Naveen Shodh Sansar (An International Refereed / Peer Review Multidisciplinary Research Journal)
RNI No.- MPHIN/2013/60638, ISSN 2320-8767, E- ISSN 2394-3793, Scientific Journal Impact Factor (SJIF)- 8.054,
April to June 2025, E-Journal, Vol. I, Issue L (50), ISO 9001:2015 - E2024049304 (QMS)

संचार माध्यमों में हिंदी की प्रगति : वैश्विक परिप्रेक्ष्य में एक अध्ययन

डॉ. आराधना सिंह*

* एसोसिएट प्रोफेसर (हिंदी) मंगलायतन विश्वविद्यालय, जबलपुर (म.प्र.) भारत

प्रस्तावना – किसी भी राष्ट्र की अस्मिता सांस्कृतिक परिवेश धार्मिक प्रतिमानों, मानव के ज्ञान- विज्ञान के साधन, चिंतन- मनन और राजनीतिक, घटनाओं परंपरा के जीवंत तत्वों,वैचारिक आंदोलनों, परिवर्तनकारी माध्यमों के नियामकक रूप तथा आधुनिकीकरण, नूतन आविष्कारों और युग-बोध के प्रमुख तत्व के रूप में भाषा का महत्व अप्रतिम होता है। जनसंचार माध्यम भाषाओ को जानने , समझने ,प्रस्तुतीकरण और संप्रेषण के सफल माध्यम हैं। इन सभी दृष्टियों से हिंदी विश्व की समृद्धतम। भाषाओं में से एक है। राहुल सांकृत्यायन का मानना था कि 'जहां तक 'रामचरितमानस' गया, वह हिंदी का क्षेत्र है। 'अल्कसेई। पैतरोंविच वराझिकोव जैसी प्रतिभाओं ने रामचरितमानस को विश्व का सर्वश्रेष्ठ महाकाव्य घोषित किया है। इन विद्वान आचार्यो के कथनों को सत्य सिद्ध करती 'भारतीय साहित्य और संस्कृति का अनुरक्षण करती विश्व फलक पर विज्ञान और प्रौद्योगिकी के अभूतपूर्व प्रस्फुटन और फैलाव के साथ हिंदी अनेक उन्नत रूपों में प्रवाहमान और विकास के पथ पर अग्रसित है।'

भाषा मनुष्य की मूलभूत आवश्यकता है। विचारों, भावनाओं तथा जानकारी के आदान-प्रदान के लिए भाषा और संचार माध्यमों की भूमिका सर्वाधिक महत्वपूर्ण है। भारत में प्राचीन काल से ही संचार के विविध साधन विद्यमान रहे हैं। वैदिक मंत्रों का श्रुति परंपरा द्वारा प्रचार, लोकगीत, नाट्य, संवाद, पत्र व्यवहार और वाचिक परंपराएँ भारतीय संचार व्यवस्था का अभिन्न हिस्सा रही हैं। आधुनिक युग में जब प्रिंट मीडिया, रेडियो, दूरदर्शन और अब डिजिटल मीडिया का प्रसार हुआ, तब हिंदी भाषा ने इन सभी संचार माध्यमों में सशक्त उपस्थिति दर्ज कराई।

आज हिंदी केवल भारत में ही नहीं, बल्कि वैश्विक मंच पर भी एक प्रभावशाली भाषा के रूप में उभर रही है। तकनीक और वैश्वीकरण के इस युग में हिंदी संचार माध्यमों के माध्यम से विश्व पटल पर अपनी पहचान मजबूत कर रही है। भारत में हिंदी भाषी जनसंख्या की बहुलता और हिंदी की सरलता व ग्राह्यता ने इसे संचार माध्यमों की प्रमुख भाषा बना दिया है। इस शोध आलेख में संचार माध्यमों में हिंदी की स्थिति, विकास यात्रा, चुनौतियाँ तथा संभावनाओं का अध्ययन किया गया है।

शब्द कुंजी – हिंदी, संचार माध्यम, वैश्वीकरण, डिजिटल मीडिया, प्रिंट मीडिया, रेडियो, दूरदर्शन, सोशल मीडिया, भाषा विकास, हिंदी पत्रकारिता, जनसंचार।

हिंदी और भारतीय संचार माध्यम : एक ऐतिहासिक परिप्रेक्ष्य – भारतीय संचार परंपरा का इतिहास अत्यंत समृद्ध है। ऋग्वेद, उपनिषदों, रामायण और महाभारत जैसी कृतियों का मौखिक प्रचार ही प्राचीन काल का सबसे बड़ा संचार माध्यम था। लोक कथाएँ, लोकगीत, लोक नाट्य, पतंगों द्वारा सूचना भेजना, संदेशवाहक, घंटाघर, नगाड़े, मंदिर की घंटियाँ आदि जनसंचार के पुरा ब्रिटिश काल में प्रिंटिंग प्रेस के आगमन ने आधुनिक संचार का मार्ग प्रशस्त किया। 1826 में पंडित जुगल किशोर द्वारा प्रकाशित 'उदंत मार्तड' हिंदी पत्रकारिता का प्रारंभिक प्रयास था। उसके बाद हिंदी समाचार पत्र, पत्रिकाएँ और पुस्तकों का प्रकाशन प्रारंभ हुआ।

संचार माध्यमों में हिंदी की स्थिति एवं विकास यात्रा

प्रिंट मीडिया में हिंदी – हिंदी समाचार पत्र और पत्रिकाएँ आज भी भारतीय समाज में जनमत निर्माण का प्रभावशाली माध्यम हैं। 'धर्मयुग', 'साप्ताहिक हिंदुस्तान', 'कादंबिनी', 'नंदन', 'सरिता', 'मनोरमा' जैसी पत्रिकाओं ने हिंदी साहित्य और जनसंचार को समृद्ध किया।

'दैनिक भास्कर', 'राजस्थान पत्रिका', 'हिंदुस्तान', 'अमर उजाला', 'प्रभात खबर', 'नवभारत', 'पत्रिका' आदि हिंदी दैनिक अखबारों की प्रसार संख्या करोड़ों में है। हिंदी अखबार देश के हर कोने में न केवल सूचना का स्रोत हैं, बल्कि जनमत निर्माण का भी कार्य कर रहे हैं।

उदाहरण : 2019 में 'दैनिक भास्कर' की प्रतिदिन प्रसार संख्या लगभग 44 लाख रही, जो इसे भारत का सबसे बड़ा हिंदी अखबार बनाते।

रेडियो में हिंदी – हिंदी की विकास यात्रा में सभी संचार -माध्यम सहयोगी रहेह हैं। पहले आकाशवाणी ने जनसंचार और भाषा के संदर्भ में अपनी प्रभावी भूमिका का निर्वाह किया। गीत -संगीत, अनुवाद ,आंखों देखा हाल ,खेल, कामेंटरी आदि के माध्यमय से भाषा का प्रचार-प्रसार बढ़ा।

1936 में ऑल इंडिया रेडियो (आकाशवाणी) की स्थापना के बाद हिंदी समाचार और विविध कार्यक्रमों का प्रसारण आरंभ हुआ। रेडियो ने स्वतंत्रता आंदोलन के समय हिंदी को जन-जन तक पहुँचाया।

आज 'आकाशवाणी', 'रेडियो मिर्ची', 'रेडियो सिटी', 'रेड एफएम', 'बिग एफएम' जैसे एफएम चौनलों पर हिंदी के विभिन्न मनोरंजन, सूचना, लोकगीत, स्वास्थ्य, शिक्षा और राजनीति विषयक कार्यक्रम लोकप्रिय हैं।

टेलीविजन में हिंदी – 1959 में दिल्ली में टेलीविजन प्रसारण आरंभ हुआ। 1982 में रंगीन प्रसारण के साथ 'दूरदर्शन' का देशभर में हिंदी कार्यक्रमों का विस्तार हुआ। आज सैकड़ों हिंदी न्यूज चौनल, मनोरंजन चौनल और शैक्षणिक चौनल देश-विदेश में लोकप्रिय हैं।

प्रमुख हिंदी चौनल : आज तक, एबीपी न्यूज, जी न्यूज, इंडिया टीवी, एनडीटीवी इंडिया, दूरदर्शन, सोनी, स्टार प्लस, जी टीवी।

डिजिटल और सोशल मीडिया में हिंदी – मोबाइल क्रांति के साथ हिंदी ने डिजिटल मंचों पर अपनी सशक्त उपस्थिति बनाई है। हिंदी में ब्लॉग, वेब पोर्टल, यूट्यूब चौनल, फेसबुक पेज, इंस्टाग्राम रील, पॉडकास्ट आदि की संख्या तेजी से बढ़ रही है।

उदाहरण : 'द लल्लनटॉपय, 'प्रभात खबर', 'सत्य हिंदी', 'द क्विंट हिंदी' जैसे पोर्टल आज लाखों हिंदी पाठकों को जोड़ रहे हैं।

सरकार की 'डिजिटल इंडिया' नीति ने भी हिंदी में ई-गवर्नेंस, डिजिटल शिक्षा, किसान ऐप, स्वास्थ्य एप आदि की सुविधा बढ़ाई है।

वैश्विक परिप्रेक्ष्य में हिंदी की स्थिति – आज हिंदी केवल भारत तक सीमित नहीं है। मॉरीशस, फिजी, नेपाल, सूरीनाम, दक्षिण अफ्रीका, अमेरिका, कनाडा, यूके, यूएई, कतर आदि देशों में हिंदी भाषी समुदाय बसते हैं। वैश्विक स्तर पर हिंदी कि स्थिति पर चर्चा करते हुए डॉ राजकुमार डफ्फू कहते हैं कि-'वहां हिंदी फिल्मों और फिल्मी गानों के लिए ललक दीवानगी की हद तक कायम है। इसलिए पी.आई.ओ.एस(People of Indian Origin) के लिए भाषा एक अनिवार्य आवश्यकता बन चुकी है, जिसके बिना वहां कोई जातीय संस्कार पूर्ण नहीं होता। वहां भारतीय मूल के लोग फिल्मी गानों को न केवलस् सुनते हैं बल्कि याद भी रखते हैं। यदि हिंदी अध्यापक अपनी कक्षा में, हिंदी शिक्षण के दौरान फिल्मी गानों का उपयोग करता है तो वह बहुत सफल होता है। वैश्वीकरण की वृद्धि से इस दिशा में और भी नजदीकियां आई है।

'भूमंडलीकरण और हिंदी' शीर्षक लेख में डॉ. हरिशंकर दुबे- उपभोक्ता सस्कृति और बाजारीकारण की प्रक्रिया में हिंदी की महत्व निरूपित करते हुए इस तरफ हमारा ध्यान आकर्षित करते हैं कि-भारत का विशाल भू-भाग और जनसंख्या व्यापारिक व्यावसायिक हितों के सर्वथा अनुकूल है। भारतीय जनमानस का संग्राहक वृत्ति, नवीन उत्पादनों के प्रति आकर्षकप्रियता, सुरुचि संपन्नता ,जीवन में वैविध्यता आदि के कारणों से विश्व के उत्पादकों के लिए भारत एक बहुत बड़ी उपभोक्ता मंडी है यदि विदेशियों को पेप्सी कोला जैसे खाद्य-पदार्थों का वितरण बढ़ाना और अपनी माल की खपत करना है, जो इन्हें हमारी भाषा का प्रयोग प्रयोग करना और यहां की संस्कृति के मनोनुकूल विज्ञापन देने होंगे। क्योंकि हिंदी में भारत की आत्मा बसती है।अपने इस शोध आलेख में डॉ दुबे स्मरण करवाते हैं कि वे भरत के व्यापारिक संबंध विश्व के सुदूर देशों में प्राचीन कालसेहैं रहे हैं।अंग्रेज भी व्यापारी बनकर ही इस देश में आए थे। आज व्यवसाय और प्रतिस्पर्धा एक दूसरे की पूरक है। प्रतिस्पर्धा में ठहरने का साधन विज्ञापन है। विज्ञापन तभी सार्थक है जब वह भली-भांति समझ में आए। इसके लिए जरूरी है उस देश की भाषा में प्रयोग किया जाए डॉक्टर प्रभाकर माचवे भी इस बात से सहमत हैं।' जनसंचार:माध्यम औरभषा' लेख में वे स्वीकार करते हैं कि भारत में साक्षरता का प्रतिशत कम है। अंग्रेजी भाषा के या उससे सीधे अनुदित विज्ञापन और स्टेटस सिंबल जैसे-फ्रिज, टीवी, मिक्सी महंगी गाड़ियां, कारपेट आदि के अंग्रेजी से प्रभावित विज्ञापन भारतीय साधारण जन की मनोवृति के प्रतिकूल रहते हैं। अत: इन्हें रुचिकर बनाने और उद्योग के प्रचार की दृष्टि से इनका हिंदी भाषा में होना है। देश का आर्थिक पक्ष उसके सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक युग बोध से जुड़ा होता है। इस दृष्टि से भारत जैसा विशाल देश आर्थिक हितों की आपूर्ति के लिए कितना उपयोगी और हितकारी है यह बतलाने की आवश्यकता नहीं है। आत: विदेशी उद्योगों सफलता के म मूल मंत्र और उत्पाद वस्तुओं की बिक्री की वृद्धि के लिए हिंदी भाषा एक सफल उपकरण है।

उदाहरण : 'बीबीसी हिंदी' और 'वॉयस ऑफ अमेरिका हिंदी' जैसे पोर्टल विदेशों में हिंदी भाषी दर्शकों तक सूचनाएँ पहुँचा रहे हैं।

हिंदी की चुनौतियाँ और संभावनाएँ:

चुनौतियाँ :

1. अंग्रेजी व अन्य विदेशी भाषाओं का प्रभाव।
2. तकनीकी शब्दावली में हिंदी का अभाव।
3. महानगरों में हिंदी के प्रति उपेक्षा।
4. हिंदी में शोध व साहित्य सृजन की गति धीमी।

संभावनाएँ :

1. डिजिटल माध्यमों का हिंदी अनुकूल होना।
2. यूजर फ्रेंडली हिंदी ऐप्स का विकास।
3. भारतीय जनसंख्या का हिंदी के प्रति स्वाभाविक आकर्षण।
4. हिंदी वेब साहित्य व ब्लॉगिंग की बढ़ती संख्या।
5. सरकारी प्रयासों से हिंदी के प्रयोग को प्रोत्साहन।

निष्कर्ष – हिंदी ने संचार माध्यमों में अपनी विजय यात्रा निरंतर जारी रखी है। प्राचीन काल से लेकर आज के डिजिटल युग तक हिंदी ने हर संचार साधन को अपना मंच बनाया है। हिंदी समाचार पत्र, रेडियो, दूरदर्शन, सिनेमा, इंटरनेट, सोशल मीडिया सभी में हिंदी ने अपनी उपस्थिति सशक्त की है।

आज हिंदी वैश्विक मंच पर भी अपनी पहचान स्थापित कर रही है। यद्यपि चुनौतियाँ विद्यमान हैं, किंतु संभावनाएँ उससे कहीं अधिक हैं। हिंदी की सरलता, सहजता और ग्राह्यता इसकी सबसे बड़ी ताकत है। यदि सरकारी और निजी प्रयासों से हिंदी को तकनीकी और वैश्विक भाषाई मानकों के अनुरूप विकसित किया जाए, तो भविष्य में हिंदी संचार की सबसे सशक्त भाषा बन सकती है।

संदर्भ ग्रंथ सूची :-

1. शर्मा, रामनिवास – हिंदी पत्रकारिता का इतिहास, राजकमल प्रकाशन, 2022
2. तिवारी, शंभूनाथ – भारतीय जनसंचार : सिद्धांत और व्यावहारिक पक्ष, ग्रंथलोक, 2021
3. मिश्रा, राजेश – डिजिटल मीडिया और हिंदी, वाणी प्रकाशन, 2023
4. यूनेस्को भाषा सर्वेक्षण रिपोर्ट, 2020
5. दैनिक भास्कर, अमर उजाला, हिंदुस्तान अखबारों के आधिकारिक प्रसार आँकड़े।
6. बीबीसी हिंदी, वॉयस ऑफ अमेरिका हिंदी, लल्लनटॉप वेब पोर्टल।
7. 'डिजिटल इंडिया' कार्यक्रम रिपोर्ट, भारत सरकार, 2022

****