

संचार माध्यम के क्षेत्र में हिन्दी का महत्व एवं रोजगार

डॉ० कृष्णा जी श्रीवास्तव
हिन्दी-विभाग
लखनऊ विश्वविद्यालय, लखनऊ

पत्रकारिता के क्षेत्र में संचार माध्यम सामान्यतः मीडिया के पर्याय के रूप में जाने जाते हैं। ऐतिहासिक दृष्टि से देखें तो हम पायेंगे कि “माध्यम साम्राज्यवाद” का आरम्भ प्रेस एजेंसियों से हुआ। बाद में रेडियो, फिल्म, पुस्तक प्रकाशन और विज्ञापन के क्षेत्र में इसने अपना विस्तार किया। देशकाल की दूरियों से उत्पन्न जटिलताओं, समयाभाव, वैश्वीकरण और मंडीकरण के कारण संचार माध्यमों का द्रुत गति से प्रिंट मीडिया में यद्यपि समाचार पत्र-पत्रिकायें ही प्रमुख हैं, परन्तु व्यक्तिगत पत्र ई-मेल, ई-कॉमर्स और संदेश आदि भी इसी खाते में गिने जायेंगे। आज इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का सर्वप्रसिद्ध साधन टेलीविजन बनता जा रहा है। इन माध्यमों ने हिन्दी के माध्यम से संचार क्षेत्र में एक क्रान्ति-सी उपस्थित कर दी है। यहाँ तक कि बीसियों चैनल हिन्दी में समाचारों का सम्प्रेषण, विवेचन - विश्लेषण करके जनसम्पर्क को बढ़ाते जा रहे हैं। भारत में तो ऐसे चैनलों में से अधिकतम की भाषा हिन्दी ही है। राजनीतिक, सामाजिक, धार्मिक गतिविधियों एवं संगीत, मनोरंजन, संस्कृति और खेल से लगातार संयुक्त चैनलों की बाढ़-सी आई हुई है। ऐसे सभी चैनलों को हिन्दी के द्वारा अपना संदेश पूरा करना पड़ रहा है क्योंकि भारत में हिन्दी ही एकमात्र ऐसी भाषा है, जिसे अधिकांश भारतवासी समझने में सक्षम हैं। वस्तुतः बीसवीं और इक्कीसवीं शती ने हिन्दी और संचार माध्यमों को विकास की जिस चरम सीमा पर पहुंचा दिया है, वहां भूमंडलीकरण के नाम पर मंडीकरण में बदलती जा रही दुनिया ने अब मीडिया के विविध आयामों को जन्म दिया है। हिन्दी, मीडिया और बाज़ार सभी एक दूसरे के पूरक बन गये हैं। बाज़ार होने के कारण रोजगार की पर्याप्त संभावनाएँ हैं। बाज़ार का अपना एजेंडा है, मीडिया उसकी आवश्यकता है और हिन्दी मीडिया की।

संचार माध्यमों में रेडियो की अहम भूमिका है। रेडियो पर प्रयोग होने वाली हिन्दी भी कमाल की हिन्दी है। साहित्यिक हिन्दी तो यदा-कदा ही रविवार आदि के विशेष कार्यक्रमों में सुनने में आती है लेकिन विज्ञापन एवं समाचार में सामान्य हिन्दी ही सुनाई देती है, जिसे भारतीय जनता सुनती और समझती है। अतः हिन्दी के प्रचार एवं प्रचार में रेडियो की अहम भूमिका है। भारतीय श्रोताओं का अधिकांश भाग रेडियो का हिन्दी कार्यक्रम ही सुनता है।

विज्ञापन के क्षेत्र में हिन्दी का महत्व बढ़ता जा रहा है। इस युग को विज्ञापन युग कहें तो ठीक होगा। रात-दिन सोने से सुबह के उठने तक गज़ल, भजन, गीत आदि के साथ-साथ चाय, तेल, सिरदर्द की टिकियों एवं न जाने कौन-कौन से विज्ञापन सुनने एवं दूरदर्शन, फिल्मों आदि में देखने को मिल रहे हैं। आज विज्ञापन का महत्व सभी क्षेत्रों में बढ़ रहा है। मल्टीनेशनल कम्पनियां अपने माल की गुणवत्ता एवं क्रेता संख्या बढ़ाने के लिए अपने उत्पाद का प्रचार हिन्दी माध्यमों में करा रही हैं। आज विज्ञापन के बिना व्यवसाय असम्भव सी बात है। माँग को बनाये रखने के लिए विज्ञापन ज़रूरी है। विज्ञापन का अर्थ केवल मॉडलिंग ही नहीं है। ये ज्ञान भी बढ़ाते हैं और नयी सूचना भी देते हैं। समाज के चिन्तन के धरातल बदलते हैं। विज्ञापन में हिन्दी की कोई विशिष्ट तकनीकी शब्दावली नहीं होती। आम बोलचाल की शब्दावली के प्रयोग के बावजूद यह सामान्य बोलचाल की भाषा नहीं होती। विज्ञापन का उद्देश्य होता है- पढ़ने, देखने या सुनने वाले का ध्यान आकृष्ट करना। जैसे 'धूम मचा दे.... रंग जमा दे... (पान-मसाले का विज्ञापन) औषधि मलिए..... काम पर चलिए ... (एक मरहम का विज्ञापन)/ दोहरी धार असरदार (एक ब्लेड का विज्ञापन) मच्छरों को छू करने में जादू सा असर दिखाए (मच्छर मारने की अगरबत्ती का विज्ञापन)। निश्चय ही विज्ञापन के क्षेत्र में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी भाषा अपने भीतरी और बाहरी आवश्यकताओं के अनुसार एक नया रूप ग्रहण कर रही है। इस क्षेत्र में भी रोजगार की पर्याप्त संभावनाएँ हैं।

संचार माध्यम का सम्बन्ध समाज के सभी वर्गों के व्यक्तियों से होता है। इसलिए सरलता, सहजता और सम्प्रेषणीयता संचार माध्यमों की भाषा की पहली शर्त होती है। संचार माध्यमों का प्रयोग जीवन के विविध पक्षों - समाज, राजनीति, धर्म, उद्योग, व्यापार, व्यवसाय, रोजगार, साहित्य, कला, खेलकूद आदि सभी संचार माध्यमों के विषय होते हैं। इन सभी से सम्बन्धित गतिविधियों की सूचना देना, उन पर टिप्पणी करना और उनके सम्बन्ध में जनमत निर्मित करना संचार माध्यमों का कार्य होता है। इसलिए इनकी भाषा में तटस्थता, पैनापन और सुबोधगम्यता अपेक्षित होती है। दूरदर्शन का महत्व जनसंचार माध्यम में अधिक है, क्योंकि सुनने के साथ-साथ इसमें दृश्य का अवलोकन भी होता है। दूरदर्शन के माध्यम से हिन्दी भाषा का एक नया रूप विकसित हो रहा है। उसमें दिनोंदिन खुलापन बढ़ता जा रहा है। दूरदर्शन पर प्रयोग होने वाली हिन्दी आज व्यावहारिक भाषा का एक मानक रूप धारण कर रही है। इस माध्यम में व्यवसाय और उससे जुड़े रोजगार की पर्याप्त संभावना है।

हिन्दी फिल्मों का महत्व जनसंचार माध्यमों में अधिक है। आज हिन्दी फ़िल्मों ने किसी विषय को अछूता नहीं छोड़ा है। हिन्दी को जनता तक पहुंचाने का कार्य फ़िल्मों ने किया। हिन्दी विरोधी भी हिन्दी फ़िल्में देखते हैं, हिन्दी फ़िल्मों के गीत गाते हैं, जिसका नज़ारा आज हमें तमिलनाडु, कश्मीर, बंगाल, आसाम आदि राज्यों में हिन्दी गीतों को गुनगुनाते अहिंदीभाषी लोगों में दिखाई पड़ता है। इसके सम्बन्ध में हरेश वशिष्ठ ने अपनी पुस्तक 'जनसंचार में फ़िल्मों तथा दूरदर्शन का योगदान' में लिखा - "क्या यह आश्चर्यजनक नहीं है कि हिन्दी का सर्वाधिक विरोध करने वाले तमिलनाडु की राजधानी मद्रास में बनने वाली सर्वाधिक संख्या हिन्दी फ़िल्मों की है। आज लाहौर से लेकर ढाका तक फैले इस उपमहाद्वीप में हिन्दी को समझा और परखा जाता है। फ़िल्में रोजगार की दिशा में बहुआयामी साधन हैं।

मौजूदा समय में हिन्दी फ़िल्मों की सबसे सफल अभिनेत्री मानी जा रही कैटरीना कैफ़ ने जब वर्ष 2003 में फिल्म 'बूम' से फ़िल्मी दुनिया में कदम रखा था तो उन्हें हिन्दी नहीं आती थी। वैसे भी जो किरदार उन्होंने इस फिल्म में निभाया था उसमें हिन्दी जानने की कोई खास ज़रूरत थी भी नहीं क्योंकि फिल्म में कैटरीना के हिस्से में संवाद बहुत कम थे। दैनिक समाचार पत्र हिन्दुस्तान से जुड़े पत्रकार विशाल ठाकुर के अनुसार कैटरीना एक कश्मीरी परिवार से है लेकिन उनका जन्म हॉन्ग कॉन्ग में हुआ। इसके बाद हवाई और लंदन जैसे शहरों में रहने के बाद वह फ़िल्मों में कैरिअर बनाने के लिए मुम्बई आ गईं। उन्हें हिन्दी आज भी पूरी तरह से नहीं आती, उनकी सबसे सफल फिल्मों में भी संवाद अदायगी के दौरान हिन्दी ठीक से न बोल पाने का कमजोर पहलू साफ़ झलकता है। उन्होंने जान लिया है कि फ़िल्मों को हिन्दी की ज़रूरत है और आगे बढ़ना है तो हिन्दी में हाथ साफ़ करना ज़रूरी होगा। इन दिनों कैटरीना का पूरा-पूरा ध्यान हिन्दी सीखने पर है।

प्रसिद्ध मॉडल ब्रूना अब्दुल्ला और हॉलीवुड अभिनेत्री बारबरा मोरी भी हिन्दी के शुरूआती ज्ञान से गुज़र रही हैं। यानी उन्हें इतनी हिन्दी सिखाई जा रही है कि वो अपनी हिन्दी फ़िल्मों में संवाद ठीक से बोल सकें। दरअसल नए ज़माने का हिन्दी सिनेमा इस कदर पेशेवर हो चुका है कि किसी स्टार के हिन्दी में हाथ तंग होने को वह ज्यादा समय तक नहीं झेल सकता। बेशक हिन्दी फ़िल्मों के शुरूआत तथा अंत में दिखाए जाने वाले टाइटल्स को अंग्रेज़ी में दिखाया जाता हो लेकिन निर्देशक एन०चन्द्रा एवं सई परांजयी सरीखे दिग्गज फिल्मकारों ने अपनी फिल्मों के टाइटल्स हमेशा हिन्दी में ही पेश किए।

कैटरीना की ही तरह मॉडलिंग से अभिनय में आई याना गुप्ता का हाथ भी हिन्दी में ज़रा तंग है । कुछ सप्ताह पहले 'कलर्स चैनल पर रियलटी शो 'खतरों के खिलाड़ी' में याना की मौजूदगी एक ऐसी प्रतियोगी के रूप में देखी गई जो अपना स्टंट करते हुए एकदम शांत रहती थी, बाकी प्रतियोगियों के मुकाबले याना शो में काफी चुप रहती थीं । हालांकि शो में अंग्रेजी बोलने को लेकर किसी तरह की पाबन्दी नहीं थी लेकिन पटकथा का सारा ज़ोर हिन्दी पर ही था । यही कारण था कि अंग्रेजी बोलने की आदी नेत्रा, पूजा बेदी, उर्वशी आदि को भी हिन्दी में ही बातें करते देखा गया । ऐसे में याना गुप्ता की चुप्पी समझी जा सकती है । मतलब यही कि टेलीविजन के इस रियलटी शो में हिन्दी बोलो वरना चुप रहो । शो के दौरान वह जब भी बोली तो उसमें हिन्दी ज्यादा और अंग्रेजी बेहद कम थी । चेक गणराज्य की याना गुप्ता को उनकी पहली बड़ी पहचान हिन्दी फ़िल्म 'दम' के लोकप्रिय गीत "बाबू जी जरा धीरे चलो" से मिली थी । यह गीत हिन्दी के देसी पुट से सराबोर था । इस शो के बाद उनके पास काफी काम आ गया था, इस ज़रूरत के साथ कि अब हिन्दी के बिना गुजारा नहीं है । हिन्दी है, तो उसके माध्यम से रोजगार भी है ।

कुछ अरसा पहले पेरिजाद की हालत भी कुछ-कुछ 'याना' जैसी ही थी । वर्ष 2005 की सर्दियों में अभिनेत्री पेरिजाद जोराबियन एक गैर फिल्मी समारोह में आई थीं । पत्रकार विशाल जी को पता था कि पेरिजाद को हिन्दी ठीक से नहीं आती । उन्होंने अंग्रेजी में पेरिजाद को अपना परिचय दिया । यह जानकर कि विशाल जी हिन्दी अखबार से हैं, पेरिजाद ने थोड़ा सकुचाते हुए कहा "मैं हिन्दी ठीक से नहीं बोल सकती पर मैं कोशिश कर सकती हूँ ।" टूटी-फूटी हिन्दी और धारा प्रवाह अंग्रेजी के साथ पेरिजाद से बातचीत हुई लेकिन उन्होंने इस वादे के साथ विदा ली कि अगली बार जब भी बात होगी तो हिन्दी में बात होगी । इस बीच फोन पर पत्रकार ने पेरिजाद से कई बार बात की । उनकी हिन्दी में सुधार आ रहा था । वह ठीक-ठीक हिन्दी बोल लेती हैं । छोटे परदे पर रियलटी शो का कब्जा है । ये शो आज हर चैनल की ज़रूरत से आगे बढ़कर मजबूरी के स्तर तक जा पहुंचे हैं । 'बिग बॉस' की शुरूआत में 'बिग ब्रदर्स' शो से चर्चा में आई गुडी, जो सिर्फ अंग्रेजी में ही बोल सकती थी, की बातों को हिन्दी में रूपांतरित करने की जिम्मेदारी एक प्रतियोगी को दी गई थी । पायल रोहतगी ही गुडी की बातों का हिन्दी रूपांतर करती थीं । यानी गुडी की बातों को अंग्रेजी में ही 'निपटाने का जोखिम चैनल ने नहीं लिया था ।

विभिन्न रियलटी शो के कलेवर, उनके निर्णायक मण्डल और शो की रूपरेखा सहित तमाम चीज़ों में हिन्दी का ही पुट है । अब "ज़रा नच के दिखा" की एंकर मलाइका अरोड़ा को ही लीजिए ।

वह इस शो में बिंदास हिन्दी बोलती थीं। इससे पहले उन्होंने एनडीटीवी के रियलटी शो 'धूम मचा दे' में भी हिन्दी से सराबोर एंकरिंग की थी जबकि रियल लाइफ में सार्वजनिक तौर पर मलाइका अंग्रेजी में ही बात करती हैं। पूजा बेदी के सिर पर भी जब शो की एंकरिंग की बात आती है तो हिन्दी बोलने लगती हैं। फराह खान, सलमान खान, शाहरूख खान भी अपने-अपने शो में खुलकर बहुत अच्छी हिन्दी बोलते हैं। सलमान का शो 'दस का दम' और शाहरूख खान का शो "क्या आप पांचवीं पास से तेज हैं" में हिन्दी का ही बोलबाला रहा।

मीडिया के सबसे सशक्त छोटे पर्दे पर हिन्दी को बढ़ावा देने का काम किया 'कौन बनेगा करोड़पति' ने जिसमें अमिताभ बच्चन की शुद्ध हिन्दी ने न केवल लोगों को हिन्दी के प्रति आदर सिखाया बल्कि उसे अपनाने की भी प्रेरणा दी। आज अमिताभ बच्चन फिल्म उद्योग के उन शीर्ष हिन्दी भाषियों में से एक हैं जो सिर्फ जरूरत पड़ने पर ही अंग्रेजी का इस्तेमाल करते हैं। संवाददाता सम्मेलनों और विभिन्न समारोह में वह हिन्दी ही बोलते हैं, और वह भी बिना झिझक के क्षेत्र के। इस क्षेत्र में अनुवादकों का महत्वपूर्ण भूमिका होती है।

समाचार पत्र-पत्रिकाओं, रेडियो, टी०वी० चैनलों के साथ ही आज तेजी से बढ़ रही ब्लॉगिंग विधा ने हिन्दी का कद बढ़ाया है। इंटरनेट ब्लॉगिंग ने पिछड़ती जा रही हिन्दी का विकास किया है। अब कम्प्यूटर केवल अंग्रेजी से जुड़े लोगों के लिए ही नहीं रह गया है, बल्कि इसे तमाम क्षेत्रीय भाषाओं के लोग भी आसानी से इस्तेमाल कर रहे हैं। अंग्रेजी के बाद देश में सबसे तेजी से विकसित हो रही भाषा का दर्जा हिन्दी ने पा लिया है। देश में इंटरनेट यूजर्स के बीच अब हिन्दी दूसरे नंबर की भाषा बन गई है। नेट यूजर्स के बीच हिन्दी बहुत तेजी से पापुलर हो रही है। इसका सबसे ज्यादा श्रेय ब्लॉगिंग को ही जाता है। आज तेजी से प्रसिद्ध हो रही और चर्चा में रहने वाली तमाम हिन्दी ब्लॉगिंग साइट्स ने हिन्दी के परचम को लहराया है। इंडिया ब्लॉगिंग डाट कॉम में छपी शोध के मुताबिक भारत में नेट यूजर्स बीच अंग्रेजी के बाद हिन्दी दूसरे पायदान पर काबिज है। हिन्दी की बुलन्दी के लिए कई माध्यम महत्वपूर्ण साबित हुए हैं। जिनमें प्रमुख रूप से हिन्दी ब्लॉगिंग, अखबारों के इंटरनेट संस्करण, हिन्दी भाषा सम्बन्धित तमाम वेबसाइट्स शामिल है। अब इंडियन नेट यूजर्स को हिन्दी ब्लॉगिंग क्या है, बताने की जरूरत नहीं रह गई है।

हिन्दी में नियमित रूप से ब्लॉगिंग करने वाले शेखर कहते हैं कि कुछ भी हो, भले ही ब्लॉगिंग का बहाना हो लेकिन हमारी हिन्दी को वो जगह तो मिली जो इसे अपने देश में मिलनी चाहिए। लेकिन हिन्दी भाषा की पॉपुलरिटी बढ़ाने का सबसे ज्यादा श्रेय ब्लॉगिंग को ही जाना चाहिए। इंटरनेट

यूजर्स और ब्लॉगर्स ने हिन्दी को दूसरे पायदान पर पहुंचा दिया है। ब्लॉग पर अब बहुत से साहित्यिक मंच तैयार हो रहे हैं। रतलाम के मशहूर ब्लॉगर रवि रतलामी का ब्लॉग अपने आप में साहित्य का विशाल भंडार है। वो इंटरनेट जगत में साहित्य के सबसे बड़े वितरक बन गये हैं। रवि रतलामी ने साठ के लगभग उपन्यासों को ब्लॉग पर उपलब्ध करा दिया है।

रतलामी ने अद्भुत काम किया है। रवि, 'कृपया ध्यान दें' वाले अंदाज़ में लिखते हैं कि रचनाकार का प्रकाशन अवैतनिक, अव्यावसायिक किया जाता है। ध्येय यह है कि उत्कृष्ट रचनाएँ इंटरनेट के माध्यम से जन-जन को सर्वसुलभ हो सकें। नये-पुराने कवियों की तीन सौ कविताएँ वहाँ मौजूद हैं। रतलामी ने हिन्दी में पीडीएफ फाइल बनाकर ई-बुक का चलन भी शुरू कर दिया है। असगर वजाहत का कहानी संग्रह ढूँढने में काफी समय लग गया। रवीश जी बताते हैं कि हिन्दी पुस्तकों की दुकान पृष्ठों तो कोई दिल्ली का दरियागंज बताता रहा तो कोई अपने शहर का रेलवे स्टेशन। इंटरनेट इस समस्या का समाधान है।

बॉलीवुड के महानायक अमिताभ बच्चन, ब्लॉग, ट्विटर, फेसबुक जैसे सोशल मीडिया के लोकप्रिय माध्यमों का बहुत अच्छा उपयोग करते हैं। प्रत्येक माध्यम के प्रति उनकी संलग्नता उल्लेखनीय है। इन माध्यमों के द्वारा प्रशासक और पाठक लोकप्रियता के शीर्ष पर एकाकी बैठे अमिताभ बच्चन के विचारों, अनुभवों और दैनंदिन जीवन की गतिविधियों से नियमित परिचित होते रहते हैं। अगर उनका ब्लॉग फ़ॉलो करें तो पाएंगे कि रात के बारह बजे के बाद ही यह अपडेट होता है। कभी दो बजे तो कभी चार बजे, जब भारत सो रहा होता है तो दिन भर की सक्रियताओं का सार बताते हुए वह एक दार्शनिक अभिभावक, मित्र या परिवार के सदस्य के रूप में रूबरू होते हैं। लगातार कई वर्षों से वे रोजाना लिख रहे हैं। वर्चुअल दुनिया के पाठकों के लिए उन्होंने नया शब्द गढ़ा 'एक्सटेंडेड फैमिली' (विस्तारित परिवार)। यह परिवार भी उन्हें अपने जीवन का अभिन्न हिस्सा मानता रहा। ट्विटर (74 लाख से अधिक), फेसबुक (76 लाख से अधिक) और ब्लॉग (76 लाख से अधिक) मिलाकर उनके विस्तारित परिवार की संख्या दो करोड़ से ज्यादा है। अनुशासन, समर्पण और नियमितता से उन्होंने अपने इस विस्तारित परिवार से अटूट रिश्ता बना लिया है। किसी समय मीडिया के साथ परस्पर दोतरफा उदासीनता से वह खुद में अकेले और लोगों से दूर हो गए थे। अब सोशल मीडिया ने उन्हें सभी के करीब ला दिया है। वे मुक्त, स्वतंत्र और मुखर हो गए हैं।

अब ऑन लाइन पत्रिका का आगाज़ ही हो रहा है। उपन्यासकार शानी को याद कर, उनकी बेटी सूफिया से बातचीत के ज़रिए शानी को फिर से समझने की कोशिश की जा रही है। सर्वेश्वर

दयाल सक्सेना का परिचय दिया गया है। प्रेमचंद की कहानी 'ठाकुर का कुआं', पूरी पढ़ी जा सकती है। 'ईदगाह' भी मौजूद है। साथ में एक पोल भी चल रहा है कि हिन्दी के लोकप्रिय लेखक कौन हैं? पंत, अज्ञेय, प्रसाद, निराला, प्रेमचंद या महादेवी। साहित्य को उस समाज से जोड़ने की कोशिश जिसे हमारा साहित्य जगत संकोच की नज़र से देखता है। नीलाभ ने कहा- हिन्दी के विद्वानों को तकनीक से दूर भागने की आदत छोड़नी होगी। निश्चय ही हिन्दी एक जीवंत भाषा है। इसके नित नये-नये उभरते रूप इसकी विकासमान प्रवृत्ति का परिचय देते हैं। हिन्दी प्रतिदिन संचार माध्यमों से जुड़ती चली जा रही है। ऐसी सम्भावना है कि हिन्दी का प्रयोग अपनी विलक्षणताओं, प्रयुक्तियों, अभिव्यक्तियों, टेक्निक आदि के तौर पर और अधिक व्यापक रूप में होगा, जो हिन्दी के उज्ज्वल भविष्य का द्योतक होगा तथा हिन्दी के मामले में रोजगार की दिशा में निश्चित रूप से ये सभी माध्यम सार्थक साधन के रूप में होंगे।

सन्दर्भ :-

- 1- 'मीडिया लेखन' : सुमित मोहन।
- 2- 'प्रयोजन मूलक हिन्दी' : डॉ० विनोद गोदरे।
- 3- 'मीडियाकालीन हिन्दी : स्वरूप और संभावनाएं': अर्जुन चव्हाण।
- 4- 'वर्तमान सदी में प्रयोजनमूलक हिन्दी की संभावनाएं' : डॉ० अब्दुल लतीफ।
- 5- 'अमर उजाला' : अमित कुमार वाजपेयी।
- 6- 'हिन्दुस्तान' : रवीश कुमार।
- 7- 'दैनिक जागरण' : इम्पैक्ट।