International Journal of Hindi Research
ISSN: 2455-2232, Impact Factor: RJIF 5.22
www.hindijournal.com
Volume 2; Issue 6; November 2016; Page No. 69-70

हिन्दी के प्रचार में मीडिया की भूमिका

डॉ. मंजू सांगवान

सहायक प्रवक्ता हिंदी, महिला महाविद्यालय, झोझू कलां, भिवानी, हरियाणा, भारत।

प्रस्तावना

लोकतंत्र में विधयिका, कार्यपालिका एवं न्यायपालिका के बाद मीडिया को चौथा स्तम्भ माना जाता है। मीडिया में जहां समाचार, पत्र–पत्रिका और रेडियो अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं। वहीं हिन्दी भाषा के प्रचार–प्रसार के लिए सम्पूर्ण विश्व में प्रयास हो रहे हैं। भारत वर्ष में इसके प्रचार–प्रसार के लिए उन्नीसवीं व बीसवीं सदी में अनेक संस्थाओं ने लेखकों, कवियों ने महत्वपूर्ण कार्य किया। जिसमें साप्ताहिक पत्रिकाएं उदन्त मार्तण्ड को सर्वप्रथम श्रेय जाता है। सन् 1893 में स्थापित नागरी प्रचारिणी सभा, हिंदी साहित्य सम्मेलन प्रयाग 1910, दक्षिण भारत हिंदी प्रचार सभा मद्रास 1918 आदि अनेक संस्थाओं ने हिंदी के उज्ज्वल भविष्य के लिए अद्वितीय कार्य किया है।

हिंदी आज विश्व की दूसरी बड़ी भाषा है और उसकी साख दिनोंदिन बढ़ती जा रही है। अमेरिका जैसे विकसित और विश्व के अगुआ देश में हिंदी के पठन–पाठन का महत्व दिनोंदिन बढ़ता जा रहा है। हिंदी फिल्म उद्योग विश्व में एक बड़े उद्योग के रूप में स्थापित हुआ है और हिंदी संगीत का बोलबाला भी बढ़ा है। हिंदी के समाचार पत्रों की संख्या और उनकी प्रसार संख्या में गुणात्मक परिवर्तन आया है। हिंदी पत्रिकाओं की तादाद बढ़ी है। यूनिकोड़ फोंट के विकास के बाद इंटरनेट की दुनिया में क्रांतिकारी परिवर्तन घटित हुआ है और इंटरनेट पर हिंदी का प्रभुत्व दिनोंदिन बढ़ता जा रहा है। मीडिया ही वह तंत्र है जिसने दुनिया भर को बताया है कि हिंदी के पास बहुत बड़ा बाजार है और बाजार केन्द्रित व्यवस्था ने हिंदी की साख को स्वीकार किया है। कहना न होगा कि जैसे–जैसे बाजार की भूमिका बढ़ती जायेगी हिंदी का महत्व दिनोंदिन बढ़ता जायेगा।

प्रसंगवश यहां 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 प्राणप्रतिष्ठा करता है, नये अर्थ देता है, नया यौवन। सरकारी प्रयास व राजभाषा समितियां जिस भाषा को गढ़ती है वे न तो कभी जीवित होती हैं और न उनमें कभी जान आ सकती है। वे भाषाओं के बिजूखा गढ़ते है।

हिंदी भाषा दुनियाभर में समझी बोली जाती 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 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 और आपसी सौहार्द को बढ़ाती है।

कार्यक्रमों में हिंदी के प्रचार–प्रसार को अधिकतर बढ़ाया गया। टाइपराइटरों व मशीनों का बड़ा योगदान है। हिंदी में टंकन की सुविधा के लिए गोदरेज की टंकन मशीने बड़ी कारगर सिद्ध हुई। इसके बाद इलेक्ट्रोमेकेनिकल टेलीप्रिंटर भी देवनागरी में बनाए गए। अस्सी के दशक में इलेक्ट्रोनिक टेलीप्रिंटर और कम्प्यूटरों का प्रयोग बढ़ा। हिंदी को बढ़ावा देने के लिए इस नयी प्रौद्योगिकी को अपनाने की आवश्यकता महसूस की गई। भारत सरकार ने इस दिशा में बड़ा योगदान दिया है और पहल की टाइपराईटर, टेलीप्रिंटर और कम्प्यूटरों के लिए कुंजी पटल तैयार किये। भारतीय भाषाओं के लिए टेक्नोलॉजी विकास परियोजना के माध्यम से कई नये कार्यक्रम शुरू हुए। देश में 95 करोड़ से अधिक लोग हिंदी में व्यवहार करते है। लोग जिस भाषा में सबसे अधिक व्यवहार करते हैं व्यवहार ही किसी भाषा के विकास की सबसे बड़ी पहचान है।

90 के दशक में भारतीय भाषाओं के अखबारों, हिंदी पत्रकारिता के क्षेत्र में अमर उजाला, दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण, प्रभात खबर आदि के नगरों–कस्बों से कई संस्करण निकलने शुरू हुए। जहां पहले महानगरों से अखबार छपते थे, भूमंडलीकरण के बाद आयी नयी तकनीक, बेहतर सड़क और यातायात के संसाधनों की सुलभता की वजह से छोटे शहरों, कस्बों से भी नगर संस्करण का छपना आसान हो गया। साथ ही इन दशकों में ग्रामीण इलाकों, कस्बों में फैलते बाजार में नयी वस्तुओं के लिए नये उपभोक्ताओं की तलाश भी शुरू हुई। हिंदी का अखबार इन वस्तुओं का प्रचार–प्रसार का एक जरिया बनकर उभरा है, पिछले कुछ सालों में हिंदी मीडिया ने अभूतपूर्व सफलता अर्जित की है, प्रिंट मीडिया को ही लें, आइआरएसरिपोर्ट देखे तो उसमें ऊपर के पांच अखबार हिंदी के है। हिंदी अखबारों व पत्रिकाओं में हिंदी में हिंदी न्यूज चैनलों की भरमार है, भारत में 182 से ज्यादा न्यूज चैनल है।

किसी भी देश के विकास का संबंध भाषा से है। इसमें कोई संदेह नहीं की आजकल राजभाषा हिंदी अपनी सीमाओं से बाहर आ चुकी है। यह विकास, बाजार और मीडिया की भाषा भी बन रही है, पूरे भारत और भारत के बाहर हिंदी के द्रुत प्रचार–प्रसार और विकास का श्रेय मनोरंजन चैनल, समाचार चैनल, खेल चैनल और कई धार्मिक चैनल को दिया जा सकता है, अगर किसी भी देशी–विदेशी कम्पनी को अपना उत्पाद बाजार में उतारना होता है तो उसकी पहली नजर हिंदी क्षेत्र पर पड़ती है क्योंकि उपभोक्ता शक्ति का वृहत्तम अंश हिंदी क्षेत्र में ही निहित है इसलिए उसका विज्ञापन कर्म हिंदी में ही होता है। दुनिया की एक बड़ी आबादी तक पहुंचने के लिए हिंदी की जरूरत पड़ेगी ही। हिंदी अखबारों, हिंदी पत्रिकाओं, हिंदी चैनलों, हिंदी रेड़ियों और हिंदी फिल्मों की जरूरत पड़ेगी ही। हिंदी माध्यमों का विकास होगा तो निसंदेह हिंदी का भी विकास होगा। बाजार और मीडिया का विस्तार होगा तो हिंदी भी फैलेगी और जब तक बाजार और मीडिया है, तब तक हिंदी मौजूद रहेगी। बाजार और मीडिया ने हिंदी जानने वालों को बाकी दुनिया से जुड़ने के नये विकल्प खोल दिये हैं। फिल्म, टीवी, विज्ञापन और समाचार हर जगह हिंदी का वर्चस्व है।

वर्तमान युग हिंदी मीडिया का युग है। हिंदी भाषा के निर्माण और आगे बढ़ाने में का कार्य मीडिया ने किया है। इंटरनेट और मोबाईल और वेब विज्ञापन नेटवर्क एडसेंस हिंदी को स्पोर्ट कर रहा है। इंटरनेट पर 15 से ज्यादा हिंदी सर्च इंजन मौजूद है। सोशल साइट

में हिंदी छाई हुई है। 21 फीसदी भारतीय हिंदी में इंटरनेट का उपयोग करते है। सन् 2004 में राजेन्द्र यादव के सम्पादकत्व में निकलने वाले कथामासिक 'हंस' का भी इंटरनेट संस्करण आना शुरू हो गया। पर खेद की बात यह है कि भारत में राष्ट्रपति की वेबसाईट अभी हिंदी में नहीं है। अब की बार माननीय प्रधानमंत्री श्री नरेन्द्र मोदी जी ने सांसद में हिंदी भाषा को अपनी मातृभाषा मानकर हिंदी भाषा में शपथ ग्रहण की। राजभाषा विभाग की बेवसाईट पर पत्रिकाओं की सूची भी दी गई है। जिसमें सार्वजनिक क्षेत्र द्वारा प्रकाशित होने वाली 48 पत्रिकाओं के नाम है। सूचना एवं प्रसारण मंत्रालय की बेवसाइट भी हिंदी में है। भारतीय रिजर्व बैंक की मूल अंग्रेजी बेवासाईट की हिंदी प्रतिकृति उपलब्ध है। बैंक ऑफ बड़ौदा ने अपना ग्राहक पंजीकरण फार्म हिंदी में रखा है। इसी तरह भारतीय स्टेट बैंक इलाहाबाद बैंक आदि की बेवसाईट हिंदी में है। रेलवे की साइट हिंदी में है। भारतीय जीवन बीमा निगम की हिंदी साईट में वर्णनात्मक सामग्री हिंदी में दी गई है। हिंदी साहित्य अकादमियों की ओर देखा जाये तो राजस्थान हिंदी ग्रंथ अकादमी सबसे आगे है। यहां हिंदी में साईट के साथ–साथ हिंदी में भी पुस्तकों की खोज की सुविधा भी है।

हिंदी के उपयोग और विश्व के प्रचार–प्रसार के लिए अब आवश्यक मीडिया, प्रौद्योगिकी उपलब्ध है। विश्व की अब वही भाषा लोकप्रिय होगी। जिसका व्याकरण विज्ञान संगत होगा। जिसकी लिपि कम्प्यूटर की लिपि होगी। हिंदी इस दृष्टि से काफी समृद्ध है। हमें इसे और अधिक समृद्ध बनाने में महत्वपूर्ण योगदान देना होगा।

संदर्भ

1. International Journal of Literary studies ISSN-2231-4652.
2. International Refered Research Journal Sanskar Chetna ISSN : 2347 4041
3. हिंदी के प्रचार प्रसार में मीडिया की भूमिका tatkalexpress.blogspot.com<blog.post.28
4. हिंदी विकास में मीडिया की भूमिका अहम : कुलपति m.bhaskar.com<haryana
5. important Role of Media in the Developement of Hindi : Sharma
6. www.amarujala.com<....<kureshetra
7. मीडिया और हिंदी–दूसरी https://doosariawaz.wordpress.com< म.....
8. दैनिक जागरण – 14–09–2014 व दैनिक सवेरा टाईम 14–09–2014