा है। न्यूजीलैंड से निकलने वाली भारत दर्शन पत्रिका का अरुणाचल के एक छोटे से गाँव में पाठ किया जा सकता है। आज बड़ी भाषा हो या छोटी सभी भाषाओं के साहित्यिक संस्थान हैं, उन सभी के अपने-अपने वेबसाइट हैं, जहाँ सभी साहित्यिक गतिविधियों की जानकारी साहित्य प्रेमी को एक क्लिक पर मिल जाती है।

आज साहित्य अकादमी जैसी देश के अन्य राज्यों में भी भाषा और साहित्य संस्थान हैं जहाँ लगभग सभी साहित्यिक गोष्ठियों और गतिविधियों का प्रिंट, वीडियो और ऑडियो क्लिप उनके वेबसाइट पर उपलब्ध/अपलोड होते हैं। आज साहित्य अकादमी और ऐसी अन्य संस्थाएं अपने साहित्यिक कार्यक्रमों का लाइव प्रसारण करती हैं। घर बैठे साहित्य प्रेमी इंटरनेट के माध्यम से उस प्रसारण को देख सकता है। साहित्य अकादमी की सभी संगोष्ठियों, अकादमिक कार्यक्रमों, वार्षिक कार्यक्रम 'साहित्योत्सव' जैसे आयोजन साहित्य अकादमी के साईट पर लाइव प्रसारित किए जाते हैं। लाखों किताबों के करोड़ों पन्ने अब इंटरनेट पर अपलोड हो कर सुरक्षित रूप में अमर हैं। इंटरनेट पर किसी भी कृति की पाण्डुलिपि को विलुप्त होनी की संभावना न के बराबर है।

संदर्भ ग्रंथ सूची :-

1. हिन्दी भाषा अतीत से आज तक – डॉ. विजय अग्रवाल।
2. हिंदी के प्रसार में मीडिया की भूमिका – डॉ. मंजू सांगवान।
3. इलेक्ट्रॉनिक मीडिया – वीकिपीडिया।
4. हिन्दी, पत्रकारिता के सामने चुनौतिया – रंजना सक्सेना।
5. हिन्दी का गद्य साहित्य – आचार्य रामचंद्र तिवारी।
6. 'आजकल' पत्रिका अंक – सितंबर 2013
7. न्यू मीडिया में हिन्दी साहित्य की उभरती प्रवृत्तियाँ – शैलेश।
8. गीना शोध संगम, हिन्दी विशेषांक, सितम्बर 2022—रेखा सोनी।
9. बोहल शोध मंजूषा, हिन्दी विशेषांक, जनवरी 2023— नरेश सिहाग।

मो.न.09826704899

Email id- savitagedam10@gmail.com



सोशल मीडिया और हिंदी का विकास

डॉ. आमलपुरे सूर्यकांत विश्वनाथ

सहायक प्राध्यापक तथा हिंदी विभाग अध्यक्ष,

डॉ. श्रीनानासाहेब धर्माधिकारी महाविद्यालय कोलाड, तहसील-रोहा, जिला रायगढ़, (महा.) पिन - ४०२३०४

सारांश :-

आज विश्व में हिंदी भाषा अभिव्यक्ति का सबसे सशक्त माध्यम बन गई है। हिंदी भाषा की तरह सोशल मीडिया का भी विकास हो रहा है। हिंदी चैनलों की संख्या लगातार बढ़ रही है। ब्लॉग, पत्र-पत्रिकाएँ, समाचारों का निर्माण हो रहा है। समाचार माध्यमों ने हिंदी के वैश्विक स्वरूप को बढ़ाने का कार्य किया है। इस डिजिटल दुनिया में हिंदी भाषा की मांग अंग्रेजी भाषा की तुलना में 5 गुना ज्यादा तेजी से बढ़ रही है। भारत में हर पांचवा इंटरनेट प्रयोगकर्ता हिंदी का उपयोग करता है। हम सब जानते हैं कि भारत की संपर्क भाषा और राजभाषा के रूप में हिंदी के विकास की प्रक्रिया संविधान बनने के बहुत पहले स्वतंत्रता आंदोलन के दौरान ही शुरू हो चुकी थी। सच तो यह है कि हिंदी को राष्ट्रभाषा बनाने की पहल हिंदी भाषा नेताओं ने नहीं बल्कि महात्मा गांधी, रवींद्रनाथ टैगोर, राजगोपालाचार्य और सुभाष चंद्र बोस जैसे अहिंदी भाषिक लोगों की ओर से की गई है। आज के संदर्भ में देखा जाए तो हिंदी के विकास में अधिक योगदान इस सोशल मीडिया का भी है।

कुंजी शब्द :-

मीडिया, राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय, इंटरनेट, चैनल, डिजिटल, साहित्य, पर्यटन, सूचना प्रौद्योगिकी, ब्लॉग, पत्र-पत्रिका, प्रतियोगिता, इंटरनेट, दूरदर्शन, आकाशवाणी, प्रयोजनमूलक हिंदी आदि।

संशोधन पद्धति :-

सर्वेक्षणात्मक एवं विश्लेषणात्मक संशोधन पद्धति।

शोध के उद्देश्य :-

- १) सोशल मीडिया का अर्थ समझना।
- २) सोशल मीडिया का योगदान को देखना।
- ३) सोशल मीडिया और हिंदी के विकास को देखना।
- ४) हिंदी के विकास में सोशल मीडिया का योगदान को समझना।
- ५) हिंदी को वैश्विक स्तर पर पंचम लहराने के लिए मीडिया के योगदान पर चर्चा करना।

प्रस्तावना :-

आज हिंदी भाषा विश्व की चर्चित भाषा में दूसरे स्थान पर पहुंच चुकी है। कुछ ही समय में प्रथम स्थान

प्राप्त कर सकेगी। इस हिंदी का परचम लहराने का कार्य सोशल मीडिया कर रही हैं। देश भर में सर्वाधिक हिंदी भाषा में समाचार, पत्र-पत्रिकाएँ प्रकाशित हो रही हैं। इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में तो हिंदी भाषा अपनी सशक्त भूमिका निभा रही है। संचार माध्यमों में हिंदी के वैश्विक स्तर को बढ़ाने में पर्याप्त योगदान दिया है। किसी भी भाषा के संचार माध्यम जितने सशक्त हो उतनी ही वह भाषा सशक्त होती है। सूचना प्रौद्योगिकी के विकास की स्थिति में आज संचार माध्यमों की सीमाएं और भी विस्तारित हो गई हैं। आज आम से आम आदमी सोशल मीडिया के द्वारा हिंदी के माध्यम से एक-दूसरे से जुड़ा है। निःसंदेह ही हिंदी की इस क्रांतिकारी पहल ने उसकी उपयोगिता को अंतरराष्ट्रीय स्तर पर साबित कर दिखाया है।

सोशल मीडिया :-

सोशल मीडिया पारस्परिक संबंध के लिए आंतरिक या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूह को संदर्भित करता है। यह व्यक्तियों और समुदायों को साझा सहभागी बनने का माध्यम है। इंटरनेट के प्रयोग से कई प्रकार के प्रभाव होते हैं। निएलसन जी का कहना है – 'इंटरनेट प्रयोग अन्य साइट्स की अपेक्षा सामाजिक मीडिया साइट्स पर ज्यादा समय व्यतीत करते हैं।'¹

आज देश में माध्यम भाषा के तौर पर तीन प्रकार की भाषा का उपयोग होता है। एक अंग्रेजी मीडिया, दो हिंदी मीडिया, तीन प्रादेशिक मीडिया आदि। मगर भारत के 80 प्रतिशत लोग हिंदी का ही सोशल मीडिया में प्रयोग करते हैं। इसके बारे में सुधीर पचौरी लिखते हैं – 'यह फिरंगी चैनल है यहां गहरा विचार चलता है। खांटी अंग्रेजी में। एकदम ग्लोबल, ग्लोबल माइंड बोलते हैं यहाँ। लेकिन भूल से भी कोई वृद्ध चेहरे फेअर प्ले में नहीं दिखता। बुजुर्ग चेहरा बिकने योग्य जो नहीं होता। राष्ट्रीय चैनल और मेट्रो की कमाई पर पलते फिरंगी चैनल को दर्शन का भी अभाव है। चार्टरेक्टिंग में उसे पांच फीसद भी दर्शन नहीं मिले हैं, फिर भी जारी है। भयंकर विचारशीलता है यहाँ। राष्ट्रीय चैनल पर सामाजिक गायब है, तीसरे चैनल अंग्रेजी में ढेर सारे चैनल है। मंत्रालय भी मानता है कि चिंतन की भाषा तो अंग्रेज हिंदी में विचार नहीं होते सिर्फ नाच गया जाता है।'²

आज की स्थिति में हर चीज को सोशल मीडिया में उसकी उपस्थिति से नापा जा रहा है। उद्योग और व्यापार के क्षेत्र में यहाँ भारतीय भाषाओं के प्रयोग की बिल्कुल अपेक्षा की जाती है। अब हिंदी का सम्मानजनक स्थान हो रहा है। सोशल मीडिया के विभिन्न समूह व ब्लॉक आदि के माध्यम से देश-विदेश के भारतीय भाषा प्रेमी एकजुट हुई है। और सोशल मीडिया के माध्यम से हिंदी व भारतीय भाषाओं के लिए मिलकर प्रभावी रूप से प्रयास कर रहे हैं। कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय के प्रोफेसर मैनुअल कैसलट के अनुसार – 'सोशल मीडिया के विभिन्न माध्यमों फेसबुक ट्विटर आदि के जरिए जो संवाद करते हैं वह मांस कम्युनिकेशन ना होकर मास सेल्फ कम्युनिकेशन है। मतलब हम जनसंचार तो कहते हैं लेकिन जन स्व-संचार कहते हैं और हमें पता नहीं होता कि हम किससे संचार कर रहे हैं। उसे कोई पढ़ रहा है या देख रहा भी होता है।'³

सोशल मीडिया और हिंदी का विकास :-

सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी की भूमिका महत्वपूर्ण रही है। यह संचार माध्यम अपने भाव, विचार, अवधारणा मत और मान्यता जन समुदाय तक पहुंचाने के लिए जिस भाषा का माध्यम बन रहा है वह हिंदी भाषा ही है। संचार माध्यम में हिंदी का व्यापक प्रयोग हो रहा है। भले ही वह हिंदी शुद्ध ना हो एक हिंदी की नई शैली विकसित हो जो शायद आज के वैश्वीकरण के दौर में हमारी जरूरत बन गई है। सूचना और संदेश

प्राप्ती की जितनी आजादी है वह मीडिया ने प्रदान की है। उतनी अन्य माध्यमों द्वारा संभव न थी वेब-पटल, मुद्रण और स्क्रीन के साथ एक महत्वपूर्ण जगह बनती जा रही है। यहां प्रभावशाली अभिव्यक्ति का अवसर विकसित हो रहा है। प्रिंट, रेडियो, टेलीविजन आदि के समायोजन से वेब मीडिया ने अपनी मुकम्मल पहचान बनाई है। इसके संबंध में डॉ. माधव सोनवने अपनी किताब 'हिंदी के अद्यतन अनुप्रयोग' में लिखते हैं— 'भाषा मानवी संचार का एक प्रमुख माध्यम है। व्यक्ति अपने भाव, विचारों, इच्छाओं का संप्रेषण अधिकतर भाषा के माध्यम से ही करता है। भाषा का प्रयोजन मूलतः है संप्रेषण ही। विभिन्न जनसंचार माध्यमों की संचार प्रक्रिया का आधार भाषा ही है। जनसंचार माध्यम चाहे वार्ता, लोक कला जैसा परंपरागत हो, समाचार पत्र जैसा मुद्रित, रेडियो, टेलीविजन जैसा इलेक्ट्रॉनिक, या कंप्यूटर, इंटरनेट जैसा इलेक्ट्रॉनिक उसके द्वारा प्रेषित अर्थपूर्ण संदेश भाषा रूप में ही होता है। हाँ अंतर इतना कि कहीं वह ध्वनि रूप में होता है, तो कहीं ध्वनि संकेत के रूप में। इस दृष्टि से देखा जाए तो भाषा जनसंचार माध्यम का भी माध्यम है।'^४

21वीं सदी में टेलीविजन, टेलीफोन, रेडियो, वायरलेस, कृत्रिम उपग्रह आदि के आविष्कार के माध्यम में अभूतपूर्व क्रांति हुई है। भारत ने चंद्रयान-३ की यशस्विता के साथ उड़ान भरी है। चांद पर कदम रखा है। पूर्व राष्ट्रपति कलाम देश को 2020 के बारे में सचेत किया था। मीडिया का मूल उद्देश्य जनता को शिक्षित करना, मनोरंजन भी करना है। सूचना और प्रसारण के कार्यों में मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी का प्रचलन दिन-दिन बढ़ता जा रहा है। सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा को और भी विस्तृत करने का कार्य किया ब्लॉग ने। आज जनसंचार माध्यम के लिए सबसे अधिक उपयुक्तता हिंदी भाषा की है। लेकिन हिंदी भाषा विश्व की प्रमुख भाषाओं में एक बन रही है। भूमंडलीकरण के कारण बहुराष्ट्रीय कंपनियों का प्रवेश भारत में हुआ है। इसे हिंदी भाषा का क्षेत्र बढ़ गया है। इसका प्रभाव समाज के साथ अंतरराष्ट्रीय व्यवसायिकता पर भी पढ़ने लगा है। रेडियो, पत्रकारिता, टेलीविजन मीडिया में तो पूरी तरह कार्य कर रही है। रेडियो से प्रसारित किए जाने वाले कोई भी कार्यक्रम दूर-दूर तक के प्रदेश में बड़ी संख्या से आस्वाद लेने वालों की संख्या बढ़ती गई। इसके संबंध में डॉ. चंद्रप्रकाश मिश्रा अपने किताब 'मीडिया लेखन और व्यवहार' में लिखते हैं— 'एक जमाने में देवकीनंदन खत्री के चंद्रकांता संतति को पढ़ने के लिए अनेक लोगों ने हिंदी सीखी थी। उसी तरह सीइआइएलओसीलोन केंद्र से हर बुधवार को प्रसारित किए जाने वाले बिना का गीत माला कार्यक्रम को सुनने और आनंद लेने के लिए अनेक लोग हिंदी भाषा को आत्मसात करने लगे थे।'^५

रेडियो का हिंदी भाषा विकास की दृष्टि से अलग योगदान रहा है। इसके बारे में डॉ. पंडित बने 'मीडिया और हिंदी' में लिखते हैं — 'रेडियो का प्रमुख कार्य हिंदी में संदेश और विदेश में श्रोताओं के लिए समाचार और विचार प्रसारित स्तर पर संगीत कार्यक्रम युगवाणी, विशिष्ट वार्ता, भाषा पाठ, भाषा मानक हिंदी, रेडियो संगीत सम्मेलन, नाटक आदि कार्यक्रमों द्वारा निरंतर हिंदी का विकास किए हुए हैं।'^६

मनोरंजन में दूरदर्शन सिनेमा तथा इंटरनेट के माध्यम से हिंदी भाषा का आलेख बढ़ता गया है। जनसंपर्क एवं संचार की भाषा बन गई है। इंटरनेट के कारण हिंदी भाषा दुनिया के कोनों-कोनों तक पहुंच गई है। दूरदर्शन से यह भाषा जन सामान्य की भाषा बन गई है।

निष्कर्ष :-

उपर्युक्त विवेचन के अनुरूप हम निष्कर्ष रूप से कह सकते हैं कि, मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी की

अहम भूमिका रही है। इसे अपने भाव, विचार, अवधारणा, मत और मान्यता जन समुदायों तक पहुंचाने का काम यह हिंदी भाषा कर रही है। आज के 21वीं सदी में विज्ञान एवं तंत्र ज्ञान के क्षेत्र में यह हिंदी भाषा में अपना स्थान बनाए रखा है। विश्व में 50 करोड़ लोग हिंदी बोलते हैं। 90 करोड़ से ज्यादा लोग समझते हैं। लगभग विश्व के 200 देश में यह हिंदी भाषा दिखाई देती है। इसका प्रमुख कारण मीडिया ही है।

संदर्भ ग्रंथ :-

१. नेएलसन – इंटरनेट, पृ. १०
२. डॉ. सुधीर पचौरी – टेलीविजन समीक्षा सिद्धांत और व्यवहार, पृ. १७६
३. प्रोफेसर मैनुअल कैसलेट – कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय सोशल मीडिया (वक्तव्य)
४. डॉ. माधव सोनटके—हिंदी के अद्यतन अनुप्रयोग, पृ. १०१
५. डॉ. चंद्रकांत मिश्रा – मीडिया लेखन और व्यवहार, पृ. ३६
६. डॉ. पंडित बने – मीडिया और हिंदी, पृ. ५७

मो – नंबर – ९७६६७३१४७० / ९४२१४५१७०३

ईमेल – sureshamalpure@gmail.com



सोशल मीडिया और हिन्दी

डॉ. बबीता गुप्ता

लेखिका, बिलासपुर (छत्तीसगढ़)

भाषा और साहित्य एक दूसरे के प्रेरक, हिन्दी से आएगी राष्ट्रीय एकता, व्यक्तित्व, विकास और पूरे देश को एकता के सूत्र में बांधने वाली हिन्दी भाषा जिसे शैक्षणिक ज्ञान के साथ-साथ व्यक्तित्व विकास का माध्यम भी हैं। हिन्दी भाषा विकासशील हैं जो अन्य भाषाओं से समान रूप से परिवर्तनशील होने के कारण वैश्विक मंच पर अपना झंडा फहरा रही हैं। कोई भी भाषा को साहित्य से अलग कर देने पर केवल वर्ण और ध्वनियां ही रह जाती हैं जिसका कोई सार्थक अस्तित्व ही नहीं हो सकता। साहित्यकार अजय पाठक के अनुसार भावाभिव्यक्ति का माध्यम होने के कारण भाषा तभी समृद्ध हो सकती हैं जब हम उसे जीवन शैली में अपनाता होगा।

21वीं सदी के व्यवसायिकता के युग में साहित्य की भाषा कहकर सवालियों के घेरे में खड़ी हिन्दी समर्थ भाषा बन तमाम प्रतिस्पर्धाओं को लांघकर दुनियाभर में बोली-समझी जाने वाली सशक्त भाषा बन रही हैं जिसे प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय और वैश्विक पटल पर क्रांति लाने के लिए सोशल मीडिया, अंतरजाल जैसी कई तकनीकों से बिछा बाजारवाद जो अंधाधुंध उपभोक्ताओं को कंपनियों के अधिकतर हिन्दी भाषा के लोक-लुभावने विज्ञापनों में सकारात्मक अभिव्यक्ति से आकर्षित करता हैं। सरकारी रिपोर्ट के अनुसार ग्रामीण हो या शहरी बिना लाग-लपेट के घर-घर तक इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पहुंच गया हैं। इंटरनेट पर हिन्दी की वेबसाइट जिसमें साहित्य, कला, पत्रिकाओं, समाचार पत्र, फिल्मों, सीरिज से मीडिया में क्रांति ला दी हैं।

करीब अस्सी प्रतिशत परिवारों के पास टेलीविजन और मैट्रो शहरों दो तिहाई लोगों के पास केवल कनेक्शन डीटूएच सेवा उपलब्ध हैं। आम बोलचाल की भाषा सरल, सहज, सुस्पष्ट, शुद्ध, व्याकरणिक नियमों से मुक्त बढ़-चढ़कर पत्र-पत्रिकाओं में अपना योगदान देती हिन्दी भाषा मीडिया के विविध आयामों द्वारा घर बैठे विभिन्न क्षेत्रों की ज्ञानवर्धक जानकारी पहुंचाने में सशक्त माध्यम के रूप में उभर रही हैं। हिन्दी भाषा में रोजाना एक हजार से ज्यादा व्यक्तियों द्वारा ब्लागिंग देखना, अपनी बात सरल, स्पष्ट शब्दों में वर्ड प्रेस जैसे पटल पर कहते हैं, जहां भाषायी स्वतंत्रता होती हैं। संकाय की भांति प्रतीत हिन्दी भाषा ने संचार माध्यम कंप्यूटर, मोबाईल में अपनी जगह बनाकर जहां अपनी अंतरराष्ट्रीय भूमिका को मजबूत बनाने के संबंध में अमरीका राष्ट्रपति ने कहा था कि यदि भारत को समझना हैं तो हिन्दी भाषा सीखो।

हिन्दी भाषा प्रचारित विज्ञापनों ने मीडिया में क्रान्ति ला दी। आधुनिक वैज्ञानिक युग में तकनीकी से

तरक्की होते मानव का चहुँमुखी विकास से बदलती जीवन शैली से समाज में एक आभासी समुदाय का निर्माण हो रहा है। जीवन के हर क्षेत्र में घुसपैठ करती सूचना प्रौद्योगिकी ने अपनी अद्वितीय विशेषता के कारण जीवन पर सकारात्मक—नकारात्मक प्रभाव डालते हुये अभिन्न अंग बन गया है। हजारों साल पहले विस्तृत प्रक्रिया से विभिन्न क्षेत्रों में विभिन्न कालखंडों में मानव की अभिव्यक्ति का माध्यम भावभंगिमायें, प्रतीक चिह्न, वाचिक परंपरा के बाद मुद्रण प्रणाली आई जिससे जन—जन तक पहुँचाने में पत्र—पत्रिकाएं, समाचार पत्र उपलब्ध कराये गये। और इसे इन्टरनेट माध्यम ने ऐसी धूम मचाई कि ये प्रचार—प्रसार का विश्वव्यापी स्रोत बन गया।

हिन्दी भाषा ही नहीं विविध भाषाओं में भावाभिव्यक्ति का माध्यम बना सोशल मीडिया ने जीवन के हर क्षेत्र पर अर्थात् राजनीतिक, सामाजिक, आर्थिक, नैतिक सभी पर अपना प्रभावी हक बना लिया क्योंकि गूगल तो ज्ञान का महासागर है। विभिन्न तरीकों से विभिन्न फार्मेट में हिन्दी भाषा को व्यक्त करता सोशल मीडिया अपने स्वर्णिम दौर से गुजर रही है। विचार—विनिमय का आभासी मंच बनता सोशल मीडिया की हिन्दी भाषा की लोगों की संचार प्रक्रिया से प्रभावों की विवेचना की है। हिन्दी भाषा को समृद्ध बनाता सोशल पर सदुपयोग, दुरुपयोग भी होता है। साहित्यिक बोलचाल की आमभाषा बनने के अलावा विज्ञान व प्रौद्योगिकी पर भी राज कर रही है। यूनीकोड फोण्ट में सरल, सहज ढंग से लिखी जाने वाली हिन्दी भाषा में चिकित्सकीय पढ़ाई, प्रतियोगी परीक्षाओं में हिन्दी भाषा को शामिल करना अनूठी उपलब्धि है।

पारंपरिक ढंग से व्यक्त की जाने वाली हिन्दी को व्यक्त करने के नये—नये आयाम खुल रहे हैं। हिन्दी भाषा में लिखना—पढ़ना आसान हो रहा है और जनसंवाद का माध्यम बनता सोशल मीडिया अपनी सक्रिय भूमिका रहा है। गूगल ट्रान्सलेटर, हिन्दी की पैड, लिखने—पढ़ने के एप आदि आदि सोशल मीडिया पर अपनी मजबूत पकड़ बना रहे हैं। हिन्दी भाषा का सोशल मीडिया पर लहराते परचम के संबंध में साहित्यकार देवेन्द्र सकलानी ने कहा है कि मीडिया पर सक्रिय युवा पीढ़ी का हिन्दी भाषा के प्रति रुझान बढ़ रहा है। पहले अखबारों, समाचार पत्रों, रेडियो चैनलों और टेलीविजन ने हिन्दी के प्रचार—प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वहन किया है और कर रही है। और अब सोशल मीडिया भी यही कैम कर रहा है। हालांकि वर्तनी सुधार की जरूरत है। वैसे व्याकरणिक अशुद्धियों को नजरअंदाज कर अपने सकारात्मक पहलू से युवा पीढ़ी में रुझान बढ़ाती हिन्दी भाषा की मीडिया पर बढ़ती लोकप्रियता को पढ़ने वालों की कसौटी पर ही नापा जा सकता है। लोगों के दिलों घर करती हिन्दी है हम की भावना से भावो को यथार्थ रूप में उजागर करने का माध्यम सोशल मीडिया पर अपने अस्वाभाविक प्रयोग से बदलते स्वरूप के साथ विस्तार पा रही है। इसकी शुद्धता पर विचार करते हुये इसके विस्तृत रूप पर विचार करना चाहिए। खरा उतरने की दृश्यता के भाव को परे कर हिन्दी के प्रचार—प्रसार में शस्त्र का काम करता सोशल मीडिया रोचक और उपयोगी असत्र है जिसके अंतर्गत यू ट्यूब यूजर्स देश को जनसंख्या के करीब सत्तरह फीसदी है जिसमें अधिकांशतः हिन्दी भाषा में देखने और बनाने वाले हैं।

जैसा कि हिन्दी का नया वितान बनाता सोशल मीडिया के संबंध में वरिष्ठ साहित्यकार बंशीधर पोखरीवाल का वक्तव्य है कि अंग्रेजी अंतरराष्ट्रीय भाषा है लेकिन हिन्दी हमारे अस्तित्व की पहचान है। सरकार की

अनुकूलता के चलते सोशल मीडिया पर हिन्दी को बढ़ावा मिल रहा है। एक बार फिर हिन्दी का स्वर्णिम दौर वापस लौट रहा है।

संदर्भ :-

1. hindubhasha.com
2. विकास की अवधारणा और सोशल मीडिया, <https://hindivivek.org/1021>
3. <https://www.jagran.com/blogs/>
4. हिन्दी भाषा के प्रचार-प्रसार में मीडिया का योगदान- पूजा रानी, सहायक प्रवक्ता हिन्दी।
5. अंतरजाल विकिपीडिया।

डॉ बबीता गुप्ता

श्री रमणी ट्रीटमेंट सेन्टर, कल्पना विहार, नेहरू नगर, अमेरी रोड़, बिलासपुर (छत्तीसगढ़)

पिन कोड 495001

मो. 9179008780



ऑनलाइन डोमेन में हिन्दी भाषा की महत्वपूर्ण भूमिका- एक सशक्त भारत, राष्ट्र-निर्माण

डॉ. सरोज सिंह

संप्रति : सहायक प्राध्यापिका (हिन्दी विभाग)

श्री शंकरलाल सुंदरबाई शासुन जैन महिला महाविद्यालय, टी.नगर, चेन्नै- 600017

शोध सारांश :-

इंटरनेट के विकास ने वैश्विक संचार को सुविधाजनक बनाया है और ऑनलाइन धरा पर विविध भाषाओं के प्रसार को बढ़ावा दिया है। इन भाषाओं में हिन्दी दुनिया में सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषाओं में से एक है जो इंटरनेट साइटों पर महत्वपूर्ण प्रभाव प्राप्त कर रही है। यह शोध लेख भारत में हिन्दी भाषा के बहुमुखी महत्व की पड़ताल करता है, राष्ट्र निर्माण और तीव्र गति से विकसित हो रहे ऑनलाइन डोमेन दोनों में इसकी महत्वपूर्ण भूमिका पर बल देता है। भारत की आधिकारिक भाषाओं में से एक प्रमुख भाषा के रूप में हिन्दी, विविध भाषाई समुदायों में एकता, सांस्कृतिक संरक्षण और संचार को बढ़ावा देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। इसके अलावा, इंटरनेट पर इसके प्रभाव में उल्लेखनीय वृद्धि देखी गई है, जिससे यह समझना जरूरी हो गया है कि डिजिटल परिदृश्य भारत में भाषाई गतिशीलता और सांस्कृतिक पहचान को कैसे आकार दे रहा है। ऐसा ही एक एप्लिकेशन, गूगल असिस्टेंट और एलेक्सा जैसे स्मार्ट डिवाइस हिन्दी में वॉयस मैसेज को समझने और उसका जवाब देने में सक्षम हैं। जब ऑनलाइन शॉपिंग की बात आती है तो उत्पाद खोजने के लिए इस्तेमाल की जाने वाली भाषा खरीदार के लिए ऑर्डर देने या खरीदारी करने के लिए बहुत महत्वपूर्ण होती है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर भी हम विज्ञापन, ट्वीट और राय आदि पोस्ट करने के लिए हिन्दी भाषा का उपयोग बढ़ रहा है।

मुख्य शब्द :- भाषा विविधता, भाषाई परिदृश्य, डिजिटल युग, क्षेत्रीय भाषा, वॉयस सर्च, सोशल मीडिया, डिजिटल मार्केटिंग और विज्ञापन।

परिचय :-

भारत, जो अपनी भाषाई विविधता के लिए जाना जाता है, अनेक भाषाओं और बोलियों का घर है। उनमें से, हिन्दी न केवल राष्ट्र-निर्माण के संदर्भ में, बल्कि डिजिटल युग में भी, जहाँ इसे अत्यधिक प्रमुखता मिली है, सर्वोपरि महत्व की भाषा के रूप में स्थापित है। हिन्दी भाषा प्राचीन भाषा है और इसके विकास की सीधी रेखा संस्कृत से जुड़ी है। संस्कृत एक महत्वपूर्ण स्रोत है जिसने हिन्दी को दुनिया भर में अपना प्रभाव फैलाने में मदद की (रोइस्तिका, 2019)।¹ विश्व के संपूर्ण समाजों की उल्लेखनीय प्रगति में हिन्दी आश्चर्यजनक रूप से महत्वपूर्ण

और सार्थक है, फिर भी वर्तमान परिदृश्य में यह अध्ययनशील है। विश्व इतिहास या बोलियों में रुचि रखने वाला कोई भी व्यक्ति हिन्दी के संबंध में काफी गंभीर चिंतन करता है।

भारत, विश्व की एक उभरती हुई ताकत के रूप में परिलक्षित है। यह बड़े पैमाने पर गरीबी से जूझ रहा है, फिर भी ऐसे संकेत होते हैं कि भारत एक आर्थिक शक्ति के रूप में उभर रहा है।² हिन्दी कई मायनों में भारत देश को एकजुट करने, इसकी सांस्कृतिक और भाषाई विविधता में योगदान देने के साथ-साथ प्रौद्योगिकी के विकास में उभरते डिजिटल परिदृश्य को अपनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाती है। सर्वप्रथम और अति महत्वपूर्ण, हिन्दी एक सामान्य भाषा के रूप में कार्य करती है, जो उस देश में भाषाई अंतर को पाटती है जहाँ सैकड़ों भाषाएँ और बोलियाँ बोली जाती हैं। यह विभिन्न भाषाई पृष्ठभूमि वाले व्यक्तियों के बीच संचार की सुविधा प्रदान करता है, राष्ट्रीय एकता और एकजुटता को बढ़ावा देता है। भारत की आधिकारिक भाषाओं में से एक के रूप में हिन्दी को अपनाने से यह सुनिश्चित होता है कि सरकारी नीतियाँ, शैक्षिक सामग्री और आवश्यक जानकारी भारतीयों के विशाल बहुमत के लिए आसानी से पहुँच योग्य है, भले ही उनकी मातृभाषा कुछ भी हो।

हालाँकि, वर्तमान परिप्रेक्ष्या में बदलते समय और संपूर्ण भारत में लोगों के बीच एक विशिष्ट प्रकार के संचार के प्रति रुचि के साथ, आज हिन्दी सभी के लिए आदर्श विकल्प बन गई है। दुनिया भर की विभिन्न बोलियों पर इसके व्यापक प्रभाव के कारण इसे कई इतिहासों द्वारा जानकारी के मामले में सातवें स्थान पर रखा गया है। इसे दुनिया भर के स्कूलों में भारतीय इतिहास की एक विशेषता के रूप में भी शामिल किया जा रहा है, जो इंटरनेशनल जनरल सर्टिफिकेट ऑफ सेकेंडरी एजुकेशन (आईजीसीएसई) लोड अप के साथ साझेदारी में है। इससे पता चलता है कि आज ब्रिटेन सहित विश्व के विभिन्न क्षेत्रों में हिन्दी भाषा कितनी महत्वपूर्ण और उल्लेखनीय है। दुनिया भर में हिन्दी के अपरिहार्य प्रसार के साथ, इसने कई अलग-अलग बोलियों और स्थानीय भाषाओं को प्रभावित किया है (अग्रवाल और मंडल, 2019)।³

इसके अलावा, हिन्दी भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत को संरक्षित करने में सहायक रही है। यह देश के इतिहास, साहित्य और परंपराओं में गहराई से अंतर्निहित है, जो एक सामान्य सांस्कृतिक सूत्र प्रदान करता है जो विभिन्न क्षेत्रों को एक साथ जोड़ता है। जैसा कि हिन्दी भाषा और साहित्य ने भारत की सामूहिक पहचान को आकार देने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है, यह कहना गलत नहीं होगा कि डिजिटल मीडिया ने भी हिन्दी संस्कृति और परंपराओं के संरक्षण और प्रचार-प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। (सामग्री निर्माता) कंटेनट क्रिएटर अक्सर इन प्लेटफार्मों का उपयोग हिन्दी में पारंपरिक कला रूपों, संगीत, नृत्य और कहानी आदि कहने के लिए करते हैं, जिससे यह सुनिश्चित होता है कि भारतीय संस्कृति के ये पहलू वैश्विक दर्शकों के लिए सुलभ हैं। यह पीढ़ियों के बीच एक सेतु के रूप में कार्य करता है और डिजिटल युग को अपनाते हुए विरासत को संरक्षित करता है। जैसे-जैसे हम आगे बढ़ेंगे, वैसे-वैसे हिन्दी और भी अधिक महत्वपूर्ण व सशक्त होगी। हिन्दी, विश्वभर में सामान्य रूप में बोली जाने वाली बोलियों में से एक है। दुनिया में 4 प्रतिशत से अधिक लोग हिन्दी में बात करते हैं, जो मंदारिन चीनी, अंग्रेजी और स्पेनिश से ठीक पीछे है। आज हिन्दी भाषा का प्रभाव और महत्व इस स्तर तक बढ़ गया है कि हर जगह विभिन्न देशों में कई लोग इस पर ध्यान केंद्रित करने लगे हैं। आंकड़ों के अनुसार 410 मिलियन से अधिक लोग इसे मुख्य रूप से उत्तर भारत से बोलते हैं। हालाँकि, समय के साथ कई दक्षिण भारतीयों ने भी हिन्दी को पत्राचार के साधन के रूप में स्वीकार करने के लिए अपनी स्थानीय भाषाएँ

बदल ली हैं (अग्रवाल, 2019)।⁴

ऑनलाइन डोमेन के संदर्भ में हिन्दी का महत्व तेज़ी से विकसित हो रहा है। इंटरनेट संचार, सूचना प्रसार और सांस्कृतिक अभिव्यक्ति का एक शक्तिशाली उपकरण बन गया है। वेबसाइटों, सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म और डिजिटल मीडिया आउटलेट्स पर हिन्दी सामग्री ने काफी लोकप्रियता हासिल की है। हिन्दी भाषा की सामग्री में इस उछाल ने न केवल भारतीय संस्कृति और सूचना की पहुँच का विस्तार किया है, बल्कि हिन्दी भाषी उपयोगकर्ताओं को भी डिजिटल दुनिया में अधिक सक्रिय रूप से जुड़ने हेतु सशक्त बनाया है। दिल्ली स्थित एक शोध संगठन—जक्सट कंसल्ट—के एक हालिया सर्वेक्षण में बताया गया है कि भारत में मौजूदा इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में से 44 प्रतिशत अंग्रेज़ी की तुलना में हिन्दी को अधिक पसंद करते हैं, यदि उपलब्ध कराया जाए। इसी तरह 25 प्रतिशत मौजूदा इंटरनेट उपयोगकर्ता अन्य क्षेत्रीय भाषाओं को पसंद करते हैं। गूगल, याहू और सिर्फ जैसी कई बड़ी कंपनियाँ भी हिन्दी और अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में बड़े कदम उठा रही हैं।⁵ ऑनलाइन हिन्दी का बढ़ता महत्व भारत में संचार की बदलती गतिशीलता को दर्शाता है। यह विभिन्न भाषाई पृष्ठभूमि के लोगों को डिजिटल युग में पूरी तरह से भाग लेने में सक्षम बनाता है, जिससे सूचना, शिक्षा और आर्थिक अवसरों तक उनकी पहुँच बढ़ जाती है। ऑनलाइन क्षेत्र में हिन्दी की उपस्थिति न केवल इसके ऐतिहासिक महत्व का प्रतिबिंब है, बल्कि एक राष्ट्र और आभासी दुनिया दोनों के रूप में भारत के भविष्य को आकार देने में इसकी अनुकूलनशीलता और प्रासंगिकता का एक प्रमाण भी है।

हिन्दी का ऐतिहासिक एवं सांस्कृतिक महत्व :-

हिन्दी के पास एक समृद्ध ऐतिहासिक और सांस्कृतिक विरासत है, जो भारतीय उपमहाद्वीप को एकजुट करने वाली शक्ति के रूप में कार्य करती है। इसकी जड़ें देश की भाषाई और सांस्कृतिक संरचना में योगदान देने वाले प्राचीन ग्रंथों और धर्मग्रंथों में खोजी जा सकती हैं। स्वतंत्रता के बाद भारत की आधिकारिक भाषाओं में से एक के रूप में हिन्दी को अपना अनिवार्य कारणों से भारत की विविध भाषाई विरासत को संरक्षित और बढ़ावा देने में एक महत्वपूर्ण कदम था। भारत अपनी भाषाई और सांस्कृतिक विविधता के लिए प्रसिद्ध राष्ट्र है। भारत कई भाषाओं में लिखता है और कई बोलियों में बोलता है। और फिर भी, इस उपमहाद्वीप में दुनिया की लगभग 2.4 प्रतिशत भूमि और दुनिया की कुल 16 प्रतिशत आबादी के साथ संचार कभी नहीं टूटा।⁶

एक अनुमान के अनुसार, भारत में बोली जाने वाली 1,652 'मातृभाषाएँ' हैं— जिनमें 103 विदेशी मातृभाषाएँ भी शामिल हैं।⁷ वर्तमान की जनगणना के नवीनतम विश्लेषण के अनुसार, भारत में 19,500 से अधिक भाषाएँ या बोलियाँ मातृभाषा के रूप में बोली जाती हैं। इसमें कहा गया है कि 121 भाषाएँ हैं जो 121 करोड़ की आबादी वाले भारत में 10,000 या उससे अधिक लोगों द्वारा बोली जाती हैं।⁸ ऐसे में भारत को लगभग 1,600 से अधिक भाषाओं का घर कहा जा सकता है, जिनमें से प्रत्येक भाषा अपने लोगों की समृद्धि को दर्शाती है। हालाँकि, यह विविधता एक दोधारी तलवार हो सकती है, जो संभावित रूप से विखंडन और एकजुटता की कमी का कारण बन सकती है। स्वतंत्रता के पश्चात भारत में हिन्दी को अपना, एक एकीकृत शक्ति थी जो भाषाई अंतराल को पाट सकती थी और राष्ट्रीय पहचान की भावना को बढ़ावा दे सकती थी, जिससे कई भाषाई समुदायों के बीच एकता को बढ़ावा मिल सकता था।

भारत जैसे विशाल और विविधतापूर्ण देश में शासन और लोक प्रशासन के लिए प्रभावी संचार आवश्यक

है। विभिन्न क्षेत्रों में अपनी व्यापक पहुँच और स्वीकार्यता के साथ, हिन्दी सरकार के लिए एक आम भाषा प्रदान की, जिससे यह सुनिश्चित हुआ कि नीतियाँ, कानून और आधिकारिक दस्तावेज आदि आबादी के एक महत्वपूर्ण हिस्से तक पहुँच सकें। इससे न केवल प्रशासनिक प्रक्रिया सुव्यवस्थित हुई बल्कि इसे और अधिक समावेशी भी बनाया गया। जबकि हिन्दी को आधिकारिक भाषा के रूप में प्रमुखता मिली। इसी के चलते सांस्कृतिक विरासत के संरक्षण के संदर्भ में भारत सरकार ने अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के संरक्षण और प्रचार आदि के महत्व को भी पहचाना। त्रि-भाषा फॉर्मूला अपनाने से भारत के विभिन्न राज्यों को अपनी आधिकारिक भाषाएँ चुनने की अनुमति मिली, जिससे यह सुनिश्चित हुआ कि हिन्दी के साथ-साथ क्षेत्रीय भाषाएँ भी फलती-फूलती रहें। इस दृष्टिकोण ने स्थानीय संस्कृतियों और भाषाई परंपराओं के संरक्षण को प्रोत्साहित किया।

हिन्दी की आधिकारिक स्थिति का अर्थ यह था कि इसे शिक्षा और मीडिया में महत्वपूर्ण ध्यान प्राप्त हो। इसने हिन्दी भाषी व्यक्तियों को शैक्षिक और रोज़गार के व्यापक अवसरों तक पहुँचने में सक्षम बनाया। इसके साथ ही, बहुभाषावाद के प्रति सरकार की प्रतिबद्धता ने यह सुनिश्चित किया कि अन्य भाषाओं के बोलने वालों को भी अपनी मूल भाषाओं में शिक्षा और सरकारी सेवाओं तक पहुँच प्राप्त हो। आधिकारिक भाषा के रूप में हिन्दी की भूमिका ने भाषाई समुदायों के बीच अधिक संपर्क और समझ को बढ़ावा दिया। विविध पृष्ठभूमि के लोग अधिक आसानी से संवाद कर सकते हैं, सामाजिक एकजुटता की भावना और सांस्कृतिक आदान-प्रदान को बढ़ावा दे सकते हैं। एकीकृत भारतीय पहचान के विकास के लिए यह एकीकरण महत्वपूर्ण था।

डिजिटल परिवर्तन और हिन्दी का प्रभुत्व :-

इंटरनेट ने हमारे संचार करने, सूचना तक पहुँचने और संस्कृति से जुड़ने के तरीके को बदल दिया है। इस डिजिटल युग में, हिन्दी ने इंटरनेट पर अपने प्रभाव में उल्लेखनीय वृद्धि का अनुभव किया है जिसने भारत में संचार और सूचना प्रसार की गतिशीलता को मौलिक रूप से बदल दिया है। डिजिटल उपकरणों और किफायती इंटरनेट कनेक्शन की पहुँच ने लाखों भारतीयों को ऑनलाइन होने में सक्षम बनाया है और हिन्दी सामग्री इस संक्रमण में एक महत्वपूर्ण सुविधाकर्ता के रूप में उभरी है। सोशल मीडिया प्लेटफार्मों ने हिन्दी सामग्री का प्रसार देखा है, जहाँ उपयोगकर्ता स्वतंत्र रूप से भाषा में अपने विचारों, विचारों और अनुभवों को साझा कर रहे हैं, जिससे हिन्दी भाषी व्यक्तियों के बीच समुदाय की भावना पैदा हो रही है। इसके परिणामस्वरूप हिन्दी-केंद्रित रुझान, हैशटैग और वायरल सामग्री का उदय हुआ है, जिससे डिजिटल क्षेत्र में भाषा की प्रमुखता और भी मज़बूत हुई है।

हिन्दी समाचार वेबसाइटों ने ऑनलाइन काफी लोकप्रियता हासिल की है, जो बड़े पैमाने पर ऑनलाइन पाठकों को समाचार और सूचनाओं की एक विस्तृत श्रृंखला प्रदान करती है। इसके अतिरिक्त, यूट्यूब शैक्षिक, तकनीकी, मनोरंजन और जीवनशैली शैलियों में फैले हिन्दीक सामग्री निर्माताओं (कंटेंट राईटरों) के लिए एक केंद्र बन गया है। टैक्निकल गुरुजी और बीबी की वाइन्स जैसे चैनलों ने लाखों ग्राहक बनाए हैं, जो हिन्दी सामग्री की माँग को प्रमाणित करते हैं। ई-कॉमर्स प्लेटफार्मों ने अपनी वेबसाइटों और ऐप्स के स्थानीय संस्करण पेश कर हिन्दी के महत्व को पहचाना है, जिससे हिन्दी भाषी ग्राहकों के लिए ऑनलाइन शॉपिंग और सेवाएँ अधिक सुविधाजनक हो गई हैं। इसके अलावा, सरकारी सेवाओं और आधिकारिक दस्तावेजों में ऑनलाइन हिन्दी के एकीकरण से नागरिकों के लिए पहुँच बढ़ी है।

इंटरनेट पर हिन्दी का उदय केवल हिन्दी भाषी क्षेत्रों तक ही सीमित नहीं है; यह पूरे भारत में विविध भाषाई समुदायों तक पहुँचने का एक माध्यम बन गया है। यहाँ तक कि मुख्य रूप से क्षेत्रीय भाषाओं की सामग्री भी अपनी पहुँच को व्यापक बनाने के लिए अक्सर हिन्दी तत्वों को शामिल करती है। इसके अतिरिक्त, इंटरनेट ने भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत को प्रदर्शित करने और संरक्षित करने के लिए एक मंच दिया है, जिसमें सामग्री निर्माता पारंपरिक कला रूपों को व्यक्त करने और नए सांस्कृतिक रुझानों को बढ़ावा देने के लिए हिन्दी का उपयोग करते हैं। संक्षेप में, इंटरनेट पर हिन्दी का बढ़ता प्रभाव डिजिटल युग में इसकी अनुकूलन क्षमता और प्रासंगिकता को रेखांकित करता है, जो भारत के ऑनलाइन परिदृश्य को आकार देने और इसे अधिक समावेशी और सांस्कृतिक रूप से जीवंत बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है।

डिजिटल मीडिया और सोशल नेटवर्किंग साइटों के आगमन ने कई परिवर्तनकारी तरीकों से हिन्दी सामग्री के प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। सर्वप्रथम, डिजिटल मीडिया ने सामग्री निर्माण (कंटेंट क्रिएशन) और वितरण को लोकतांत्रिक बना दिया है। इंटरनेट और बुनियादी रिकॉर्डिंग उपकरण तक पहुँच वाला कोई भी व्यक्ति कंटेंट क्रिएटर बन सकता है। इस सरल पहुँच ने हिन्दी भाषी व्यक्तियों को यूट्यूब, टिकटॉक और इंस्टाग्राम जैसे प्लेटफार्मों पर अपने दृष्टिकोण, प्रतिभा और रचनात्मक कार्यों को साझा करने का अधिकार दिया है। परिणामस्वरूप, शिक्षा, मनोरंजन, प्रौद्योगिकी और जीवन शैली सहित विभिन्न शैलियों में हिन्दी सामग्री का विस्फोटक प्रचार-प्रसार हुआ है। हिन्दी भाषी कंटेंट क्रिएटर्स ने पर्याप्त अनुयायी अर्जित कर लिए हैं, जिससे उनकी आवाज़ और सामग्री डिजिटल परिदृश्य में अधिक दृश्यमान हो गई हैं। हिन्दी हैशटैग, रुझान और चर्चाओं का उपयोग आज साधारण विषय बन गया है, जिससे हिन्दी सामग्री के वायरल प्रसार में आसानी हो रही है। यह न केवल हिन्दी भाषी उपयोगकर्ताओं के बीच समुदाय की भावना को बढ़ावा देता है बल्कि सामग्री को व्यापक स्तर पर दर्शकों तक पहुँचने की अनुमति भी देता है, जिनमें मुख्य रूप में वे लोग भी शामिल हैं जो हिन्दी नहीं बोलते हैं लेकिन भाषा समझ लेते हैं। इसके अलावा, सोशल मीडिया प्लेटफार्मों पर क्षेत्रीय भाषा इंटरफेस के उद्भव ने हिन्दी भाषियों के लिए डिजिटल सामग्री के साथ सहजता से जुड़ना आसान बना दिया है। उपयोगकर्ता आसानी से हिन्दी में नेविगेट, पोस्ट और बातचीत कर सकते हैं, भाषा संबंधी बाधाओं को दूर कर सकते हैं और अधिक हिन्दी-केंद्रित सामग्री निर्माण (कंटेंट क्रिएशन) को प्रोत्साहित कर सकते हैं।

चुनौतियाँ और अवसर :-

इंटरनेट पर हिन्दी का बढ़ता प्रभाव निस्संदेह सांस्कृतिक अभिव्यक्ति और ज्ञान के प्रसार के लिए कई अवसर सामने लाता है, लेकिन यह चुनौतियों का एक समूह भी प्रस्तुत करता है जिन पर सावधानीपूर्वक विचार करने की आवश्यकता है। एक महत्वपूर्ण चुनौती, सामग्री की गुणवत्ता है। जिस सरलता से कोई भी व्यक्ति इंटरनेट पर सामग्री बना और साझा कर सकता है, उसका अर्थ यह है कि बहुतबड़ी मात्रा में इंटरनेट पर जानकारीयों उपलब्ध की जा रही हैं, लेकिन यह सभी जानकारीयों सटीक, विश्वसनीय या सांस्कृतिक रूप से संवेदनशील नहीं होती हैं। निम्न-गुणवत्ता या भ्रामक सामग्री का यह प्रसार डिजिटल स्थानों की विश्वसनीयता को कमजोर कर सकता है। ऐसे में यह सुनिश्चित करने के लिए कि ऑनलाइन साझा की गई जानकारी सटीक, जानकारी पूर्ण और सांस्कृतिक बारीकियों का सम्मान करने वाली है, हिन्दी में जिम्मेदार सामग्री निर्माण और उपभोग को बढ़ावा देना आवश्यक हो जाता है।

इसी प्रकार भाषाई विविधता, एक और चुनौती है। भारत एक भाषाई विविधता वाला देश है, जहाँ विभिन्न क्षेत्रों में अनेक भाषाएँ और बोलियाँ बोली जाती हैं। हालाँकि हिन्दी को व्यापक स्वीकृति प्राप्त है, लेकिन इसे अन्य क्षेत्रीय भाषाओं के संरक्षण और प्रचार-प्रसार के महत्व पर हावी नहीं होना चाहिए। इंटरनेट पर हिन्दी और क्षेत्रीय भाषाओं के बीच संतुलन बनाना यह सुनिश्चित करने के लिए महत्वपूर्ण है कि भाषाई विविधता कायम रहे और सभी भाषाई समुदायों को अभिव्यक्ति और जुड़ाव के लिए पर्याप्त स्थान मिले। इसके अतिरिक्त, डिजिटल साक्षरता की आवश्यकता एक गंभीर चिंता का विषय है। जैसे-जैसे हिन्दी सामग्री ऑनलाइन बढ़ती जा रही है, यह आवश्यक है कि उपयोगकर्ताओं, विशेष रूप से ग्रामीण या हाशिए की पृष्ठभूमि वाले लोगों के पास इंटरनेट को सुरक्षित और प्रभावी ढंग से उपयोग करने के लिए आवश्यक डिजिटल कौशल हो।

हिन्दी और अन्य भाषाओं में डिजिटल साक्षरता कार्यक्रमों को बढ़ावा देने से उपयोगकर्ताओं को ऑनलाइन सामग्री का गंभीर मूल्यांकन करने, गलत सूचना से खुद को बचाने और डिजिटल दुनिया के लाभों का उपयोग करने में भरपूर मदद मिल सकती है। इन चुनौतियों का समाधान यह सुनिश्चित करता है कि इंटरनेट पर हिन्दी का विकास न केवल प्रभावशाली हो, बल्कि भारत की भाषाई विविधता और सांस्कृतिक विरासत के प्रति जिम्मेदार, समावेशी और सम्मानजनक भी हो। यह एक डिजिटल परिदृश्य का मार्ग प्रशस्त करता है जहाँ हिन्दी एक महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हुए, अन्य भाषाओं के साथ सामंजस्यपूर्ण रूप से सह-अस्तित्व में रहती है, सभी उपयोगकर्ताओं के लिए एक समृद्ध ऑनलाइन अनुभव को बढ़ावा देती है और भारत के डिजिटल विकास में सकारात्मक योगदान देती है।

निष्कर्षत :-

राष्ट्र निर्माण और डिजिटल युग में हिन्दी भाषा की दोहरी भूमिका एक गतिशील तालमेल का प्रतिनिधित्व करती है जो भारत को कई मोर्चों पर सशक्त बनाती है। एक एकीकृत शक्ति के रूप में, हिन्दी भाषाई विभाजन को पाटती है, एकता और समावेशिता को बढ़ावा देती है। इसके साथ ही, ऑनलाइन डोमेन में इसकी समृद्ध उपस्थिति भारत के विकसित होते संचार परिदृश्य को दर्शाती है। हालाँकि, यह यात्रा सामग्री की गुणवत्ता से लेकर भाषाई विविधता तक चुनौतियों से रहित नहीं है। फिर भी, प्रस्तुत अवसरों का दोहन करते हुए इन मुद्दों को संबोधित कर, भारत खुद को सांस्कृतिक, सामाजिक और डिजिटल रूप से सशक्त बनाना जारी रख सकता है, यह सुनिश्चित करते हुए कि हिन्दी का विकास 21वीं सदी में अधिक एकजुट, सूचित और समावेशी राष्ट्र के लिए आधारशिला के रूप में कार्य करेगा।

संदर्भ सूची :-

1. Roistika, N. Language Policy and Planning in Multilingual Countries : A case in India, Pakistan, and Bangladesh. Proceedings of The Eleventh Conference On Applied Linguistics (CONAPLIN 2018), 2019, Pg 123.
2. गाउंडर और प्रसाद, 2017) गौंडर, पी., और प्रसाद, पी.—फिजी नेशनल यूनिवर्सिटी में हिन्दी 2 भाषा के छात्रों की गिरावट के निर्धारक। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ रिसर्च —ग्रंथालय, अंक 5 (8), पृ. सं. 267–276, वर्ष 2017.

3. Agarwal, Nidhi, and Mandal, T; A Study on Teacher EXpertise and Schoolroom Processes. Globus Journal of Progressive Education, 9(1), 7-9, 2019. doi:10.5281/zenodo.3760855.
4. Agarwal, Nidhi. Quality Measures of innovative Information Communication Technology. Cosmos Journal of Engineering & Technology, Vol 9(1): 5-8, 2019.
5. Ranjan Srivastava, Chief Of Bureau, Prabhat Khabar, (Friday, April 28, 2006) 'The Future of Hindi On The Internet' <http://www.Raftaar.In/Thehoot.Htm>.
6. इंडिया : एकट्रीस्टडी, जेम्सहेत्ज़मैन और रॉबर्टएल. वर्डेन संस्करण द्वारा, संघीय अनुसंधान प्रभाग; 1995
7. जनगणना विभाग, 1961 और निगम 1972, पृष्ठ 15
8. <https://indianexpress.com/article/india/more&than&19500&mother&tongues&spoken&in&india&census&5241056/>

संपर्क : 7871751775



हिन्दी के संचार माध्यम

डॉ. नितेश चौधरी

शोधार्थी, रानी दुर्गावती विश्वविद्यालय, जबलपुर, म.प्र.।

अंग्रेजी के कम्युनिकेशन शब्द का हिन्दी रूपांतरण संचार कहलाता है। इसका अर्थ संप्रेषण, अभिव्यक्ति कौशल, आदान-प्रदान संचरण अर्थात एक जगह से दूसरे जगह तक पहुँचना होता है। सामान्य रूप से इसका अर्थ किसी व्यक्ति के भाव या विचार को ग्रहण करना एवं अपने भाव या विचार को दूसरे व्यक्ति तक पहुँचाना। इसके लिए परस्पर बातचीत या समूह चर्चा का प्रयोग किया जाता है।

जन संचार माध्यम एवं संचार तन्त्र :-

संचार केवल मानव मात्र में ही नहीं अपितु अन्य जीव-जंतुओं में भी होता है लेकिन उनके संचार में भाषा के विकसित रूपों के बजाये कुछ विशेष तत्त्व का महत्व देखा जाता है जैसे- उनमें कुछ दैहिक गुत्थी के द्वारा जैविक रसायन का स्राव, अंग परिचालन एवं उनके द्वारा अभिव्यक्त कुछ खास आवाजें। इस तरह उनमें आवश्यक संदेशों का संप्रेषण होता है लेकिन चिंतन और भावों को प्रकाशित करना मनुष्य का व्यावर्तक गुण है। प्राणी जगत में मनुष्य ही विकसित प्राणी माना गया है क्योंकि मनुष्य में विचार करने और उसे व्यक्त करने जैसी कई अनेक अद्वितीय क्षमताएँ मौजूद हैं। आज मनुष्य ने कई अनेक ऐसे संसाधनों का विकास कर लिया है जिसके सहारे वह अपनी सोच, भाव और स्मरण को स्थिरता दे सकता है। इस तरह की प्रवीणता से ही मनुष्य अन्य प्राणियों की तुलना में बुद्धिमान कहलाता है। विचारों के इस आदान-प्रदान से सामाजिक अंतर संबंध का दायरा बढ़ा है जिससे मनुष्य के संस्कृति की विविधता और जटिलता भी बढ़ी है।¹ इस तरह भाषा ही संवाद और धारणाओं के संरक्षण के जवाबदेही के लिए प्रभावशाली साबित हुई।

संचार और भाषा :-

किसी भी विकसित समाज का अस्तित्व उसकी समृद्धि की पहचान वहाँ रहने वाले लोगों के द्वारा बोली जाने वाली भाषा और संस्कृति से ही है।² किसी भी देश के समाज की प्रतिष्ठा और उसके उच्च आदर्श का परिपूर्ण होना उस समाज की प्रचलित भाषा के सारभूत, शुद्ध एवं सरलीकरण से संभव होता है। मनुष्य की विकासवादी समझ से साहित्य की रचना तथा परस्पर जनसंचार की सरलता से भौतिक कार्य सरल और मनुष्य का जीवन आरामदायक हो सका है। इसका अर्थ यह हुआ कि भाषा ही वह कड़ी है जो मनुष्य के होने की समझ विकसित कराती है और इसी के द्वारा मनुष्य जीवन के घनिष्ठ संबंधों में प्रगाढ़ता आती है।

भाषा, साहित्य और जनसंचार का गहरा संबंध है। भाषा से ही मनुष्य के जीवन यापन, उसकी प्रकृति और प्रवृत्ति के अभिव्यक्ति का बोध किया जाता है। सर्वप्रथम यह मौखिक रूप में होता है तथा बाद में इसे लिपि

रूप में परिवर्तित किया जाता है तदुपरांत इसकी उत्पत्ति लिखित रूप में होती है। भाषा ध्वनिबोधक होता है इससे ध्वनियाँ, वर्ण, उपसर्ग—प्रत्यय, शब्दों की बनावट, उसके स्वरोदय की निर्मलता एवं अर्थ ग्रहण की तकनीक का ज्ञान होता है। भाषा वैयक्तिक, सामाजिक एवं सार्वभौमिक तीन पक्ष में होती है जो सामाजिक वातावरण से ही स्वच्छ होती है। इसी से मनुष्य के व्यक्तित्व और बौद्धिक स्तर का पता चलता है। वर्तमान में भाषा के स्वरूप में लगातार परिवर्तन के साथ उसका विकास भी होता जा रहा है। जिसका प्रयोग साहित्य और जनसंचार में सर्वाधिक किया जा रहा है।³

भाषा के विकसित स्वरूप ने मनुष्य के समाजीकरण को गति प्रदान किया है। भाषा के मौखिक स्वरूप ने मनुष्य जीवन के आयामों को परिवर्तित कर प्रथाओं को स्थिरता देने में अप्रतिम विजय प्राप्त किया है। मौखिक परम्परा ने मात्र जन—साहित्य को ही नहीं अपितु शास्त्रीय साहित्य को भी जीवंत रखा है। लिपि के खोज और मनुष्य की स्मृति का स्थायित्व का आधार परिवर्तित हो गया। मुख से बोले जाने वाले प्रतीकात्मक शब्दों को लिखित रूप में परिणित करना मनुष्य की एक महान उपलब्धि थी जो संचार के क्षेत्र में उत्कृष्ट घटना कहलाई। लिपि के द्वारा मानव के संवाद को एक अलग विस्तार मिला। लिपि के बिना जिन भाषाओं ने विद्या कौशल की परम्परा का निर्वाह किया था, उनमें साहित्य के अनेक रूपों का श्रजन हो चुका था साथ ही सूक्ष्म तत्वज्ञानी विचार भी हुआ था लेकिन शास्त्र के इस रूप की स्थिरता में कुछ क्लिष्टता थी जिसे लिपि के सहारे बहुत कुछ सरल किया गया था। प्रारंभ में मानव ने अपने संचित ज्ञान को पत्तों, पत्थर, ईंटों, चमड़े, ताम्र पट्टी और वस्त्रों आदि में लिखकर अपने आने वाली पीढ़ियों के लिए संजोने का परिश्रम किया। लिपि का उद्गम एक मर्म या करिश्मा से कम न था जिसने इसका प्रयोग करने वाले सीमित लोगों को समाज में एक प्रतिष्ठित स्थान दिलाया।⁴ अभी तक लिपि का प्रथम चरण ही समाज में व्याप्त हुआ था। इसके बाद लिपि के दूसरे चरण में यह समाज के अल्प लोगों तक सीमित नहीं रहा अपितु इसका व्यापक विस्तार हुआ जिसका परिणाम यह हुआ कि अब यह कुछ लोगों के संवाद से संचरित मात्र न रहकर आने वाली पीढ़ियों के लिए पुस्तकों के रूप में भी सुरक्षित होने लगा।

संचार के विविध प्रकार :-

कालांतर में पेपर के अविष्कार तथा बाद में छपाई के आविर्भाव से एक नए क्रांति का उदय हुआ जिससे प्राचीन संरक्षित ज्ञान का आमजनों तक पहुँचना संभव हो सका। आधुनिक बोलचाल की भाषा में इसे ज्ञान का लोकतंत्रीकरण कहा जा सकता है। इस समय संचार में अभूतपूर्व परिवर्तन देखा गया। एक वक्त था कि लोग संचार के लिए मेले, पंचायत सभाओं आदि पर ही निर्भर होते थे वही अब छपाई के चलन के बाद अनुकृति उत्पादन में सुविधा के साथ ही लोग एक निश्चित स्थान पर एक साथ इकट्ठा हुए बिना अलग—अलग स्थान में होने पर भी संगृहित जनसंपर्क को रफ्तार देने में सक्षम हो सकते हैं। इसी समय पत्र—पत्रिकाओं का जनसंचार के रूप में विकास होना प्रारंभ हुआ। इससे पहले अंतर्वैक्तिक संचार व सभाओं के माध्यम से ही संचार हुआ करते थे। बाद के काल में तार व्यवस्था, टेलीफोन, ध्वनि विस्तारक यंत्रों आदि का प्रादुर्भाव हुआ एवं जनसंचार के माध्यम में रेडियों, टेलीविजन और इंटरनेट जैसी सुविधाओं का प्रादुर्भाव हुआ जो विश्व में एक बड़े परिवर्तन की पृष्ठभूमि लाया।⁵

हिन्दी संचार के माध्यम :-

जनसंचार के साधन के रूप में हिन्दी भाषा का उपयोग कोई नवीन वार्ता नहीं है। लेकिन स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् हिन्दी भाषा का उपयोग राज्य की भाषा और प्रयोजन को उत्पन्न करने वाली हिन्दी के रूप में हमेशा उन्नतिशील रहा है। आम नागरिकों तक उपयोगी विज्ञप्ति व खबरे पहुँचने हेतु शताब्दियों से शासन द्वारा इसी भाषा का प्रयोग किया जाता रहा है। समाचार-पत्र, रेडियों, दूरदर्शन, सिनेमा और विज्ञापन इत्यादि संचार के विभिन्न माध्यमों में हिन्दी का विशेष महत्व है। आज हिन्दी को वैश्विक संदर्भ प्राप्त है। हिन्दी भाषा को विश्व स्तर में पहुँचाने में इंटरनेट का विशेष योगदान रहा है। कुछ विद्वानों के अनुसार वर्ष 1991 में जो उदारीकरण हुआ था उसके पश्चात् हिन्दी प्रेस के साथ संचार के अन्य साधन भी सारे देश में छा गए। वर्तमान समय में अभिव्यक्ति के सबसे मजबूत साधन के रूप में भी हिन्दी का स्थान है। जहाँ हिन्दी चैनलों की संख्या में बढ़ोत्तरी हुई है वही व्यापारिक प्रतिस्पर्धा की होड़ में अंग्रेजी चैनलों को भी हिन्दी रूप में प्रदर्शित किया जाता है। इंटरनेट के माध्यम से असंख्य ब्लॉग और पुस्तकें, पत्र-पत्रिकाओं को देखा व पढ़ा जा सकता है। संचार के इन्हीं साधनों ने हिन्दी को विश्व स्तर पर ख्याति दिलाई है। संस्कृति के सारथी के रूप में भाषा का विशेष महत्व होता है एवं संचार साधनों से प्रसारित होने वाले कार्यक्रमों से समाज के परिवर्तित रूप की वास्तविकता को हिन्दी के माध्यम से ही दर्शाया गया है। भारतीय भाषा हिन्दी आज भारत में बोली जाने वाली आम भाषा कहलाती है। आज ज्यादातर घरों में लोग हिन्दी भाषा का ही प्रयोग करते हैं। यह बात स्वीकार करने वाली है कि भारत देश में व्यावहारिक रूप से समझने वाली भाषा हिन्दी ही है। यही भारत देश से विश्वव्यापी संपर्क साधने के लिए विदेशी सरकारों को भी हिन्दी की अपरिहार्य का बोध हुआ है। सयुक्त राज्य अमेरिका, चीन यूरोप जैसे अन्य प्रमुख देशों में भी अध्ययन के क्षेत्र में हिन्दी भाषा को शामिल किया जाने लगा है। भारत में स्थापित प्रमुख हिन्दी संस्थानों में भी हिन्दी भाषा के अध्ययन हेतु विदेशी छात्र-छात्राओं का आगमन होता है। विभिन्न विश्वविद्यालयों में भी हिन्दी साहित्य के विद्यार्थियों की संख्या का स्तर बढ़ा है।

हिन्दी भाषा को भारत की राष्ट्र भाषा बनाने में अहिन्दी राज्य में जन्में महापुरषों का विशेष योगदान रहा है। महात्मा गाँधी द्वारा जो भाषण दिया जाता था वह हिन्दी में ही होता था। स्वतन्त्रता पूर्व कई अनेक अहिन्दी राज्यों विशेषतः दक्षिण के राज्यों में हिन्दी प्रचारिणी अधिवेशनों को संचालित किया गया था जिससे संपूर्ण भारत के देशप्रेमियों के दिलों में हिन्दुस्तान के मान-सम्मान को बचाने के लिए उत्साह और मर मिटने की भावना जागृत हुई।

हिन्दी संचार के प्रमुख घटक :-

समाचार-पत्र एवं पत्रिकाएँ :

ब्रिटिश शासनकाल में प्रारंभिक समय में ज्यादातर अंग्रेजी भाषा के समाचार-पत्रों का ही प्रकाशन होता था लेकिन जब देश में शिक्षा एवं साक्षरता का प्रचार-प्रसार में वृद्धि हुई तब हिन्दी के साथ अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में भी समाचार-पत्र एवं पत्रिकाओं का प्रकाशन भी होने लगा। भारत के आजादी के लिए राष्ट्रिय स्तर पर बहुत से समाचार-पत्र एवं पत्रिकाओं के माध्यम से लोगों में चेतना और जागरूकता के संचार में वृद्धि होने लगी। नगरीय निकायों में क्षेत्रीय अखबारों के निकलने से अब अखबार पढ़ना केवल उच्च वर्ग के शिक्षित परिवारों तक ही सीमित नहीं रहा अपितु आम नागरिकों में भी इसकी दिलचस्पी बढ़ने लगी। वर्तमान भारत में अंग्रेजी

समाचार-पत्र कुछ ही हैं और हिन्दी अखबारों की संख्या अधिक देखी जा सकती हैं, जिनमे से कुछ के नाम निम्न हैं :-

समाचार-पत्र एवं पत्रिका	प्रकाशन स्थान	प्रकाशन वर्ष
उदन्त मार्तण्ड	कोलकाता	1826
मालवा अखबार	इंदौर	1849
समाचार सुधा वर्षण	कोलकाता	1854
नागरी प्रचारिणी पत्रिका	काशी	1893
आवाज ए खल्क	वाराणसी	1902
हैहय क्षत्रिय मित्र	प्रयाग	1905
हिन्दी केसरी	नागपुर	1907
दर्पण	लाहौर	1922
दैनिक प्रकाश	सागर	1923
महारथी	दिल्ली	1925

6

आकाशवाणी और रेडियों :-

देश और विदेश में हिन्दी को ख्याति दिलाने में रेडियों की प्रभावशाली भूमिका रही है। रेडियों में प्रसारित किये जाने वाले आकाशवाणी ने समाचार, शिक्षा, चेतना, सामाजिक सरोकार, गायन और मनबहलाव, आमोद इत्यादि सभी क्षेत्रों में अपने प्रसारण के सहारे हिन्दी का परचम देश के प्रत्येक कोने में फैलने में प्रवर भूमिका निभाया है। रेडियों में प्रसारित होने वाले हिन्दी फिल्मी गीतों के तरानों ने देश ही नहीं बल्कि विदेशों में भी लोकप्रियता अर्जित की थी। आकाशवाणी में चलने वाले विविध भारती, सखी सहेली, आज के फनकार, फोजी भाइयों के लिए विशेष कार्यक्रमों जैसे ज्ञानवर्धक व मनोरंजक कार्यक्रमों ने शहरी व ग्रामीण सभी इलाकों में खूब नाम कमाया है। ग्रामीण इलाकों के चाय-समोसे की दुकानों और बस स्टॉप में अधिकतर रेडियों लगे ही मिलते थे जहां पर रेडियों प्रेमियों का जमाव देखने को मिल ही जाता था। भारत के अधिकतर हिस्सों में हिन्दी भाषा के ही श्रोताओं की भरमान है। इसलिए जब मुंबई में एफएम चैनल का शुभारंभ हुआ तब उसमें अंग्रेजी भाषा के आधे चैनल को प्रसारित करना तय हुआ था लेकिन जब अंग्रेजी की अपेक्षा हिन्दी भाषा के श्रोतागण ही अधिक हुए तब उन्हें भी हिन्दी में प्रसारित किया जाने लगा। आकाशवाणी के माध्यम से केवल मनोरंजन ही नहीं बल्कि खेल जगत के कार्यक्रम, समसामयिक समाचार, शिक्षा, स्वास्थ्य व फसलों से संबंधित उपयोगी व ज्ञानवर्धक जानकारियाँ भी प्राप्त होती हैं जो कि देश व समाज के विकास के लिए बहुत ही लाभपूर्ण साबित हुआ है।

सिनेमा :-

सिनेमा शब्द का अर्थ किसी घटना या कहानी के उन चित्रों से है जो इलेक्ट्रानिक साधनों की सहायता से दर्शकों के समक्ष प्रदर्शित होते हैं। समाज में परिवर्तन लाने व लोगों को प्रभावित कर उनमें सामाजिक चेतना जागृत करने में हिन्दी सिनेमा की बहुत बड़ी भूमिका रही है। यह ज्ञान बुद्धि युक्त कथा कहानी, गीत, संगीत, खबर, नसीहतें, विज्ञापन जैसे अनेक विशेषताओं से परिपूर्ण होता है जिसके द्वारा समाज का बहुल वर्ग इसकी ओर आकृष्ट होता चला आता है। हिन्दी सिनेमा समाज में राष्ट्रीय चेतना, देशप्रेम, नैतिकता आदि का भाव जगाने

में सहायक होता है।⁷ आर. जी. तोरणे व एन. सी. चित्रा के द्वारा भारत में पहली रूपक फिल्म का निर्माण किया था जो महाराष्ट्र के एक संत श्री पुण्डलीक के जीवन चरित्र पर आधारित था, जिसे 18 मई 1912 को बम्बई में प्रदर्शित किया गया था।⁸ भारतीय फिल्मों के अतीत में दादा साहब फाल्के का विशिष्ट स्थान है जिन्हें फिल्म जगत का जनक माना जाता है।⁹ इसके अगले वर्ष भारत में पहली मूक फिल्म राजा हरिश्चंद्र बनाई गई थी। इसके बाद 1930-31 से फिल्मों में संगीत का प्रयोग किया जाने लगा।

टेलीविजन :-

संचार साधनों में सर्वाधिक प्रभावशाली आकर्षक व मुखर साधन टेलीविजन ही है। जहाँ रेडियों केवल श्रव्य कार्यक्रमों का प्रसारण करता था वहीं टेलीविजन के माध्यम से लोग श्रव्य के साथ-साथ दृश्य कार्यक्रमों का भी आनंद उठाने लगे इसलिए टेलीविजन की लोकप्रियता और अधिक होने लगी। अस्सी और नब्बे के दशक में दूरदर्शन में प्रसारित होने वाले हिन्दी समाचार और कार्यक्रमों ने पूरे भारत के लोगों के दिलों में अपना घर बना लिया था। प्रतिदिन शाम सात बजे प्रसारित होने वाले समाचार से देश-विदेश में घटने वाली खबरे, दिन में प्रसारित होने वाले हास्य से भरपूर व सामाजिक, पारिवारिक कार्यक्रम जो गृहणियों को प्रिय होते थे। इसके आलावा प्रत्येक शुक्रवार, शनिवार रात्रि के समय और हर रविवार दोपहर 12:00 बजे हिन्दी फिल्मों का इंतजार और भारत का पहला सुपरहीरो शक्तिमान कार्यक्रम तो उस जमाने के प्रत्येक बच्चों के दिलों की धड़कन बन चुका था जिसमें मनोरंजन के साथ ज्ञान व नैतिक शिष्टाचार की बातें भी सिखाई जाती थी।

इस तरह ये सभी कार्यक्रम हिन्दी में ही चलाये जाते थे जिसमें रामानंद सागर द्वारा प्रस्तुत की गई रामायण की ख्याति आज भी चर्चित है। इन सभी प्रमुख लोकप्रिय कार्यक्रमों को हिन्दी भाषा में चलाया जाता था जिनके प्रशंसकों की सूची बहुत लम्बी थी। देश के युवा वर्ग के साथ-साथ टेलीविजन बच्चों और वृद्धों के भी मनपसंद का संचार साधन था। आज भी समाज के प्रत्येक वर्ग में इसका महत्व कोई कम नहीं हुआ है और हमारे पूरे देश में टीआरपी के मामलों में अंग्रेजी चैनल व समाचार की अपेक्षाकृत हिन्दी समाचार व चैनल ही आगे रहे हैं।

इंटरनेट :-

जिस समय भारत में कम्प्यूटर या इंटरनेट का प्रचार होना प्रारंभ हुआ तब उस समय यह लोगों के बीच यह प्रश्न गूँजने लगा कि क्या एक बार पुनः देश में अंग्रेजी भाषा का वर्चस्व फैलने लगेगा? परन्तु यह धारणा या शंका जो लोगों के बीच गूँज रही थी निर्मूल सिद्ध हुई। अगर देखा जाए तो आज हिन्दी भाषा के वेबसाइट, ब्लॉग व यू-ट्यूब धड़ल्ले से चल रहे हैं व देश-विदेश के लोगों द्वारा अपनी जरूरत अनुसार खूब खोजे भी जा रहे हैं। इस तरह कम्प्यूटर व इंटरनेट भी हिन्दी का परचम देश-विदेश में फहराने के लिए सहायक साबित होने लगे।

सोशल मीडिया :-

आज सामाजिक संजाल स्थल या सोशल मीडिया के सहारे कोई भी व्यक्ति समाज के बड़े समुदाय तक निर्भय होकर स्वतंत्रतापूर्वक सार्वजनिक रूप से अपनी अभिव्यक्ति प्रस्तुत कर सकता है। सोशल मीडिया के सहारे आज प्रत्येक वर्ग का व्यक्ति अपने विचार, अनुभव व जिज्ञासाओं को समाज के समक्ष रख सकता है एवं जन भागीदारी में अपना मत दे सकता है।

विज्ञापन :-

हिन्दी भाषा का व्यापक उपयोग आज जनसंचार साधनों की अपरिहार्य जरूरत बन चुकी हैं। हिन्दी भाषा के बिना भारत के प्रत्येक वर्ग के विचारों को समझना बड़ा कठिन है। वर्तमान अर्थप्रधान जमाने में हिन्दी अपने शब्द निधि, व्याकरण व ज्ञान आदि सभी दृष्टि के संपन्नता के साथ विशिष्ट स्थान प्राप्त किये हुए हैं। व्यापार एवं उद्योगों में भारतीय भाषाओं को उपेक्षा की दृष्टि से देखा जाता था परंतु अब ऐसा नहीं है क्योंकि अब हिन्दी को आदरपूर्ण स्थान प्राप्त है।

वर्तमान जगत को विज्ञापनी दुनिया माना जाता है। विश्व व्यापार के रूप में आज विज्ञापन की पकड़ बेहद मजबूत बन चुकी है। सच बात यह है कि विज्ञापन ने जनसंचार की सहायता प्राप्त कर समस्त संसार को अपने प्रभाव की सीमा में बाँध लिया है। अखबारों में छपने वाले विज्ञापनों में स्थानीय भाषा को प्राथमिकता दी जाती है। भाषायी लचीलापन, कोमलता, संक्षिप्तता, एवं प्रभाव उत्पादकता प्रचार माध्यमों के विज्ञापन की भाषा का वैशिष्ट्य है।¹⁰

जन संचार अपने सभी रूपों और गुणों से सार्वजनिक प्रज्ञान उत्पन्न करता है। इससे विस्तृत अनुमोदन [स्वीकृति] का जन्म होता है जिसके बाद सामूहिक परिश्रम की भावना प्रबल हो जाती है।¹¹ वर्तमान समाज के दैनिक जीवन व शासन प्रणालियाँ इसी के सहारे निश्चित प्रगति की ओर परिचालित होती हैं। संचार साधनों से ही आज मनुष्यों को देश-विदेश की जानकारियाँ प्राप्त होती हैं जिससे समाज के संज्ञान का विकास होता है। इस नए युग में सामाजिक विकास का मुख्य अभियंता संचार को ही मना गया है।

संदर्भ ग्रंथ :-

1. सिंह प्रो. योगेन्द्र प्रताप, संचार माध्यम एवं साहित्य के अंतर्संबन्ध का विवेचन, हिन्दी विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, पृष्ठ संख्या 9
2. पाण्डेय प्रो. भगवान देव एवं सिंह डॉ. नरेन्द्र प्रताप, भाषा, साहित्य और जनसंचार, आस्था प्रकाशन, दिल्ली, वर्ष 2018, आमुख।
3. वही।
4. सिंह प्रो. योगेन्द्र प्रताप, संचार माध्यम एवं साहित्य के अंतर्संबन्ध का विवेचन, हिन्दी विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, पृष्ठ संख्या 9
5. वही, पृष्ठ संख्या 10
6. माधवराव सप्रे स्मृति समाचार पत्र संग्रहालय एवं शोध संस्थान से साभार।
7. सिहाग डॉ. नरेश, बोहल शोध मञ्जूषा, Vol 17, जून 2023 लंकाम आपी, हिन्दी सिनेमा और सामाजिक चेतना, पृष्ठ संख्या 112
8. सिंह प्रो. योगेन्द्र प्रताप, संचार माध्यम एवं साहित्य के अंतर्संबन्ध का विवेचन, हिन्दी विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, पृष्ठ संख्या 16
9. Bhanavat Sanjeev, History of Journalism and Media of Mass Communication, Page No. 174
10. मंजीत, अतुल्य भारत, वर्ष 2 अंक 6, अक्टूबर-दिसम्बर 2016, पर्यटन मंत्रालय, भारत सरकार, नई दिल्ली, पृष्ठ संख्या 35
11. सिंह प्रो. योगेन्द्र प्रताप, संचार माध्यम एवं साहित्य के अंतर्संबन्ध का विवेचन, हिन्दी विभाग, इलाहाबाद विश्वविद्यालय, पृष्ठ संख्या 11



सोशल मीडिया और हिन्दी

पी. तंगपाण्डियन

एम.एम. विद्याश्रम सीबीएसई स्कूल, थोटिलोवनपट्टी विलाकु,
कोविलपट्टी चेकपोस्ट, विरुधुनगर जिला, तमिलनाडु-626205

सोशल मीडिया का मतलब :-

यह एक ऑनलाइन मंच है जो उपयोगकर्ता को एक सार्वजनिक प्रोफाइल बनाने एवं वेबसाइट पर अन्य उपयोगकर्ताओं के साथ सहभागिता करने की अनुमति देता है। प्रोफाइल का उपयोग अपने विचारों को साझा करने, पहचान के लोगों या अजनबियों से बात करने में किया जाता है। सोशल मीडिया को हिन्दी में क्या कहते हैं? सामाजिक माध्यम या सोशल मीडिया से आशय पारस्परिक संबंध के लिए अंतर्जाल या अन्य माध्यमों द्वारा निर्मित आभासी समूहों से है। यह व्यक्तियों और समुदायों के साझा, सहभागी बनाने का माध्यम है।

सोशल मीडिया के सात कार्य :-

सोशल नेटवर्किंग वेबसाइटों के सबसे महत्वपूर्ण कार्य पहचान, बातचीत, साझाकरण, उपस्थिति, रिश्ते, प्रतिष्ठा और समूह हैं।

सोशल मीडिया और हिन्दी :-

मीडिया का मुख्य उद्देश्य समाचार, जानकारी, विचार, और मनोरंजन प्रदान करना है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है। मीडिया में जिस हिन्दी भाषा का प्रयोग होता है उसमें सामान्य बोलचाल में प्रचलित अंग्रेजी, अरबी, फारसी, संस्कृत तत्सम तद्भव आदि शब्दों का प्रयोग किया जाता है। मीडिया में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी को ओर भी प्रयोजनमूलक बनाने का श्रेय मीडिया को ही जाता है।

सोशल मीडिया आपको निम्नलिखित में सक्षम बनाता हैरु दुनिया भर में परिवार और दोस्तों के साथ संवाद करने और अपडेट रहने में। नए मित्र और समुदाय खोजें; समान रुचियों या महत्वाकांक्षाओं वाले अन्य लोगों के साथ नेटवर्क बनाएं। सार्थक कारणों से जुड़ें या उन्हें बढ़ावा दें; महत्वपूर्ण मुद्दों पर जागरूकता बढ़ाएं।

सोशल मीडिया आज हमारे जीवन में एक बड़ी भूमिका निभा रहा है। यह आज के समाज का अभिन्न अंग बन चुका है। एक बटन दबाने पर ही हमारे पास विस्तृत जानकारी पहुंच जाती है। सोशल मीडिया बहुत ही सशक्त माध्यम है और इसका प्रभाव प्रत्येक व्यक्ति पर देखने को मिलता है।

सोशल मीडिया के फायदे :-

सोशल मीडिया के माध्यम से ही व्यक्ति एक बड़ा दर्शक वर्ग विकसित करता है। यदि कोई अपनी कला, व्यवसाय या काम को बढ़ावा देने के लिए पूरी तरह तैयार है, तो सोशल मीडिया बड़ी संख्या में लोगों तक

आसानी से पहुंचने का एक साधन बन जाता है।

लोगों को जोड़ने में सोशल मीडिया की बड़ी भूमिका है। जो लोग अपने परिवार और दोस्तों से बहुत दूर रहते हैं, जो समय के साथ अलग हो गए हैं, वे एक-दूसरे से जुड़ सकते हैं। सोशल मीडिया से लोगों के बीच दूरियां कम होती हैं।

सोशल मीडिया के माध्यम से ही लोग दुनिया भर की घटनाओं/घटनाओं के बारे में सीखते हैं। कोई भी खबर तेजी से फैलती है और कुछ ही समय में लोगों के कानों तक पहुंच जाती है।

सोशल मीडिया और दैनिक जीवन :-

सोशल मीडिया हमारे जीवन का एक अभिन्न अंग बन चुका है। आज सोशल मीडिया के बिना जीवन की कल्पना करना मुश्किल है। वर्तमान पीढ़ी भाग्यशाली है कि इतिहास में अब तक के सबसे आश्चर्यजनक तकनीकी विकासों में से कुछ को देखा गया है। यह इस युग का राग बन गया है। सोशल मीडिया ने हमारा जीवन बहुत आसान बना दिया है। लेकिन इसके बहुत दुष्प्रभाव भी हैं।

- सोशल मीडिया एक ऐसा प्लेटफॉर्म है जहां हम पोस्ट कर सकते हैं, सर्च कर सकते हैं, चोट कर सकते हैं और दूसरे लोगों से जुड़ सकते हैं।
- यह दूसरों के साथ संवाद करने का एक तरीका है।
- बहुत सारी सोशल साइट्स और ऐप हैं जो कंप्यूटर के साथ-साथ स्मार्टफोन जैसे फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम आदि पर भी चलती हैं।
- अधिकांश लोग वेबसाइट पर विभिन्न विषयों पर अपने लेख भी लिखते हैं, जिसे 'ब्लॉग' कहा जाता है।
- फेसबुक सबसे अधिक उपयोगकर्ताओं की सूची में सबसे ऊपर है, उसके बाद YouTube है।
- सोशल मीडिया डिजिटल मार्केटिंग, विज्ञापन और मार्केटिंग अनुसंधान उद्देश्यों के लिए भी एक मंच है।
- यह विभिन्न भर्ती और भर्ती एजेंसियों के लिए भी एक स्थान है।
- वे आपकी गतिविधियों, पसंद और नापसंद, शौक को ट्रैक कर सकते हैं और कुछ बेहतर सुझाव दे सकते हैं।
- सेलेब्रिटी और सितारे भी सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का इस्तेमाल अपनी तस्वीरें, वीडियो और गतिविधियों को साझा करने के लिए करते हैं।

हिन्दी शिक्षा में सोशल मीडिया का महत्व :-

आज फेसबुक, ट्विटर, लिंकडइन इत्यादि जैसे प्लेटफॉर्मों का व्यापक रूप से उपयोग किया जा रहा है। शिक्षकों, प्रोफेसरों और छात्रों के बीच ये काफी लोकप्रिय हो गया है। एक छात्र के लिए सोशल मीडिया बहुत ही महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है क्योंकि यह उनके लिए जानकारी को साझा करने, जवाब प्राप्त करने और शिक्षकों से जुड़ने में सहायता करता है। सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म के माध्यम से छात्र और शिक्षक एक-दूसरे से जुड़ सकते हैं और इस प्लेटफॉर्म का अच्छा उपयोग करके जानकारी साझा कर सकते हैं।

हिन्दी शिक्षा में सोशल मीडिया मददगार :-

सोशल मीडिया छात्रों को ऑनलाइन उपलब्ध कराई गयी कई हिन्दी शिक्षण सामग्री के माध्यम से उनके ज्ञान को बढ़ाने में मदद करता है। सोशल मीडिया के माध्यम से छात्र हिन्दी वीडियो और चित्र देख सकते हैं,

समीक्षाओं की जांच कर सकते हैं और लाइव प्रक्रियाओं को देखते हुए तत्काल अपने संदेह को दूर कर सकते हैं। न केवल छात्र, बल्कि शिक्षक भी इन उपकरणों और हिन्दी शिक्षण सहायता का उपयोग करके अपने व्याख्यान को और अधिक रोचक बना सकते हैं।

शिक्षा कार्यों में आसानी :-

कई हिन्दी शिक्षक महसूस करते हैं कि सोशल मीडिया का उपयोग उनके कामों को आसान बनाता है। यह शिक्षक को अपनी क्षमताओं कौशल और ज्ञान का विस्तार और पता लगाने में भी सहायता करता है।

अधिक अनुशासन :-

सोशल मीडिया प्लेटफार्म पर आयोजित कक्षाएं अधिक अनुशासित और संरचित होती हैं क्योंकि वे जानते हैं कि हर कोई इसे देख रहा होता है।

शिक्षण ब्लॉग और लेखन :-

छात्र प्रसिद्ध शिक्षकों, प्रोफेसरों और विचारकों द्वारा ब्लॉग, हिन्दी आर्टिकल और लेखन पढ़कर अपना ज्ञान बढ़ा सकते हैं। इस तरह अच्छी सामग्री व्यापक दर्शकों तक पहुंच सकती है।

निष्कर्ष :-

दुनियाभर में लाखों लोग हैं जो कि सोशल मीडिया का उपयोग प्रतिदिन करते हैं। इसके सकारात्मक और नकारात्मक पहलुओं का एक मिश्रित उल्लेख दिया गया है। इसमें बहुत सारी ऐसी चीजे हैं जो हमें सहायता प्रदान करने में महत्वपूर्ण हैं, तो कुछ ऐसी चीजे भी हैं जो हमें नुकसान पहुंचा सकती हैं।





सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता प्रयोग

रामानंदी अंजना, छात्र, शिक्षण विभाग,
क्रांतिगुरु श्यामजी कृष्णा वर्मा कच्छ यूनिवर्सिटी, कच्छ (गुजरात)

सारांश :-

जब इंटरनेट ने भारत में पॉपुलर पसराने शुरू किए तो यह आशंका व्यक्त हुई की कम्प्यूटर के कारण देश में फिर से अंग्रेजी का बोलबाला हो जाएगा किन्तु यह धारणा निर्मूल साबित हुई है और आज हिंदी वेबसाइट तथा ब्लॉग धड़ल्ले से चल रहे हैं। हिंदी आज सोशल मीडिया में विविध रूपों में विकसित हो रही है। आज फेसबुक, ट्विटर, वाट्सएप पर अंग्रेजी में लिखे गये पोस्ट या टिप्पणियों की भीड़ में हिंदी में लिखी गई पोस्ट या टिप्पणियाँ प्रयोगकर्ताओं को ज्यादा आकर्षित करती हैं।

सोशल मीडिया में हिंदी भाषा के वर्चस्व का प्रमुख कारण यह है की हिंदी भाषा अभिव्यक्ति का सशक्त एवम् वैज्ञानिक माध्यम है। संबंधित पोस्ट के भावों को समझने में असुविधा नहीं होती है। लिखी गई बात पाठक तक उसी भाव में पहुंचती है, जिस भाव में लिखा जाता है। सोशल मीडिया पर मौजूद हिंदी का ग्राफ दिन दोगुनी रात चौगुनी आसमान छु रहा है। यह हिंदी भाषा की सुगमता, सरलता और समृद्धता का प्रतीक है। हिंदी भाषा के इस सोशल मीडिया ने अपनी ताकत से सरकारों को अपने फसलों, नीतियों और व्यवहारों की ओर ध्यान आकर्षित करवाया है।

मुख्य बिंदु :-

सोशल मीडिया, नवीन हिंदी रचनाकारों के लेखन का विकास, विज्ञापन के द्वारा हिंदी का विकास, विभिन्न सोशल साइट्स के द्वारा हिंदी का विकास।

प्रस्तावना :-

सामान्य तौर पर जब "सोशल मीडिया" शब्द सबके सामने आता है तो सबके मन एवं मस्तिष्क में व्हाट्सएप, इन्स्टाग्राम, ट्विटर तथा फेसबुक का ही ख्याल आता है। किन्तु सोशल मीडिया शब्द इन कुछ एप्लीकेशन तक सीमित नहीं है। सोशल नेटवर्किंग साइट्स, ऑनलाइन क्रय-विक्रय, पॉडकास्ट, विज्ञापन, विकिज, चित्र, चलचित्र आदि का भी समावेश सोशल मीडिया में होता है।

सोशल मीडिया अन्य पारस्परिक तथा सामाजिक तरीकों से कई प्रकार से एकदम अलग है। इसमें पहुंच, आवृत्ति, प्रयोज्य, ताजगी और स्थायित्व आदि तत्व शामिल है। इंटरनेट के उपयोग द्वारा सोशल मीडिया का प्रयोग होता है इंटरनेट प्रयोक्ता अन्य साइट्स की तुलना में सोशल मीडिया साइट्स पर ज्यादा समय व्यतीत करता है।

आज सुबह उठते ही हमारे घर पर अख़बार आए न आए किन्तु हमारे मोबाइल में अख़बार अवश्य मौजूद हैं, ये सोशल मीडिया की ही देन हैं। जब कोरोना जैसी महामारी से पुरा देश जूझ रहा था, हमें हमारे घर की खिड़कियाँ एवं दरवाजे बंध कर एक क़ेदी की तरह जीना पड़ा तब सोशल मीडिया ने ही हमारा मनोरंजन किया। जब कंधे पर दफ़्तर टांग कर हम स्कूल एवं कालेज नहीं जा पा रहे थे तब ऑनलाइन क्लास द्वारा, ऑनलाइन शिक्षण द्वारा सोशल मीडिया ने ही हमारा हाथ पकड़ रखा। जब कुछ दरिंदों ने हमारे देश की बच्चियों के साथ बलात्कार जैसा जुल्म किया तब सोशल मीडिया ने ही उनको फांसी दिलाने में सहायता की। रोजगार तथा शिक्षण के लिए विदेश जाने वाले हमारे अपनों के साथ हमारा संपर्क बनाये रखने में इसी सोशल मीडिया का महत्वपूर्ण योगदान रहा है। आज जब हिंदी भाषा विविध रूपों में विकसित हो रही है जैसे के राजभाषा, राष्ट्रभाषा, संचार भाषा, माध्यम भाषा, मानक भाषा आदी। हिंदी का एक नया रूप हमारी समक्ष कदम बढ़ाये चला आ रहा है।

सोशल मीडिया अभिव्यक्ति का काफ़ी सशक्त माध्यम बन चुका है। तभी तो कैलिफोर्निया विश्वविद्यालय के प्रोफेसर मैनुअल कैसटल के अनुसार "सोशल मीडिया के विभिन्न माध्यमों फेसबुक, ट्विटर आदि के जरिये जो संवाद करते हैं, वह मास कम्युनिकेशन न होकर सेल्फ कम्युनिकेशन है"। क्यूँकी आज सामान्य से सामान्य व्यक्ति भी विभिन्न कमेंट्स करके अपना मत रखता है। अपने व्यक्तित्व की नई छाप उत्पन्न करता है।

भारत एक बहुभाषी देश है। हमारे देश में अनेक भाषाओं का विकास हुआ है साथ ही साथ उन भाषाओं के साहित्य का भी विकास हुआ है। सभी भाषाओं का अपना अपना साहित्य है। हिंदी भाषा का साहित्य भी अत्यंत समृद्ध है। हिंदी भारत एवम् विश्व में सर्वाधिक बोले जाने वाली भाषाओं में से एक है। हिंदी साहित्य में आरंभ से लेकर अब तक अनेक कविओ एवं लेखकों ने विविध रचनाओं का निर्माण किया। जिनके अंतर्गत उन्हें कही पुरस्कार एवं सम्मान से नवाज़ा गया। पहले रचनाकार अपनी रचनाओं को लिखकर पुस्तक के रूप में प्रकाशित करवाते थे। उस समय इन कवियों को विविध कवि सम्मेलनों में बुलाया जाता था। कवि सम्मेलनों द्वारा उनकी एक-दूसरे से जान पहचान होती थी जब की वर्तमान समय में गूगल मीट, जूम मीटिंग एप्प आदि के द्वारा हिंदी भाषा के सन्दर्भ में विभिन्न वेबिनार आयोजित किए जाते हैं। जिसके द्वारा विविध राज्यों से लोग मीटिंग में जुड़कर हिंदी भाषा के संबंधमें अपने विचार रखते हैं साथ ही साथ हिंदी के संबंध में अनेक प्रतियोगिता का भी आयोजन किया जाता है। जितने वाले प्रतियोगी को इनाम एवं प्रमाणपत्र भी दिया जाता है तथा प्रतियोगिता में भाग लेने वाले हर सभ्य को ई-सर्टिफिकेट भी दिया जाता है। वर्तमान समय में सोशल मीडिया ने नवीन लेखक एवं कवियों के लिए अनेक द्वार खोल दिए हैं। व्यक्ति घर पर बैठ कर अपनी रचना को प्रसिद्ध एवं दूसरों के समक्ष रख सकता है। यही कारण है कि सोशल मीडिया पर हिंदी का विकास हो रहा है साथ ही साथ हिंदी को नवीन रचनाकार मिल रहे हैं। जो नवीन युग की नवीन समस्याओं को नवीन ढंग से हमारे समक्ष रख सकते हैं। ऐसे ही एक कवि जिनकी हिंदी कविताओं ने सोशल मीडिया पर हिंदीके प्रति आकर्षक पैदा किया, जिनकी कुछ पंक्तियाँ निम्नलिखित हैं।

“वे बोलें दरबार सजाओ।

वे बोलें जयकार लगाओ।

वे बोलें हम जितना बोलें।

तुम केवल उतना दोहराओ।

वाणी पर इतना अंकुश कैसे सहते।

हम कबीर के वंशज हैं चुप कैसे रहते।”

—कुमार विश्वास

विज्ञापन व्यापार तथा वाणिज्य का मूल आधार हैं। व्यापार की सफलता विज्ञापन पर निर्भर करती है। विज्ञापन एवं विक्रय—कला दो नो ही वस्तुओं की बिक्री के तरीके हैं। सामग्री द्वारा वस्तुओं के विक्रय हेतु प्रचार विज्ञापन कहलाता है। वर्तमान में विज्ञापन का अर्थ उपभोक्ता को अपनी वस्तु या सेवा के गुण एवं मूल्य की सूचना देकर उन्हें क्रय करने के लिए प्रोत्साहित करना है। जिससे वस्तु या सेवा का विक्रय बढ़ाया जा सके। विज्ञापन एक ऐसी कला है जो किसी वस्तु या सेवा की उपयोगिता का जनता के ऊपर प्रभाव डालने से सम्बन्ध रखती है।

आज विज्ञापन की दुनिया में हमारी हिंदी भाषा ने अपने पाँव पसारने शुरू कर दिए हैं। इसका सबसे बड़ा कारण यह है कि हिंदी एक सरल और वैज्ञानिक भाषा है। आज हिंदी विज्ञापनों की कतार लम्बी ही होती जा रही है। भारत में प्रसारित होने वाले विज्ञापन और छपने वाले विज्ञापनों की संख्या में बढ़ौतरी हुई है। बड़े बड़े फिल्म स्टार से लेकर राजनेताओं तक सब हिंदी विज्ञापन को अधिक पसंद करते हैं। छोटी चीज़ से लेकर बड़ी बड़ी चीज़ों के विज्ञापन हिंदी भाषा में किए जा रहे हैं।

आज के समय में फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, ट्विटर, वेबलोग, सोशल साइट्स, विभिन्न प्रकार की एप्लीकेशन्स आदी के द्वारा हिंदी भाषा का विकास चरम सीमा तक पहुँचा है। सोशल मीडिया की विभिन्न सोशल साइट्स में से कुछेक महत्वपूर्ण साइट्स की सुचि निम्नलिखित हैं :—

ट्विटर सोशल मीडिया की “सूक्ष्म चिट्ठाकारी सेवा” है। ट्विटर के द्वारा कोई भी व्यक्ति डिजिटल चिट्ठी के जरिए अपने विचार दूसरों के समक्ष रख सकता है। आज जब हमारे देश में कोई भी घटना घटित होती है तो उस पर अनेक प्रकार के ट्विट किये जाते हैं। बॉलीवुड के अभिनेता, सरकारी राजनेता, व्यापारी दल आदी बड़े बड़े लोगों से लेकर मध्यम वर्ग के अध्यापक गण, डॉक्टर, कर्मचारी तथा गरीब वर्ग सभी ट्विटर के द्वारा ट्वीट करके अपने विचार रख सकते हैं। आज कल उच्च वर्ग से लेकर मध्यम वर्ग के लोगों के द्वारा हिंदी भाषा में ट्वीट किया जा रहा है। देखा जाये तो ट्विटर के द्वारा मध्यम वर्ग को अपनी समस्याएँ दुनिया के सामने रखने का अच्छा स्रोत मिला है।

फेसबुक इंटरनेट पर स्थित एक निःशुल्क सामाजिक नेटवर्किंग सेवा है जिसके माध्यम से इसके सदस्य अपने मित्रों, परिवार और परिचित के साथ संपर्क रख सकते हैं। फेसबुक के द्वारा आपस में विचारों का आदान प्रदान किया जाता है। इसका आरंभ 2004 में हार्वर्ड के एक छात्र मार्क जुकेरबर्ग ने किया था। तब इसका नाम द फेसबुक था। कालेज नेटवर्किंग जालस्थल के रूप में आरंभ के बाद शीघ्र ही यह कालेज परिसर में लोकप्रिय होता चला गया। फेसबुक में विभिन्न विषयों के संदर्भ में कई ग्रुप बनाये गए हैं। जिसमें “हिंदी ज्ञान सागर” का भी समावेश होता है। यह ग्रुप 75000 हिंदी प्रेमियों का ग्रुप है। जहाँ हिंदी भाषा एवं हिंदी साहित्य के संदर्भ में विभिन्न हिंदी प्रतियोगिता का हिंदी, हिंदी नोट्स का, हिंदी में लिखे जाने वाले अनमोल वाचन एवं दूसरी सामग्री अपलोड की जाती है।

वाट्सएप एक प्रकार का त्वरित संदेश भेजने और प्राप्त करने वाला मोबाइल ऐप है, जिसे अब मेटा ने खरीदा लिया है। इसमें लोग अपने मोबाइल के द्वारा पाठ्य संदेश के साथ साथ आवाज, छवि, पैसे भेजना और

जीपीएस के द्वारा अपना पता भी भेज सकते हैं। इसके द्वारा वॉइस और विडियो कौल भी किया जा सकता है, जिसमें इंटरनेट का डेटा इस्तेमाल होता है। इसे डेस्कटॉप कंप्यूटर में भी चलाया जा सकता है, लेकिन इसके लिए लोगों को अपने वाट्सएप वाले मोबाइल को भी इंटरनेट से जोड़ कर रखना होता है। यह अकाउंट बनाने के लिए लोगों के मोबाइल नंबर का इस्तेमाल करता है और कॉण्टैक्ट लिस्ट के द्वारा सभी वाट्सएप का उपयोग करने वालों की सूची भी अपने एप में दिखा देता है।

वर्तमान समय में वाट्सएप केवल प्रियजनों से जुड़े रहने की वस्तु नहीं रह गया किन्तु आजकल हिंदी के संदर्भ में विभिन्न वाट्सएप ग्रुप बनाये जा रहे हैं। भारत के किसी भी राज्य में बैठकर हिंदी के संदर्भ में होने वाली संगोष्ठियों से हम जुड़ सकते हैं। और यह संगोष्ठियाँ गूगल मीट एवं झूम मीटिंग ऐप के द्वारा ली जाती हैं और उसकी लिंक वाट्सएप ग्रुप में शेयर की जाती हैं। इसके अलावा विभिन्न नवीन रचनाकारों का वाट्सएप ग्रुप बनाकर उस ग्रुप में रचनाकारों के द्वारा अपनी रचना भेजी जाती है। श्रेष्ठ रचना को पुरस्कार एवम् सर्टिफिकेट से नवाजा जाता है। तथा उन रचनाओं को हिंदी विषयक पत्रिका में छापी जाती है। साथ ही उस पत्रिका में भाग लेने वाले प्रत्येक व्यक्ति को ई-सर्टिफिकेट दिया जाता है।

इंस्टाग्राम एक मोबाइल, डेस्कटॉप और इंटरनेट-आधारित फोटो-साझाकरण एप्लिकेशन है जो उपयोगकर्ताओं को फोटो या विडियो को सार्वजनिक रूप से या निजी तौर पर साझा करने की अनुमति देता है। इसकी स्थापना केविन सिस्ट्रॉम और माइक क्रेगर के द्वारा २०१० में की गई थी, और अक्टूबर २०१० में आईओएस ऑपरेटिंग सिस्टम के लिए विशेष रूप से निःशुल्क मोबाइल ऐप के रूप में लॉन्च किया गया था।

वर्तमान समय में इंस्टाग्राम का उपयोग केवल फोटोस और वीडियोस साझा करने के लिए नहीं होता बल्कि व्यापार, विज्ञापन, फिल्म इंडस्ट्री, साहित्य लेखन, राजकारण आदी कई वस्तुओं के संदर्भ में इंस्टाग्राम का विकास होने लगा है। आज जब हम इंस्टाग्राम की सर्च लिस्ट में जाकर "हिंदी" लिखें तो हिंदीके विभिन्न प्रकार के पेजेस की सुविधा हमारे समक्ष आ जाती है। जैसे "हिंदी नामा", "हिंदी हाउस", "हिंदी पंक्तियाँ", "हिंदी वर्ण", "हिंदी लेखनी" आदी। इनके द्वारा हिंदी भाषा का प्रचार एवं प्रसार हो रहा है। इन पेजेस पर नवीन रचनाकारों को आमंत्रित किया जाता है और उनकी लेखन कला को एक नयी दिशा दी जाती है। कुछ हिंदी रचनाकार खुद अकाउंट बनाकर अपनी स्वरचित रचनाओं को उस पर अपलोड भी करते हैं।

यूट्यूब अमेरिका का एक वीडियो देखने वाला प्लेटफॉर्म है, या ये कहे की वीडियो शेयरिंग साइट है। जिसमें पंजीकृत सदस्य वीडियो क्लिप देखने के साथ ही अपना वीडियो अपलोड भी कर सकते हैं। इसे पेपैल के तीन पूर्व कर्मचारियों, चाड हर्ले, स्टीव चौन और जावेद करीम ने मिलकर फरवरी 2005 में बनाया था, जिसे नवम्बर 2006 में गूगल ने 1.65 अरब अमेरिकी डॉलर में खरीद लिया। यूट्यूब के द्वारा आजकल कई ऐसे यूट्यूब अकाउंट बन रहे हैं जिसके जरिए नई-नई सामग्री जनता को परोसी जाती है। यूट्यूब का योगदान हिंदी भाषा के विकास में भी सराहनीय है।

आज देश विदेश में होने वाली हिंदी भाषा संबंधित संगोष्ठी के वीडियोस यूट्यूब के द्वारा शेयर किए जाते हैं। तथा हिंदी भाषा में विभिन्न विषयों पर होने वाले वाद विवाद कार्यक्रम को भी यूट्यूब द्वारा दिखाया जाता है। इसके अलावा यूट्यूब के जरिये हिंदी पोएट्री को एक नवीन दिशा एवं रचनाकार मिले हैं। पोएट्री विषयक विभिन्न यूट्यूब अकाउंट के द्वारा हिंदी रचनाकार एवं उनकी रचनाओं को देश के कोने-कोने में पहुंचाया जा रहा है। जैसे

'Tape a Tale', 'Spill Poetry', 'Un Erase Poetry', 'Awaken Words', 'Social House', 'Blank Voice' आदी। इस अलावा हिंदी भाषा का साहित्य एवं इतिहास आदी बातों पर यूट्यूब पर वीडियो अपलोड किए जाते हैं। इस प्रकार यूट्यूब के द्वारा भी हिंदी भाषा का विकास हुआ है।

निष्कर्ष :-

निष्कर्ष के रूप में हम कह सकते हैं कि सोशल मीडिया के द्वारा हिंदी भाषा का बहुत ही अच्छे प्रमाण में विकास हुआ है और उसका प्रयोग दिन-प्रतिदिन बढ़ता जा रहा है। आशा है कि आगे भी इससे ज्यादा विकास होगा और एक दिन वह अपना उचित स्थान ग्रहण कर लेगी।

संदर्भ :-

1. जय बंसल, विज्ञापन प्रबंध।
2. गीता- कविता भारतीयता की अनुभूति (Geeta-Kavita.com)
3. इलेक्ट्रॉनिक, मीडिया विकिपीडिया।



सोशल मीडिया और हिंदी

दुम्पा शर्मा

सारांश :-

वर्तमान समय में सोशल मीडिया एक ऐसी तकनीक है जो कंप्यूटर नेटवर्क के माध्यम से पने उपयोगकर्ता को हिंदी में संवाद स्थापित करने की सुविधा प्रदान करती है। आमतौर पर उपयोगकर्ता इस माध्यम का प्रयोग करने के लिए डेस्कटॉप, टैबलेट, मोबाइल, कम्प्यूटर, लैपटॉप आदि पर आधारित प्रौद्योगिकियों के माध्यम से सोशल मीडिया की हिंदी सेवाओं का उपयोग करते हैं। पिछले कुछ वर्षों में सोशल मीडिया में हिंदी का प्रयोग बहुत ही व्यापक रूप में हुआ है। इसके माध्यम से लोगों के बीच अभिव्यक्ति की प्रक्रिया में वृद्धि हुई है। हिंदी ने सोशल मीडिया के द्वारा आम जनता के संवादों में और उनके तौर-तरीकों पर भी प्रभाव डाला है। इसी के साथ इसमें प्रदत्त विभिन्न प्रकार की तकनीकी सुविधाओं ने हिंदी के स्वरूप में बहुत ही आधारभूत ढंग से परिवर्तन किया है। इस आलेख में 'सोशल मीडिया' ने हिंदी भाषा को किस प्रकार से सकारात्मक रूप में प्रभावित किया है, उसके बारे में शोधपूर्ण ढंग से विचार किया गया है।

बीज शब्द :- सोशल मीडिया, सोशल नेटवर्क, प्रभाव, तकनीक, प्रौद्योगिकी।

प्रस्तावना :-

सोशल मीडिया एक ऐसा माध्यम है, जिसमें कि इसके हिंदी उपयोगकर्ता को कन्टेन्ट या विविध प्रकार की विषय सामग्री में तैयार करके उस सोशल मीडिया नेटवर्क में शामिल लोगों तक प्रेषित करने एवं एक दूसरे के साथ भागीदारी करने की सुविधा प्रदान करना पड़ता है। विगत 15 वर्षों में इस प्रकार के माध्यमों ने लोगों के बीच काफी अधिक मात्रा में लोकप्रियता प्राप्त की है। इसने हिंदी भाषा को सकारात्मक रूप से प्रभावित किया है, जैसे तो सोशल मीडिया का प्रभाव अन्य भाषाओं के आयामों पर पड़ा है, किंतु इसने सबसे अधिक प्रभाव हिंदी की प्रक्रिया पर डाला है। कुछ सोशल मीडिया के नेटवर्क जैसे—व्हाट्सएप, यूट्यूब, फेसबुक आदि में हिंदी का काफी अधिक विस्तार हो रहा है। इस पर व्यक्ति दिए गए हिंदी बटन को दबा करके ही दुनिया के किसी भी कोने में स्थित दूसरे व्यक्ति या व्यक्ति समूह से संवाद स्थापित कर सकता है। यह प्रक्रिया सहज और सुलभ भी है, इसमें हिंदी सामग्रियों को पोस्ट की जा सकती है। वर्तमान समय में विविध प्रकार के शोध से जो जानकारी मिल रही है, उससे भी यही ज्ञात हो रहा है कि सोशल मीडिया ने हिंदी की प्रक्रिया को अब तक सकारात्मक रूप से ही प्रभावित किया है।

उद्देश्य :-

प्रस्तुत आलेख का मुख्य उद्देश्य सोशल मीडिया और हिंदी की प्रक्रिया पर विवेचना करना है। इसके अन्तर्गत यह जानने का भी प्रयास किया गया है कि सोशल मीडिया पर लोगों द्वारा जो हिंदी का प्रचार-प्रसार किया जा रहा है, उनमें हिंदी का किस प्रकार से उपयोग किया जा रहा है और साथ ही यह कितना उपयोगी साबित हो रहा है। हमारे पारंपरिक ढंग से प्रयोग में लायी जाने वाली हिंदी को सोशल मीडिया ने किस प्रकार प्रभावित किया है तथा लोग इससे कितना लाभान्वित हो रहे हैं। इसी के साथ यह भी जानने का प्रयास किया गया है कि सोशल मीडिया पर उपयोग में लायी जाने वाली हिंदी का सकारात्मक पहलू क्या है?

पद्धति :-

प्रस्तुत आलेख में विवेचनात्मक पद्धति का इस्तेमाल किया गया है। इसके लिए विविध संदर्भ ग्रंथों की सहायता ली गयी है। इसके अन्तर्गत विविध प्रकार की पत्रिका, समाचारपत्र एवं विभिन्न प्रकार के वेबसाइटों में प्रकाशित लेख का अध्ययन करके उससे सूचना प्राप्त की गयी है। इन स्रोतों के विषय-सामग्री या अन्तर्वस्तु निरीक्षण से प्राप्त जानकारी के आधार पर सोशल मीडिया और हिंदी के संबंधों की तलाश की गयी है।

मूल आलेख :-

आज समूचे विश्व में सोशल मीडिया के माध्यमों का प्रयोग बड़े पैमाने पर हो रहा है। हिन्दी के प्रचार-प्रसार के लिए भी सोशल मीडिया का प्रयोग वर्तमान समय में बढ़ा है। एक समय था जब मीडिया केवल दो प्रकार के थे- प्रिंट मीडिया और इलैक्ट्रॉनिक मीडिया। धीरे-धीरे इंटरनेट का उद्भव हुआ तो उसने अपने तरीके से समाज को प्रभावित करना शुरू किया। जहाँ रेडियो ने हिंदी की पहचान बढ़ायी, तो वहीं सिनेमा ने इसकी लोकप्रियता में चार चाँद लगाये हुए है। आज टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले हिन्दी कार्यक्रमों से अहिन्दी भाषी लोगों को भी हिन्दी सिखने में मदद मिलती है। सिर्फ इतना ही नहीं नये-नये रचनाकारों, साहित्यकारों व साहित्यानुरागियों के लिए भी सोशल मीडिया एक अच्छा प्लेटफार्म साबित हो रहा है। रचनाकार भी अपनी रचनाओं को फेसबुक, व्हाट्सएप और इंस्टाग्राम आदि के माध्यमों से जन मानस तक पहुँचा रहे हैं और साथ ही साथ लोगों की प्रतिक्रिया व समीक्षा भी प्राप्त कर रहे हैं। वर्तमान समय में सोशल मीडिया पर सक्रिय लोग हिंदी का प्रयोग न केवल खुलकर बल्कि गर्व के साथ करते हैं। इसके पहले तो सोशल मीडिया पर अंग्रेजी का प्रयोग कई लोगों के लिए सिर्फ जरूरत या मजबूरी हुआ करती थी, लेकिन अब हिंदी का प्रयोग, हिंदी प्रेमियों के लिए प्राथमिकता और गर्व का विषय बन गया है। "यह सर्वमान्य तथ्य है कि फिल्म/मीडिया ने हिंदी को विश्व की भाषा बना दिया है।" हिंदी पूरे विश्व की तीसरी सबसे ज्यादा बोली जाने वाली भाषा है और संभवतः सबसे ज्यादा समझी जाने वाली पहली भाषा भी। बदलते वक्त के साथ-साथ हिंदी ने सोशल मीडिया के मंच पर दस्तक देकर अपने अस्तित्व को और भी बुलंद तरीके से स्थापित किया है। इसका कारण यह भी है कि यह भाषा अभिव्यक्ति का एक बेहतरीन माध्यम है। इसके भावों को समझने में असुविधा का सामना नहीं करना पड़ता है और लिखी गई बात जिस भाव के साथ व्यक्त की जाती है, पाठकों तक उसी रूप में पहुँचती है।

सोशल मीडिया ने हिंदी के वैश्विक रूप को गढ़ने में पर्याप्त योगदान भी दिया है। आज अंग्रेजी की तुलना में हिंदी पाँच गुना से भी अधिक तेजी से बढ़ रही है। भारत में हर पांचवा इंटरनेट प्रयोगकर्ता हिंदी का ही उपयोग कर रहे हैं। हमारे देश में जहाँ हिंदी-सामग्री की खपत 94 प्रतिशत की दर से बढ़ी है, वहीं अंग्रेजी सामग्री की

खपत केवल 19 से 20 प्रतिशत की दर से ही बढ़ी है। आजकल स्मार्ट फोन के रूप में हर हाथ में एक तकनीकी डिवाइस उपलब्ध है जिसमें हिंदी के सभी ऑपरेटिंग सिस्टमों में हिंदी से जुड़े संदेश भेजना, हिंदी की सामग्री को पढ़ना, उसे सुनना या उसे देखना लगभग उतना ही आसान है जितना कि अंग्रेजी की सामग्री को। सिर्फ स्मार्ट फोन में ही नहीं कंप्यूटर और इंटरनेट पर भी हिंदी का व्यापक रूप से प्रयोग हो रहा है, लेकिन मोबाइल ने हिंदी के प्रयोग को अचानक से जो गति प्रदान की है, उसकी कल्पना तो पांच साल पहले तक किसी ने नहीं की होगी। आज के समय में भारतीय भाषाओं की सामग्री की वृद्धि दर काफी प्रभावशाली है। साथ ही भारतीयों में हिंदी के प्रति रुझान भी बढ़ा है। भारत में 50 करोड़ से ज्यादा लोग हिंदी बोलते हैं। जबकि करीब 21 प्रतिशत भारतीय हिंदी में इंटरनेट का प्रयोग करना जानते हैं। भारतीय युवाओं के स्मार्टफोन में औसतन 32 एप होते हैं, जिसमें से 8 या 9 हिंदी के होते हैं। भारतीय युवा यूट्यूब पर 93 प्रतिशत हिंदी वीडियो देखते हैं।

सोशल मीडिया ने विश्व को जैसे सीमित कर दिया है। यह एक तरह से दुनिया के विभिन्न कोनों में बैठे उन लोगो से संवाद करने का सशक्त माध्यम है जिनके पास इंटरनेट की सुविधाएं उपलब्ध है। यह पल भर में ही संदेशों से लेकर फोटो आदि तक को दुनिया के एक छोर से दूसरे छोर तक पहुंचा देता है। इससे लोग न सिर्फ अपनी बातों को दुनिया के सामने रख पाते हैं, बल्कि ये दूसरों की बातों सहित दुनिया की तमाम घटनाओं से भी अवगत हो पाते हैं। प्रायः सभी लोकप्रिय सोशल मीडिया साइटों पर उपयोग की जाने वाली विभिन्न भाषाओं में हिंदी ने भी अपना वर्चस्व बना लिया है। एक रिपोर्ट के अनुसार केवल भारत में फेसबुक और ट्विटर पर सक्रिय भारतीय सदस्यों की संख्या क्रमशः 100 मिलियन और 33 मिलियन के पार है। स्मार्ट फोनों पर चलने वाली व्हाट्सएप, मैसेंजर, तत्क्षण मेसेजिंग सेवाओं में तो हिंदी ने खूब धूम मचा रखी है।

सोशल मीडिया पर हिंदी के प्रवेश से पहले जुलाई, 2003 में हिंदी विकिपीडिया का आरंभ हुआ था। 2003 में ही हिंदी (भारतीय बहुभाषायी) लिंक्स ऑपरेटिंग सिस्टम मिलन आया और हिंदी वर्तनी जाँच सुविधा युक्त माइक्रोसॉफ्ट का ऑफिस साइट हिंदी में जारी किया गया। इसी वर्ष ओपेन ऑफिस का हिंदी इंटरफेस युक्त संस्करण 1.1 भी आया। इस तरह से इंटरनेट पर हिंदी की उपलब्धता से हिंदी ब्लॉगों का पदार्पण हुआ और साथ ही साथ जीमेल के जरिये हिंदी में ईमेल की सुविधा भी आ गई। लगभग मार्च 2007 में गूगल समाचार सेवा हिंदी में शुरू होने के बाद से ही हिंदी के अनेक सॉफ्टवेयर उपलब्ध हो जाने और हिंदी समर्थन वाले वर्चुअल की-बोर्ड के आने से आम लोगों के लिए हिंदी का प्रयोग बहुत आसान हो गया। इतना ही नहीं सोशल मीडिया पर हिंदी सरलीकरण के लिए और भी बहुत से काम हुए हैं, उनमें गूगल मानचित्र हिंदी में देखने, बोलकर हिंदी टाइप करने, हिंदी वॉयस सर्च (बोलकर खोजने की सुविधा), इंडियन लैंग्वेज अलायंस आदि की सुविधाएं मिलना प्रमुख है। दिसम्बर 2014 को स्पाइस ने पहला देशी (हिंदी) स्मार्टफोन 'ड्रीम उनो एच' लॉन्च किया था। तब से ही हिंदी का प्रयोग सोशल मीडिया पर और अधिक बढ़ गया। हिंदी के बढ़ते प्रयोग को देखते हुए गूगल जैसी कंपनियां भी हिंदी भाषियों को आकर्षित करने की कोशिश कर रही हैं। ट्विटर के अनुसार वर्ष 2011 में यूजर्स की संख्या लगभग 10 करोड़ पहुंच जाने पर कंपनी ने अपनी वेबसाइट पर हिंदी इनपुट की व्यवस्था की थी। इंटरनेट पर हिंदी की लोकप्रियता बढ़ाने में ब्लॉगों का अहम योगदान है। वर्ष 2003 में हिंदी भाषा का पहला ब्लॉग आलोक कुमार नाम के एक तकनीकी विशेषज्ञ ने '9-2-11' के नाम से बनाया था, उन्होंने पहली बार ब्लॉगिंग के लिए 'चिट्ठा' शब्द का इस्तेमाल किया, जो आज हिंदी ब्लॉगिंग के लिए व्यापक रूप से स्वीकृत नाम है। यहाँ तक कि

गूगल ने भी इसी भाषा को अपनी डिक्शनरी में शामिल कर लिया है। इन ब्लॉगों में से तकरीबन 15 से 20 हजार को सक्रिय और 5 से 6 हजार को अतिसक्रियता की श्रेणी में रखा जा सकता है।

सोशल मीडिया के हिंदी ऐप शेयरचौट ने भी हिंदी के प्रयोग को बढ़ाने में बड़ी भूमिका निभाई है। यह एक फ्री एंड्रॉयड ऐप है। 2015 में अस्तित्व में आए इस शेयरचौट को आई. आई. टी कानपुर के तीन युवाओं—अंकुश सचदेवा, भानु सिंह और फरीदा ने बनाया था। यह ऐप पूरी तरह से देशी है। इसके माध्यम से हिंदी, भोजपुरी, छत्तीसगढ़ी, पंजाबी, तमिल, तेलुगू सहित 10 भाषाओं में बातें की जा सकती हैं। इस ऐप की खास बात यह है कि इसमें अंग्रेजी भाषा शामिल नहीं है। भारत में अंग्रेजी बोलने वालों का प्रतिशत मात्र 10 प्रतिशत है। ऐसे में शेष 90 प्रतिशत अंग्रेजी नहीं जानने वाली आबादी के लिए शेयरचौट एक उमदा सोशल मीडिया साबित हो रहा है।

आज सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी लिखने वालों की संख्या बहुत अधिक मात्रा में बढ़ी है। इसमें न केवल साहित्यकार व वृद्धजन बल्कि युवा वर्ग भी अपनी बात मातृभाषा में रखने से परहेज नहीं करते हैं। ब्लॉग की दुनिया में सक्रिय अनेक लेखक हिंदी में लिखना ही पसंद करते हैं। हिंदी भाषा में लिखने वालों की संख्या का एक बड़ा वर्ग हमेशा ही सक्रिय देखने को मिलता है। आज बड़े-बड़े उद्योग, विज्ञापन, फिल्म प्रमोशन, इलेक्शन, राजनीतिक मुद्दों व राजनीतिक टीका—टिप्पणी, साहित्य का विस्तार, व्यापार, वाणिज्य, ऑनलाइन क्रय—विक्रय, टेलीविजन व जनसाधारण के लिए एक विश्वव्यापी प्लेटफार्म वह भी कम खर्चों में सोशल मीडिया ने ही उपलब्ध करवाया है। आज फेसबुक लाइव ने अनेक जन समूह को ऑनलाइन रूप से अर्थात् वर्चुअल मंच से जोड़ने व लोगों में अपनी बात को कमेंट बॉक्स में लिखकर सार्वजनिक विचार—विमर्श करने की गुणवत्ता को बढ़ाया है। सोशल मीडिया के माध्यम से चुनाव के प्रचार—प्रसार का स्वरूप बदल चुका है। इतना ही नहीं सोशल मीडिया ने ही हिंदी भाषा को राजभाषा से विश्व भाषा बनाने का बीड़ा उठाया है। हिन्दी भाषी वीडियो ने अनेक देशों के लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है, जिसके परिणामतरु हमारे ही देश के गैर हिंदी भाषी भी आज हिंदी भाषा को समझने, बोलने व लिखने की जरूरत को स्वीकार कर रहे हैं।

भारतीयों के लिए हिंदी न सिर्फ राजभाषा है, बल्कि एक सशक्त संचार माध्यम भी है। वैश्वीकरण के दौर में अंग्रेजी चाहे जितनी ताकतवर हो पर उसका कार्य भारत में बिना हिंदी के नहीं चल सकता है। इसी कारण ही मोबाइल कम्पनियों ने अपने ऑपरेटिंग सिस्टम में हिंदी में कार्य करने की सुविधा उपलब्ध कराई है। हिंदी भाषा राजनीति, मनोरंजन एवं विज्ञापनों की प्रमुख भाषा बन गयी है। डिजिटलीकरण के दौर में हिंदी का स्वरूप भी बदला है। फेसबुक एवं अन्य सोशल मीडिया ने नवोदित हिंदी के साहित्यकारों की अपनी रचनाओं को पाठकों तक द्रुतगति से पहुंचाने का कार्य किया है। फेसबुक पर कई साहित्यिक पेज जैसे— हिंदी पत्रिका पेज, हिंदी कविता पेज एवं हिंदी समीक्षा पेज इत्यादि उपलब्ध हैं, जहाँ पर समकालीन हिंदी प्रेमियों की रचनाएं एवं समीक्षाएं देखी जा सकती हैं। सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग बढ़ने के तीन महत्वपूर्ण कार्य हैं— 1. हिंदी का तकनीकी विकास 2. हिंदी एवं सहयोगी भाषा से आम जनता का जुड़ाव और 3. बाजारवाद का दबाव।

भारत की कई तकनीकी संस्थाओं जैसे सी डेक आदि ने भाषा प्रयोग की दिशा में काफी अनुसंधान किए हैं, जिसके फलस्वरूप हिंदी लेखन की जटिलता, फोन्ट की समस्या, अनुवाद के सॉफ्टवेयर एवं की—बोर्ड में भाषा परिवर्तन ने कई समस्याओं का निवारण किया है। सोशल मीडिया जैसी प्रभावी माध्यमों के मिलने से आम जनता

द्वारा हिंदी का प्रयोग दिन-प्रतिदिन बढ़ता ही जा रहा है। घरों में, उत्सवों में, सांस्कृतिक आयोजनों में एवं भावनाओं को व्यक्त करने में अधिकतर भारतीय हिंदी भाषा का ही प्रयोग करते हैं। प्रतिस्पर्धा के इस दौर में अनेक कंपनियां भाषा के आधार पर बाजार नियोजित कर रही हैं। सभी ई-मेल प्रोवाइडर और सोशल नेटवर्किंग साइट्स हिंदी में लिखने की सुविधाओं को उपलब्ध करा रही है। ट्वीटर पर रवीश रवीश कुमार जैसे पत्रकार का शान के साथ यह लिखना कि 'हमें अच्छी अंग्रेजी नहीं' आती तथा वर्तमान प्रधान मंत्री नरेन्द्र दामोदर दास मोदी एवं अनेक केंद्रीय मंत्रालयों का अपने सोशल मीडिया अपडेट को हिंदी में देना इस बात का प्रतीक है कि हिंदी का संसार धीरे-धीरे विस्तृत होता जा रहा है। सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग करने वालों में भारत के हिंदी भाषी राज्यों के लोग ही नहीं, अपितु दुनिया भर में अनेक देशों यथा अमेरिका, ऑस्ट्रेलिया, रूस, जापान, चीन, स्पेन, न्यूजीलैंड, वेस्टइंडीज आदि के लोग भी हिंदी में सक्रिय हैं। आजकल व्हाट्सएप पर हिंदी कविताओं का चलन बढ़ गया है। हिंदी कविता, गीत आदि भारतीय संस्कृति का एक अटूट हिस्सा है। व्हाट्सएप के जरिए जब एक ओर रचनाकारों को अपनी योग्यता दिखाने का मौका मिलता है तो वहीं दूसरी ओर पद्यात्मक भाषा जनमानस में चेतना जगाने का कार्य भी बखूबी से कर रही है। हिंदी के लिखे संदेशों के द्वारा हिंदी के शब्द घर-घर पहुँच रहे हैं। जितना हिंदी के शब्द चलन में आएंगे उतना ही भाषा का विस्तार होता रहेगा।

हिंदी सिर्फ भाषा ही नहीं अपितु भारतीयता की पहचान है, भारत देश के जीवन मूल्यों, संस्कृति एवं संस्कारों की सच्ची संवाहक, संप्रेषक एवं परिचायक भी है। हिंदी भाषा सहज, सुगम एवं सबसे वैज्ञानिक होने के साथ ही साथ भारत के प्राचीन पारंपरिक ज्ञान, सभ्यता के विकास तथा आधुनिक प्रगति के बीच में सेतु भी है। राष्ट्रपति 'रामनाथ कोविंद' के अनुसार—“हिंदी अनुवाद की ही नहीं संवाद की भाषा है।” वही भाषा जीवित रहती है, जिसका प्रयोग जनता करती है। हिंदी को यदि सशक्त बनाना है तो हर क्षेत्र में इसके प्रयोग को भी बढ़ाना होगा। हिंदी का प्रयोग सोशल मीडिया में बढ़ने से आने वाले दिनों में निम्न लाभ होंगे—

- सोशल मीडिया के माध्यम से युवा पीढ़ी जो अब तक अंग्रेजी का प्रयाग किया करती थी, उनमें भी हिंदी के प्रति आकर्षण बढ़ा है। हिंदी में संवाद स्थापित करने से हिंदी का स्वतः ही विकास हो जाएगा।
- इन माध्यमों द्वारा जन-जागरूकता बढ़ाने वाले हिंदी कार्यक्रम भी सुगमता से चलाया जा सकता है।
- तकनीकी दुनिया में हिंदी ने अपना स्थान बना लिया है। इससे विश्व भर में हिंदी भाषा को गंभीरता से अनुभव किया जाएगा।
- सोशल मीडिया पर हिंदी के विज्ञापनों द्वारा वैश्विक उद्योग जगत अपने उत्पाद को लोकप्रिय बनाने में जुटा हुआ है, जिससे अन्तोगत्वा भाषा का ही प्रसार होगा।
- सोशल मीडिया पर हिंदी के प्रयोग के कारण से ग्रामीण जनता भी तकनीकी से जुड़कर ज्ञानवर्धक सूचनाएं और स्वस्थ मनोरंजन आदि प्राप्त कर सकेंगे।
- सोशल मीडिया में हिंदी के प्रयोग से विभिन्न मंत्रालयों एवं विभागों द्वारा संचालित जनकल्याण की विभिन्न योजनाओं की जानकारी आम नागरिकों को आसानी से उपलब्ध हो सकेगी, जिससे पिछड़ा और कमजोर वर्ग भी इससे लाभ उठाकर देश की मुख्य धारा में जुड़ सकेगा।
- हिंदी ब्लॉगिंग पत्रकारिता के दायित्व का निर्वाह ही नहीं करता अपितु रचनाकारों को अपनी रचनाओं को बिना सम्पादक के सीधे पाठकों तक पहुंचाने की सुविधा प्रदान करता है। आने वाले समय में कागज

रहित पठन सामग्री बढ़ेगी, लेखन को भाव मिलेगा और लेखक की सहज अभिव्यक्ति पाठकों तक निरुशुल्क पहुंच सकेगी।

संचार माध्यम की भाषा के रूप में प्रयुक्त होने वाली हिंदी समस्त ज्ञान-विज्ञान और आधुनिक विषयों से सहज रूप से ही जुड़ गई है। “सचमुच में हमारी हिंदी सोने की तरह चमकती है, चंदन-सी महकती है। मलयानिल-सी बहती है, खाती-पीती है कि चंगे हैं सचमुच में हिंदी रंग-बिरंगी है।”

निष्कर्ष :-

अंततः यह पूरे आत्म विश्वास के साथ कहा जा सकता है कि आने वाले समय में हिन्दी सोशल मीडिया में वैश्विक स्तर पर और मजबूती से अपना कदम आगे बढ़ाएगी और पूरी संभावना है कि उस समय में हिंदी की स्वीकार्यता और उपयोगिता बड़े पैमाने पर और बढ़ेगी। बदलती परिस्थितियों से एक बात तो सुनिश्चित है कि भविष्य में हिंदी सोशल मीडिया में व्यापक स्तर पर अपना गौरवशाली स्थान प्राप्त करेगी। सोशल मीडिया हिंदी के प्रचार-प्रसार के लिए एक सशक्त माध्यम है यदि हम अन्य भाषा के शब्दों को उदार मन से स्वीकार करेंगे तो इससे हिंदी और भी सशक्त बनेगी और यह तभी संभव होगा जब वह व्यापार, रोजगार, वैज्ञानिक विकास एवं प्रसार की भाषा बनेगी। हिंदी के विकास के लिए सोशल मीडिया ने एक जमीन निर्मित की है, आवश्यकता है उपयोगकर्ताओं द्वारा भाषा जगत में नई ऊर्जा संचार करने की जो देश, समाज, संस्कृति एवं भाषा के लिए उपयोगी हो। हिंदी के उपयोगकर्ता यदि विवेक से इसका प्रयोग करें तो वह दिन दूर नहीं रहेगा जब यूनेस्को की सात भाषाओं में से एक होने का गौरव प्राप्त करने वाली हिंदी पूरे विश्व भर के लोगों के हृदय में अपना स्थान प्राप्त करेगी और इसके माध्यम से विदेशी भी भारतीय संस्कृति से जुड़ सकेंगे।

संदर्भ ग्रंथ :-

1. पांडेय लक्ष्मीकांत – संचार माध्यमों में हिंदी का प्रयोग, 1999
2. पचौरी सुधीश – हिंदी का नया जनक्षेत्र, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
3. पचौरी सुधीश – साइबर- स्पेस और मीडिया।
4. नदाफ रेश्मा – इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी, संजय प्रकाशन, नई दिल्ली।
5. हंस (हिंदी मासिक पत्रिका), सितम्बर 2018
6. त्रिपाठी डॉ. अम्बीश – हिंदी का नया वितान : सोशल मीडिया।
7. रविन्द्र जाधव केशन मोरे, हिंदी और मीडिया : बदलती प्रवृत्ति, वाणी प्रकाशन, दिल्ली, 2016
8. डॉ. मृगेश माणिक, भूमंडलीकरण, निजीकरण व हिंदी, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली।
9. डॉ. सेवा सिंह बाजवा, सोशल मीडिया के विविध आयाम, के.के. पब्लिकेशन, नई दिल्ली।

पत्राचार : टुम्पा शर्मा, 2, ए.टी. घोष रोड, पोस्ट – गरीफा, जिला-उत्तर 24 परगना, पिन: 743166

दूरभाष : 7980309818

ईमेल : tumpazen369@gmail.com



सोशल मीडिया में हिन्दी की दशा और दिशा

एम. नित्य कला

सहायक प्राध्यापिका, हिन्दी विभाग, जमाल मुहम्मद कॉलेज, तिरुच्चि-20

प्रस्तावना :-

मीडिया आज शक्ति का केंद्र बन गया है। राजनीति के सत्ता समीकरण भी इसके अनुसार होने लगे हैं। कहा जाता है कि यह मिडिया का युग है और जनसंचार का संचार जन तक व्याप्त है। इस प्रकार मीडिया जन माध्यम है और सीधे विश्व समाज से जुड़ा है अब हर दिन व्यक्ति मिडिया के घेरे में रहता है और सुबह तो अखबार के बिना उसका दिन ही आरंभ नहीं होता। रेडियो, टेलीविजन और इंटरनेट ने उसकी जिंदगी की पुनर्चना कर दी है। किताबें, फिल्म, संगीत, पत्र-पत्रिकाएँ और पता नहीं कितना सब कुछ इस बीस्वीं शताब्दी में मनुष्य के सारे स्पेस को घेर चुका है। अब एक विशाल जन माध्यम है जिसका सामना कभी भी मानव इतिहास में नहीं किया। अब हमारी हर साँस में मीडिया होता है। अनेक पुस्तकें होते हुए भी अब अधिकतर मास मीडिया और उसके मुद्दे छाए रहते हैं। इसका प्रसार अत्यंत व्यापक है यहाँ तक कि विशाल समाज, राजनीति और वित्त व्यवस्था को समझने के लिए भी मीडिया का सहारा लेना पड़ता है। अब मिडिया की स्वतंत्रता और उसकी आचार-संहिता की भी बातें की जाती हैं। जब तक मीडिया इन नियमों का पालन नहीं करता तब तक उसकी स्वतंत्रता सुरक्षित नहीं रह सकती क्योंकि मीडिया की अराजकता समाज को तहस-नहस कर सकती है।

प्राचीनकाल में आदि मानव के पास किसी प्रकार की सम्पत्ति नहीं थी। वह जंगलों में रहता था और भोजन की खोज में एक स्थान से दूसरे स्थान तक भटकता रहता था। वह पेड़ों से फलों को तोड़कर खाता और जंगली जानवरों का शिकार करता था। क्रमशः उसने कृषि कार्य करना सीख लिया और वह अन्न उपजाने लगा। उसने गाय, बैल, भैंस, बकरी आदि पालतु पशुओं को दूध और कृषि कार्य में सहायता के लिए पालना आरम्भ किया। कृषि के उत्पाद और पशुओं की संख्या को याद रखने के लिए उसे गणना करने की आवश्यकता प्रतीत हुई। अक्षर ज्ञान के साथ-साथ संख्या का ज्ञान प्राप्त कर शिक्षित और सभ्य होने लगा। कालांतर में उसने गणना करनेवाले यंत्र और विभिन्न उपयोगी मशीनों का आविष्कार किया। अपनी सम्पत्ति के रख-रखाव के लिए उसे अनेक प्रकार के आंकड़े सूचना के रूप में कहीं संग्रहित करने आवश्यक हो गए। इस तरह सोशल मीडिया का उपयोग आजकल हर किसी के जीवन का महत्वपूर्ण हिस्सा बन गया है।

हिन्दी में सोशल मीडिया के उपयोग की दशा और दिशा के कुछ महत्वपूर्ण पहलू हैं :-

1. **व्यक्तिगत प्रदर्शन** : सोशल मीडिया पर व्यक्तिगत जीवन का प्रदर्शन करने में लोगों की रुचि बढ़ गयी है। व्यक्तिगत तस्वीरें और स्थायी चित्रों को प्रमुखता दी जाती है।

2. **समाचार और वाद-संवाद** : सोशल मीडिया ने समाचार प्रसारित करने का तरीका बदल दिया है। लोगों के बीच वाद-संवाद का एक महत्वपूर्ण माध्यम बन गया है।
3. **व्यापार** : व्यापारी और व्यवसायी लोग सोशल मीडिया का उपयोग अपने व्यवसाय को बढ़ाने और अपने उत्पाद को बेचने के लिए करते हैं।
4. **सामाजिक सक्रियता** : सोशल मीडिया के माध्यम से सामाजिक सक्रियता बढ़ रही है। लोगों का सामाजिक विचार-विमर्श होता है।
5. **राजनीति** : राजनीति में भी सोशल मीडिया का महत्व बढ़ गया है। नेता अपने चुनावी प्रचार के लिए सोशल मीडिया का उपयोग करते हैं।
6. **नौकरी और रोजगार** : व्यक्ति अपनी क्षमताओं और विकल्पों को दिखाने के लिए लिंकडइन जैसे प्लेटफार्म का उपयोग करते हैं।
7. **शिक्षा** : शिक्षक और विद्यार्थी भी सोशल मीडिया का उपयोग पढ़ाई और शिक्षण से संबंधित जानकारी प्राप्त करने के लिए करते हैं।
8. **मनोरंजन** : लोग सोशल मीडिया पर मनोरंजन के लिए विडियो, चुटकुले और कहानियाँ साझा करते हैं। इस तरह सोशल मीडिया ने हमारे जीवन में एक महत्वपूर्ण बदलाव लाया है, और हिन्दी सोशल मीडिया का एक महत्वपूर्ण हिस्सा बन चुकी है। सोशल मीडिया के इस उदयान में हिन्दी की दशा और दिशा दोनों ही रूपों में विचार की जाती है। सोशल मीडिया के माध्यम से हिन्दी की दिशा में एक महत्वपूर्ण बदलाव यह है कि यह भाषा अब विशेष रूप से युवाओं के बीच में प्रसिद्ध हो रही है। युवा पीढ़ी अपने विचारों को सोशल मीडिया के माध्यम से हिन्दी में साझा कर रही है, जिससे इसका प्रचार और महत्व बढ़ रहा है।

विपणन की दिशा में, हिन्दी के विकास में सोशल मीडिया एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है। विभिन्न व्यापारी एवं व्यक्तिगत ब्रांड्स सोशल मीडिया का सहारा लेते हैं ताकि वे अपने उत्पादों और सेवाओं को हिन्दी भाषा में अधिक प्रभावी ढंग से प्रसारित कर सकें। यह सोशल मीडिया के माध्यम से हिन्दी के विकास को बढ़ावा देने में मदद कर रहा है। हालांकि सोशल मीडिया के इस सकारात्मक पहलू के साथ, उसकी नकारात्मक पहलू भी है। अक्सर सोशल मीडिया पर हिन्दी में बदलाव आता है, जैसे कि अशिक्षा, आपत्तिजनक वीडियो, और असभ्य भाषा का उपयोग। यह नकारात्मक पहलू भी हिन्दी सोशल मीडिया को एक चुनौती देता है।

सोशल मीडिया में हिन्दी की दशा और दिशा एक-दूसरे के साथ मिलकर चल रही हैं। हमें यह सुनिश्चित करना होगा कि हम सोशल मीडिया के सही उपयोग करना चाहिए और हिन्दी भाषा को समृद्धि देने के लिए इसका सहारा लें, साथ ही नकारात्मक पहलू को नियंत्रित करना चाहिए। सोशल मीडिया का उपयोग हिन्दी की सांस्कृतिक विरासत को भी प्रमोट करने के लिए किया जा सकता है। हिन्दी के शास्त्रीय और साहित्यिक धरोहर के महत्व को सोशल मीडिया के माध्यम से प्रसारित किया जा सकता है, जिससे नवयुवकों को अपने संस्कृति और भाषा के प्रति गर्व महसूस हो सकता है।

निष्कर्ष :-

सोशल मीडिया, आज के समय की एक महत्वपूर्ण और अविभाजनीय विषय बन गया है। हिन्दी, जो हमारी राष्ट्रीय भाषा है, सोशल मीडिया के माध्यम से अपना महत्वपूर्ण योगदान दे रही है। यह एक दिशा है जिससे

हमारी भाषा और सांस्कृतिक विरासत सभी के लिए पहुंचाई जा सकती है। हालांकि, सोशल मीडिया का दूसरा पहलू है उसकी दशा। अक्सर लोग सोशल मीडिया पर नकली खबरों और अफवाहों की शिकार होते हैं, जिससे सही जानकारी की कमी होती है। यह व्यवहारिकत हमारी समाज में द्वेष, आतंकवाद और असहमति का वातावरण बना सकती है। इसलिए, हमें सोशल मीडिया का सही और सकारात्मक उपयोग करना चाहिए। हमें इसे साक्षात्कार में लेना चाहिए, और सही और महत्वपूर्ण जानकारी को साझा करना चाहिए। इस रूप में, सोशल मीडिया हमें हिन्दी की दिशा में सहायता कर सकता है और हमें अपनी भाषा के प्रति सम्मान और प्रेम की भावना को बढ़ावा दे सकता है।

सोशल मीडिया में हिन्दी की दशा और दिशा का निरूपण करते समय, हम देखते हैं कि हिन्दी ने वास्तविकता में अपनी विशेष पहचान बना ली है और इसका उपयोग व्यक्तिगत संवाद से लेकर व्यापार और सामाजिक परिप्रेक्ष्य में भी हो रहा है। हिन्दी की बढ़ती उपस्थिति सोशल मीडिया पर एक सकारात्मक परिवर्तन का प्रतीक है और हमारे देश की भाषाई धरोहर को मजबूती से प्रतिष्ठित कर रही है। हमें यह समझना महत्वपूर्ण है कि हिन्दी का सोशल मीडिया पर प्रभाव केवल भाषा के स्तर पर ही नहीं है, बल्कि यह हमारे सोशल मीडिया अनुभव को भी परिवर्तित कर रहा है।

संदर्भ सूचि :-

1. मीडिया मंथन – डॉ. राजेन्द्र मिश्र 2. सूचाना प्रौद्योगिकी और इंटरनेट – डॉ. शंकर सिंह।

M. NITHYA KALA

ASSISTANT PROFESSOR, DEPARTMENT OF HINDI,

JAMAL MOHAMMED COLLEGE, TVS TOLLGATE, TRICHY 620 020.

MOBILE NO. 9790574454

Maid Id: mnithi1978@gmail.com



हिन्दी के प्रचार प्रसार में मीडिया का योगदान

डॉ. रीता सोनी

सहायक प्रोफेसर, हिन्दी, रेनेसाँ वाणिज्य एवं प्रबंधन महाविद्यालय, इंदौर, मध्य प्रदेश।

भूमिका :-

हिन्दी का फलक दिनों दिन विस्तृत होता जा रहा है। इस प्रचार-प्रसार में सरकार की भूमिका उतनी बड़ी नहीं है जितनी मीडिया की। इसका इसका अनुमान पश्चिम बंगाल की स्थिति से ही लगाया जा सकता है। यहाँ हिन्दी समाचार पत्रों की संख्या बढ़ती जा रही है। पहले जहाँ सन्मार्ग, विश्वमित्र जैसे गिनती के बड़े समाचार पत्र यहाँ थे अब वहीं जनसत्ता, प्रभात खबर, राजस्थान पत्रिका, दैनिक जागरण जैसे बड़े मीडिया घरानों के अखबार यहाँ से निकल रहे हैं और वागर्थ जैसी राष्ट्रीय स्तर की साहित्यिक पत्रिका इसी भारतीय भाषा परिषद से निकल रही है। वास्तव में यह सब निजी प्रयासों से संभव हुआ है सरकार से इन प्रयासों का कोई लेना देना नहीं। एक गैर हिन्दी भाषी प्रांत में हिन्दी को लेकर इतने गंभीर प्रयास इस बात का पुख्ता प्रमाण हैं कि हिन्दी के प्रचार प्रसार में मीडिया एक कारगर भूमिका का निर्वाह कर रहा है। आज हिन्दी फिल्मों, फिल्मी गीतों, गजलों, टीवी धारावाहिकों, समाचार चैनलों ने हिन्दी को जबरदस्त लोकप्रियता प्रदान की है। गैर हिन्दी भाषी व्यक्ति भी इन कार्यक्रमों को देखकर हिन्दी सीख रहा है और हिन्दी की ताकत को अनायास बढ़ा रहा है। आज जो हिन्दी लोकप्रिय हो रही है वह आम जनता की जुबान वाली हिन्दी है। वह हिन्दी नहीं जिसे सरकारी तंत्र बढ़ावा दे रहा है। हैरत तो तब होती है जब लोगों की जुबान पर चढ़ चुके अंग्रेजी के सामान्य से शब्द सरकारी प्रयासों से हिन्दी में ढलकर लोगों को सामने आ जाते हैं और स्वयं हिन्दीभाषियों के लिए उनका अर्थ समझ पाना मुश्किल होता है। मीडिया देशज शब्दों से परहेज नहीं करता जो लोगों की जुबान पर चढ़े होते हैं उनका वह धड़ल्ले से इस्तेमाल कर उसे हिन्दी का हिस्सा बना देता है दूसरी तरफ अंग्रेजी व अन्य भाषाओं के प्रयोगों से भी गुरेज नहीं रखता तो हिन्दी का न होते हुए भी हिन्दी जन के करीब हैं। लोगों की जुबान ही मीडिया की पाठशाला होती है वह उन्हीं से प्रेरित और मार्गदर्शित होता है और उसे उसी की जुबान में ज्ञान की विविध सरणियों की बातों को ढालता है। सही अर्थों में कहा जाये तो मीडिया ही वह टकसाल है जहाँ भाषा गढ़ती है और हिन्दी के जो भव्य और विस्तृत रूप निखर कर सामने आया है उसमें मीडिया की महती भूमिका है।

मीडिया ही वह तंत्र है जिसने दुनिया भर को बताया कि हिन्दी के पास बहुत बड़ा बाजार है। और बाजार केन्द्रित व्यवस्था ने हिन्दी की साख को स्वीकार किया है। कहना न होगा कि जैसे जैसे बाजार की भूमिका बढ़ती जायेगी हिन्दी का महत्त्व बढ़ता जायेगा।

प्रसंगवश यहाँ मीडिया की भाषा की अन्य अन्यत्र इस्तेमाल हो रही भाषा से तुलना गलत न होगी।

विश्वविद्यालयों में मृत भाषाएं पढ़ी-पढ़ाई जाती हैं, क्योंकि उनकी भाषा शास्त्रीय होती है। शास्त्र मृत भाषाओं की कब्रगाह होते हैं, उसके विपरीत मीडिया की भाषा सबसे टटकी, सबसे ताजा होती है। धड़कती हुई। साहित्य भी मृत भाषाओं को उठाता है किन्तु वह उन्हें पुनर्जीवन देता है, उनमें नयी प्राण प्रतिष्ठा करता है नये अर्थ देता है, नया यौवन। सरकारी प्रयास व राजभाषा समितियां जिस भाषा को गढ़ती हैं वे न तो कभी जीवित होती हैं और न उनमें कभी जान आ सकती है। वे भाषाओं के बिजूखा गढ़ते हैं।

प्रिंट मीडिया का हिंदी के प्रचार प्रसार में योगदान :-

आज के समय में भाषा के प्रचार-प्रसार के मामले में मीडिया ही पहला दावेदार है। पत्रकार कई बार जान हथेली पर लेकर घटनास्थल से सीधे रिपोर्टिंग करते हैं जहां उनके सामने एकदम नये हालात होते हैं। जिस पर वह तत्काल प्रतिक्रिया व्यक्त करता है। उस समय उसके पास कोई शास्त्र नहीं होता। शब्दों पर पुनर्विचार का समय नहीं होता। वह जिस भाषा का जिस स्थिति में प्रयोग करता है उस पर कई बार एयरकंडीशन कमरों में बैठकर आराम से काफी पीते हुए टीवी देखते हुए विद्वतजन भाषा की जुगाली करते हुए कहते हैं पत्रकार का लिंग सही नहीं है। वह अंग्रेजी शब्दों का अधिक इस्तेमाल कर रहा है। वाक्य विन्यास सही नहीं है। शब्दों का उच्चारण भी दोषपूर्ण है। कई बार वही स्थितियां प्रिंट मीडिया के लोगों के समक्ष उस समय होती हैं जब डेटलाइन की सीमा पार होती रहती है, प्लेट छूट रही होती है और कोई विस्फोट की खबर फ्लैश होती है।

आनन-फानन में भाषा का जो रूप जनता के सामने आता है उसके आधार पर मीडिया की भाषा का मूल्यांकन व्याकरण के नियमों के आधार पर नहीं किया जाना चाहिए। भाषा का सम्बंध स्थितियों से होता है और उसी में उसका सौन्दर्य भी होता है और भाषा की अर्थवत्ता भी।

मीडिया ही हिंदी भाषा के माध्यम से लोगों को प्रत्येक क्षेत्र खेल, संगीत, व्यापार, खबर, नाटक आदि की जानकारी प्रदान कर रही है। जिससे लोगों को घर बैठे-बैठे प्रत्येक क्षेत्र की जानकारी प्राप्त हो रही है। इस प्रकार मीडिया हिंदी के विकास में भारत की एक सशक्त शक्ति के रूप में उभर रहा है।

विगत कुछ दशकों से हिंदी भाषा के व्यापक प्रचार-प्रसार के माध्यम से भौगोलिक भाषाई तथा सांस्कृतिक सीमाएं तोड़ दी हैं। इसका एकमात्र कारण सोशल मीडिया पर हिंदी भाषागत विस्तारीकरण हैं। लोगों के संप्रेषण को सुविधाजनक बनाने हेतु नित नये एपस जारी किए जा रहें हैं जो कि हिंदी में ही उपलब्ध हैं। मोबाइल और कंप्यूटर में हिंदी टाइप करने हेतु यूनिकोड की सुविधा भी है, जिसके अंतर्गत अंग्रेजी में स्पेलिंग बनाकर टाइप करने से हिंदी टायपिंग आसानी से की जा सकती है। हिंदी टायपिंग की क्लिष्टता को यूनिकोड "मंगल फॉन्ट" ने अत्यंत आसान कर दिया है। साथ ही वाइस टायपिंग से आज मोबाइल पर व्हाट्सएप और टेक्स्ट मेसेज भेजना और भी आसान हो गया है। इस माध्यम से हिंदी टंकण ना जानने वाला भी बहुत कम समय में अपनी बात सामान्य बोलचाल वाली हिंदी भाषा में बोलकर आसानी से संवाद-संप्रेषण स्थापित कर सकता है।

हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। उन्होंने कहा कि मीडिया ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनियाभर में भारतीय फिल्मों टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है। शर्मा ने कहा कि हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती है। उन्होंने कहा कि मीडिया

ने हिंदी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। दुनियाभर में भारतीय फिल्मों टेलीविजन कार्यक्रम देखे जाते हैं। इससे भी दुनिया में हिंदी का प्रचार-प्रसार हुआ है। सोशल मीडिया, इंटरनेट मोबाइल के कारण युवा पीढ़ी इस भाषा का सबसे अधिक प्रयोग कर रही है। यह इस भाषा की ताकत को बताता है। भाषा लोगों को जोड़ने का काम करती है और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है। डॉ. शर्मा ने कहा कि हिंदी पत्रकारिता में भाषायी चुनौतियां सामने रही हैं।

“जिनका समय रहते निराकरण करना जरूरी है। उन्होंने सामाजिक मीडिया का उदाहरण देते हुए कहा कि वहां जिस तरीके के हिंदी शब्द प्रयोग होते हैं उससे कहीं कहीं भाषा प्रभावित होती है। अशोक मलिक ने कहा कि भारत में अखबारों का सबसे बड़ा बाजार है। हिंदी पत्रकारिता पर बाजार का प्रभाव स्पष्ट रूप से दिखाई देता है। लेखन के कार्यों का लोकतंत्रीकरण होना चाहिए। इस पर मौलिक चिंतन करने की आवश्यकता है।”¹ जब मीडिया के माध्यम से हिंदी के प्रचार-प्रसार की बात होती है तो “समाचार पत्र” भी जेहन में आता है ! बेशक रवि-रश्मियों के कोमल स्पर्श और चाय की चुस्कियों के साथ समाचार पत्र पढ़ना हम सभी का प्रिय शगल बरसों से रहा है और ताज्जुब की बात है कि आज के कम्प्यूटर युग में भी अंग्रेजी की तुलना में हिंदी समाचार पत्रों की संख्या कहीं अधिक है।

एक जमाना था जब वेबसाइट और ब्लॉग्स अंग्रेजी में ही उपलब्ध थे किंतु हिंदी भाषा की क्रांति धारा ही प्रवाहित हो चली है और हम देख सकते हैं कि हिंदी वेबसाइट का उपयोग करने वालों का आंकड़ा दिन-दिन बढ़ता चला जा रहा है, साथ ही लोग ब्लॉग्स भी हिंदी भाषा में लिखना और पढ़ना भी ज्यादा पसन्द कर रहे हैं क्योंकि हिंदी भाषा देशवासियों के दिल के करीब है।

निष्कर्ष :-

निष्कर्षतः वर्तमान में नशाखोरी की गिरफ्त से आज की युवा पीढ़ी को मुक्त करने के लिए समाचार पत्रों, टी वी और सिनेमा घरों में फिल्म प्रसारण में आते हिंदी विज्ञापनों का लाभ कई पाठकों और दर्शकों तक पहुंचने में सफल होता है। ठीक इसी तरह गांवों के कोने-कोने में बसें लोगों तक लाइलाज बीमारियों का कम समयवधि में इलाज कराने की सुविधा को सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा में प्रसारित किए जानें से कम पढ़े लिखे और दूर दराज में निवास करने वाले लोग भी लाभान्वित होते रहे हैं।

आज की पीढ़ी की शिक्षा संबंधी पठन सामग्री भी अंतरजाल पर सरल-सुलभ उपलब्ध है। गूगल पर विषय वस्तु पठनीय और यू ट्यूब पर छोटे छोटे वीडियो के माध्यम से हिंदी में बहुत ही सुन्दर तरीके से समझाया गया है।

सरकारी और व्यक्तिगत प्रयासों से आज यह बोलते हुये अत्यंत हर्षानुभूति होती है कि आज हमें हिंदी भाषा कहलाने में किसी प्रकार की हीन भावना का अनुभव नहीं होता क्योंकि अब मीडिया ने भारत की हिंदी भाषा का संपूर्ण धरा पर विस्तारीकरण कर भाषा को गौरव और सम्मान प्रदान किया है।

शोध-पत्र प्रकाशन के लिए निर्देश मंजूषा

गुगनराम सोसायटी (पंजीकृत) द्वारा शोधार्थियों व अध्येताओं के शोध/अनुसंधान की गतिविधियों को प्रोत्साहित करने हेतु बोहल शोध मंजूषा ISSN 2395-7115 नामक बहुभाषिक अंतर्राष्ट्रीय शोध पत्रिका का प्रकाशन किया जा रहा है। कला, संस्कृति, विज्ञान, वाणिज्य, मानविकी, प्रबंध, प्रौद्योगिकी, विधि, भूगोल, शिक्षा, पत्रकारिता पर केन्द्रीत इस शोध पत्रिका को विषय विशेषज्ञों तथा मनीषी विद्वानों की सक्रिय सहभागिता प्राप्त है। पत्रिका का वार्षिक शुल्क 1100 रु. है।

आप अपना शोध पत्र कम्प्यूटर से मुद्रित फोन्ट साईज 14, कृतिदेव-10, कृतिदेव-21 में व अंग्रेजी के Arial, Times New Roman में पेज मेकर या माइक्रोसोफ्ट वर्ल्ड में हमारी Email ID : grsbohal@gmail.com पर भेजें। शोध पत्र प्रेषित करने से पूर्व दिये गये सन्दर्भ, मात्रा आदि की पूर्णतया जाँच कर लें।

नोट :- उर्दू, पंजाबी आदि भाषा के शोध पत्र पेपर साईज 7x9.5 पर टाईप कराकर JPG या PDF फाईल हमारी ईमेल आई.डी. पर भेज सकते हैं।

हमारी पत्रिका में शोध पत्र लेखक के फोटो सहित प्रकाशित किये जाते हैं। इसलिए आप अपने शोध पत्र के साथ पासपोर्ट साईज फोटोग्राफ, सम्पर्क सूत्र : टेलीफोन, मोबाईल नं., ई-मेल तथा पिनकोड सहित पत्र व्यवहार का पूरा पता (हिन्दी व अंग्रेजी) कम्प्यूटर द्वारा टाईप करवाकर भेजें।

★ शोध पत्र 2000-2500 शब्दों (4-6 पेज) से अधिक नहीं होनी चाहिए, यदि शब्द सीमा अधिक होती है तो सम्पादक को अधिकार होगा यथा स्थान संक्षिप्तीकरण कर दें। अस्वीकृत शोध पत्र की वापसी संभव नहीं है।

★ पत्रिका में प्रकाशित श्रेष्ठ शोध पत्र को हमारी सोसायटी/पत्रिका की ओर से बहुउपयोगी श्रीमती गिना देवी शोधश्री सम्मान प्रदान किया जायेगा।

★ शोध पत्र में व्यक्त विचार लेखकों के स्वयं के विचार हैं। उनसे सम्पादक, प्रकाशक की सहमति आवश्यक नहीं है। शोध पत्र में प्रयुक्त किए गए तथ्यों के प्रति संबंधित लेखक उत्तरदायी होगा। पत्रिका में शोध आलेख प्रकाशन के लिए भेजने से पहले सम्पूर्ण जानकारी प्राप्त करना लेखक का दायित्व है। प्रत्येक विवाद का न्यायक्षेत्र भिवानी (हरियाणा) होगा।

★ सम्पादकीय पद अव्यावसायिक और अवैतनिक हैं। पत्रिका में केवल शोध पत्र ही प्रकाशनार्थ भेजें। शोध पत्र का प्रकाशन योजना एवं व्यवस्था के अनुसार यथा समय व प्रकाशित समस्त शोध पत्रों का सर्वाधिकार समिति/सम्पादक के पास सुरक्षित होगा।

नोट :

सहयोग/सदस्यता राशि 1100/- रु. का ड्राफ्ट/चैक/आई.पी.ओ. 'गुगनराम एजुकेशनल एण्ड सोशल वेलफेयर सोसायटी' के नाम भेजें तथा ऑनलाईन बैंक में सहयोग जमा राशि की रसीद की फोटोप्रति अपने आलेख के साथ हमें मेल कर सूचित करने का कष्ट करें ताकि समय पर रसीद भेजी जा सके। ऑनलाईन सहयोग राशि के साथ 50/- रु. अतिरिक्त अवश्य जमा करवायें। प्रकाशन सहयोग शुल्क वापिस देय नहीं।

बैंक का नाम	:	पंजाब नैशनल बैंक, हालु बाजार, भिवानी (हरियाणा)
खाता धारक का नाम	:	गुगनराम एजुकेशनल एण्ड सोशल वेलफेयर सोसायटी
बैंक खाता संख्या	:	1182000109078119
IFSC Code	:	PUNB0118200
MICR CODE	:	127024003



देवानां भद्रा सुमतिर्ऋजूयताम्॥ ऋ० १/८६/२

ISSN : 2395-7115



बोहल शोध मञ्जूषा Bohal Shodh Manjusha

AN INTERNATIONAL PEER REVIEWED & REFEREED
MULTIDISCIPLINARY & MULTIPLE LANGUAGES RESEARCH JOURNAL

Publisher : Gagan Ram Educational & Social Welfare Society (Regd.)

[भाग III-खण्ड 4]

भारत का राजपत्र : असाधारण

105

Table 2

Methodology for University and College Teachers for calculating Academic/Research Score

(Assessment must be based on evidence produced by the teacher such as: copy of publications, project sanction letter, utilization and completion certificates issued by the University and acknowledgements for patent filing and approval letters, students' Ph.D. award letter, etc.,)

S.N.	Academic/Research Activity	Faculty of Sciences /Engineering / Agriculture / Medical /Veterinary Sciences	Faculty of Languages / Humanities / Arts / Social Sciences / Library /Education / Physical Education / Commerce / Management & other related disciplines
1.	Research Papers in Peer-Reviewed or UGC listed Journals	08 per paper	10 per paper
2.	Publications (other than Research papers)		
	(a) Books authored which are published by ;		
	International publishers	12	12
	National Publishers	10	10
	Chapter in Edited Book	05	05
	Editor of Book by International Publisher	10	10
	Editor of Book by National Publisher	08	08
	(b) Translation works in Indian and Foreign Languages by qualified faculties		
	Chapter or Research paper	03	03
	Book	08	08
3.	Creation of ICT mediated Teaching Learning pedagogy and content and development of new and innovative courses and curricula		
	(a) Development of Innovative pedagogy	05	05
	(b) Design of new curricula and courses	02 per curricula/course	02 per curricula/course

202, Old Housing Board, Bhiwani, Haryana-127021

www.bohalsm.blogspot.com

grsbohals@gmail.com

8708822674

9466532152

PRINTED MATTER/PRINTING BOOK CLAUSE 121 (A) P & T GUIDE



डॉ. निशा मुरलीधरन

(एम.ए. (हिन्दी), एम.फिल (हिन्दी), पीएच डी (हिन्दी), सेट (तमिलनाडु), एम. एस.सी. (मनोविज्ञान)

सहायक प्राध्यापिका, एस. आर. एम. इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नोलॉजी, वडपलनी, चेन्नई।

शिक्षा के क्षेत्र में 21 सालों का अनुभव (स्कूल और कॉलेज)

प्रकाशन :

2 पुस्तकें, 40 से भी ज्यादा आलेख पुस्तकों एवं यू.जी.सी. केयर लिस्टेड पत्रिकाओं में।

संगोष्ठियों में भागीदारी :

राष्ट्रीय 40, अंतर्राष्ट्रीय 7, संकाय विकास कार्यक्रम 20

चेन्नई और चेन्नई से बाहर 15 से भी ज्यादा कॉलेजों में मुख्य अतिथि।

राष्ट्रीय साहित्य सेवा संस्थान, पुणे द्वारा "राष्ट्रीय साहित्य सेवा सम्मान" और "वरिष्ठ साहित्यकार" सम्मान से पुरस्कृत।

आर. एस. आर. ए. द्वारा 'बेस्ट वुमन रिसर्चर अवॉर्ड' से पुरस्कृत।

अनेक कविता लेखन, कहानी लेखन प्रतियोगिताओं में प्रथम सम्मान।

गीना देवी शोध संस्थान द्वारा 'गीना हिन्दी गौरव सम्मान-2023'

एस. आर. एम., काट्टान्कुलतूर, शोध विभाग द्वारा 28 फरवरी 2023 को आयोजित प्रपत्र वाचन में स्वर्ण पदक।



डॉ. रीता सोनी

जन्म-तिथि: 16-10-1989

जन्म स्थान : लखनऊ (उत्तर प्रदेश)

शिक्षा : एम.ए. हिन्दी साहित्य, पी एच डी, बी. एड, हिन्दी भाषा में प्रवीण।

सम्प्रति : असिस्टेंट प्रोफेसर हिन्दी रेनेसाँ वाणिज्य एवं प्रबंधन महाविद्यालय, इन्दौर (म. प्र.)

अन्य : सामाजिक कार्यकर्ता, कवयित्री, लेखिका।

प्रकाशित कृतियाँ :

1. पी एचडी शोध प्रबंध - प्रभा खेतान और चित्रा मुद्गल के उपन्यासों में नारी तुलनात्मक अध्ययन।
2. प्रभा खेतान के उपन्यासों में नारी मुक्ति के स्वर।
3. नारी चुनौतियाँ एवं सशक्तिकरण।
4. समस्याओं को हल करने के लिए रचनात्मकता में सुधार।
5. नारी जीवन में आने वाली शैक्षणिक समस्याएं।
6. महिला सशक्तिकरण - सामाजिक, आर्थिक, एवं राजनीतिक भूमिका 2021 में प्रकाशित।
7. अमृतलाल बेगड़ का साहित्यिक योगदान 2022 में प्रकाशित।
8. हिन्दी साहित्य के प्रचार-प्रसार में सोशल मीडिया का योगदान - सितम्बर 2023

साझा काव्य संग्रह, पिता काव्य संग्रह, माँ काव्य संग्रह, बेटा काव्य संग्रह, विश्व गुरु भारत काव्य संग्रह।

विशेष पुरस्कार एवं सम्मान :

1. बदलाव मंच राजस्थान द्वारा अन्तर्राष्ट्रीय नारी गौरव सम्मान - 2021
2. सर्वश्रेष्ठ शिक्षिका हेतु डॉ. सर्वपल्ली राधाकृष्ण सम्मान।
3. काव्य शिरोमणि सम्मान।
4. सृष्टि रक्षक सम्मान।

(अंतरराष्ट्रीय, राष्ट्रीय, राज्य स्तर पर)

पता : 95-ए, बालगढ़ रोड गौतम नगर,

जिला - देवास (म.प्र.) पिन - 455001

दूरभाष संख्या : 9713318973



डॉ. डी. जयभारती

(एम.ए. (हिन्दी), एम.फिल (हिन्दी), पीएच डी (हिन्दी), सेट (तमिलनाडु), एम. एस.सी. (मनोविज्ञान)

सहायक प्राध्यापिका, एस. आर. एम. इंस्टिट्यूट ऑफ साइंस एण्ड टेक्नोलॉजी, वडपलनी, चेन्नई।

शिक्षा के क्षेत्र में 21 सालों का अनुभव (स्कूल और कॉलेज)

प्रकाशन :

2 पुस्तकें, 40 से भी ज्यादा आलेख पुस्तकों एवं यू.जी.सी. केयर लिस्टेड पत्रिकाओं में।

संगोष्ठियों में भागीदारी :

राष्ट्रीय 40, अंतर्राष्ट्रीय 7, संकाय विकास कार्यक्रम 20

चेन्नई और चेन्नई से बाहर 15 से भी ज्यादा कॉलेजों में मुख्य अतिथि।

राष्ट्रीय साहित्य सेवा संस्थान, पुणे द्वारा "राष्ट्रीय साहित्य सेवा सम्मान" और "वरिष्ठ साहित्यकार" सम्मान से पुरस्कृत।

आर. एस. आर. ए. द्वारा 'बेस्ट वुमन रिसर्चर अवॉर्ड' से पुरस्कृत।

अनेक कविता लेखन, कहानी लेखन प्रतियोगिताओं में प्रथम सम्मान।

गीना देवी शोध संस्थान द्वारा 'गीना हिन्दी गौरव सम्मान-2023'

एस. आर. एम., काट्टान्कुलतूर, शोध विभाग द्वारा 28 फरवरी 2023 को आयोजित प्रपत्र वाचन में स्वर्ण पदक।

स्वामी, प्रकाशक, मुद्रक गुगनराम सोसायटी रजि. के लिए डॉ. नरेश सिहाग एडवोकेट ने मनभावन प्रिन्टर्स, भिवानी से छपवाकर गीना प्रकाशन, 202, पुराना हाऊसिंग बोर्ड भिवानी-127021 (हरि.) से वितरित की।

ISSN 2395:7115

