

मीडिया में हिंदी की वर्तमान स्थिति

संजीव कुमार

शिक्षा विभाग, प्राथमिक विद्यालय बेला, तहसील नादौन जिला हमीरपुर, हिमाचल प्रदेश, भारत

सारांश

वर्तमान में अपने विचारों या भावों को आमजन तक पहुँचाने में सोशल मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका अदा करता है। यह एक वर्चुअल वर्ल्ड बनाता है जो इन्टरनेट के माध्यम से एक व्यक्ति दूसरों से जुड़ जाता है। सोशल मीडिया एक विशाल नेटवर्क है, जो कि सारे विश्व को सूत्रता में बाँधता है। यह विश्व का सुगम एवं सस्ता माध्यम है जो तीव्र गति से सूचनाओं का आदान-प्रदान करके हर क्षेत्र की घटनाओं को आमजन तक पहुँचाता है। इस माध्यम के द्वारा किसी भी व्यक्ति, संस्था, समूह और देश आदि को आर्थिक, सामाजिक, सांस्कृतिक और राजनीतिक रूप से समृद्ध बनाया जा सकता है। वर्तमान वैश्वीकरण के युग में मीडिया में जहाँ असंख्य विमर्शों को जगह मिलती है वहीं मीडिया की भूमिका भी विमर्श का एक विषय है। आज मीडिया एक बड़े विश्वव्यापी उद्योग का रूप ले रहा है। अगर कोई उद्योग विश्वव्यापी होता है तो निश्चित ही उसके सरोकार और हित भी विश्वव्यापी हो जाते हैं। इसमें लगी उपग्रह, उच्च प्रौद्योगिकी इतनी महंगी है कि उस पर लगने वाली पूँजी की कल्पना सामान्य आदमी के लिए संभव नहीं है। इसलिए मात्र अभिव्यक्ति का माध्यम आदि एकआयामी बातों से इसे समझा नहीं जा सकता। दूसरे अर्थों में आज मीडिया पर बिना उसकी सामाजिक पृष्ठभूमि के बात संभव नहीं है। आज मीडिया मात्र सूचना देने और घटनाओं का विश्लेषण ही नहीं बल्कि समझ और रुचि को दिशा देने और बदलने के गंभीर काम में भी लगा है। यह मात्र राजनीतिक विचारधाराओं के प्रचार तक सीमित नहीं रह गया है। संस्कृतियों और सभ्यताओं को नए अर्थ और दिशा देने, उनके मूल्यों और परंपराओं को बदलकर उन पर नए या कहना चाहिए नवसाम्राज्यवादी मूल्यों को थोपने के सर्वाधिक सब्सिडि (विनाशक) काम में लगा है। माध्यमों के इस बढ़ते महत्व के कारण ही आज समाज विज्ञान, राजनीति विज्ञान तथा मनोविज्ञान में इसे अलग से समझने और व्याख्यायित करने की कोशिशें हो रही हैं।

मूल शब्द: सोशल मीडिया, विश्वव्यापी, प्रौद्योगिकी, वैश्वीकरण

मीडिया नाम की बहुरंगी छतरी के नीचे संचार के तमाम मीडिया रूपों को साथ रखते आने का रिवाज है। भौतिक अवस्थाओं द्वारा जनित आवश्यकताओं व चुनौतियों को वांछित परिणाम देने के लिए मनुष्य संप्रेषण के उपयुक्त माध्यमों का अविष्कार करता आया है। यही वजह है कि कृषि युगीन समाज और औद्योगिक समाज के संचार माध्यमों में फर्क है। कृषि समाजों की पूँजी निर्माण स्थिति, उत्पादन पद्धति और गति के सांचे में कठपुतली नृत्य, रासलीला-रामलीला नौटंकी जैसे माध्यम समाहित हैं। वहीं तेज रफ्तारी व हाईटेक समाजों का प्रतिनिधित्व प्रेस, रेडियो, टेलीविजन, फिल्म, कंप्यूटर, इंटरनेट जैसे जनसंचार माध्यम करते हैं। हम सरलता से जटिलता की ओर बढ़े हैं और चौपाल से मल्टीप्लेक्स के युग में पहुँचे हैं।

प्रेस से लेकर जनसंचार के डिजिटल औजारों तक के उत्पादन और इस्तेमाल की प्रकृति में भारी अंतर है। यह अंतर हमारे मन पर उनसे पड़ने वाले असर से तो होता ही है माध्यमों पर कब्जे या नियंत्रण से भी फर्क पड़ता है। इससे लोगों की विचारधारा भी प्रभावित होती है। इसलिए विचारकों का मानना है कि मीडिया को आलोचक और सच्चे मार्गदर्शक की भूमिका में भी उपस्थित होना चाहिये जिससे समाज और सरकार सही राह पर चले। मीडिया की महत्ता को स्वीकार करते हुए ही इसे "चतुर्थ स्तंभ" कहा जाता है। छापाखाना पूँजीवादी तकनीक थी जिसमें आम जन का हस्तक्षेप नहीं के बराबर था। सरकारी संसरण, मनोरंजन कर और अनुदान वाले हिस्से को छोड़ दें तो सिनेमा आमतौर पर निजी व्यवसायिक माध्यम रहा और एफएम से पहले तक रेडियो अंग्रेजों की फिर देसी लोकतांत्रिक सरकार की निगरानी में वयस्क हुआ। जबकि टेलीविजन उपग्रह और उदारवादी दौर में निजी व्यवसाय के लिए खुला। इंटरनेट अब तक अपेक्षाकृत आजाद है यहाँ लिखने और बोलने की पूरी छूट है।

सभी प्रकार के मीडिया की समाज निर्माण में अलग तरह की भूमिका होती है। समाज की अनेक समस्याएँ हैं जैसे— बच्चों, बुजुर्गों, महिलाओं की समस्याएँ, युवाओं की दिशाहीनता की समस्या आदि। जिनमें मीडिया महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। मीडिया के कई प्रकार हैं जैसे पारंपरिक मीडिया, सिनेमा, समाचार पत्र, रेडियो, टेलीविजन, न्यू मीडिया। पारम्परिक मीडिया का अस्तित्व बचा हुआ है बहुत सी ऐसी जगहों पर इसका प्रयोग होता है। नुककड़ नाटक, कठपुतली नृत्य, मुनादी का प्रयोग आम जनमानस में जागरुकता फैलाने के लिए आज भी होता है। दिल्ली की बड़ी-बड़ी कॉलोनियों में आज भी पुलिस लाउडस्पीकर या मुनादि के माध्यम से लोगों को जरूरी सूचना देती है। दिल्ली के एमसीडी चुनाव में भी लोग ढोल जैसे पारम्परिक माध्यम के साथ प्रचार करते नजर आये।

समाचार पत्र का कार्य सामाजिक विकास में सक्रिय भूमिका निभाना है। यह लोगों को सूचना, शिक्षा, मनोरंजन करने के साथ साक्षर बनाता है। समाचार-पत्र निस्संदेह संवेदनाओं एवं सूचनाओं के आदान-प्रदान का एक प्रमुख स्रोत है। तथ्य पूर्ण खबरों के नाते समाचार-पत्र की अपनी एक अलग विशेषता है। अखबार पर प्रकाशित खबरों पर लोग आंख बंद करके भरोसा करते हैं। वे मानते हैं कि अखबार में प्रकाशित हुई हर खबर सच है। इसलिए यहाँ प्रिंट मीडियाकर्मी की जिम्मेदारी महत्वपूर्ण हो जाती है।

देश में आज भी बहुत सारे लोग रेडियो सुनते हैं, भले ही माध्यम इंटरनेट क्यों न हो गया हो। रेडियो की अपनी अलग खासियत है। वैसे ट्रांजिस्टर के रूप में यह सस्ता है, इसका इस्तेमाल करना बेहद आसान भी है। यह युवा, बूढ़े, गरीब और अमीर सभी को एक साथ लाता है। टेलीफोनी कार्यक्रमों में हर कोई अपनी राय साझा कर सकता है। रेडियो पर बच्चों के लिए अलग कार्यक्रम, महिलाओं, बुजुर्गों, किसानों, युवाओं के लिए अलग-अलग कार्यक्रम प्रसारित होता रहता है। इसके माध्यम से

समुदायों और व्यक्तियों के बीच समझ और सहिष्णुता पैदा होती है।

टेलीविज़न माध्यम का प्रारंभ से ही समाज पर कई तरह का प्रभाव रहा, भारत में जब टेलीविज़न आया तो इसे छडियट बॉक्स कहा गया। लोगों का मानना था कि यह दर्शकों को आलसी बना देगा। टेलीविज़न महिलाओं, बच्चों, युवाओं आदि के लिए अलग-अलग तरह के मनोरंजन, खेल, समाचार, जागरूकता भरे कार्यक्रम प्रस्तुत करता है। अभी हाल ही में उत्तर प्रदेश के लखनऊ में भूकंप के दौरान गिरी बिलिंग में एक छोटे बच्चे ने खुद की जान बचाई बाद में उसने बताया कि टेलीविज़न पर शडोरेमोन कार्टून देख कर उसने यह सीखा था। न्यू मीडिया जादुई भरा अविष्कार है न्यू मीडिया पर अखबार, रेडियो, टेलीविज़न आदि का इस्तेमाल कर सकते हैं।

न्यू मीडिया के अंतर्गत ही सोशल मीडिया है जिसमें व्हाट्सएप, फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम आदि जैसे रियल टाइम मैसेजिंग के एप्लीकेशन हैं जो इंटरएक्टिव हैं जहाँ देश-विदेश के किसी भी कोने से तत्काल संवाद स्थापित किया जा सकता है। न्यू मीडिया ने समाज में काफी बदलाव किया है इसके जरिये डेटा सेकंड्स में ट्रांसफर होता है। किसी भी सूचना को दुनिया के किसी भी कोने से आने में बेहद कम समय लगता है।

सभी माध्यमों की तरह इसके भी नकारात्मक पहलू जरूर हैं लेकिन अगर सकारात्मक पक्षों पर ध्यान दें तो इसने दुनिया को काफी करीब ला दिया है। वर्ष 1950 में मार्शल मैक्लुहान ने अपनी पुस्तक प्सीडियम इज द मैसेज में कहा था आने वाले समय में संचार तकनीकों के कारण दुनिया बहुत ही छोटी हो जाएगी और इसे ग्लोबल विलेज की संकल्पना दी जाएगी। कोरोना महामारी के दौरान न्यू मीडिया की भूमिका सभी क्षेत्रों में महत्वपूर्ण रही चाहे वह स्वास्थ्य हो, शिक्षा, कृषि, व्यापार, रोजगार आदि सभी न्यू मीडिया पर शिपट हो गए। वर्तमान समय में सोशल मीडिया के सामने कई चुनौतियाँ भी हैं। खासकर उसकी विश्वसनीयता को लेकर चुनौती। सोशल मीडिया पर फॉरवर्ड हो रही खबरों के आधार पर लोग माइंड सेट कर लेते हैं और उसे सच मानकर व्यवहार करते हैं। जिससे कभी-कभी बड़ी घटनाएं देखने को मिलती हैं। अभी आर्टिफिशियल इंटेलिजेंस और चोट जीपीटी में हो रहे विकास से सूचना और समाज के क्षेत्र में क्रांति आने की पूरी संभावना है। यह भी अनुमान लगाया जा रहा है कि चोट जीपीटी गूगल की जगह ले लेगा, आगे आने वाला समय और भी प्रगतिशील और चुनौती भरा होने वाला है। जिसका समाज पर वृहद प्रभाव पड़ेगा।

लोकप्रियता के प्रचार-प्रसार में मीडिया एक बेहतरीन प्लेटफॉर्म है। जहाँ व्यक्ति स्वयं को अथवा अपने किसी उत्पाद को ज्यादा लोकप्रिय बना सकता है। आज फिल्मों के ट्रेलर, टीवी प्रोग्राम का प्रसारण भी सोशल मीडिया के माध्यम से किया जा रहा है। वीडियो तथा ऑडियो चोट भी सोशल मीडिया के माध्यम से सुगम हो गया है जिनमें फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम, ब्लॉग कुछ प्रमुख प्लेटफॉर्म हैं।

कुछ समय पहले जब सोशल मीडिया का अवतार हुआ तब ज्यादातर लोग अंग्रेजी भाषा का ही प्रयोग करते थे, उस समय हिंदी भाषी लोग सोशल मीडिया का सहज उपयोग नहीं कर पाते थे। लेकिन अब बदलते परिदृश्य के साथ-साथ हिंदी भाषा ने सोशल मीडिया के मंच पर दस्तक देकर अपने अस्तित्व को और भी बुलंद तरीके से स्थापित किया है। आज सोशल मीडिया पर हिन्दी का प्रयोग लोगों के लिए अलग पहचान दिलाने में आकर्षक साबित हुआ है। आज जहाँ फेसबुक, ट्विटर, व्हाट्सएप पर अंग्रेजी में लिखे गये पोस्ट या फिर कमेंट्स की भीड़ में हिंदी में लिखी गई पोस्ट या फिर कमेंट्स प्रयोगकर्ताओं को ज्यादा आकर्षित करती है। आज विभिन्न कम्पनियाँ हिन्दी भाषा में अपना विज्ञापन तथा सूचनाओं का प्रचार-प्रसार करती हैं, क्योंकि उनका

मानना है कि आज हिंदी भाषा का विस्तृत फलक है और अगर उन्हें भी अपनी सूचनाओं को बहुसंख्यक लोगों तक पहुँचाना है तो वही भाषा चुननी होगी, जिसके पाठक वर्ग अधिक हो तथा ग्राहक सहज और परिवारिकता महसूस करें।

इसके लिए हिंदी से अच्छा विकल्प ही नहीं सकता। सोशल मीडिया में हिंदी भाषा का वर्चस्व का प्रमुख कारण यह है कि हिंदी भाषा अभिव्यक्ति का सशक्त एवं वैज्ञानिक माध्यम है। संबंधित पोस्ट के भावों को समझने में असुविधा नहीं होती है। लिखी गई बात पाठक तक उसी भाव में पहुँचती है, जिस भाव से लिखा जाता है। सोशल मीडिया पर मौजूद हिंदी का ग्राफ दिन दो गुनी रात चौगुनी आसमान छू रहा है। यह हिंदी भाषा की सुगमता, सरलता और समृद्धता का ही प्रतीक है। वैश्विक पटल पर आज हिंदी सोशल हिंदी सोशल मीडिया के मंच पर विराजमान है।

सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा के विस्तार की गति का अंदाजा इसी से लगाया जा सकता है कि अप्रैल 2019 तक देश में सोशल मीडिया का इस्तेमाल करने वाले लोगों की संख्या 98.3 करोड़ थी, जिसमें ग्रामीण क्षेत्रों में उपभोक्ताओं की संख्या पिछले साल में 900

प्रतिशत तक बढ़कर ढाई करोड़ पहुँच गई, जबकि शहरी इलाकों में यह संख्या 35 प्रतिशत बढ़कर 99.2 करोड़ रही। सबसे अहम बात यह है कि न केवल उम्रदराज भारतीय, बल्कि अंग्रेजी भाषा का अच्छा ज्ञान रखने वाले युवा वक्ता भी अब सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा में अपनी पहचान बना रहे हैं।

आज बहुत-सा वर्ग हिंदी भाषा में ट्वीट करता है। आज सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा ने ट्विटर के माध्यम से शब्दों में कहने के अभ्यास को संभव बनाया है। हिंदी भाषा में किये गये ट्वीट ने आज सार्वजनिक अभिव्यक्ति की ओर बहुसंख्यक समुदाय का ध्यान आकर्षित करवाया है। ट्विटर ने करोड़ों लोगों को एक नई ताकत, छोटी बड़ी बहसों में भागीदारी सुनिश्चित की है। इस नई ताकत ने सरकारों और राजनेताओं को ज्यादा पारदर्शी, संवादमुखी, और जवाबदेह बनाया है। हिंदी भाषा ने जनता के मन और विचारधारा को जानने का नया माध्यम दिया है। हिंदी भाषा के इस सोशल मीडिया ने अपनी ताकत से सरकारों को अपने फैसलों, नीतियों और व्यवहारों की ओर ध्यान आकर्षित करवाया है। इस मीडिया ने लोक-बोल-सुन रहे हैं इन मंचों पर सार्वजनिक विमर्श की गुणवत्ता बढ़ी है तथा लोगों का स्तर हिंदी भाषा में बेहतर हुआ है।

आज फेसबुक, ट्विटर ब्लाक, व्हाट्सएप एप या अन्य कोई नेतवर्किंग साइट्स सभी पर हिंदी भाषा का प्रयोग निरंतर बढ़ रहा है। गूगल इंडिया की रिपोर्ट के अनुसार 2019 तक लगभग आधा देश इन्टरनेट से जुड़ जायेगा। वर्तमान में, मासिक सक्रिय उपयोगकर्ताओं की रैंकिंग में सबसे आगे है। हिंदी भाषा में चोट एप भी बहुत सक्रिय है। हिंदी ब्लॉगिंग पत्रकारिता के साथ ही रचनाकारों की रचनाओं को अभिव्यक्त करने का सशक्त मंच है। हिंदी में करीब 35 हजार ब्लॉगर हैं, जिनमें से 8 हजार के करीब नियमित ब्लॉग लेखक हैं। हिंदी भाषा ने टेक्नोलॉजी की वेबदुनिया में अपना महत्वपूर्ण स्थान बना लिया है। मोबाइल ऑपरेटिंग सिस्टम में हिंदी का पर्दापण वर्ष 2005 के बाद आरम्भ हुआ। गत 2 वर्षों में हिंदी भाषा का प्रयोग सोशल मीडिया पर करने वालों की संख्या में लगभग 50 प्रतिशत की वृद्धि भारत के अतिरिक्त नेपाल, मारिशस, फिजी, यूगांडा, दक्षिण अफ्रीका, कैरेबियन देशों और कनाडा आदि देशों में भी हिंदी भाषा का प्रयोग करने वालों की संख्या में वृद्धि हुई है। इसके अलावा इंग्लैंड, अमेरिका, फ्रांस, मध्य एशिया में भी इसे बोलने-समझने वाले पाठक हैं। वैश्वीकरण के दौर में भारत के बढ़ते प्रभाव के कारण पिछले कुछ समय से हिंदी के प्रति विश्व के लोगों की रुचि बढ़ी है। यह अहम तथ्य है कि किसी भी मीडिया की

लोकप्रियता उसके पाठकों की संख्या पर निर्भर करती है। इससे स्पष्ट होता है हि सोशल मीडिया के वैश्विक मानचित्र पर हिंदी भाषा का ग्राफ निरंतर प्रगतिशील है और रहेगा।

सोशल मीडिया पर हिंदी का चलन बढ़ता जा रहा है। गूगल जैसी कंपनियां भी हिंदी भाषियों को आकर्षित करने की कोशिश कर रही हैं। ट्विटर के अनुसार वर्ष २०११ में युजर्स की संख्या १० करोड़ पहुँच जाने पर कंपनी ने अपनी वेबसाइट्स पर हिंदी इनपुट की व्यवस्था की थी। हिंदी जो कुछ आगे बढ़ी है, इसी बाजारवाद के कारण आगे बढ़ी है। पहले सिनेमा, फिर टीवी और अब इंटरनेट ने हिंदी के अथाह बाजार के कारण उसे पैसा कामाऊ भाषा तो बना ही दिया है। हिंदी सिनेमा के बाद अब हिंदी के टीवी चैनल, अखबार, इंटरनेट कम्पनियाँ भी विज्ञापनों के जरिये अरबों रुपये सालाना कमा रहे हैं। अब मोबाइल पर इंटरनेट के लगातार प्रसार के कारण हिंदी और भी मजबूत होगी, क्योंकि जो भी विशाल हिंदी भाषी बाजार से पैसा कमाना चाहेगा, उसे हिंदी सोशल मीडिया को अपना ही पड़ेगा।

दरअसल सोशल मीडिया और पारंपरिक कथा संसार के बीच एक अटूट रिश्ता भी है। हालाँकि पारंपरिक लेखक शायद सोशल मीडिया की तरफ से आ रहे लेखन को कुछ अनुदार होकर देखते हैं। जैसे वह लोकप्रिय या बाजारू हो। पिछले दिनों मूलतः सोशल मीडिया में सक्रिय

अनु सिंह चौधरी के कहानी संग्रह 'नीला स्कार्फ' की करीब १५०० प्रतिष्ठा हिंदी युग्म प्रकाशन की नेट-मार्केटिंग और लेखिका की अपनी नेट-पहचान के साझा संयोग से छापने से पहले ही बिक गई।

मूलतः ब्लॉगिंग और फेसबुक के जरिये पहचान बनाने वाली युवा कवयित्री बाबुषा कोहली को ज्ञानपीठ जैसे मूर्धन्य संस्थान ने कविता के लिए युवा ज्ञानपीठ देकर इसी की पुष्टि की है। दरअसल फिर दुहराने की जरूरत है की आज का युग सोशल मीडिया का है। इसलिए इससे जुड़ना अत्यावश्यक है। बीते दिनों टाइम्स ऑफ इंडिया में ट्विटर कहानियों के बहाने एक लेख छपा जिसमें दुनिया की सबसे छोटी कथा का जिक्र है। बताया गया कि सिर्फ छह शब्दों की यह कहानी शायद अर्नेस्ट हेमिंग्वे ने लिखी है। कहानी बस इतनी सी है— 'फॉर सेल, बेबी शूज नेवर वर्न। (बिकाऊ हैं बच्चे के जूते, बिलकुल अछूते)। आज सोशल मीडिया के माध्यम से साहित्य का लोकतंत्र बन रहा है। फेसबुक, ट्विटर पर लिखने वाले लेखक किसी खलीफा, किसी मठाधीश से पूछ कर, उससे सहमति, स्वीकृति लेकर नहीं लिख रहे हैं। ये नये लेखक प्रयोग कर रहे हैं, ये साहित्य का लोकतंत्र है, जो बन रहा है। अरविन्द जोशी ने कहा कि नई तकनीक, नए मंचों को पहचान मिल रही है। विदेशों में इंटरनेट पर लिखे गये साहित्य के लिए पुरस्कारों की व्यवस्था है। पुस्तकों के बाहर भी साहित्य के लिए जगह बन रही है। देश में हिंदी क शुरुआती ब्लॉगर्स में से एक प्रतीक पाण्डे ने कहा है कि तकनीक ने लेखन-साहित्य का लोकतंत्रीकरण किया है। साहित्य किसी सीनियर आलोचक की बपौती नहीं है, जो ये लाइसेंस दे कि कौन लेखक और कौन कवि। तकनीकी ने हर किसी को लेखक, कवि होना संभव किया है। किसने कैसा लिखा, यह सोशल मीडिया तय कर देगा।

माननीय प्रधानमंत्री श्रीमान् नरेन्द्र मोदीजी ने देश के लिए एक नारा दिया— 'डिजिटल इंडिया' का। आज सोशल मीडिया के माध्यम से कम समय में दुनिया की हर जानकारी को आम लोगों तक पहुँचाया जा रहा है। माननीय प्रधानमंत्री जी का अमरिका में दिया गया भाषण बहुत प्रख्यात और चर्चित रहा। जिसमें उन्होंने कहा था कि 'दुनिया हमें साँप-सपेरों के देश के तौर पर जानती थी, पर आज दुनिया को यह एहसास हो गया है कि साँप-सपेरों वाले लोग अभी अँगुलियों से माउस चलाते हैं।' एक पहली थी कि ट्विटर केवल अंग्रेजी पढ़े-लिखे लोगों के लिए है; जो अधिकांश भारत के शहरों में रहते हैं। कुछ समय पहले विश्व कप

(क्रिकेट) के समय भारत बनाम पाकिस्तान मैच के दौरान, भारतीय टीम के प्रशंसकों ने 'जयहिंद' नामक ट्वीट को ट्रेंड करने का प्रयत्न किया और बड़े गर्व के साथ हम आपको बताना चाहते हैं कि ट्विटर 'जयहिंद' के नाम से गूज उठा और यह भारत तक ही सीमित न रहकर पूरे विश्व में गूज उठा। ट्विटर की जनसंख्या में आज हमारा देश तीसरे स्थान पर है। सोशल मीडिया का उपयोग करने वाले १७ प्रतिशत भारतीय ट्विटर का उपयोग करते हैं। पहली बार यह हुआ कि हिंदी hashtag ने ट्विटर पर बवाल कर दिया तो उसके दो दिन बाद दूसरा हिंदी hashtag हरहरमहादेव भी ट्विटर पर ट्रेंड हुआ। लोग सोचते थे कि सोशल मीडिया के आने से हिंदी का वर्चस्व कम हो जायेगा; लेकिन डिजिटल युग में तो यह उल्टा हो गया। आज ट्विटर पर हिंदी भाषा अपनी जड़ें जमा चुकी है।

आज फेसबुक पर हिन्दी की पोस्ट और ट्वीट को हजारों लाइक्स और आरटी मिल रहे हैं। राहुल देव जैसे पत्रकार फेसबुक पर हिंदी के प्रयोग को लेकर अभियान चला रहे हैं। फेसबुक के कई गुप हैं, जो हिंदी में ही चोट करना पसंद करते हैं। लिंकडइन पर भी हिंदी का प्रभाव बढ़ता जा रहा है। सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा के बढ़ते वर्चस्व को देखते हुए माननीय प्रधानमंत्री महोदय और अन्य केंद्रीय मंत्रालयों ने अपने सोशल मीडिया अपडेट्स हिंदी में प्रस्तुत किये हैं। इन अपडेट्स में लगभग ४० प्रतिशत हिंदी का प्रयोग होता है। सोशल मीडिया पर हिंदी का परचम इतना लहरा गया कि कुछ भारतीय भाषाओं के लोगों को ही इस पर इतनी आपत्ति हुई, जैसा कि केंद्र सरकार के मंत्रालयों की सोशल मीडिया साइट पर तमिलनाडु की मुख्यमंत्री जयललिता महोदया ने तो इसके बारे में प्रधानमंत्री महोदय से भी शिकायत की। राजनाथ सिंह की तरफ से गृह मंत्रालय के अकाउंट से एक सन्देश हिंदी भाषा में लिखा गया कि— भारत के गृहमंत्री के अधिकारिक ट्विटर अकाउंट पर आपका स्वागत है। इससे तमिलनाडु में हिंदी विरोध और बढ़ गया और जयललिता ने कहा कि गृह मंत्रालय केवल हिंदी में ट्वीट क्यों करें? गृह मंत्रालय को बाद यह सफाई देनी पड़ी कि हम केवल हिंदी भाषी राज्यों से ही हिंदी में वार्तालाप करते हैं।

जैसा कि आमतौर पर देखा गया कि फेसबुक ने सम्पूर्ण साहित्यिक जगत को एक मंच पर ला दिया है। आज सोशल मीडिया के द्वारा लेखक/कवि अपने पाठकों के इतने नजदीक पहुँच गये कि हाथों हाथ प्रत्युत्तर प्राप्त हो रहे हैं। पाठकों, साहित्यकारों, संपादकों तथा प्रकाशकों की आपसी दूरियों कम हुई हैं। यह एक ऐसा सोशल मीडिया का प्रभाव है जो साहित्य के सुनहरे भविष्य के लिए आश्वस्त करता है। आज साहित्यकार व्हाट्सअप, यूट्यूब और ट्विटर पर अपनी रचनाओं का प्रसार-प्रचार कर रहे हैं। व्हाट्सअप ग्रुप में साहित्यकार एक-दूसरे की रचनाएँ पढ़ उनकी खूबियों-खामियों पर विचार अभिव्यक्त कर रहे हैं तो दूसरी ओर ट्विटर पर अपने प्रिय लेखकों के विचार पढ़ प्रत्युत्तर भी दे रहे हैं। हिंदी भाषा में यूट्यूब पर भी कहानियों/कविताओं के कई ऑडियो-विडियो डाउनलोड किये हुए हैं और प्रतिदिन नये अपलोड हो रहे हैं। जिन्हें सुनने-देखने वाले पाठकों की निरंतर वृद्धि हो रही है। निस्संदेह यह कह जा सकता है कि सोशल मीडिया आज हिंदी भाषा के प्रचार-प्रसार में महत्वपूर्ण भूमिका निभा किसी भी देश के विकास का संबंध भाषा से है। इसमें कोई संदेह नहीं कि 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 रेडियो और हिंदी फिल्मों की जरूरत पड़ेगी ही. हिंदी माध्यमों का विकास होगा तो निस्संदेह 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 जाननेवालों को बाकी दुनिया से जुड़ने के नये विकल्प खोल दिये हैं. फिल्म, टी.वी., विज्ञापन और समाचार हर जगह हिंदी का वर्चस्व है.

निष्कर्ष

वर्तमान युग हिंदी मीडिया का युग है. हिंदी भाषा का निर्माण और आगे बढ़ाने का कार्य मीडिया ने किया है. इंटरनेट और मोबाइल ने हिंदी को और विस्तार दिया. हिंदी में संप्रेषण की ताकत है. हिंदी यूनिकोड हुई तो ब्लॉगिंग में बहार आ गई. चिह्न लिखनेवालों की संख्या में अप्रत्याशित वृद्धि हुई. गूगल का मोबाइल और वेब विज्ञापन नेटवर्क एडसेंस हिंदी को सपोर्ट कर रहा है. इंटरनेट पर 15 से ज्यादा हिंदी सर्च इंजन मौजूद हैं. सोशल साइट में हिंदी छाई हुई है. 21 फीसदी भारतीय हिंदी में इंटरनेट का उपयोग करते हैं. हिंदी राजभाषा के बाद अब वैश्विक भाषा बनने की ओर तेजी से बढ़ रही है. डिजिटल दुनिया में हिंदी की मांग अंग्रेजी की तुलना में पाँच गुना तेज है. हिंदी मातृभाषा और राजभाषा से एक नई वैश्विक भाषा के रूप में हिंदी बदल रही है. वह नई प्रौद्योगिकी, वैश्विक विपणन तंत्र और अंतरराष्ट्रीय संबंधों की भाषा बन रही है. आज मोबाइल की पहुँच ने गाँव-गाँव के कोने-कोने में संवाद और संपर्क को आसान बना दिया है. इस वजह से बाजार आ रहे नित नवीन मोबाइल उपकरण हर सुविधा हिंदी में देने के लिए बाध्य हैं. हिंदी की इस समृद्ध, शक्ति और प्रसार पर किसी भी हिंदी भाषी को गर्व हो सकता है.

संदर्भ सूची

1. वींद्र जाधव केशव मोरे. (2016) हिन्दी और मीडिया: बदलती प्रवृत्ति (सं.). दिल्ली रू वाणी प्रकाशन
2. सोशल मीडिया और हिन्दी साहित्य <https://hindi.pratilipi.com/read?id=4915320182538240>
3. शर्मा, सुशील कुमार. बदलते परिदृश्य में हिन्दी भाषा की स्वीकार्यता http://hindi.webdunia.com/my-blog/hindi-language-118091400025_1.html
4. विज्ञापनों में हिन्दी (विश्वबन्धु)
5. <https://hindivivek.org/1021>
6. शर्मा, सुशील कुमार. बदलते परिदृश्य में हिन्दी भाषा की स्वीकार्यता
7. <https://hindi.webdunia.com/coronavirus/literature-and-social-media>