

मीडिया में हिंदी का व्यापक प्रयोग और परिवर्तन

नितीन हिंदूराव कुंभार

सहायक प्राध्यापक (हिंदी)

आर्ट्स, सायन्स अण्ड कॉमर्स

कॉलेज, रामानंदनगर (बुर्ला)

तह. पलूस, जिला—सांगली.

मनुष्य एक सामाजिक प्राणी है। अपनी आवश्यकताओं की पूर्ति हेतु वह ध्वनि, संकेत तथा भाषादि के माध्यम से आपसी संपर्क करता है। अतः भाषा अभिव्यक्ति के आदान—प्रदान का एक सशक्त माध्यम है। यही भाषा मानक रूप ग्रहण करके जनसंचार की भाषा बन जाती है। जिसमें हमारे सारे क्रिया—कलाप प्रस्तुत होने लगते हैं।

जनसंचार में 'संचार' शब्द संस्कृत के 'चर' धातु से बना है, जिसका अर्थ है — चलना। अर्थात् जब हम भाव, विचार, संदेश, सूचना या जानकारी दूसरों तक पहुँचाते हैं और यह प्रक्रिया सामूहिक पैमाने पर चलती है तो वह जनसंचार कहलाती है। यह प्रक्रिया जिन साधनों के द्वारा पहुँचाई जाती है उसे जनसंचार माध्यम कहते हैं, जिसका संबंध अंग्रेजी के Mass Media (मास मीडिया) से है।

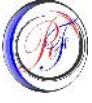
जनसंचार माध्यमों का इतिहास अतिप्राचीन है। वह मानव जीवन से अनादि काल से जुड़ा हुआ है। भाषा निर्माण के पूर्व मानव विविध संकेतों के माध्यम से जनसंचार करता था। विश्व के सभी धार्मिक तथा पौराणिक ग्रंथों में देवदूतों के माध्यम से विश्वजन कल्याण संदेश के संचार के उल्लेख मिलते हैं। भारत में संगीत, नृत्य, नाटिका, लोकसंगमंच, गीत, लोकनृत्य, भजन, कीर्तन आदि जनसंचार के माध्यम रहे हैं। भारत पर अधिपत्य जमानेवाले विभिन्न शासकों ने भी समय—समय पर जनसंचार के माध्यमों के विकास में महत्त्वपूर्ण योगदान दिया है। अतः सभ्यता के विकास के साथ—साथ आधुनिक युग में जनसंचार माध्यमों का व्यापक विकास, प्रचार—प्रचार होता हुआ दिखाई देता है। आधुनिक युग में जनसंचार के विभिन्न माध्यम भूमिका निभा रहे हैं, जिन्हें तीन भागों में विभाजित किया जा सकता है —

1^o मुद्रित संचार माध्यम— जिसमें समाचार पत्र — पत्रिकाएँ, जर्नल, पुस्तकें, पोस्टर आदि का समावेश होता है।

2^o इलेक्ट्रॉनिक माध्यम — जिसमें श्रव्यरूप में — आकाशवाणी, टेपरेकॉर्डर, ऑडिओ कैसेट आदि आते हैं तो श्रव्य दृश्य के रूप में — दूरदर्शन, सिनेमा, वीडिओ कैसेट आदि आते हैं।

3^o सूचना प्रौद्योगिक साधन — जिसमें संगणक, इंटरनेट, ई—मेल, फैक्स, दूरध्वनि, भ्रमणध्वनि आदि का समावेश होता है। परंतु जनसंचार के प्रमुख तथा प्रभावी माध्यम समाचार पत्र — पत्रिकाएँ, आकाशवाणी, दूरदर्शन, विज्ञापन, संगणक आदि ही माने जाते हैं।

उपरोक्त सभी संचार माध्यमों में हिंदी का व्यापक प्रयोग और परिनिष्ठित रूप अपनाया जाता है।



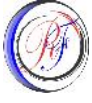
समाचार पत्र – पत्रिकाएँ –

समाचार पत्र – पत्रिकाएँ जनसंचार का एक सशक्त माध्यम है, जिसमें अन्य संचार माध्यमों की अपेक्षा अधिक विश्वसनीयता होती है। भारत में जनसंचार माध्यमों के विकास के रूप में समाचार पत्र–पत्रिकाओं का स्थान प्रमुख है। हिंदी के विकास में समाचार पत्र–पत्रिकाओं का महत्वपूर्ण स्थान है। संपादक पंडित युगल किशोर शुक्ल ने सन 1826 में कलकत्ता से हिंदी में पहले समाचार पत्र ‘उदंत मार्तण्ड’ की शुरुआत की। समाचार पत्र–पत्रिकाओं के प्रचार–प्रचार के कारण हिंदी भाषा का परिचय जनता से होने लगा।

भारतेंदु युग में हिंदी समाचार पत्र–पत्रिकाओं का विकास सबसे ज्यादा हुआ। साहित्य की विभिन्न विधाओं को समाचार पत्र–पत्रिकाओं में प्रकाशित कर हिंदी को जनमानस तक पहुँचाने का सफल प्रयास किया। स्वयं भारतेंदुजी ने ‘कविवचन सुधा’, ‘हरिश्चंद्र चंद्रिका’, ‘हरिश्चंद्र मैगजीन’ आदि का प्रकाशन हिंदी में किया। डॉ. कपिलदेव दुबे ने भारतेंदु की देने की चर्चा करते हुए उनकी हिंदी प्रसार के बारे में लिखा है – “इतना असदिग्ध है कि भारतेंदु ने अपनी पत्रिकाओं द्वारा हिंदी का बहुविध प्रचार–प्रचार किया। उनके प्रभाव से तत्कालीन हिंदी जगत् अनेक पत्र–पत्रिकाओं से भर गया।” इस युग में ‘हिंदी प्रदीप’, भारतोदय, आनंद कदम्बिनी आदि पत्र–पत्रिकाओं ने हिंदी को प्रतिष्ठात करने का प्रयास किया। स्वातंत्र्यपूर्व युग में देश के दूर–दरेज क्षेत्र में आजादी के संदेश पहुँचाने का काम हिंदी पत्र–पत्रिकाओं ने ही किया। स्वातंत्र्योत्तर युग में भी हिंदी समाचार पत्र–पत्रिकाओं के विविध आयाम स्थापित हुए हैं। आजकल अँग्रेजी के प्रमुख समाचार पत्रों ने अपने हिंदी संस्करण निकालना प्रारंभ कर दिया है। नवभारत टाइम्स, हिंदुस्तानी, जनसत्ता आदि इसके उदाहरण हैं। अंतर्राष्ट्रीय पत्रिका– ‘टाइम्स’ और अमरिका की पत्रिका ‘स्पैन’ का हिंदी संस्करण भी प्रकाशित हो रहा है। अतः हिंदी के प्रचार–प्रचार में समाचार पत्र–पत्रिकाओं का योगदान बड़ा महत्वपूर्ण है।

आकाशवाणी –

वैज्ञानिक क्षेत्र का एक अनोखा आविष्कार आकाशवाणी है। जिसकी शुरुआत भारत में सन 1927 में हुई। हिंदी के प्रचार–प्रचार के कार्य में आकाशवाणी की अहं भूमिका है। आकाशवाणी पर अधिकाधिक हिंदी का प्रयोग किया जाता है। आकाशवाणी पर समय–समय पर समाचारों के प्रसारण तथा साहित्य की अनेक विधाओं के कार्यक्रम हिंदी में ही प्रसारित किए जाते हैं। आकाशवाणी का प्रमुख कार्य देश–विदेश के समाचार और विचार प्रसारित करने के साथ–साथ राष्ट्रीय तथा क्षेत्रीय स्तर के विभिन्न कार्यक्रमों को प्रसारित करना है, जिसके लिए हिंदी का ही सफल प्रयोग किया जाता है। प्राकृतिक आपदाओं की सूचना, युद्धकाल की बदलती परिस्थिति, किसान–छात्रों के लिए कार्यक्रम, राष्ट्रीय–अंतर्राष्ट्रीय खेलों का आँखों देखा हाल, विभिन्न दिन विशेष पर नेताओं के भाषण आदि सीधे हिंदी में ही प्रसारित किए जाते हैं। आकाशवाणी बच्चे, छात्र, अध्यापक, महिला, श्रमिक, आदि सभी वर्ग के लिए हिंदी में कार्यक्रम प्रसारित



करता है। आकाशवाणी की हिंदी जनसामान्य की भाषा है। अतः आकाशवाणी 'बहुजन हिताय बहुजन सुखाय' सिद्ध हुआ है। आकाशवाणी ने हिंदी को देश के कोने-कोने में पहुँचाने का काम किया है। आकाशवाणी के माध्यम से हिंदी विदेशों में पहुँची है। बी. बी. सी. लंदन आदि के माध्यम से हिंदी विश्वपटल तक फैल गयी है।

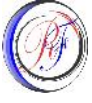
दूरदर्शन —

दूरदर्शन सभी जनसंचार माध्यमों में अधिक सशक्त और प्रभावी माध्यम माना जाता है। आज कल उसने आश्चर्यजनक लोकप्रियता प्राप्त की है। जिसकी शुरुआत सन 1959 में भारत में हुई। दूरदर्शन का उपयोग शिक्षा, ग्रामीण विकास तथा सामुदायिक उत्थान के लिए किया जाता है। दूरदर्शन सभी वर्ग के लोग देखते हैं इसलिए इसके प्रसारण की भाषा ऐसी होनी चाहिए जो सब लोगों को आसानी से और एकदम समझ में आ जाए। इसलिए दूरदर्शन प्रसारण के लिए हिंदी भाषा को ही स्वीकार किया गया क्योंकि हिंदी इस देश के केंद्र की ही नहीं उसके परिवेश की भी भाषा है। दूरदर्शन के कारण हिंदी विकास एक क्रांति के दौर से गुजर रहा है। दूरदर्शन के प्रसारण में अभिजात्य हिंदी से लेकर बोलचाल की हिंदी तक का रूप उपलब्ध है। जिसके कारण आम आदमी का सरोकार हिंदी भाषा से हुआ। दूरदर्शन ने हिंदी को देश के कोने — कोने में पहुँचा दिया है। दूरदर्शन के वर्तमान प्रमुख 15 केंद्रों में से अधिकांश केंद्र हिंदी में ही कार्यक्रम प्रसारित करते हैं। दूरदर्शन हर सप्ताह लगभग 200 घंटों का प्रसारण करता है जिनमें से अधिकांश भाग हिंदी के प्रसारण का ही है। साहित्य की सभी विधाओं के साथ ज्ञान—विज्ञान के अनेक कार्यक्रम हिंदी में ही प्रसारित हो रहे हैं। जो अन्य भाषाओं के कार्यक्रम की तुलना में अधिक लोकप्रिय हुए हैं, जिनका कारण उनका कथानक नहीं बल्कि भाषा रूप है। दूरदर्शन के अनेक हिंदी कार्यक्रमों ने इसे प्रमाणित किया है। दूरदर्शन पर प्रसारित होनेवाले बौद्धिक कार्यक्रमों के कारण हिंदी का परिनिष्ठित रूप भी सामने आया है। कृष्णचंद्र 'शर्मा' का कथन सही है कि — 'हिंदी को दूरदर्शन के कार्यक्रमों में महत्वपूर्ण स्थान प्राप्त है जिनके माध्यम से हिंदी की अभिव्यक्ति क्षमता नए आयाम प्राप्त कर रही है।'

दूरदर्शन पर हिंदी धारावाहिक के प्रसारण के कारण हिंदी में और भी निखार आया है। हिंदी धारावाहिक के कारण हिंदी घर-घर में प्रवेश कर चुकी है। समाचारों के क्षेत्र में 'आज तक' तथा 'डी डी न्यूज' जैसे चैनल चोबीस घंटे समाचारों का प्रसारण हिंदी में ही कर रहे हैं। दूरदर्शन माध्यम के द्वारा हिंदी भाषा केवल भारत की ही नहीं वरन् विश्व के अनेक राष्ट्रों में पहुँच रही है। विश्वस्तर पर हिंदी पहुँचाने के लिए दूरदर्शन ने क्रांतिकारी कदम उठाए हैं।

विज्ञापन —

विज्ञापन संचार का एक सशक्त माध्यम है जिसके द्वारा व्यक्ति या निर्माता अपनी वस्तु की विशेषताओं को सुंदर भाषा में प्रस्तुत कर आसानी से बेच सकता है। वस्तुओं को घर-घर पहुँचाने के लिए हिंदी ही विज्ञापन का माध्यम बन चुकी है। विज्ञापन के क्षेत्र में हिंदी की ही अनिवार्यता है। जनसामान्य को



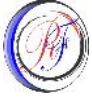
उपयोगी सूचनाएँ और खबरें देने के लिए सरकार तथा व्यापारी वर्ग इसी भाषा का प्रयोग करते हैं। विभिन्न जनसंचार माध्यमों में विज्ञापन का निढल्ले प्रयोग किया जा रहा है। अतः आज का युग विज्ञापन का युग माना जा रहा है। भाषा की दृष्टि से विज्ञापन में सबसे ज्यादा हिंदी का ही प्रयोग किया जा रहा है। 'हिंदी विज्ञापनों की भाषा' (आशा पांडये) पुस्तक के आमुख में डॉ. रवींद्रनाथ श्रीवास्तव ने लिखा है— "निश्चय ही विज्ञापन क्षेत्र में प्रयुक्त होनेवाली हिंदी भाषा विज्ञापन की अपनी भीतरी और बाहरी आवश्यकताओं के अनुसार एक नया रूप ग्रहण कर रही है। आधुनिक होने के साथ-साथ हिंदी जीवंत भाषा भी है। वह अपने प्रयोक्ताओं की किसी भी आवश्यकता की अवमानना नहीं करती। स्वाभाविक है कि प्रयोग के इस नए क्षेत्र में वह अपने नए रूप संरचना के साथ उभरी है।" अतः हिंदी के प्रचार में विज्ञापन का यांगदान भी बड़ा महत्वपूर्ण माना जा सकता है।

सिनेमा —

सिनेमा का प्रवेश ब्रिटीश शासन काल के समय भारत में हुआ। परंतु सन 1931 में पहली सवाक फिल्म 'आलम आरा' के प्रदर्शन ने हिंदी को नयी दिशा दी। दृश्य माध्यमों में सबसे ज्यादा महत्ता हिंदी सिनेमा की ही है। संचार माध्यमों में संप्रेषण की दृष्टि से सर्वाधिक लोकप्रिय हिंदी सिनेमा ही रहा है। सिनेमा के माध्यम से हिंदी संवादों की भाषा बनी है। संवादों में हिंदी के जितने प्रयोग किए जाते हैं उतने अन्य किसी माध्यम में नहीं। सिनेमा का सबसे ज्यादा प्रभाव जन-जीवन पर पड़ा तो इसका कारण हिंदी ही है। हिंदी सिनेमा के माध्यम से ही सामाजिक, राजनीतिक, आर्थिक, सांस्कृतिक आदि परिस्थितियाँ जनता के सामने रखी जा सकी। सिनेमा के कारण हिंदी को नया रूप मिला और यह संसार में सभी भाषाओं में सर्वाधिक प्रभावी भाषा बनी।

सूचना एवं प्रौद्योगिक साधन —

इस शती की सबसे बड़ी उपलब्धि — सूचना एवं प्रौद्योगिक साधन है। जिसके मुख्य अंग-संगणक, इंटरनेट, ई-मेल, फैक्स आदि हैं। संगणक और इंटरनेट वर्तमान युग के सबसे प्रभावी जनसंचार माध्यम हो गए हैं। जिनमें अँग्रेजी का आधिक्य है। परंतु धीरे-धीरे हिंदी इन साधनों के अनुकूल हो रही है। हिंदी लिपि देवनागरी को इनके अनुकूल बनाया जा रहा है। अब हिंदी सॉफ्टवेयर बन गए हैं। हिंदी का प्रयोग आज इंटरनेट और ई-मेल में संभव हो गया है। हिंदी में अनेक पोर्टल प्रारंभ हो गए हैं, जिनके माध्यम से विभिन्न क्षेत्रों की जानकारी प्राप्त की जा सकती है। वेब दुनिया डॉट कॉम (इंडिया) जैसे हिंदी पोर्टल ने हिंदी को इंटरनेट के पटल पर स्थापित करने का प्रयास किया है। हिंदी शब्दावली तथा हिंदी विश्वकोश को इंटरनेट पर प्रस्तुत कराने के प्रयास किए जा रहे हैं। अतः वर्तमान युग के सशक्त जनसंचार माध्यमों में हिंदी के प्रयोग के कारण वह एक वैज्ञानिक मोड़ ले रही है ।

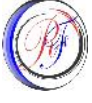


उपर्युक्त सभी जनसंचार माध्यम प्रभावशाली हैं। जो भारी संख्या में श्रोता, दर्शक समूह को प्रभावित करते हैं। जनसंचार के इन सारे माध्यमों को सारी दिशाओं में संप्रेषण सफलता देने का काम भाषा करती है और वह भाषा हिंदी ही हो सकती है। उसके बिना जनसंचार का लक्ष्य पूरा नहीं हो सकता।

हिंदी में जनसंचार के संप्रेषण का इतिहास नया नहीं है। मध्यकालीन भक्तों तथा संतों ने सामाजिक जागरण के लिए हिंदी को ही अपनाकर उसे देश के चारों दिशाओं की ओर पहुँचाने का कार्य किया। स्वातंत्र्यपूर्व युग में इष्ट इंडिया कंपनी के साथ – साथ हिंदी भाषा का भी परिचय जनसंचार के माध्यम से जनमानस को होने लगा। भारतेंदुजी ने तो हिंदी भाषा को माध्यमों के साथ जोड़ने का विशेष प्रयास किया। वैज्ञानिक युग में तकनीकी जनसंचार के नये आविष्कारों को हिंदी ने अपनाया। जनसंचार माध्यमों ने हिंदी को देश के व्यापक भूभाग तक फैलाया। जनसंचार माध्यमों की महत भाषा के रूप में हिंदी ने अपनी बहुआयामी सामार्थ्य को स्पष्ट किया है। जिससे हिंदी की स्थिति असीम हो गयी है।

हिंदी को विश्वमंच पर स्थापित करने में विभिन्न जनसंचार माध्यमों की भूमिका महत्वपूर्ण है। जनसंचार के बदलते माध्यमों के अनुकूल बनने की शक्ति हिंदी में ही है। इस तरह संचार के सभी माध्यमों में हिंदी का व्यापक प्रयोग होने लगा है।

एक तरफ जनसंचार माध्यमों में हिंदी का व्यापक प्रयोग हो रहा है तो दूसरी ओर उसके प्रयोग में सावधानी भी रखनी चाहिए। इन संचार माध्यमों में हिंदी के परिवर्तित रूप प्रयुक्त हो रहे हैं। जो हिंदी भाषा की प्रकृति में विकृतता ला रहे हैं। हिंदी के व्याकरणिक प्रयोगों में अनेक गलतियाँ हो रही हैं। हिंदी के कई शब्द अँग्रेजी से हिंदी अनुवाद के कारण अपनी पहचान खो चुके हैं। इस दृष्टि से डॉ कृष्ण कुमार रत्तु का कथन महत्वपूर्ण है—“दूरदर्शक की हिंदी में ज्यादातर अँग्रेजी तथा आँचलिक शब्दों का प्रयोग रहता है। दूरदर्शन पर प्रसारित होनेवाले समाचारों में ऐसे अनेक वाक्य सुनाई देंगे जिनमें दस शब्दों में से सात शब्द अँग्रेजी के हैं। अतः स्पष्ट है कि इन माध्यमों की हिंदी अँग्रेजी की ओर बढ़ रही है।” संचार माध्यमों में ऐसे हिंदी शब्दों को जबरन घुसेड दिया जाता है जो अपनी अर्थवत्ता खो देने के साथ – साथ भावबोध के लिए भी बाधक लगते हैं। इसलिए संचार माध्यमों ने हिंदी के अर्थवत्त शब्दों की तरफ ध्यान देकर उपयुक्त शब्दों को प्राथमिकता देनी चाहिए। आज हिंदी विश्व की करोड़ों लोगों की जनवाणी होने के कारण संचार माध्यमों ने हिंदी के प्रयोग को सही दिशा मिलने के लिए कोशिश करनी चाहिए। दूरदर्शन जैसे माध्यम जिसे हररोज करोड़ों लोग देखते हैं उनमें हिंदी का चलतापन प्रयुक्त करने की प्रवृत्ति बढ़ रही है। जो हिंदी की परिनिष्ठिता को निश्चय की घातक साबित होगी। डॉ. प्रभाकर शुक्ल का विचार इस संबंध में देखें – “दूरदर्शन के माध्यम से हिंदी भाषा का जो नया स्वरूप विकसित हो रहा है उसे सतर्क दृष्टि से लक्षित करना आवश्यक होगा। उसमे दिनोदिन खुलापन बढ़ता जा रहा है।” अतः जनसंचार माध्यमों में हिंदी के संतुलित प्रयोग की आज बहुत आवश्यकता है।



निष्कर्ष रूप में कहा जा सकता है कि — हिंदी के प्रचार प्रसार में जनसंचार माध्यम का योगदान सराहनीय है। संचार माध्यमों के कारण हिंदी को एक नया प्रचार क्षेत्र में मिल गया है, वह व्यापक समाज तक पहुँच रही है। संचार माध्यमों में हिंदी भाषा के प्रयोग ने यह स्पष्ट कर दिया है कि संप्रेषण का माध्यम हिंदी ही सर्वमान्य है परंतु साथ में हिंदी के प्रयोग में सावधानी भी बरतनी चाहिए। हिंदी के मानक रूप का ही प्रयोग करना अनिवार्य है तब हिंदी के भविष्य को हिंदी के भविष्य से अलग नहीं किया जा सकता।

संदर्भ सूची

- 1) जनसंचार माध्यमों में हिंदी —डॉ चंद्र कुमार क्लासिकल पब्लिशिंग कंपनी नई दिल्ली।
- 2) आधुनिक विज्ञापन और जनसंपर्क — डॉ तारेश भाटिया — तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।
- 3) जनसंचार माध्यमों में हिंदी का प्रयोग — डॉ लक्ष्मीकांत पांडये — साहित्य रत्नालय, कानपुर
- 4) हिंदी का वैश्विक परिदृश्य — डॉ पंडीत बन्ने — अमन प्रकाशन, कानपुर।
- 5) पत्रकारिता के विविध आयाम — डॉ राजेंद्र मिश्र, डॉ देवसिंह राठौर— तक्षशिला प्रकाशन, नई दिल्ली।