E-ISSN: 2706-8927
P-ISSN: 2706-8919
IJAAS 2019; 1(1): 43-45
Received: 21-05-2019
Accepted: 25-06-2019

नेहा कुमारी
शोधार्थी, हिन्दी–विभाग, ल.ना.मि. विश्वविद्यालय, दरभंगा, बिहार भारत।

Corresponding Author:
नेहा कुमारी
शोधार्थी, हिन्दी–विभाग, ल.ना.मि. विश्वविद्यालय, दरभंगा, बिहार भारत।

21वीं सदी के मीडिया में हिन्दी का बदलता स्वरूप

नेहा कुमारी

सारांश :
आज का युग मीडिया का युग है। वर्तमान समय में सूचना के साधनों में अत्यधिक वृद्धि हुई है। इसलिए आज के युग के लिए 'सूचना प्रौद्योगिकी' कहा जाता है। सूचना और विचारों को पाठकों तक पहुँचाना यह मीडिया का उद्देश्य होता है। इसी उद्देश्य की पूर्ति हेतु मीडिया विभिन्न भाषाओं को अपनाता है। हिन्दी भाषा का प्रभाव भी इस क्षेत्र पर अधिक मात्रा में दिखाई देता है, क्योंकि हिन्दी आज केवल साहित्य तक सीमित न रहकर प्रशासन, पत्रकारिता, बैंक, विज्ञान, मीडिया आदि अनेक क्षेत्रों में प्रयुक्त हो रही है। हिन्दी जनता एक विशाल उपभोक्ता बाजार है, जिसके लिए हर मीडिया दौड़ रहा है, क्योंकि हिन्दी अब केवल भारत की ही नहीं, बल्कि विश्व की भाषा बन चुकी है।

मूलशब्दः 21वीं सदी, मीडिया, बदलता स्वरूप

प्रस्तावना
''हिन्दी साँस में, पानी में, पहाड़ में, खेत में, शहर में, देहात में है। इसलिए जाहिर है कि हिन्दी की धमक मीडिया में भी है। वर्तमान समय में मीडिया और हिन्दी भाषा का घनिष्ठ संबंध स्थापित हुआ है, जहाँ मीडिया की भाषा हिन्दी बनी है, वहीं हिन्दी की लोकप्रियता भी मीडिया से बढ़ी है। मीडिया ने हिन्दी को विश्वस्तर पर विशिष्ट पहचान दिलाई है।''[1]
आज 21वीं सदी का युग पूर्णतः मीडिया का युग है। ''इसलिए मीडिया प्रजातंत्र का चौथा आधार स्तंभ बना हुआ है। इस आधार स्तंभ ने सांस्कृतिक, सामाजिक, आर्थिक, धार्मिक आदि गतिविधियों को गतिशील बनाने में अथवा सामाजिक परिवर्तन लाने का कार्य प्राचीन काल से किया है। यही मीडिया आज विभिन्न क्षेत्रों में भी अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रही है।''[2] मीडिया को हम दो भागों में विभाजित करते हैं। प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया। प्रिंट मीडिया के अंतर्गत समाचारपत्र, पत्र–पत्रिकाएँ, पोस्टर आदि आते हैं। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के अंतर्गत रेडियो, दूरदर्शन, संगणक (कम्प्यूटर), इंटरनेट आदि आते हैं।
हम देख रहे हैं कि आज के इस 21वीं सदी के दौर में विज्ञान प्रतिदिन विकास पा रहा है। विज्ञान के साथ–साथ मीडिया के क्षेत्र में क्रांति आ रही है। मीडिया में मनुष्य की उपलब्धियाँ सामाजिक, राजनीतिक, बौद्धिक, वैज्ञानिक, शैक्षिक तथा आध्यात्मिक क्षेत्र में देखा जा सकता है, जिसमें भाषा का अमूल्य योगदान है। आमतौर पर अंग्रेजी भाषा को ही मीडिया की भाषा मान लिया जाता है, किन्तु वस्तुस्थिति ऐसी नहीं है, क्योंकि भारत में अंग्रेजी भाषा के ज्ञान के अभाव में ज्ञान–विज्ञान की यह जानकारी जनसामान्य के लिए सहज सुलभ नहीं है। इसलिए मीडिया ने अपने लिए हिन्दी भाषा को चुना जो देश–विदेश के लोगों के पास आसानी से पहुँच सके। हिन्दी भाषा और मीडिया को हम इन निम्न बिन्दुओं के तहत अधिक स्पष्ट कर सकते हैं :–

पत्र–पत्रिकाएँ और हिन्दी :
''साहित्य स्वान्तः सुखाय भले ही हो, लेकिन पत्रकारिता 'स्वान्त सुखाय' नहीं है। वह मुख्यतः जनहिताय होती है। स्वतंत्रता से पूर्ण सम्पूर्ण राष्ट्र को एकजूट करने में हिन्दी पत्र–पत्रिकाओं की विशिष्ट भूमिका रही है। प्रजातंत्र पद्धति की सुव्यवस्था के लिए पत्र–पत्रिकाएँ आधारस्तंभ मानी जाती थी। आज स्वतंत्रता प्राप्ति के पश्चात् सामाजिक चेतना जगाने में समाचार–पत्रों की विशेष भूमिका है। भारत में सन् 1557ई. में मुद्रण प्रणाली की शुरूआत हुई थी। उसमें सन् 1774ई. में 'बंगाल गजट' की शुरूआत हुई थी। इसका श्रेय जेम्स आगस्ट हिक्की को दिया जाता है। हिन्दी का प्रथम पत्र 'उदन्त–मार्तण्ड' 30 मई 1826ई. में प्रकाशित हुआ।''[3]
आधुनिक काल आते–आते हिन्दी पत्रकारिता ने अपना प्रचार–प्रसार काफी हद तक बढ़ा लिया, जिसका पूरा श्रेय भारतेंदु को जाता है। आधुनिक काल में बंगदूत, भारतमित्र, बनारस अखबार, कविवचनसुधा, सरस्वती, हंस, प्रतीक, कल्पना, ब्राह्मण, प्रताप, मर्यादा आदि या उससे भी अधिक पत्रिकाऐं प्रकाशित हो चुकी हैं। हिन्दी पत्रकारिता में प्रारंभ से आज तक विभिन्न प्रकार के बदलाव

आये हैं, जिसमें पत्रकारों ने देश को अंग्रेजों के चंगुल से मुक्त करना, राष्ट्रीय अस्मिता का बोध करना, घर–घर में राष्ट्रभक्ति की लहर जगाना, राष्ट्रभाषा को प्रांजल रूप देने के महन्त कार्य में योगदान देना आदि। राष्ट्र सेवा के उद्देश्यों को अपने सम्मुख रखा था। इन उद्देश्यों की पूर्ति करने के लिए पत्रकारों ने अपने–अपने पत्र–पत्रिकाओं के लिए हिन्दी भाषा का सहारा अधिक मात्रा में लिया।

समाचार पत्र और हिन्दी :

समाचार पत्र समाज का दर्पण होता है, जिसके द्वारा विश्व, राष्ट्र, समाज एवं समाज के वर्ग एक दूसरे को पहचान पाने में सफल हो रहे हैं। समाचार–पत्र समाज का सेवक है जो लोकचेतना को जाग्रत करता हुआ अपना दायित्व निभाता है। ''समाचार–पत्र मानव के लिए रोजमर्रा जीवन का एक अपरिहार्य अंग बन गया हैं समाचार–पत्र जनमत तैयार की करने की दिशा में महत्त्वपूर्ण भूमिका निर्वाह करता है। समाचार में सबसे अधिक लोकहित की भावना होती है। भारत में हिन्दी भाषा में निकलने वाले समाचार पत्र– नवभारत टाईम्स, इंडियन एक्सप्रेस, द हिन्दु दर्पण, दैनिक जागरण, दैनिक भास्कर जैसे समाचार पत्रों में अपने सकारात्मक बल पर मीडिया और समाज की अस्मिता और विश्वास को बनाए रखा है।''[4]

विज्ञान और हिन्दी :

विज्ञान आज के समय की आवश्यकता है। विज्ञान शब्द 'वि' उपसर्ग है, जो 'हो' धातु में णिच् और ल्युट प्रत्यय के संश्लिष्ट से निर्मित है, जिसका सामान्यार्थ विशेष ज्ञापन सूचना, वर्णन, संवाद, प्रार्थना है। 'कुमार संभव' में इस शब्द का प्रयोग विनय का प्रार्थना के अर्थ में हुआ है–

''काल प्रयुक्त खलु, कार्याविदभिः विज्ञापना भतृषु सिद्धयन्ता'' विज्ञापन अंग्रेजी के 'एडवरटाइजमेंट' शब्द का अनुवाद है, जिसका अर्थ है– किसी वस्तु के बारे में विशेष रूप से जानकारी देना। ''विज्ञान उत्पाद और उपभोक्ता के मध्य का सेतु है। 90 के दशकों में विज्ञान की दुनिया में क्रांति का सूत्रपात हुआ। आर्थिक उदारीकरण के पश्चात् विज्ञापन भारत की बोलचाल की भाषा अर्थात् हिन्दी और भारतीय भाषाओं में प्रयुक्त होने लगी। हिन्दी विज्ञापनों में कहीं–कहीं विशेष वाक्य मिल जाते हैं। जैसे– ''ठंडा मतलब कोकाकोला'', ''अंदर की बात'', ''ऊँची पसंद'' आदि।''[5] अतः हम कह सकते हैं मीडिया में हिन्दी के शब्दों की भूमिका महत्त्वपूर्ण हैं विज्ञापन मीडिया का अनिवार्य अंग है। सच तो यह है कि मीडिया के बहुत बड़े वर्ग की साँसें विज्ञापन के ऑक्सीजन से ही चलती है। इसलिए विज्ञापनों में प्रयोग की जाने वाली भाषा भी हिन्दी के स्वरूप पर असर डालती हैं विज्ञापनों में हिन्दी की बढ़ती स्वीकार्यता का आलम यह है कि विज्ञापनों में हिन्दी ने अपने पॉव दृढ़ता से जमा लिए हैं।

रेडियो और हिन्दी :

रेडियो जनसंचार का प्राचीन व सशक्त माध्यम है। संचार के रूप में रेडियो तकनीकि का जन्म 1896 में जी. मार्कोनी द्वारा वायरलेस टेलीग्राफी के आविष्कार के साथ हुआ। वर्ष 1922 में ब्रिटेन में ब्रिटिस ब्राडकास्टिंग कम्पनी की स्थापना के पश्चात् भारत में सबसे पहले रेडियो स्टेशन कलकता में 1923 में स्थापित हुआ। स्वतंत्रता प्राप्ति के बाद सरकारी रेडियो प्रसारण सेवा का नाम आकाशवाणी रखा गया। ''रेडियो सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, नैतिक, सांस्कृतिक, स्वास्थ्य, मनोरंजन, पर्यावरण चेतना उत्पन्न करने का सबसे सशक्त माध्यम है। रेडियो के द्वारा हिन्दी भाषा के माध्यम से कई कार्यक्रमों का प्रस्तुतीकरण किया जाता है। ज्ञान विज्ञान और मनोरंजन से युक्त 'सखी–सहेली' लोकप्रियता के शीर्ष पर है। लोकप्रियता के दौर में रेडियो जैसे श्रव्य माध्यम से हिन्दी भाषा का बहुत बड़ा काम हो रहा है। हिन्दी भाषा से रेडियो कार्यक्रमों में समृद्धि आयी है, वहीं रेडियो ने भी हिन्दी को जन–जन तक पहुँचाया है।''[6]

दूरदर्शन और हिन्दी :

संचार के माध्यमों में दूरदर्शन का सर्वप्रथम प्रयोग 1884ई. में हुआ था। भारत में 15 सितम्बर 1959ई. को दूरदर्शन का आरंभ हुआ। दूरदर्शन आज घर–घर तक पहुँच चुका है। दूरदर्शन तथा अन्य टी.वी. चैनलों द्वारा अनेकानेक कार्यक्रमों का प्रसारण हिन्दी भाषा के माध्यम से हो रहा हैं दूरदर्शन में प्रयुक्त हिन्दी प्रयोजमूलक होती है। 'डी.डी. न्यूज', 'इण्डिया टी.वी.', 'जी. न्यूज', 'आज तक', हिन्दी समाजचार प्रसारित करते हैं। दूरदर्शन पर दिखाये जाने वाले हिन्दी फिल्म एवं हिन्दी गीतों का प्रसारण भी इन चैनलों द्वारा होता है। हिन्दी फिल्मों और हिन्दी गीतों ने हिन्दी की लोकप्रियता बढ़ाने में अहम भूमिका अदा की है। इस प्रकार दूरदर्शन में हिन्दी भाषा ने सृजनशीलता को नयी ऊर्जा एवं नया स्रूप प्रदान किया है।

फिल्म और हिन्दी :

''हिन्दी और हिन्दी फिल्म एक दूसरे के पर्याय बन गये हैं। फिल्म के क्षेत्र में हिन्दी को फलने–फूलने का पर्याप्त अवसर मिलता है। आज भारत में लगभग प्रतिवर्ष 800 फिल्मों का निर्माण होता है। उसमें से लगभग 160 से 170 फिल्में हिन्दी में बनती हैं।''[7] हिन्दी के प्रचार–प्रसार में हिन्दी फिल्मों की एक महत्त्वपूर्ण भूमिका है।

इंटरनेट और हिन्दी :

''मीडिया के क्षेत्र में इंटरनेट एक बड़ी उपलब्धि हैं आज इंटरनेट पर हिन्दी में ई–मेल, चैटिंग, वेब आदि के कार्य हो रहे हैं। वपारियों, उद्योगपतियों, अर्थशास्त्रियों, अधिकारी वर्ग, बौद्धिक वर्ग, बैंक एवं बीमा कम्पनी मनोरंज आदि के लिए भी हिन्दी प्रमुख भूमिका निभा रही है। ई–कॉमर्स, ई–गवर्नेस, ई–एजुकेशन, ई–मेल के माध्यम से हिन्दी ने व्यापार क्षेत्र में बहुत बड़ा स्थान बना लिया है।''[8]

निष्कर्ष :

हिन्दी बहुत ही मजबूत भाषा है, मजबूर नहीं। कल्पना करके अगर देखा जाए कि केवल अंग्रेजी पत्र–पत्रिकाऐं, रेडियो, टी.वी. के कार्यक्रम और उनके तमाम विज्ञापन अंग्रेजी में आने लगे तो क्या होगा उनका? कौन पढ़ेगा–देखेगा उन्हें? शायद कोई नहीं। इसलिए आवश्यक है कि मीडिया के अंर्गत समाचार, पत्र–पत्रिकाएँ, विज्ञापन, रेडियो, दूरदर्शन, फिल्म, संगणक आदि साधन जो है वह हिन्दी भाषा के प्रचार–प्रसार में अपनी–अपनी महत्त्वपूर्ण भूमिका निभा रहे हैं। इन माध्यमों ने अपने प्रचार–प्रसार के लिए हिन्दी भाषा को चुना है, क्योंकि हिन्दी ने जनभाषा, संपर्कभाषा, राजभाषा, राष्ट्रभाषा, विज्ञापन भाषा, स्वभाषा, विश्वभाषा, मीडिया भाषा जैसे अनेकानेक रूपों को अपने भीतर संजोया है। उसी के साथ हिन्दी अपने ज्ञान एवं विशेषज्ञता से हमें एक विशाल जगत् से हमारा परिचय करवाती है।

संदर्भ–ग्रंथ सूची :

1. मीडिया और हिन्दी बदलती प्रवृत्तियाँ, सं० रविन्द्र जाधव, केशव मोरे, वाणी प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली, पृष्ठ 174, 2016
2. साहित्य यात्रा, सं०– प्रो० कलानाथ मिश्र, अभ्युदय, पटना, पृष्ठ 79, 2018
3. हिन्दी भाषा लिपि व साहित्य, सं०– बलभीमराज गोरे, विकास प्रकाशन, कानपुर, पृष्ठ 63–64, 1999

4. जनसंचार, जनसंपर्क एवं विज्ञापन, सं०– डॉ० सुजाता वर्मा, जी०पी० वर्मा, ज्ञानोदय प्रकाशन, कानपुर, पृष्ठ 50–51, 2007
5. विज्ञापन डॉट कॉम, सं०– डॉ० रेखा सेठी, वाणी प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली, पृष्ठ 33, 2016
6. मीडिया और हिन्दी बदलती प्रवृत्तियाँ, सं० रविन्द्र जाधव, केशव मोरे, वाणी प्रकाशन, दरियागंज, नई दिल्ली, पृष्ठ 176, 2016
7. केरल ज्योति, द्वैमासिक, फरवरी 2019, पृष्ठ 9
8. जनसंचार माध्यमों में हिन्दी, सं० चन्दू कुमार, क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी, नई दिल्ली, पृष्ठ 54, 2016