

मीडिया और हिंदी प्रकाश आठवले

कर्मवीर भाऊराव पाटील कॉलेज, उरुण-इस्लामपुर.

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.17263612>

ABSTRACT:

किसी भी राष्ट्र की पहचान उसकी भाषा से होती है, और भारत में हिंदी राजभाषा के साथ-साथ सर्वाधिक बोली व समझी जाने वाली भाषा है। वर्तमान इलेक्ट्रॉनिक युग में सोशल मीडिया (फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सअप, यूट्यूब, ब्लॉग आदि) ने हिंदी भाषा को जनसंवाद और अभिव्यक्ति का एक सशक्त, तीव्रगामी माध्यम प्रदान किया है, जिससे हिंदी का प्रचार-प्रसार वैश्विक स्तर पर बढ़ रहा है। आज युवा वर्ग भी मातृभाषा हिंदी में अपनी बात रख रहा है।

विज्ञापनों, फिल्मों, और शैक्षिक उद्देश्यों में हिंदी का व्यापक प्रयोग यह दर्शाता है कि यह भाषा बाज़ार और ज्ञान दोनों का केंद्र बन रही है। विभिन्न वेबसाइटों, ब्लॉगिंग (चिट्ठाकारी), और यूट्यूब जैसे माध्यमों से हिंदी साहित्य, ज्ञान, और मनोरंजन घर-घर तक पहुँच रहा है। सोशल मीडिया हिंदी को केवल राजभाषा नहीं, बल्कि विश्व भाषा बनाने की दिशा में एक महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहा है, जिससे इसकी लोकप्रियता और लेखन कौशल में वृद्धि हो रही है।

KEYWORDS:

हिंदी भाषा, सोशल मीडिया, इंटरनेट, ब्लॉगिंग, विश्व भाषा।

किसी भी देश की पहचान वहाँ बोली जानेवाली भाषा से होती है। भारतवर्ष की राजभाषा के साथ-साथ देश में सर्वाधिक बोली व समझी जानेवाली भाषा के रूप में हिंदी भाषा का महत्वपूर्ण स्थान रहा है। भारत के प्रत्येक राज्य में हिंदी भाषा बोली व जानी जाती है। भाषा, भावों की अभिव्यक्ति के साथ-साथ महत्वपूर्ण सूचना व ज्ञान को जन-जन तक पहुँचाने का सशक्त माध्यम रही है। भाषा को जनसंवाद के रूप में जोड़ने का काम आज के इस इलेक्ट्रॉनिक युग में इंटरनेट के माध्यम से तीव्रगामी से हो रहा है। सोशल मीडिया- फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग,

इंस्टाग्राम, टेलीग्राम, व्हाट्सअप आदि के द्वारा आज ग्लोबल लैंग्वेज को पीछे छोड़ते हुए हिंदी भाषा ने अपने पैर पसार लिए हैं। आज सोशल मीडिया में न केवल साहित्यकार व वृद्धजन, बल्कि युवा वर्ग भी अपनी बात मातृभाषा में रखने से परहेज नहीं करते हैं।

सोशल मीडिया जहाँ वर्तमान में संचार व अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम की भूमिका निभा रही है, वहीं जनमानस की भाषा माने जाने वाली हिंदी भी सोशल मीडिया में अपनी मजबूत पकड़ बनाए हुए है। यहाँ तक कुछ समय पश्चात हिंदी भाषा का वर्चस्व इतना ही होगा कि ईमेल आईडी भी हिंदी में बनाई जाने लगेगी। आज सोशल मीडिया के सभी माध्यमों में हिंदी लिखने वालों की संख्या बहुत अधिक बढ़ रही है।

“यूनेस्को की रिपोर्ट बताती है कि दुनिया में लगभग 7,000 भाषाएँ बोली जाती हैं। अकेले भारत में 19,500 से अधिक उप भाषाएँ या बोलियाँ हैं, जो मातृभाषा के रूप में बोली जाती हैं। (जनगणना 2011) वैश्विक स्तर पर देखें तो 7,000 विश्व भाषाओं में से 90 प्रतिशत का उपयोग 1 लाख से कम लोगों द्वारा किया जाता है। एशिया में दुनिया की 2,200 भाषाएँ हैं, जबकि यूरोप में 260 हैं। एथनोलॉग के अनुसार, दुनिया की आधी आबादी महज 24 भाषाएँ बोलती है। विश्व की केवल एक प्रतिशत आबादी लगभग 5,000 भाषाएँ बोलती है। इनकी वजह से 3,500 भाषाएँ जिंदा हैं। जिन भाषाओं को विलुप्त होने का खतरा है, वे छोटे समुदायों की मातृभाषाएँ हैं। कई विद्वान इन भाषाओं में अलग लिपि का न होना भी भाषा के खत्म होने का कारण मानते हैं, तो कई ये मानते हैं कि भाषा का प्रयोग न होने से भाषाएँ मर जाती हैं। एथनोलॉग की रिपोर्ट के अनुसार न्यूजीलैंड की 100 प्रतिशत, संयुक्त राज्य की 98 प्रतिशत, ऑस्ट्रेलिया की 89 प्रतिशत, कनाडा की 88 प्रतिशत, चिली की 86 प्रतिशत, मलेशिया की 83 प्रतिशत, जापान की 81 प्रतिशत, ब्राजील-इंडोनेशिया की 62 प्रतिशत, नेपाल की 61 प्रतिशत देशज भाषाओं तथा भारत की 30 प्रतिशत देशज भाषाएँ विलुप्तिकरण के खतरे की श्रेणी में आती हैं। इस भाषायी खतरे के परिवेश में अगर दूसरे देश की संस्कृति भारतीय भाषाओं को, भारतीय संस्कृति को आत्मसात कर रही है तो यह एक स्वर्णिम अवसर कहा जा सकता है।”¹

विदेशी भाषा के रूप में हिंदी की बात करें तो वर्ष 1908 में हिंदी

की पढाई जापान में शुरू की गई थी। जापान समेत अमेरिका के कई देशों में तथा यूरोप के भी कुछ देशों में हिंदी फिल्मों के गीतों के माध्यम से हिंदी शिक्षण का कार्य किया गया और आज भी किया जा रहा है। इस तरह हिंदी का परिचय और उससे आत्मीयता बढ़ाने में फिल्मों और उसके गीतों का बड़ा योगदान है। जापान में आज 7 (सात) एफएम रेडियो खोले गए हैं, जो हिंदी गानों का प्रसारण करते हैं। इसके साथ अमेरिका में विश्वविद्यालय स्तर पर भी हिंदी पढाई जाती है। हाल में ही अमेरिका की भाषा नीति में शैक्षणिक उद्देश्य से दस भाषाओं को शामिल किया गया है, जिसमें हिंदी भी शामिल है।

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।

आदिकाल से मानव संचार के लिए नए-नए तरीके खोजने हेतु प्रयासरत रहा है। मनुष्य की इस आवश्यकता ने इंटरनेट को जन्म दिया। इंटरनेट के विकास के बाद सोशल मीडिया सूचना क्रांति के नवीनतम साधन के रूप में विकसित हुई। आजकल फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सअप, यूट्यूब, लिंकड इन, स्नेप चैट, ब्लॉगिंग एवं वी चैट इत्यादि कई सोशल मीडिया चलन में आए हैं।

व्हाट्सअप एक प्रभावशाली माध्यम है। व्हाट्सअप के जरिये नए-नए 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 हैं तथा अत्यधिक लोगों द्वारा पसंद किए जाने पर पुरस्कार के लिए नामित भी किया जाता है।

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 कंपनियाँ 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।

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 भी बढ़ चुका है। "सितम्बर 2025 के अनुसार यूट्यूब यूजर्स दुनिया में 2.5 से 2.7 बिलियन के बीच अनुमानित हैं, वहीं भारत में इसके 491 मिलियन यूजर्स हैं, जिसमें से अधिकांश वीडियो हिंदी भाषा में ही बनाए व देखे गए हैं। इसी तरह जून 2025 के अनुसार फेसबुक यूजर्स की संख्या 3.06 बिलियन उपयोगकर्ता है। दुनिया भर में 5.17 बिलियन सोशल मीडिया उपयोगकर्ताओं यानी वैश्विक जनसंख्या के 63.7 % में से 52 % youtube का उपयोग करते हैं।"2 यूट्यूब पर वीडियो देख सकते हैं और वीडियो क्लिप साझा कर सकते हैं। यूट्यूब के माध्यम से हम इंटरनेट पर हिंदी भाषा के साहित्यिक, शैक्षिक, सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक क्षेत्र से संबंधित अनेकानेक वीडियो किसी भी समय देख सकते हैं, सुन सकते हैं। इसके साथ-साथ विभिन्न न्यूज चैनल के कार्यक्रम सोनी, जी, नेशनल ज्योग्राफी, डिस्कवरी आदि किसी भी समय देख सकते हैं, सुन सकते हैं।

हिंदी भाषा ने वेबदुनिया डॉट कॉम (www.webduniya.com) इस सर्वप्रथम वेबसाइट के रूप में 1999 में इंटरनेट पर पहला कदम रखा। इस 25 वर्षों के कालखंड में इंटरनेट के कारण विभिन्न वेबसाइट्स, ब्लॉग्स, सोशल मीडिया आदि के माध्यम से अधिकांश जनसमुदाय तक

हिंदी भाषा को पहुँचाने का कार्य हो रहा है। इंटरनेट पर दिन ब दिन हिंदी के प्रचार एवं प्रसार की गति तेजी से बढ़ रही है।

वेबलॉग से ब्लॉग शब्द का जन्म हुआ। ब्लॉग का हिंदी भाषांतरण 'चिट्ठा' के रूप में किया जाता है। ब्लॉग एक प्रकार के व्यक्तिगत वेब साइट या वेबपेज होते हैं, जिन्हें डायरी की भाँति लिखा जाता है। ब्लॉग लेखक को ब्लॉगर या चिट्ठाकार तथा इस लेखन को ब्लॉगिंग के रूप में स्वीकार किया जाता है।

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 1000 से भी ज्यादा व्यक्तियों द्वारा देखे जाते हैं और यह कोई सामान्य बात नहीं है। 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। हिंदी ब्लॉग उपयोगकर्ताओं की संख्या के विशिष्ट आँकड़े उपलब्ध नहीं हैं, लेकिन वैश्विक और भारतीय आँकड़ों के आधार पर अनुमान लगाया जा सकता है। "2025 में 600 मिलियन से अधिक ब्लॉग ऑनलाइन होंगे। वर्डप्रेस उपयोगकर्ता प्रति माह लगभग 70 मिलियन पोस्ट प्रकाशित करते हैं, औसतन प्रतिदिन लगभग 2.33 मिलियन पोस्ट। लगभग 83% इंटरनेट उपयोगकर्ता, जो लगभग 4.44 बिलियन लोगों के बराबर है, नियमित रूप से ब्लॉग पोस्ट पढ़ते हैं। भारत में कुल इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में से लगभग 25-30 % ब्लॉग पढ़ते हैं, जिससे देश भर में अनुमानित 155-188 मिलियन पाठक हो सकते हैं।"³

'रचनाकार' विश्व की पहली युनिकोडित हिंदी की सर्वाधिक प्रसारित लोकप्रिय ई-पत्रिका है, जिसके प्रतिमाह तीन लाख से भी अधिक पाठक हैं और जिसके संपादक प्रसिद्ध ब्लॉगर रवी रतलामी हैं। इसके साथ-साथ महात्मा गांधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय, वर्धा के अभिक्रम के अंतर्गत बनाई गई 'हिंदीसमय' (www.hindisamay.com) वेबसाइट पर तकरीबन 1000 रचनाकारों को हम पढ़ सकते हैं। इसके साथ-साथ अधिकांश अखबार भी इंटरनेट पर आ चुके हैं जिनमें दैनिक जागरण, नवभारत टाइम्स, हिंदुस्तान, अमर उजाला, दैनिक भास्कर,

जनसत्ता, देशबंधु आदि शामिल हैं। इंटरनेट पर प्रकाशित समाचार दुनिया के किसी भी कोने में बैठा इंटरनेट उपभोक्ता किसी भी समय पढ़ सकता है। युनिकोड मंगल जैसे युनिवर्सल फॉन्टों में देवनागरी लिपि को कंप्यूटर पर, इंटरनेट पर हिंदी भाषा विकास के अनेक द्वार खोल दिए हैं।

ब्लॉग सोशल मीडिया का सर्वाधिक सशक्त मंच है। अलोक कुमार के 'नौ दो ग्यारह' नामक चिट्ठे से सन 2003 में हिंदी ब्लॉगिंग की यात्रा प्रारंभ हुई। आज हिंदी भाषा से संबंधित अनेक ब्लॉग्स इंटरनेट पर उपलब्ध हैं। 'आवश्यकता, उपयोगिता, राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय दुनिया के सेकंडों में अपनी बात की जरिए जुड़ने वालों की बढ़ती संख्या को देखते हुए आज ब्लॉगिंग जैसे द्रुतगामी संचार माध्यम को पाँचवा स्तंभ माना जाने लगा है। कोई इसे वैकल्पिक मीडिया तो कोई न्यू मीडिया की संज्ञा से नवाजने लगे हैं। हिंदी भाषा में "प्रवीण पाण्डेय का 'न दैन्यं न पलायनम्', श्वेता सिन्हा का 'मन पाखी', मुकेश कुमार सिन्हा का 'जिंदगी की राहें', यशवंत माथुर का 'जो मेरे मन कहे', इंदिरा का 'सीपियाँ', पल्लवी गोयल का 'हिंदी पल्लवी', दिगंबर नासवा का 'स्वप्न मेरे', रजनीश का 'रजनीश का ब्लॉग', वाणी शर्मा का 'गीत मेरे', दानिश का 'तर्ज है बयान', नीरज नीर का 'काव्य सुधा' आदि सैकड़ों ब्लॉग उपलब्ध हैं।"⁴

ब्लॉग्स की दुनिया में सक्रिय अनेक लेखक हिंदी में लिखना ही पसंद करते हैं। हिंदी भाषा में लिखने वालों का एक बड़ा वर्ग हमेशा ही सक्रिय देखने को मिलता है। सोशल मीडिया 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 प्लैटफॉर्म 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 हिंदी भाषा को राजभाषा से विश्व भाषा बनाने का बीड़ा उठाया है।

इसी सोशल मीडिया के बढ़ते कदम की दिशा में हैशटैग ने भी अपनी गरिमा बनाए रखी है। हिंदी में जो भी संदेश देना चाहते हैं, उसके बाद हैशटैग के साथ एक क्लिक अर्थात् हम उस हैशटैग के जरिए 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।

न्यू मीडिया के अंतर्गत वेब साइटें, पोर्टल, ई-कॉमर्स, ई-गवर्नेंस, सी.डी., डी.वी.डी., आई पाँड पर चलने वाले गाने, यू-ट्यूब के वीडियो और ई-मेल आदि सभी सम्मिलित हैं।

निष्कर्ष:

पिछले कुछ दशकों में सोशल मीडिया भारतीय किशोरों के बीच ही नहीं, अपितु पुरानी पीढ़ी के बीच भी काफी लोकप्रिय हुआ है। सोशल मीडिया में हिंदी का प्रयोग वर्तमान समय में लगातार बढ़ता दिखाई दे रहा है। एक समय था जब मीडिया में केवल दो प्रकार थे- प्रिंट मीडिया और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया प्रचलित थे। धीरे-धीरे इंटरनेट का उद्भव 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 चाँद लगाए। टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले कार्यक्रम से अहिंदी भाषी लोगों को हिंदी सीखने के लिए प्रेरित किया। नए-नए रचनाकारों के लिए सोशल मीडिया एक अच्छा प्लेटफार्म साबित हो रहा है। ये रचनाकार अपनी मौलिक रचनाओं को फेसबुक और व्हाट्सअप 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। ट्विटर जैसी साइट जहाँ शब्दों की सीमा निर्धारित है, ऐसे में अपनी बातों एवं भावों को शब्द सीमा में बाँधने से लेखन कौशल का विकास हो रहा है। देश ही नहीं, वरन पूरे विश्व में मीडिया और सोशल मीडिया का प्रभाव तेजी से बढ़ रहा है। हिंदी के प्रचार-प्रसार में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। चाहे वह दूरदर्शन हो, समाचार पत्र हो, आकाशवाणी हो, पत्रिकाएँ हों, सिनेमा हो, फेसबुक हो, व्हाट्सअप हो, ट्विटर हो, आर्कुट हो या इंस्टाग्राम हो।

संदर्भ:

1. समुच्चय- प्रधान संपादक –प्रो. टी.जे. रेखा रानी, अंक- 03, अगस्त, 2024 अंग्रेजी एवं विदेशी भाषा विश्वविद्यालय, हैदराबाद
2. साहित्य अमृत- संपादक- लक्ष्मी शंकर वाजपेयी, जून 2023, नई दिल्ली.
3. सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का बढ़ता प्रयोग- डॉ. अंकिता नामदेव
4. हिंदी के प्रचार-प्रसार में इंटरनेट का योगदान- प्रा. एस.के आतार
5. सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा का प्रयोग एवं महत्त्व- अंजु चौधरी
6. हिंदी भाषा के प्रचार प्रसार में मीडिया का योगदान- पूजा रानी
7. हिंदी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका- डॉ. ओरेंद्र कुमार यादव

Funding:

This study was not funded by any grant.

Conflict of interest:

The Authors have no conflict of interest to declare that they are relevant to the content of this article.

About the License:

© The Authors 2024. The text of this article is open access and licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.