

## मीडिया और हिंदी

डॉ. बेबी श्रीमंत खिलारे

दादा पाटील महाविद्यालय,

कर्जत, जि.अहमदनगर

मानव जीवन के विकास के साथ संचार माध्यमों ने भी अपना विकास जारी रखा। इक्कीसवीं सदी ने इन्हे इस विकास को चरम-सीमा पर पहुँचाया। भूमंडीकरण में बदलती जा रही दुनिया ने अब संचार साधनों के विविध आयाम को जन्म दिया। मीडिया बाजार की आवश्यकता है और हिंदी मीडिया की। वेबसाइटों का हिंदीकरण होते जाना इलेक्ट्रॉनिक मीडिया पर हिंदी के नये जलवे को दर्शाता है।

मानव की बुद्धि तथा चेतना अन्य प्राणी जगत से अलग दर्शाती है। मनुष्य की इन विशेषताओं ने उसे धार्मिक सांस्कृतिक राजनीतिक सामाजिक आर्थिक आदि अनेक कार्य क्षेत्रों में विकसित किया। उसके विकास की यही प्रक्रिया का धीरे-धीरे विस्तार होता गया। इस विस्तार में मीडिया माध्यमों की अहम भूमिका रही है। मीडिया माध्यमों में समाचार पत्र पत्रिकाएँ रेडियो, टी.वी.आदि प्रमुख माध्यम सम्मिलित है। मीडिया माध्यमों के मुख्यतः दो भेद करने होंगे मुद्रित माध्यम जिसमें दैनिक समाचार पत्र और सभी नियतकालिक साप्ताहिक पाक्षिक मासिक द्वैमासिक त्रैमासिक आदि आते है। इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यम इसमें रेडियो फिल्म दूरदर्शन फोन संगणक इंटरनेट ई कॉमर्स आदि आते है। भारत में 1780 से समाचार पत्रों का प्रवेश हुआ और 1826 ई में हिंदी का पहला समाचार पत्र निकला आज न केवल हिंदी प्रदेशों में तो अहिंदी प्रदेशों में भी दैनिक साप्ताहिक पाक्षिक मासिक त्रैमासिक पत्रिकाएं बड़ी संख्या में निकल रही हैं। मीडिया माध्यमों की संख्या में उत्तरोत्तर वृद्धि हो रही है। आज इनकी संख्या अतीत की तुलना में ज्यादा है और आनेवाले काल में इनमें वृद्धि हो रही है। यहाँ वर्तमान काल में प्राप्त उन मीडिया माध्यमों पर प्रकाश डालना आवश्यक है जो हिंदी के प्रचार प्रसार में योगदान दे रही हैं।

## समाचार पत्र और हिंदी

सभी विषयों को लेकर समान रूप से पहुँचने संचार करनेवाला पत्र 'समाचार पत्र' कहालाता है। समाचार पत्र की हिंदी के अनेक रूप प्राप्त होते हैं। जैसे साहित्यिक आंचलिक बोलचाल की परिनिष्ठित प्रादेशिक और विदेशी भाषाओं से प्रभावित आज कल अखबार उदयोग बन गया है समाचार पत्रों में बिगड़ी हुई हिंदी के दर्शन होते हैं। मगर सवाल भाषा के बिगडने का नहीं सवाल है उसके प्रयोग अप्रयोग का। डॉ. अर्जुन चव्हाण कहते हैं "नवभारत टाइम्स में यज्ञ शर्मा की ओर से किया गया। बम्बया हिंदी का अच्छा खासा प्रयोग खाली पीली स्तंभ की जान है। असल में बिगड़ी हुई हिंदी को पढकर नाक भों सिकोडनेवालों को भी इसका एहसास होगा की अपनी बात को सटीक और सही रूप में संप्रेषित करने में इस स्तंभ कि भाषा सबसे जानदार खुरदरी और गुदगुदी करनेवाली है।" समाचार पत्रों में बढ़ती मात्रा में हिंदी का प्रयोग होता है तो यह उसकी सार्थकता कि निशानी है और जीवंतता कि भी।

## रेडियो और हिंदी

भारत में देहाती आदमी किसान से लेकर महानगरों में बसे उद्योगपति, उच्चवेतनभोगी और मजदूर के रूप में कार्यरत सामान्य व्यक्ति तक रेडियो पर फिदा है। इलेक्ट्रॉनिक माध्यम के उपकरणों में मुद्रित माध्यम से कहीं अधिक तीव्रता से एवं दूरदराज तक संदेश पहुँचाने की शक्ति है। बहुआयामी उपयोगिता को लेकर आया यह संचार माध्यम लोक जीवन का अभिन्न अंग बना है। आज भी लोग बिनाका गीतमाला को भूले नहीं है। अमीन सयानी के हिंदी निवेदन ने श्रोतागण के कानों को मुग्ध किया है। सरल सहज प्रवाहमयी हिंदी को सुनने जानने के लिए अपने कानों में तन मन जन को बिठाकर रेडियो सुनने के लिए लोग बैठते थे। रेडियो की उपयोगिता एवं लोकप्रियता दैनिक समाचार बाजार समाचार नाटक लघुनाटक साक्षत्कार संगीत क्रीडा विषयक विभिन्न कार्यक्रमों के कारण बढ़ती गई। लेकिन इसकी लोकप्रियता का एक और कारण है इसकी भाषा कहना जरूरी नहीं कि राष्ट्रीय स्तरं इसका श्रेय हिंदी को जाता है। रेडियो प्रादेशिक भाषाओ के साथ-साथ हिंदी को भी अपनाता रहा इसने देश में हिंदी के श्रोता बनाए। डॉ. अर्जुन चव्हाण का कहना है कि "रेडियो के जरिए हिंदी ने भौगोलिक

सीमाओं को भी पार किया इसके माध्यम से हिंदी विदेश में भी पहुँच गई बी.बी.सी. लंदन तक हिंदी ने रेडियो के जरिए अपनी जड़ें और शाखाएँ फैला दी।<sup>2</sup> रेडियों ने न केवल हिंदी के वर्तमान को सुगठित बनाया बल्कि उसका भविष्य उज्वल बनाने में भी योगदान किया है।

## दूरदर्शन और हिंदी

हिंदी को कोने-कोने में रहनेवाले जन-जन तक पहुँचाने में अन्य साधनों की अपेक्षा दूरदर्शन इन दिनों सबसे प्रभावी साधन बन गया है। यह संचार साधन जन-जन की आवश्यकता बना है घर-घर में सबके आकर्षण का साधन बन गया है। मध्यवर्गीय समाज की सीमा का उल्लंघन करते हुए इसने निम्नवर्गीय समाज में अपनी जड़ें फैलाई हैं। शहरो, नगरो, महानगरों की बस्तियों और झोपडपट्टियों में ही नहीं तो दूर-दराज के गांवों बस्तियों में भी दूरदर्शन पहुँच गया है।

इसे संस्कृति को बिगाडने के लिए भी जिम्मेदार ठहराया जाने लगा है, वहाँ उसे हिंदी को बिगाडनेवाला कहे तो आश्चर्य नहीं होना चाहिए। मगर दूरदर्शन ने उसे घर-घर तक भी पहुँचाया है। अब चाहे इससे भाषिक दोष भी दिखाई देता हो, उसे सुधारने का दायित्व भी हमें निभाना चाहिए। आवश्यकता है कि सक्रिय होकर उसे सुधारने हेतु कदम उठाने की।

हिंदी का सर्वाधिक प्रयोग अब दूरदर्शन के विज्ञापनों में नजर आता है। हिंदी नहीं तो विज्ञापन नहीं ऐसा लगता है। लाखो करोडो के हृदय मन और मस्तिक पर छवी होनेवाले कुछ विज्ञापन है 'दुध सी सफेदी निरमा से आयी' 'ठंडा मतलब कोका कोला' और न जाने कितने ऐसे वाक्य होंगे जो विज्ञापन की वजह से लोगों के दिलो दिमाग में गुंजते हैं। घर में बैठी स्त्रिया नया बच्चा तक धारावाहिक अथवा हिंदी के प्रायोजित कार्यक्रमों को ही देखना पसंद करते है। डॉ. मृदुला वर्मा का कहना है कि "हिंदी भाषा का संप्रेषण ए० आम दर्शक श्रोता तक पहुँचाने का काम आज इतनी तीव्र गती से हो रहा है जिसका कोई अन्य उदाहरण टेलिविजन के बिना नहीं है।"<sup>3</sup>

## फिल्म और हिंदी

आज के युग में फिल्म एक ऐसा मोहक माध्यम है जिसके जरिए मानवीय भावनाओ तथा संवेदनाओ को विश्व के एक कोने से दूसरे कोने तक पहुँचाया जा सकता है। फिल्म

अपने सुनहरे जादू से दर्शक को ऐसा मोह लेता है कि वह उसका आशिक बने बिना नहीं रहता। हिंदी फिल्म समझने के लिए हिंदीतर भाषी लोग भी हिंदी सीखने के लिए लालाएत होते हैं। बड़े-बड़े रचनाकारों के द्वारा जितना हिंदी का प्रचार प्रसार नहीं हुआ उतना फिल्म के अभिनेता, अभिनेत्रियों, गायक, गायिकाओं तथा फिल्म के संवादों द्वारा हुआ है। अनेक फिल्मों के प्रभावी संवाद लोगों के कानों में गुँजने रहे हैं। शोले फिल्म ने इतनी प्रसिद्धि पायी है कि शहर नहीं तो गाँवों के गली गली तक बड़ों से लेकर छोटे-छोटे बच्चों तक के जबान पर इसके संवाद रहे हैं। हिंदी प्रचार-प्रसार का माहौल बनाने में हिंदी गीत महत्वपूर्ण साबित हुए हैं। रही बात फिल्म के कारण हिंदी के बिगड़ जाने की वस्तुतः वर्तमान काल में ऐसा कोई संचार साधन नहीं मिलता, जिसमें विशुद्ध भाषा का ही प्रयोग मिलता है।

बड़े मन से स्वीकारना होगा कि हिंदी को जन-जन तक पहुँचाने में फिल्मों का योगदान अवश्य रहा है। बच्चनजी जैसे अभिनेता के संवाद लोगों में हिंदी के प्रति आकर्षण पैदा करते हैं तो लताजी के गाये गीत हिंदी के प्रति अनुराग।

कहना सही होगा कि हिंदी को जनता की जबान पर स्थापित करने में तथा उसे सर-आँखों पर सजाने में फिल्म का बड़ा योगदान है।

## सूचना एवं प्रौद्योगिकी और हिंदी

बीना आय टी (Information Technology) के ज्ञान के आज हर कोई पिछड़ा हुआ है। सूचना मनोरंजन और संचार से जुड़े सभी क्षेत्रों में हिंदी दिनो-दिन फैलती मजबूत होती जा रही है। आज आय आय टी में हिंदी का आरंभ होना सुखद भविष्य का संकेत है। डॉ. शैलेजा पाटील का कहना है "प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में नयी बीमा कंपनियाँ, बैंक वित्तनियम, उद्योग कंपनियाँ उपभोक्ता के लिए नये-नये पॅकेजस हेतु आकर्षक करने के लिए हिंदी का प्रयोग करती हैं। हिंदी सॉफ्टवेअर्स निर्माण हो रहे हैं। जो ग्राहकों को सेवा देने के लिए तत्पर हैं मानवी सभ्यता विकास के लिए प्रौद्योगिकी एक उपलब्धि है। जिससे मानव साहित्य और भाषा विकास शीघ्र हो रहा है।" आय . टी (सूचना प्रौद्योगिकी) के जो मुख्य अंग हैं, जैसे संगणक, इंटरनेट, ई-मेल, वॉइस मेल और फैक्स आदि उनमें अंग्रेजी के साथ स्पर्धा करने में हिंदी को पीछे नहीं हटना चाहिए। अब हिंदी में सॉफ्टवेअर के साथ इंटरनेट पोर्टल भी बन रहे हैं और वेबसाइट का निर्माण किया जा रहा है। हिंदी की

देवनागरी लिपि की वैज्ञानिकता को देखते हुए इसके विकास विस्तार के लिए प्रौद्योगिकी का योगदान मिला है। इसी प्रकार विकास की दृष्टि से देखा जाए तो दोनों एक दूसरे के लिए योगदान साबित हो रहे हैं।

10

## निष्कर्ष

हम कह सकते हैं कि मीडिया और हिंदी दोनों एक दूसरे के लिए योगदान साबित हो रहे हैं। संचार क्रांति की इस दौड़ में भारत पीछे नहीं है और भारत पीछे न रहने के कारण हिंदी का व्यापक विस्तार हुआ है। आज पूरे विश्व में सबसे जादा बोली जानेवाली भाषा हिंदी है, जो मानवी प्रयोजनों के लिए प्रयुक्त है उसकी प्रयुक्ति विविध क्षेत्रों में है। रेडियो, दूरदर्शन, समाचार पत्र, फिल्म, सुचना एवं प्रौद्योगिकी आदि क्षेत्र में हिंदी का प्रयोग अधिक बढ़ रहा है। मीडिया के कारण हिंदी आज नये-नये रूप में विकसित होते हुए दिखाई दे रही है। रेडियो, दूरदर्शन तथा फिल्मों ने तो हिंदी को पूरी दुनिया में जनप्रिय बनाया है। आज हिंदी केवल साहित्यिक भाषा नहीं है। वह तकनीक, विज्ञान, प्रविधि, प्रौद्योगिकी की भाषा है। प्रिंट मीडिया, इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और विज्ञापन के लिए हिंदी भाषा उपयुक्त है। अब कहनेवाले कहते हैं कि मीडिया के कारण हिंदी बिगड़ गई है मगर ये भी उतना ही सच है कि मीडिया ने हिंदी को घर-घर तक पहुँचाया है। सुबह जागने से लेकर रात सोने तक इंसान रेडियो, दूरदर्शन जैसे मीडिया के इर्द गिर्द रहकर हिंदी सुनता है। इसका असर ये होता है कि वह टूटी-फुटी हिंदी क्यों न हो मगर बोलने की कोशिश जरूर करता है। जाहिर सी बात है कि मीडिया के कारण हिंदी का प्रचार-प्रसार हो रहा है। कहना गलत न होगा कि मीडिया बाजार की आवश्यकता है और हिंदी मीडिया की।

## संदर्भ

1. डॉ. अर्जुन चव्हाण : मीडिया कालीन हिंदी स्वरूप एवं संरचना, पृष्ठ 47, प्रथम संस्करण 2005 राधाकृष्ण प्रकाशन दिल्ली ।
2. वही, पृष्ठ 47
3. डॉ. मधु खराटे, डॉ. हणमंतराव पाटील, प्रा. राजेंद्र सोनवणे : मीडिया और हिंदी, पृष्ठ 16 प्रथम संस्करण 2008 विद्या प्रकाशन, कानपुर ।
4. डॉ. शैलजा पाटील : वैश्विकता के संदर्भ में हिंदी, पृष्ठ 23 शुभम पब्लिकेशन कानपुर ।