

सोशल मीडिया में हिन्दी और उसका स्वरूप

Kiran Watti*, Keshav Patel**

शोध सार Abstract

वर्तमान समय में देश में इंटरनेट की उपलब्धता ने लोगों को सोशल मीडिया की ओर तेजी से आकर्षित किया है। आज भारत पूरे विश्व में इंटरनेट के उपयोग के हिसाब से तीसरे स्थान पर है तो फेसबुक के इस्तेमाल में पहले स्थान पर है। भारत में सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोगकर्ताओं की संख्या के कारण अब अंतर्राष्ट्रीय मंचों को उपभोक्ताओं तक अपनी पहुंच बनाने के लिए लोगों की अपनी भाषा में संवाद की आवश्यकता महसूस हुई। हिंदी ना सिर्फ हमारी भाषा है बल्कि भारत और भारत से जुड़े कई लोगों की उपयोगिता भी है, यही कारण है आज समूचे बाजार में हिंदी सबसे प्रिय भाषा बन गई है। ग्लोबलाइजेशन के इस दौर में अंग्रेजी चाहे जितनी भी ताकतवर हो पर आपका काम हिंदी के बगैर नहीं चल सकता। यही कारण है मोबाइल के एसएमएस से लेकर सोशल साइट की दीवारों तक, रोमन से लेकर देवनागरी तक, एंड्रायड सिस्टम से लेकर आई फोन के आईओएस तक काम हिंदी में ही करना पड़ता है। प्रस्तुत शोध पत्र में सोशल मीडिया में हिन्दी के उपयोग और उसके प्रभाव का अध्ययन किया गया है। शोधार्थी ने इसके लिए द्वितीयक स्रोतों की सहायता और सोशल मीडिया का व्यापक अध्ययन किया है।

सूत्रशब्द: सोशल मीडिया, हिन्दी, हिन्गलिश।

सोशल मीडिया और भारतीय पृष्ठभूमि

90 के दशक में कम्प्यूटर तकनीक के आने के बाद से लोगों के आपसी संवाद में बढ़ोत्तरी हुई है। सेलफोन, इंटरनेट, ई-मेल, और अब सोशल मीडिया ने लोगों के बीच संचार के नए रास्ते खोल दिए हैं। (Patel K. , 2017) ग्लोबलाइजेशन के दौर बदलते भारत के स्वरूप ग्रामीण भारत को भी अपने रंग में रगना शुरू कर दिया है (Patel, 2016) इंटरनेट के आने के बाद तो

संचार क्रांति ने तो बदलाव की गति को और भी तीव्र कर दिया है। 2016 तक भारत विश्व में तीसरे स्थान पर सर्वाधिक इंटरनेट करने वाला देश था एक अनुमान के अनुसार 2020 तक देश में इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या 73 करोड़ होने का अनुमान है (Patel, ग्रामीण भारत का बदलता चेहरा, 2016).

*Assistant Professor, Govt Collage Bhopal.

**Research Scholar, MGCGU.

Correspondence E-mail Id: editor@eurekajournals.com

इंटरनेट की इस सर्वसुलभता के कारण ही सोशल साइट्स आज के समय में लोगों की जरूरत बन गई है। लोग ज्यादा से ज्यादा अपना समय वाट्सएप और फेसबुक जैसी सोशल नेटवर्किंग में गुजारना पसंद करते हैं। दिसंबर की आखिरी तिमाही तक भारत में फेसबुक उपयोगकर्ता की संख्या 300 मिलियन है। इसके बाद अमेरिका और ब्राजील का स्थान आता है। (statista, 2019) अब सोशल मीडिया का प्रभाव सिर्फ इंटरनेट की अधिकारिक भाषा यानि अंग्रेजी तक ही सीमित नहीं रह गया है, बल्कि इसका व्यापक प्रभाव हिंदी पर भी पड़ा है।

इंटरनेट और हिन्दी

इंटरनेट के सर्वसुलभ होने के बाद एक नई तरह की क्रांति हुई ब्लॉग ऐसा ही एक माध्यम बनकर सामने आया, आंकड़ों के हिसाब से 2018 के अंतिम तिमाही में कुल ब्लॉग्स की संख्या 505 मिलियन थी। (softwarefindr, 2019) भारत में भी अंग्रेजी के अलावा लगभग सभी भारतीय भाषाओं में ब्लॉग लिखे जा रहे हैं जिनमें हिंदी सबसे ऊपर है। हिंदी में करीब 35 हजार से भी ज्यादा ब्लॉगर हैं, जिनमें से 4 हजार के करीब नियमित ब्लॉग लेखक हैं। हिंदी में पहला ब्लॉग 2003 में शुरू हुआ था। यह जाहिर सी बात है कि भले ही हमें कितनी भी भाषाओं का ज्ञान क्यों न हो लेकिन हमारे दिल को सबसे सहज तरीके से वही बात छूती है जो अपनी जबान में कही जाती है। यहां तक कि हिंदी अगर रोमन में लिखी जाए तो भी वह उतनी असरदार नहीं साबित होती जितनी कि देवनागरी में लिखी हिंदी होती है। सोशल मीडिया में हिंदी के बढ़ते असर को इस बात से महसूस किया जा सकता है कि हिंदी की कई वेब पत्रिकाओं ने पाठक संख्या के मामले में मुद्रित पत्र-पत्रिकाओं को पीछे छोड़ दिया है। इंटरनेट पर जब हिन्दी ब्लॉग्स का प्रादुर्भाव कोई

एक दशक पहले नियमित तौर पर शुरू हुआ, इस समय तक हिंदी पर समाचार पत्रों के संपादकों या साहित्यकारों का एकछत्र शासन माना जाता था लेकिन इंटरनेट पर ब्लॉग के आने के साथ ही हिंदी प्रेमियों में जबरदस्त उत्साह आया। ऐसा लगने लगा मानों अभिव्यक्ति के नए पंख लग गए हैं, सृजनशीलता और अभिव्यक्ति जो अभी तक 'क्रूर' संपादकों के रहमोकरम पर थी सहसा एक नयी आजादी पा गयी थी। पत्रकार-लेखक प्रभात रंजन के ब्लॉग 'जानकीपुल' ने कुछ ही सालों में दो लाख पाठकों का आंकड़ा छूकर हिंदी ब्लॉगिंग में एक नया मुकाम हासिल किया। लेकिन अब ब्लॉग की कंटेंट और क्वालिटी पर भी सवाल उठने लगे हैं। हर वह व्यक्ति जो कम्प्यूटर का ABC भी जान गया हिंदी के मूल के साथ खिलवाड़ करने लगा है, नये शब्दों का गठन हो रहा है, नये-नये तरह की व्याकरण रचना होती जा रही हैं, कई हिंदी में एक अगली तरह कविता रचनाएं करने लगे हैं जिनका हिंदी कविता व्याकरण से कोसों दूर का भी नाता नहीं है।

हिंदी और हिंग्लिश

हैडिक में दर्द हो रहा है, कन्फर्मेशन कंफर्म नहीं हो रहा है, ये कुछ ऐसे जुमले हैं जो सुनने में सही लगते हैं लेकिन व्याकरण की दृष्टि से पूर्ण अशुद्ध, अ-उपयुक्त हैं, जब यही हिन्दी अंग्रेजी के साथ एक बहनापा विकसित कर लेती है तो यही हिन्दी बेहद संप्रेषणीय हो जाती है..... इसे ही हिंग्लिश कहते हैं, महज़ कुछ साल पहले तक रोमन का इतना ज्यादा चलन नहीं था। लेकिन देश में मोबाइल क्रांति और सोशल मीडिया की सर्व सुलभ पहुंच ने हिन्दी में रोमन क्रांति को जन्म दिया। मोबाइल में भेजे जाने वाले 90 फीसदी मेसेज रोमन में ही लिखे जाते हैं। युवा पीढ़ी उतनी ही सहजता से रोमन लिखती है जितनी सहजता से कोई हिन्दी भाषी व्यक्ति

हिन्दी में कुछ लिखता है। हद तो यह है कि हिन्दी भाषी लोग ही सबसे ज्यादा रोमन का इस्तेमाल करते हैं। रोमन ने हिन्दी को विस्तार की एक ऐसी ताकत दी है जिस ताकत का अंदाजा शायद एक दशक पहले तक किसी को भी नहीं था और आज हालत यह है कि व्हाट्सएप, फेसबुक, ट्विटर जैसी सोशल नेटवर्किंग साइट्स तथा मोबाइल के मेसेजबाक्स में सबसे ज्यादा संदेश इसी रोमन के ही आते हैं। SMS तो पूरी तरह से अंग्रेजी और हिंदी के रोमांस के कब्जे में है। सोशल मीडिया की दीवारों (FB WALL) से शुरू हुई ये हिंग्लिश अब हमारे रोजमर्रा के जीवन में भी गहरी पैठ बना चुकी है। हालांकि एक लिहाज से रोमनगिरी का विस्तार खतरनाक है, क्योंकि वह हिन्दी के एक चरण की हानि की प्रक्रिया है, लेकिन इसका एक फायदा भी है कि इस रोमनगिरी के चलते देश में हिंदी बोलने और समझने वालों का प्रतिशत लगातार बढ़ रहा है और आप इस रोमनगिरी से परहेज नहीं कर सकते।

निष्कर्ष

हिंदी की इस अनुकूलता का एक बड़ा उदाहरण यह भी है कि पिछले पाँच-सात वर्षों में संचार माध्यमों पर हिंदी के विज्ञापनों के अनुपात में सत्तर प्रतिशत से ज्यादा बढ़ोत्तरी हुई है। इसका कारण भी साफ है...भारत के इस बड़े बाज़ार में सबसे बड़ा उपभोक्ता निम्न और मध्यम आय वाले समाज का है जिसकी समझ और आस्था अंग्रेज़ी की अपेक्षा अपनी मातृभाषा या राष्ट्रभाषा से अधिक प्रभावित होती है। इस नए भाषिक परिवेश में विभिन्न संचार माध्यमों की भूमिका केंद्रीय हो गई है। इंग्लिश का सौभाग्य इस कदर प्रबल हो गया है कि हिंदी का भाग्य भी उससे जुड़ गया और वह हिंग्लिश बन गई इस नए

भाषाई ईजाद से कभी-कभी तकलीफ भी होती है और ये अफसोस भी होता है कि हिंदी को सर्वमान्य बनाने की मांग के साथ हिंग्लिश के बढ़ते चलन पर किसी का ध्यान क्यों नहीं किया। अंग्रेजी बोलने की चाहत में हिंदी का जो अपभ्रंश हो रहा है, वह ज्यादा विचारणीय है। सीधे तौर पर इसे सोशल मीडिया ने ही बढ़ावा दिया, इतना और किसी से नहीं।

References

- [1]. Patel, K. (2016, 10 1). ग्रामीण भारत का बदलता चेहरा. (S. Diwedi, Ed.) Media Vimarsh, 10(40), 49-50. doi:10.13140/RG.2.2.19991.01448
- [2]. Patel, K. (2016, 11 19). पर्यावरण संरक्षण में मीडिया की भूमिका. Journal of Contemporary Sciences, 1(1), 83-86. Retrieved 05 20, 2019
- [3]. Patel, K. (2017). An Analysis of Impact of Personal Communication Technology on Public Policy Making Process In India. International Journal of Emerging Trends in Information & Knowledge Management, 1(1), 16-22. Retrieved 05 20, 2019
- [4]. Softwarefindr. (2019, 05 20). How Many Blogs are there in 2018? Retrieved 05 20, 2019, from softwarefindr.
- [5]. Statista. (2019, 05 20). Facebook users as of April 2019. (statista, Producer) Retrieved 05 20, 2019, from statista.