Impact Factor 6.261 ISSN- 2348-7143

INTERNATIONAL RESEARCH FELLOW ASSOCIATION'S

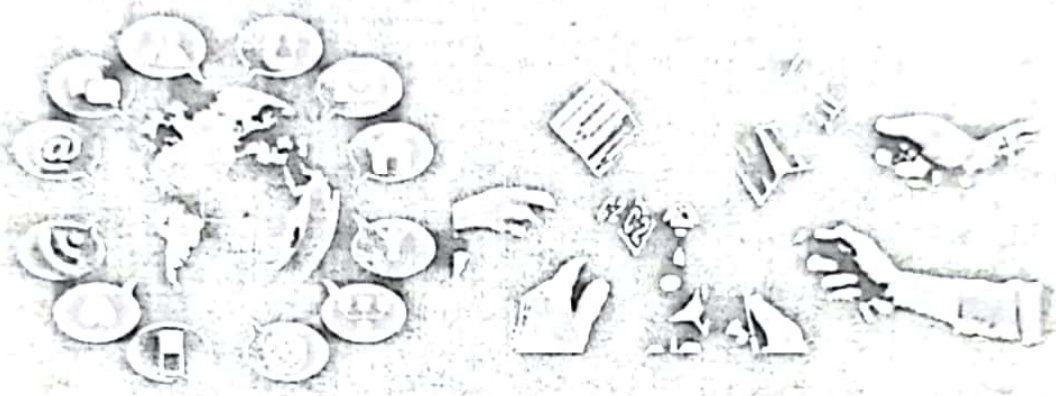
RESEARCH JOURNEY

UGC Approved Multidisciplinary International E-research Journal

PEER REFREED & INDEXED JOURNAL

January 2019 Special Issue – 91

जनसंचार एवं तकनीकी के क्षेत्र में हिंदी की उपादेयता



Chief Editor
Dr. Dhanraj T. Dhangar
Assist. Prof. (Marathi)
MGV'S Arts & Commerce college,
Yeola, Dist. Nashik (M.s.) India

Executive Editor of this Issue
Dr. Anil Kale
Asso. Prof. & Head of Hindi Dept.
GM'S Arts, Commerce & Science College,
Narayangaon, Tal. Junnar, Dist. Pune

SWATIDHAN INTERNATIONAL PUBLICATIONS

visit to - www.researchjourney.net

RESEARCH JOURNEY

Scanned with CamScanner

RESEARCH JOURNEY International Multidisciplinary E-Research Journal | ISSN- 2348-7143
Impact Factor - (SJIF) - 6.261, (CIF) - 3.452, (GIF) -0.676 | January 2019 | UGC Approved No. 40705
Special Issue 91 , जनसंचार एवं तकनीकी के क्षेत्र में हिंदी की उपादेयता

Index

1.	जनसंचार एवं तकनीकी क्षेत्र में हिंदी उपादेयता	डॉ. अनिल काळे	11
2.	पर्यटन क्षेत्र और हिंदी	प्रा. प्रदीप जटाळ	15
3.	सिनेमा और हिंदी	प्रा. डॉ. वी.टी. शेणकर	18
4.	जनसंचार माध्यम का अर्थ, महत्व और उद्देश्य.....	डॉ. नगिंदर दत्त भारद्वाज	20
5.	भूमंडलीकरण, मीडिया और हिन्दी भाषा	डॉ. सत्यजित कलिता	23
6.	विज्ञापन और हिन्दी	डॉ. अनिला एस. कर्पूर	28
7.	राजभाशा हिन्दी और मीडिया	डॉ. एम. डी. माझीद मीया	31
8.	विज्ञापन और हिंदी	डॉ. विनोद श्रीराम जाधव	35
9.	वर्तमान में हिंदी तकनीकीकरण की चुनौतियाँ एवं रोजगार ...	डॉ. रणजीत भारती	38
10.	सूचना प्राद्योगिकी और हिंदी	डॉ. संतोष रायबोले	42
11.	पत्रकारिता के विविध आयाम	प्रा. डॉ. मंजु पुरूषोत्तमदास तरड़ेजा	45
12.	जैन अध्यात्मिक प्रचार – प्रसार में हिंदी भाशा एवं..... तकनीकी क्षेत्र का योगदान	महाविर रामचंद्र सावळे	49
13.	संचार माध्यमों की हिंदी भाषा : एक अवलोकन	मुकुंदा निवृत्ती ठोंबरे	53
14.	प्रिन्ट मीडिया और हिन्दी भाषा	डॉ. वन्दना अग्निहोत्री	56
15.	जनसंचार : स्वरूप, विकास एवं प्रकार	डॉ. जी. शांति	59
16.	जनसंचार माध्यम और हिंदी	डॉ. दत्तात्रय मोहिते	64
17.	इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी	डॉ. कैप्टन बाबासाहेब माने	67
18.	जनसंचार माध्यम और हिंदी	डॉ. जिभाऊ शा. मोरे	70
19.	इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिंदी साहित्य	डॉ. समीर गुलाब सय्यद	72
20.	जनसंचार और हिन्दी भाषा	डॉ. कीर्ति कुमारी	74
21.	हिंदी और जनसंचार माध्यम	प्रा.डॉ. शिवाजी उत्तम चवरे	77
22.	जनसंचार माध्यामों में दूरदर्शन और हिंदी उपादेयता.....	प्रा. डॉ. ऐनूर एस. शेख	80
23.	जनसंचार माध्यमो में हिंदी भाषा की स्थिति.....	प्रा. कैलास के. बच्छाव	82
24.	सूचना और प्रौद्योगिक क्षेत्र और हिंदी	डॉ. रिना रमेश सुरडकर	84
25.	संचार माध्यम और भाषिक कौशल का पाठ्यक्रम में स्थान.....	प्रा. डॉ. दत्तात्रय प्रभाकर डुंबरे	86
26.	काव्यानुवाद की समस्याएँ	डॉ. प्रवीण मन्मथ केंद्रे	89
27.	जनसंचार एवं तकनीकी के क्षेत्र में हिंदी की उपादेयता	प्रा. डॉ. सिद्धेश्वर गायकवाड	91
28.	विज्ञापन क्षेत्र और हिंदी	डॉ. बेबी कोलते	93
29.	विज्ञान की दुनिया में हिंदी भाषा	डॉ. श्वेता चौधारे	96
30.	इलेक्ट्रोनिक मीडिया और हिंदी	डॉ. संजय म. महेर	98
31.	वैश्विक स्तर पर हिन्दी साहित्य की छाप छोड़ता हिन्दी सिनेमा.....	श्रीमती योग्यता मिश्रा	100
32.	जनसंचार माध्यम और हिंदी	प्रा. दशरथ काशीनाथ खेमनर	102
33.	पत्रकारिता का बदलता स्वरूप	डॉ. ईश्वर पवार	104
34.	जनसंचार माध्यम और हिन्दी	प्रा. गांगुर्डे समाधान जयवंत	107
35.	सोशल मीडिया और हिंदी साहित्य	डॉ. मंगल ससाणे	110
36.	जनसंचार माध्यम और हिंदी की उपादेयता.....	डॉ. प्रमोद पडवळ	112
37.	हिंदी के प्रचार–प्रसार में जन संचार माध्यमों की भूमिका	प्रा. नानासोब म. गोफणे	116

Scanned with CamScanner

RESEARCH JOURNEY International Multidisciplinary E-Research Journal | ISSN- 2348-7143
Impact Factor - (SJIF) - 6.261, (CIF) - 3.452, (GIF) -0.676 | January 2019 | UGC Approved No. 40705
Special Issue 91 , जनसंचार एवं तकनीकी के क्षेत्र में हिंदी की उपादेयता

जनसंचार माध्यमो में हिंदी भाषा की स्थिति

प्रा. कैलास के. बच्छाव
हिंदी विभागाध्यक्ष, एस.पी.एच. महिला महाविद्यालय, मालेगाव कैम्प, जिला नासिक

विगत दो दशको से समाज के हर क्षेत्र में बडी तीव्र गती से परिवर्तन आया है । विश्व के अधिकांश देशों में सामाजिक शैक्षिक, औद्योगिक क्षेत्र के साथ तकनिकी क्षेत्र में तो विशेष परिवर्तन हो रहा है । इस परिवर्तन ने देश और सीमा के बंधन को तोडकर विश्व को एक ग्राम में सीमटकर रख दिया है । विश्व के अनेक देशों में यातायात की सुविधा अधिक सजता से उपलब्ध होने से अनेक लोग रोजगार, व्यापार, नोकरी, पर्यटन आदि क्षेत्रों या विभिन्न देशों में जाते है वे लोग अपनी संस्कृति के साथ अपनी भाषा भी ले जाते है । इसलिए भाषाएँ भी देश और सीमा के बंधन तोडकर दुसरे देशो तक पहुँच रही है । और इस स्थिति को अधिक लाभदायक, सुखमय बनाने में जनसंचार माध्यमों का महत्त्वपूर्ण योगदान रहा है ।

भाषा जनसंचार के लिए एक महत्त्वपूर्ण माध्यम है । भाषा के बिना जनसंचार माध्यमों के अभिव्यक्ति की कल्पना भी नही की जा सकती । जनसंचार और संप्रेषण के लिए भाषा का योगदान महत्त्वपूर्ण है जनसंचार और भाषा का अंतः संबंध है । इसी जनसंचार माध्यमों के दृश्य एवं द्रव्य माध्यमों द्वारा जनमानस में हिंदी का प्रचार एवं प्रसार हो रहा है । विविध संचार माध्यमों एवं हिंदी भाषा का निकटतम संबंध है । संचार माध्यमों में भाषा एक महत्त्वपूर्ण माध्यन है । जनसंचार अर्थात जन के हृदयतक, पहुँचाने में भाषा बहुत ही महत्वपूर्ण माध्यम है, सामान्यता विविध संचार माध्यमों के प्रमुख उसी भाषा को प्रमुखता से अपने संचार माध्यमो की भाषा स्वीकार करते है जिसे उस देश के क्षेत्र के अधिकांश लोग परिचित हो, समझते हो । और इस कसोटीपर आज भारत देश की हिंदी एक मात्र ऐसी भाषा है जिसे देश का एक बहुत बडा वर्ग समझता है उसे व्यवहार की भाषा में स्वीकार करता है । इसी जनसंचार माध्यमों के दृश्य एवं श्रव्य माध्यमों द्वारा जनमानस में हिंदी का प्रचार और प्रसार हो रहा है ।

जन सामान्य तक कोई संदेश पहुँचाना हो तो प्राचीन काल के राजा महाराजाओ से वर्तमान काल की शासन व्यवस्था तक जनसंचार के विविध माध्यमों का प्रयोग जनमानस की भाषा में हो रहा है, भारत में परंपरागत मनोरंजनात्मक जनसंचार माध्यमों में कठपुतली लोकगीत, लोककथा, लोकनाट्य रासलीला, किर्तन, भारुड, तमाशा आदि है । तो आधुनिक काल में रेडियों, ऑडियो, सिनेमा, टेलिविजन, नये इलेक्ट्रॉनिक्स माध्यमों मे कॉम्प्युटर, इंटरनेट, व्हॉटसॲप, फेसबूक आदि माध्यम है । तो प्रिंट मिडिया के माध्यमों में समाचार पत्र पोस्टर, किताबे, साप्ताहिक, मासिक, जर्नलस आदि माध्यम है ।

आज का युग वैश्विकरण का युग है । इस वैश्विकरण के युग में विश्व में बाजारवाद एवं व्यावसायिक प्रवृत्ती अनेक देशों में पनपती जा रही है । इस विस्तृत बाजारवाद ने हिंदी भाषा को प्रमुख भाषा के रूप में स्वीकार किया है ।

बीसवी शती के अंतीम दशक से हिंदी भाषा का आंतरराष्ट्रीय महत्त्व बहुत तेजी से बढ रहा है । हिंदी भाषा विज्ञापन, सिनेमा, इंटरनेट, वेब आदी संचार माध्यमोंद्वारा बाजारकी प्रमुख भाषा के रुप प्रगती पथपर है ।

21 वी शती के बाजारवाद की व्यावसायिकता ने हिंदी भाषा को प्रमुखता से स्वीकार किया है । विविध जनसंचार माध्यमोद्वारा हिंदी भाषा को गौरवमय स्थान प्राप्त हुआ है । जनसंचार के सभी माध्यमो से हिंदी भाषा की स्थिती वैश्विक सार पर मजबूत बनती जा रही है ।

जनसंचार के सबसे लोकप्रिय एवं प्रभावी माध्यमों में टेलिविजन एवं सिनेमा है । इन दृकश्राव्य माध्यमो द्वारा समाज के मध्यम एवं गरीब वर्ग तक अनेक मनोरंजन पुर्ण कार्यक्रम के साथ महत्त्वपूर्ण विषयोंकी जानकरी प्राप्त होती है आज भारत देश के कुछ लोक हिंदी बोल नही पाते, लिख नही पाते, किंतु विज्ञापन, टेलिविजन, रेडियो, सिनेमा आदि माध्यमों द्वारा प्रसारित विविध विषयों की जानकारी सूचनाएँ उन्हे प्राप्त होती है ।

टेलिविजन तो अल्पावधि में ही हिंदी भाषा को सामान्य जनतक पहुँचने वाला सबसे लोकप्रिय एवं सरल माध्यम बन गया है । टेलिविजन इस माध्यम का प्रतिदिन महत्त्व बढ रहा है । टेलिविजन पर प्रसारित कृषी, मनोरंजन, शिक्षा, अध्यात्म, सामाजिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक, वैज्ञानिक, खेल आदि किसी भी विषय के कार्यक्रम हो देशभर में उसे देखे जाते है । विश्व के अनेक देशों में उसका प्रसारण होता है । इतनाही नही तो कुछ वर्षो से दक्षिण भारतीय प्रादेशिक सिनेमाओं का हिंदी भाषा में भाषांतर करके उसे दिखाया जाता है । जो समाज में अधिक लोकप्रिय मनोरंजन का साधन हो गया है । इसका अतिरिक्त लाभ यह है की, अधिकतर दक्षिणोत्तर व्यक्ती जब ऐसे सिनेमाओं को देखते है तो उन्हे दक्षिणात्य प्रदेश की वेशभूषा उनके रीतिरिवाज, त्यौहार, उत्सव, सामाजिक, धार्मिक, परिवेश के साथ, उनकी संस्कृति से वे परिचित होते है । जिससे अनेक दक्षिणोत्तर लोक पर्यटन व्यापार एवं अन्य कारणो से दक्षिण में जाते है तो उन्हे वहाँ की भौगोलिक ऐतिहासिक स्थानों का ज्ञान सिनेमा से जो प्राप्त होता है । तो वहाँ के लोगो से विचार–विनिमय करते समय राष्ट्रीय एकात्मता की भावना विकसित होती है । इस टेलिविजन सिनेमा जैसे जनसंचार माध्यम से देश में साामजिक, सांस्कृतिक, राष्ट्रीय एकात्मता की भावना विकसित होती है ।

Scanned with CamScanner

आज अधिकतर फिल्मों ने तो वैश्विक स्थान प्राप्त किया है । आज अनेक हिंदी फिल्मों में भारत देश के साथ विश्व के युरोप, अमेरिका, आफ्रीका, अशियायी जैसे अनेक देशों का चित्रण हो रहा है । भारत देश के लोग घर बैठकर इन हिंदी फिल्मों द्वारा विदेश के अनेक ऐतिहासिक, भौगोलिक, सांस्कृतिक, शैक्षिक, स्थलों का दर्शन फिल्मों द्वारा करते है जिससे समाज का एक विशेष वर्ग उस देश का पर्यटन कर उन क्षेत्रों की जानकारी एवं आनंद प्राप्त करते है । उनके मन में पर्यटन करने की और विदेश के अनेक महत्त्वपूर्ण देशों को देखने की लालसा निर्माण होती है । जिससे पर्यटन क्षेत्र का विकास तो होता है किंतु इन संचार माध्यमों द्वारा दो देशों की संस्कृति निकट आती है । उनमें एकता अपनेपन की भावना विकसित होती है । इन संचार माध्यमो द्वारा अनेक विषयों का ज्ञान प्राप्त होता है ।

हमारे देश ने, स्वातंत्र्योत्तर काल में जो हरितक्रांती, औद्योगिक क्रांती, सूचना एवं प्रसारण क्षेत्र में क्रांती आदि क्षेत्रों में अपना एक विशेष स्थान प्राप्त किया है । और विश्व के अनेक देशों में अपना एक सम्मानजनक स्थान प्राप्त किया है । इस उपलब्धि एवं सफलता में अधिकतर योगदान जनसंचार माध्यमों का ही है । जनसंचार माध्यमो के समाचारपत्रों, रेडिओ, टेलिविजन, जर्नल्स, सिनेमा आदि माध्यमोद्वारा उन क्षेत्रों की प्रगती, उपलब्धि आदि की जानकारी प्राप्त होती है ।

मानव समाज में समाचार पत्र, जनसंचार का एक ऐसा प्रमुख माध्यम है जो सर्वाधिक लोकप्रिय एवं सरल माध्यम है । जिससे सरकार की नीतियों, योजनाओं, शिक्षा, खेल, राजनीती, अध्यात्म, उत्पादन आदि क्षेत्रों की पहेलुओं जानकारी देहात के सामान्य से सामान्य व्यक्ती तक समय पर एवं कम मूल्य में पहुँचती है । यह जनसंचार के सभी माध्यमो में जानकारी एवं ज्ञान की दृष्टि से सर्वाधिक महत्त्वपूर्ण माध्यम है ।

भाषा की शुध्दता की दृष्टि से स्वातंत्र्योत्तर काल में कुछ वर्षोंतक समाचार पत्रों की भाषा साहित्यिक एवं भाषिक दृष्टि से संपन्न रही किंतु विगत कुछ वर्षो से अधिकतर समाचार पत्रों की भाषा में विशेषत: हिंदी भाषा के समाचार पत्रों मे ग्रामीण परिवेश के शब्द अँग्रेजी भाषा के शब्दो का प्रयोग अधिक मात्रा हो रहा है । जिसे कुछ विद्वान हिंदी की जगह हिन्गिलश नाम देते है । संचार माध्यमों में एक दुसरा माध्यम विज्ञापन है । विज्ञापन की भाषा का प्रभाव सामान्य जनता तक बहुत तेजी से पडता है । संचार माध्यमों के विज्ञापन का प्रयोग व्यावसायिक माध्यम के रुप में किया जाता है । इसका प्रमुख लक्ष्य अपने उत्पादन बेचने हेतु ग्राहकों को आकर्षित करना है । इसिलिए उत्पादन का विज्ञापन जनसंचार माध्यमों मे प्रसारीत करने से पहले उस वर्ग का आर्थिक एवं शैक्षिक स्तर को देखकर उस प्रकार की भाषा का प्रयोग विज्ञापन में किया जाता है । क्योंकि उपभोक्ता सबसे पहले विज्ञापन की भाषा को ही पढता है ।

वर्तमान काल में बहुउद्देशीय उपकरणों में कम्प्युटर का स्थान महत्त्वपूर्ण है । कम्प्युटर के माध्यम से हम इंटरनेट से जुडते है । इंटरनेट भी हिंदी भाषा को बढावा देने में पीछे नही है । इससे हिंदी भाषा के साथ अन्य विषयोंकी जानकारी हमें इंटरनेट की सुविधा से प्राप्त होती है । इंटरनेट पर समाचार पत्र पढा जाता है । आज कम्प्युटर में हिंदी सॉफ्टवेअर आ चुका है । जनसंचार माध्यम ने हिंदी के साहित्यिक स्वरुप की अपेक्षा प्रयोजनात्मक स्वरुप को अधिक स्वीकार किया है । क्योंकि हिंदी यह भाषा राजकाज की तो है किंतु उससे अधिक वह व्यावसायिक, व्यावहारिक जीवन की भाषा के रुप में गति के साथ आगे बढ रही है । आज के इस वैश्विकरुप के युग में अमेरिका युरोप, चीन, जैसे अनेक देशों को भारत एक अच्छा बाजार के रुप में दिखाई देता है । संभवता इसी कारण से टेलिविजन जैसे प्रभावी जनसंचार माध्यमों के अनेक चॅनेलो में 95 टक्के प्रतिशत उत्पादन के विज्ञापन हिंदी भाषा में प्रसारित होते है । जो हिंदी जन सामान्य की भाषा है ।

संदर्भ ग्रंथ :

1) जनसंचार माध्यम में हिंदी की स्थिति और दिशा – लेखक : डॉ. किर्तीकुमार जादव, डॉ. विनोदचंद्र चौधरी
2) विश्वबाजार में हिंदी – लेखक : महिपालसिंह, देवेंद्र मिश्र
3) जनसंचार और पत्रकारिता : विविध आयाम– लेखक : डॉ. ओमप्रकाश शर्मा

Scanned with CamScanner