ECONSPEAK: A Journal of Advances in Management IT & Social Sciences,
Vol. 12, Issue 02, February 2022 Impact Factor 8.059 ISSN: (2231-4571)
www.skirec.org Email Id: skirec.org@gmail.com

डिजिटल जनसंचार माध्यमों का हिन्दी भाषा के गति विस्तार में भागीदारी

डॉ. कुलदीप सिहँ, असिस्टेंट प्रोफेसर,
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
सनराईज विश्वविद्यालय, अलवर (राजस्थान)
DOI:skirec.econ.22136.22145

प्रस्तावनाः– हिन्दी के प्रचार–प्रसार में जनसंचार माध्यमों का योगदान सराहनीय है। अगर कोई संदेश एक जगह से दूसरी जगह जिस माध्यम द्वारा पहुँचाया जाए तो उस माध्यम को जनसंचार माध्यम कहते हैं। गद्य के रूप में खड बोली की शुरूआत होने के साथ–साथ उपयुक्त जनमाध्यम की भाषा के रूप में हिन्दी पल्लवित होकर बढ़ने लगें हिन्दी के विकास में अनेक कवियों, लेखकों, संस्थाओं ने महत्त्वपूर्ण काम किया जिसमें साप्ताहिक पत्रिका 'मार्तण्ड' को प्रथम श्रेय जाता है। सन् 1893 में स्थापित नागरी प्रचारिणी सभा, दक्षिण हिन्दी प्रचार सभा मद्रास 1918 एवं सरस्वती पत्रिका 1900 आदि अनेक संस्थाओं ने हिन्दी के प्रचार–प्रसार के लिए महत्त्वपूर्ण कार्य किया।

भूमिकाः– हिन्दी भाषा भारत की राजभाषा, राष्ट्रभाषा तथ सम्पर्क भाषा के रूप में प्रतिष्ठित है और दिन–प्रतिदिन विकास की दिशा में अग्रसर होती जा रही है। कुछ समय हिन्दी, हिन्दुस्तानी और उर्दू का बोलबाला चल रहा था। बारी से बारीक बातों को अभिव्यक्त करने की दिशा में भाषा को अभिव्यक्ति साम्थ्य प्रदान करने में पत्रिकाओं का अनूद योगदान है। अंग्रेजी सदियों से प्रभावशाली आधुनिक भाषा प्रमाणित हो चुकी थी। अंग्रेजी भाषायी पत्रिकाओं की प्रतिस्पर्धा में हिन्दी को सुस्थापित करने के लिए उसको कई दिशाओं से बढ़ावा दिया जाने लगा। सामाजिक और बौद्धिक आवश्यकताओं को लेकर हर विषय निरूपण, राजनीतिक, व्यावसायिक, आर्थिक, वैज्ञानिक, सामाजिक रीति–रिवाज सम्बन्धी, साहित्य और क्रीड़ा जगत सम्बन्धी, मनोरंजन, बाल–बच्चे और व्यस्कों से सम्बन्धित पत्रिकाओं में आवश्यक साबित हुआ और आवश्यकतानुसार, जल्दबाजी में ही सही, नये–नये शब्द प्रयोग गढ़े जाने लगे और दिन–प्रतिदिन पत्रिका दुनियाँ की और से भी हिन्दी भाषा का निरंतर संवर्धन होने लगा।

जनसंचार के माध्यमों के दो प्रमुख विभाजन किये जा सकते हैं – 1. मुद्रण माध्यम – समाचार पत्र और सामग्री, 2. इलैक्ट्रानिक माध्यम – जिसमें आकाशवाणी दूरदर्शन, टेलीफोन या दूरसंचार, सिनेमा, विज्ञापन, सूचना प्रौद्योगिकी आदि आ जाते हैं।

1. **आकाशवाणी** – इलैक्ट्रानिक माध्यम में ऐतिहासिक दृष्टि से आकाशवाणी का स्थान सर्वप्रथम है। भारत मे रेडियो प्रसारण का शुभारम्भ 1927 में हुआ। इन केन्द्रों से समाचार और सामयिक बुलेटिनों के अलावा कहानी, नाटक, रूपक, संगीत आदि श्रेणी के कार्यक्रम प्रसारित किए जाते

हैं। श्रोता वर्गों को भी दृष्टि में रखते हुए बच्चे, व्यस्क महिलाएँ, मजदूर वर्ग, नगर और गाँवों में निवास करने वाली प्रजा कोटि इन सब के लिए कार्यक्रम प्रसारित किए जाते हैं। आम जनता की भाषा, विद्वानों की भाषा, उच्च और निम्न वर्गों की भाषा, नगर तथा गाँवों की भाषा आदि इस तरह हिन्दी भाषा का बहुमुखी प्रयोग आकाशवाणी के जरिए होता रहता है। भाषा के तरह–तरह के प्रयोग मुहाबरे, नई छटाएँ, दिन–प्रतिदिन प्रयुक्त होती है। हिन्दी भाषा को एक विशिष्ट और मानक स्वरूप दरेने में आकाशवाणी के समाचार और सामयिक विषयों के प्रसारण कायक्रमों का योगदान महत्त्वपूर्ण है।

2. **दूरदर्शन** – भारत में दूरदर्शन का प्रारम्भ सितम्बर, 1959 में प्रायोगिक तौर पर दिल्ली मे यह हुआ। लेकिन रोज नियमित प्रसारण 1965 में शुरू हुआ। टेलीविजन सेवा का विस्तार 1972 में मुंबई में हुआ, और 1975 तक देश के केवल सात शहरों में टेलीविजन सेवा उपलब्ध हो सकी थी। भारत में रंगीन टी.वी. का प्रादुर्भाव वर्ष 1982 को नवें एशियाई खेलों के दौरान हुआ। अप्रैल 1982 में स्वदेश उपग्रह इनसैट 1–ए छोड़े जाने से सम्पूर्ण देश दूरदर्शन प्रसारण तकनीकी से जुड़ गया और प्रारम्भ में दिल्ली, कलकत्ता, मद्रास और बम्बई में दूरदर्शन पर राष्ट्रीय कार्यक्रमों का रंगीन प्रसारण एक साथ सम्भव हो सका। अक्टूबर 1983 में दूसरा भारतीय उपग्रह 1–बी के छोड़े जाने से दूरदर्शन प्रसारण और अधिक समृद्ध हुआ।

आजकल दूरदर्शन का प्रमुख चौनल डी.डी.–1 विभिन्न क्षमताओं के 1042 स्थल ट्रांसमीटरों के तंत्र के जरिए 87 प्रतिशत से ज्यादा आबादी तक अपने कार्यक्रम पहुंचा रहा है। दूरदर्शन 21 चौनल के जरिए अपने कार्यक्रम प्रसारित करता है जिसमें पांच अखिल भारतीय चैनल हैं। 1992 फरवरी में स्टार समूह ने देशभर में अपने टी.वी. चैनल पेश किए और आजकल सौ से ज्यादा उपग्रह टी.वी. चनल देशभर म काम कर रहे हैं।

स्टार, स्टार प्लस, जी, सोनी, एन.टी.एन., बी.बी.सी., आज तक, डिस्कवरी, सी.एन.एन., एम.टी.वी, सन नेटवर्क आदि ऐसे कितने ही निजी चौनलों के द्वारा दिन–रात बैविध्य कार्यक्रम प्रसारित हो रहे हैं। हिन्दी भाषा के विकास में इन सबका योगदान महत्त्वपूर्ण है। हिन्दी भाषा को भी ग्लोबलाइज करने में ये चैनल उद्यत हैं। अंग्रेजी को भी मिलाकर कभी–कभी इनकी समाचार एजेन्सियां ऐसी हिन्दी की सृष्टि कर रही हीं जो खिचड़ी लगने पर भी परिणामकारी साबित हुई है।

3. **दूरसंचार**:– टेलीफोन या दूरसंचार और तार सेवा का भी भाषा के संवर्धन पर काफी महत्त्व है। टेलीफोन की नई अपनी बोलचाल की भाषा है और लोग समय की बचत को इन में रखते हुए भाषा को ही सांकेतिक ढांचों में डाल पद जले हैं। कुछ ही शब्दों में ज्यादा परिणाम इससे

निकल सकते हैं। टेलीफोन पर बोली जाने वाली नागरिक सभ्यता को अपनी ही विशेषता है, अपने ही शिष्टाचार हैं। कई तरह की मूल्यवर्धित सेवाएं भी उपलब्ध हैं। जैसे रेडियो, पेजिंग, सेलयूलर मोबाइल, टेलीफोन, इलैक्ट्रानिक मेटल वाइस मेल, डायरैक्ट एक्सस डायलिग, बुलेटिन बोर्ड सर्विस, वीडियो टेलेक्स, वीडियो कान्फ्रैंसिंग आदि। दूरसंचार सेवाओं के साथ–साथ डाक–सेवा की भी अपनी ही विशेषता है, जो प्राचीन काल से चली आ रही ह और आम जनता की भाषा को उपयुक्त और सम्पन्न बनाने में अपना योगदान प्रदान कर रही है।?

4. **सिनेमाः**– दृश्य–माध्यमों में सिनेमा की जितनी महता है प्रायः उतनी और किसी में नहीं है। 19वीं सदी में ही और भारत में सिनेमा युग का आरम्भ हुआ था। सन् 1913 में दादा साहब फाल्के ने 'हरिश्चन्द्' फिल्म बनाकर भारत को विषेष रूप से सिनेमा के सामने खड़ा कर दिया। 1913–1930 तक भारतीय फिल्मों का मूक युग चलता रहा जिसमे लगभग 1200 फिल्में बनीं। 14.02.1931 को भारत की प्रथम सवाक फिल्म 'आलम आरा' बनी, जिसका प्रदर्शन मुम्बई में हुआ। उसके बाद वी. शांताराम, बांबे टाकीज आदि की तरफ से कई फिल्में बनी। विमल राय, श्याम बेनेगल, मृणाल सेन जैसे लोगों से समानान्तर फिल्मों को भी काफी सम्मान मिला।

हिन्दी भाषा के विकास की दृष्टि से फिल्मों में समाज के हर स्तर को, हर परत का जीता जागता साक्षात्कार हो जाता है। फिल्मों में लोगों की भाषा प्रतिफलित होती है। फिल्में देखकर लोग अपनी भाषा को सम्पन्न बनाने की चेष्टा करते हैं। इस तरह भाषा को सूक्ष्म, सुदृढ़, लचीले और परिणामकारी बनाने में फिल्मों का योगदान अत्यंत महत्त्वपूर्ण है।

5. **विज्ञापनः**– आज का युग विज्ञापन का युग है। 'स्वांतः सुखाय' सूत्र से कम ही लोग सम्बद्ध हैं। बड़े–से–बड़े साहित्यकार, कलाकार, सन्त, भक्तजन, समाज सुधारक तक विज्ञापन में विश्वास करने लगे हैं। रंगमंच और फिल्म से जुडे तथा किसी भी उद्योग–उद्यम से जुड़े लोग अधिकतर विज्ञापन के बल पर ही चलते हैं। अस्तु आज का समय विज्ञापन का समय है। भारत में 1905 में सर्वप्रथम विज्ञापन की एक संस्था 'वी दत्ताराम एण्ड कम्पनी' नाम से स्थापित हुई। इंसके बाद उत्तरोतर बड़े–बड़े शहरों में अनेक विज्ञापन एजेंसी खोली गईं।

उद्बोधन एवं प्रेरणा हेतु विज्ञापनों के बीच में किसी महापुरुष के वाक्य/वाक्यांशों का प्रसंगतः उल्लेख किया जाता है। हिन्दी भाषा के विकास की दृष्टि से विज्ञापनों की महत्ता इसलिए दृष्टव्य है कि विज्ञापनों में उद्बोधनों के द्वारा समाज का हर वर्ग प्रभावित होता है। विज्ञापनों की भाषा हिन्दी होने से इसका प्रचार–प्रसार होता है इसलिए विज्ञापन भी हिन्दी के प्रचार–प्रसार में अपना अहम योगदान देते हैं।

6. **सूचना प्रौद्योगिकी**:– आज का युग सूचना का युग है। सूचना स्फोट आज का बीजमंत्र है। हिन्दी में कई तरह के सूचना सम्पन्न साफ्टवयर बन गए हैं। यहाँ सूचना से तात्पर्य उस कथ्य या सामग्री से है जो हमें इंटरनेट या वैब के माध्यम से प्रापत होती है। मोटे रूप से इंटरनेट से उपलब्ध सूचनाएँ दो प्रकार की होती हैं – सामान्य सूचना और ज्ञानात्मक सूचना। सामान्य सूचनाएँ प्रायः तत्कालीन महत्त्व को होती हैं, जैसे व्यापारिक, वाणिज्यिक, व्यावसायिक, राजनीतिक, सामाजिक और व्यक्तिगत सूचनाएँ। ज्ञानात्मक सूचनाओं का संबंध ज्ञान–विज्ञान के विभिन्न क्षेत्रों या अनुशासनों से होता है। ज्ञानात्सक सूचनाएँ अधिक स्थायी प्रकृति की होती हैं। उनका उपयोग प्रायः संदभ ग्रन्थ की तरह होता है। जैसे ज्ञान–विज्ञान संबंधी जानकारी, शब्दकोश, विश्वकोश, थिसॉरस, साहित्य, संस्कृति, इतिहास, भूगोल आदि।

इंटरनेट, ई–मेल जैसी सुविधाएँ हिन्दी जैसी देशीय भाषाओं में भी उपलब्ध हैं। आज हिन्दी की अनेक वेब साईटें हैं :–

1. www.webdunia.com हिन्दी का पोर्टल, साथ ही हिन्दी में ई–मेल, चौटिंग आदि की सुविधा भी है।
2. www.syjavaserver.com/hindi इस साइट का नाम चिट्ठा विश्व है। यहाँ पर हिन्दी सभी ब्लागों को नवीन प्रविष्टियों को पढ़ा जा सकता है।
3. E.caliber.com/iha/main.htm यह अन्तर्राष्ट्रीय हिन्दी संस्था की साइट है। इस साइट हिन्दी शिक्षा से जुड़ी काफी जानकारियां उपलब्ध हैं।

इंटरनेट, ई–मेल जैसी सुविधाओं से हिन्दी भाषा एक अलग ही वैज्ञानिक मोड़ ले रही ह। आजकल कार्यालयों में काम करने के लिए हिन्दी में माइक्रोसाफ्ट ऑफिस जैसा कार्यक्रम उपलब्ध हुआ है। हिन्दी के कम्प्यूटरीकरण करने की दिशा में भाषा के साथ काफी मेल–जोल भी करना पड़ता है, जिसका प्रभाव भाषा क विकास में लगातार दृष्टिगत हो सकता है।

निष्कर्ष:– अंत में हम कह सकते हैं कि यदि बदलते राजनैतिक, सामाजिक, धार्मिक, आर्थिक, सांस्कृतिक, साहित्यिक, वैज्ञानिक और राष्ट्रीय तथा अंतर्राष्ट्रीय परिवेश को ध्यान में रखकर राजभाषा हिन्दी के प्रचार–प्रसार, प्रयोग और उसकी सम्यक् प्रतिष्ठा के लिए सतत प्रयास किया जाता रहेगा तो राजभाषा हिन्दी के उज्ज्वल भविष्य के प्रति चितिंत होने की आवश्यकता नहीं है। यदि प्रत्येक हिन्दी प्रेमी, हिन्दी रचनाकार, हिन्दी सेवा संस्था, शासन–प्रशासन आदि का हिन्दी के अधिकाधिक प्रयुक्त और प्रचलित होने में सक्रिय और सम्वेत योगदान प्राप्त होता तो निराश होने की आवश्यकता नहों अपितु आशावादी दृष्टिकोण अपनाना उचित होगा। महाकवि जयशंकर प्रसाद ने 'कामायनी' महाकाव्य में लिखा है–

"शक्ति के विद्युत्कण जो व्यस्त, विकल बिखरे हैं जो निरूपाय।
समन्वय उनका करें समस्त, विजयिनी मानवता हो जाय।''

संदर्भ–सूची

1. डॉ. पंडित बनने, हिन्दी का वैश्विक परिदृश्य, कानपुर, अमन प्रकाशन, दूसरा संस्करण, 2012, पृ. 66–67
2. संस्कार चेतना पत्रिका, अंक–6, पृ. 35
3. डॉ. सुजाता वर्मा, जी.पी. वर्मा, जनसंचार, जनसम्पर्क एवं विज्ञान, ज्ञानोदय प्रकाशन, कानपुर, प्रथम संस्करण, 2010, पृ. 23
4. प्रो. सूर्यप्रसाद दीक्षित, जनपत्रकारिता, जनसंचार एवं जनसम्पर्क, संजय प्रकाशन, दिल्ली, प्रथम संस्करण, 2004, पृ. 197, 200
5. डॉ. सुजाता वर्मा, जी.पी. वर्मा, जनसंचार, जनसम्पर्क एवं विज्ञान, ज्ञानोदय प्रकाशन, कानपुर, प्रथम संस्करण, 2010, पृ. 53
6. डॉ. पंडित बनने, हिन्दी का वैश्विक परिदृश्य, कानपुर, अमन प्रकाशन, दूसरा संस्करण, पृ. 68, 69