



विभिन्न डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्मों में हिंदी का प्रयोग तथा इसकी व्यापकता और आवृत्ति

राकेश मणि त्रिपाठी ^{1*}, डॉ. आशीष कुमार तिवारी ²

1. शोधार्थी, श्री कृष्णा विश्वविद्यालय, छतरपुर, म.प्र., भारत

diganthot9@gmail.com,

2. एसोसिएट प्रोफेसर, श्रीकृष्णा यूनिवर्सिटी, छतरपुर, म.प्र., भारत

सारांश: अंग्रेजी ने लंबे समय से सबसे अधिक बोली जाने वाली और "अंतर्राष्ट्रीय" भाषा का खिताब अपने नाम किया है, लेकिन सोशल मीडिया के उदय ने हिंदी को वैश्विक महत्व प्राप्त करते हुए देखा है। दुनिया भर में 558 मिलियन से अधिक मूल हिंदी भाषी और 600 से अधिक विश्वविद्यालय हिंदी पाठ्यक्रम प्रदान करते हैं, यह भाषा निरंतर ऊपर की ओर बढ़ रही है। सोशल मीडिया संचार और एकीकरण को बढ़ावा देकर इस परिवर्तन में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है, जिससे Google, Facebook, Twitter, Instagram और YouTube जैसे प्रमुख प्लेटफॉर्म हिंदी को शामिल करने में अग्रणी हैं। परिणामस्वरूप, हिंदी राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय दर्शकों का ध्यान आकर्षित कर रही है, जिसका श्रेय सोशल मीडिया के उपयोग में वृद्धि को जाता है। समकालीन भारत में हिंदी भाषा का उदय सोशल मीडिया प्लेटफॉर्मों के व्यापक प्रभाव से जुड़ा हुआ है। यह सार इस बात की पुष्टि करता है कि कैसे सोशल मीडिया ने हिंदी की प्रमुखता को बढ़ाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है। यह लेख सोशल मीडिया द्वारा सुगमता, पहुंच और कनेक्टिविटी पर प्रकाश डालता है, विभिन्न क्षेत्रों में उदाहरणों पर प्रकाश डालता है जो डिजिटल युग में हिंदी भाषा के बढ़ते प्रभाव को प्रदर्शित करते हैं।

मुख्य शब्द: हिंदी भाषा, वैश्वीकरण, सोशल मीडिया, भाषा सीखना, सामग्री निर्माण

----- X -----

परिचय

भारत एक विविधतापूर्ण राष्ट्र है, जिसकी बहुभाषी आबादी का एक लंबा सामाजिक इतिहास है। हिंदी, जो संभवतः भारत में व्यापक रूप से इस्तेमाल की जाने वाली भाषा है, ने हाल ही में महत्वपूर्ण विकास किया है, जिसका मुख्य कारण डिजिटल मीडिया और नवाचार में प्रगति है। उन्नत मंचों और उपकरणों के उपयोग ने हिंदी भाषा को अपनी सीमा का विस्तार करने में सक्षम बनाया है, जिससे इसे बदलते संचार परिदृश्य में विकसित और समायोजित करने की अनुमति मिली है। यह अध्ययन अध्ययन उन्नत मीडिया के माध्यम से हिंदी के विकास को देखने की योजना बनाता है, जिसमें उन तरीकों की जांच की जाती है जिनसे आभासी मनोरंजन, ऑनलाइन सामग्री और पोर्टेबल एप्लिकेशन ने भाषा के विस्तार और सुधार में योगदान दिया है, (सिंह, 2019)।

इन कम्प्यूटरीकृत चरणों और उपकरणों की जांच के माध्यम से, समीक्षा यह समझने की कोशिश करेगी कि हिंदी भाषा के उपयोग, संचार और सामाजिक व्यवहारों के लिए इनका क्या मतलब है। अध्ययन हिंदी भाषा के विकास और संरक्षण के लिए कम्प्यूटरीकृत मीडिया के उपयोग से संबंधित कठिनाइयों और मूल्यवान अवसरों पर भी नज़र डालेगा, और कम्प्यूटरीकृत युग में भाषा के निरंतर विकास और महत्व को सुनिश्चित करने के लिए इनका समाधान कैसे किया जा सकता है, (डी. गुप्ता एट अल., एनडी)। भाषा और नवाचार के बीच बढ़ते संबंध के बारे में जानकारी देकर, इस अध्ययन का उद्देश्य भारत में सामाजिक विविधता के निर्माण में कम्प्यूटरीकृत मीडिया की भूमिका की अधिक गहन समझ को जोड़ना है।

वेब किसी भी तरह के डेटा की खोज करने वाले हर व्यक्ति के लिए एक वाहन के रूप में उभरा है। लोगों को अब हर चौराहे पर अपनी कार रोककर जगह की तलाश करने की ज़रूरत नहीं है; इसके बजाय, वे Google मैप्स ब्राउज़ कर सकते हैं। हम दोस्तों से लोकप्रिय कैफ़े के लिए सिफ़ारिश नहीं माँगते हैं; इसके बजाय, हम ज़ोमैटो पर उनसे जुड़ते हैं, और हम उबर के लिए कैब ड्राइवर्स से मोल-तोल नहीं करते हैं। (व्यास एट अल., एनडी)। ऐसे अनुप्रयोगों की उपयोगिता और कनेक्शन में सुधार हम सभी को सार्थक रूप से प्रभावित करता है।

सोशल मीडिया पर हिंदी का बोलबाला है। पहले हिंदी भाषा के लोगों के लिए सोशल मीडिया पर काम करना बहुत मुश्किल था,

लेकिन आज सोशल मीडिया पर सक्रिय लोग हिंदी भाषा का न केवल खुलकर, बल्कि गर्व के साथ इस्तेमाल करते हैं। कुछ समय पहले 'हिंग्लिश' काफी प्रचलित थी। चाहे वॉट्सऐप की बात हो, फेसबुक की, ट्विटर की या ब्लॉग्स की, हिंदी भाषा का इस्तेमाल बढ़ गया है। युवा पीढ़ी इसमें खास तौर पर शामिल है। अंग्रेज़ी से हिंदी अनुवाद के दौर ने 'अनुवादकों' की उपयोगिता पर ज़ोर दिया और गूगल ट्रांसलेटर जैसे कई 'ऐप्स' के कारण वे धीरे-धीरे हाशिए पर चले गए।

दुनिया भर में 600 मिलियन से ज़्यादा बोलने वालों वाली हिंदी भाषा दुनिया भर में सबसे ज़्यादा बोली जाने वाली भाषाओं में से एक है। यह न केवल भारत की आधिकारिक भाषा है, बल्कि दुनिया भर के प्रवासी समुदायों द्वारा भी मान्यता प्राप्त और बोली जाती है। हाल के वर्षों में, सोशल मीडिया की शक्ति के कारण हिंदी भाषा का वैश्वीकरण काफी तेज़ी से हुआ है। सोशल मीडिया में ऐसी वेबसाइट, एप्लिकेशन और प्लेटफॉर्म शामिल हैं जो भौगोलिक और भाषाई सीमाओं को पार करते हुए वैश्विक सोशल नेटवर्किंग को सक्षम बनाते हैं। फेसबुक, ट्विटर, लिंक्डइन, यूट्यूब और ब्लॉग जैसे प्लेटफॉर्म न केवल सूचना निर्माण के लिए जगह प्रदान करते हैं, बल्कि इसके वैश्विक प्रसार में भी मदद करते हैं।

साहित्य की समीक्षा

कुमार, अमित एवं अन्य (2019). यह अध्ययन हिंदी और अंग्रेज़ी टेलीविजन समाचार चैनलों की विषय-वस्तु पर कार्यरत पत्रकारों के दृष्टिकोणों का पता लगाता है, तथा लोकतांत्रिक प्रक्रियाओं में लोगों को शामिल करने और जनमत को आकार देने में समाचारों के महत्व पर प्रकाश डालता है। गुणात्मक दृष्टिकोण का उपयोग करके किए गए इस शोध का उद्देश्य लोकतांत्रिक संदर्भ में इन चैनलों की विषय-वस्तु पर पत्रकारों के दृष्टिकोणों के बारे में जानकारी प्रदान करना है।

सिन्हा, कस्तूरी. (2022). शोध पत्र, जिसका शीर्षक है "हिंदी भाषा के पतन के बारे में साहित्य का संचार," बॉलीवुड फिल्मों में हिंदी भाषा के पतन पर चर्चा करता है। लेखकों का तर्क है कि फिल्मों में सांस्कृतिक प्रथाओं को दर्शाती हैं और एक भाषा के रूप में अंग्रेज़ी के वैश्विक रुझान को दर्शाती हैं। उनका तर्क है कि अंग्रेज़ी एक भाषा है और इसे अपनी मूल भाषा को अनदेखा किए बिना दुनिया की गति से मेल खाने के लिए सीखना चाहिए। लेखक हिंदी भाषा को संरक्षित करने के महत्व पर जोर देते हैं क्योंकि यह किसी को अपनी संस्कृति से जोड़ती है और परंपरा के रूप में आगे बढ़ती है। यह पत्र उन पात्रों की दुर्दशा को भी उजागर करता है जो अंग्रेज़ी बोलने में असमर्थता के कारण अपने ही देश में दूसरों से कमतर महसूस करते हैं।

मेहता, स्मिथ. (2019). लेख में भारत की नई मीडिया अर्थव्यवस्था पर चर्चा की गई है, जो स्ट्रीमिंग प्लेटफॉर्म और क्षेत्रीय ऑनलाइन सामग्री निर्माताओं से प्रभावित है। भारतीय दर्शकों द्वारा अपनी भाषा में सामग्री का उपभोग करने की बढ़ती प्राथमिकता ने क्षेत्रीय सामग्री की मांग को जन्म दिया है, जिसके कारण प्लेटफॉर्म गैर-हिंदी और गैर-अंग्रेज़ी भाषा की सामग्री में निवेश कर रहे हैं ताकि विविध आबादी को पूरा किया जा सके। लेख बंगाली और मराठी भाषाओं में ऑनलाइन सामग्री निर्माण प्रथाओं पर ध्यान केंद्रित करता है, उनके स्थानीय, क्षेत्रीय, अंतरराष्ट्रीय और वैश्विक अपील की खोज करता है। लेख में क्षेत्रीय ऑनलाइन सामग्री निर्माताओं के उभरते हुए प्रवासी समुदाय पर भी प्रकाश डाला गया है जो भाषा और संस्कृति समानताओं के आधार पर ऑनलाइन समुदायों के साथ संबंध बनाने के लिए अलग-अलग रणनीति अपनाते हैं।

सिद्ध, सिमरन एट अल. (2023). ग्राहक समीक्षा, ट्वीट, ब्लॉग और समाचार क्लिप सहित पाठ के विभिन्न रूपों से भावनाओं को निकालने के लिए भावना विश्लेषण एक महत्वपूर्ण प्रक्रिया है। देशी वक्ताओं में हिंदी चौथे स्थान पर है, इसलिए हिंदी पाठ के लिए भावना विश्लेषण तंत्र विकसित करना आवश्यक है। यह शोधपत्र हिंदी भावना विश्लेषण में उपयोग किए जाने वाले विशिष्ट तरीकों की समीक्षा करता है, जिसमें नकारात्मकता से निपटना और हिंदी भाषा के लिए सेंटी वर्डनेट का विकास शामिल है। यह उपलब्ध हिंदी शब्दकोशों का अवलोकन और भाषा के लिए डिज़ाइन किए गए स्टेमर और रूपात्मक विश्लेषकों में अंतर्दृष्टि भी प्रदान करता है। शोधपत्र हिंदी में भावना विश्लेषण कार्यों की एक साहित्य समीक्षा भी करता है, जो हिंदी भाषा भावना विश्लेषण और राय खनन में भविष्य के शोध का मार्ग प्रशस्त करता है।

यादव, मुकेश. (2015). भावना विश्लेषण एक ऐसी विधि है जिसका उपयोग विभिन्न स्रोतों से भावना संबंधी जानकारी को समझने और व्याख्या करने के लिए किया जाता है, जैसे कि उत्पाद समीक्षा, फिल्म समीक्षा, समाचार लेख, ब्लॉग टिप्पणियाँ और सोशल

मीडिया टिप्पणियाँ। यह सकारात्मक, नकारात्मक या तटस्थ समीक्षाओं को आउटपुट करने के लिए विभिन्न एल्गोरिदम और क्लासिफायर का उपयोग करता है। यह पेपर हिंदी भाषा भावना विश्लेषण के लिए विशेष रूप से उपयोग किए जाने वाले विभिन्न तरीकों का सर्वेक्षण करता है।

अनुसंधान डिजाइन:

यह अध्ययन विभिन्न उद्देश्यों को सफलतापूर्वक पूरा करने के लिए एक मिश्रित विधि अनुसंधान दृष्टिकोण अपनाएगा जिसमें सांख्यिकीय और गुणात्मक अनुसंधान विधियों का संयोजन किया जाएगा।

डेटा संग्रह:

- **ऑनलाइन सामग्री विश्लेषण:** फेसबुक ट्विटर इंस्टाग्राम जैसे प्रसिद्ध सोशल मीडिया साइटों हिंदी वेबसाइटें ब्लॉग मंच और मैसेजिंग ऐप्स (जैसे व्हाट्सएप टेलीग्राम) में विशाल डेटा संग्रह किया जाएगा। एक सिस्टमैटिक नमूना योजना का उपयोग करके एक प्रतिनिधि सैंपल को निर्धारित समयावधि के लिए एकत्र किया जाएगा।
- **सर्वेक्षण:** हिंदी भाषी व्यक्तियों से ऑनलाइन संचरण में सक्रिय रूप से शामिल होने वाले सूचना एकत्र करने के लिए एक संरचित ऑनलाइन सर्वेक्षण तैयार किया जाएगा। सर्वेक्षण में उनकी भाषा पसंद हिंदी का उपयोग करने के प्रति अनुभाव और अन्य भाषाओं के समानता से चुनने के पीछे के कारणों पर ध्यान केंद्रित किया जाएगा।
- **साक्षात्कार और फोकस समूह:** भौगोलिक स्थान, आयु लिंग शिक्षा स्तर और सांस्कृतिक पृष्ठभूमि के कारकों का ध्यान रखते हुए विभिन्न हिंदी भाषी व्यक्तियों के साथ अर्धसंरचित साक्षात्कार और फोकस समूह आयोजित किए जाएंगे। ये गुणात्मक विधियाँ हिंदी के डिजिटल मीडिया में उपयोग करने पर गहरी अनुसंधान करने में मदद करेंगी।

डेटा विश्लेषण:

- **सांख्यिकीय विश्लेषण:** सामग्री विश्लेषण के डेटा को सांख्यिकीय उपकरणों का उपयोग करके विश्लेषित किया जाएगा ताकि विभिन्न डिजिटल मीडिया मंचों में हिंदी के उपयोग की प्रचलनता और आवृत्ति का पता चल सके। विवरणात्मक सांख्यिकीय विश्लेषण का उपयोग भाषा के उपयोग में पैटर्न और रुझानों की पहचान करने के लिए किया जाएगा।
- **गुणात्मक विश्लेषण:** साक्षात्कार और फोकस समूहों के ट्रांसक्रिप्ट्स को थीमैटिक विश्लेषण के लिए उपयोग किया जाएगा जिससे हिंदी के उपयोग को प्रभावित करने वाले भाषाई विशेषताओं, अनुभावों और समाजशास्त्रीय कारकों की पहचान की जा सके। गुणात्मक डेटा को कोड किया जाएगा और मुख्य थीमों की पहचान की जाएगी।

डिजिटल मीडिया में हिंदी उपयोग की व्यापकता और आवृत्ति

भारत की प्रमुख भाषाओं में से एक हिंदी ने अब दुनिया भर में एक महत्वपूर्ण सांस्कृतिक और भाषाई विरासत के रूप में अपनी पहचान बना ली है। यह न केवल भारतीय संस्कृति, साहित्य और विचारधारा का अभिन्न अंग है, बल्कि आधुनिक युग में वैश्विक स्तर पर भी मान्यता प्राप्त कर चुकी है। विशेष रूप से डिजिटल प्रौद्योगिकी और सूचना प्रौद्योगिकी के क्षेत्र में, हिंदी ने अपनी उपस्थिति को मजबूत किया है। हाल के वर्षों में, और सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर हिंदी सामग्री का प्रसार तेजी से हुआ है, जिससे यह भाषा वैश्विक समुदाय के लिए अधिक सुलभ और प्रभावशाली बन गई है। हिंदी शिक्षा ने भी एक नई दिशा ली है, अब विभिन्न देश इसे विदेशी भाषा के रूप में पढ़ा रहे हैं।

विभिन्न डिजिटल मीडिया प्लेटफॉर्म पर हिंदी के प्रयोग का विश्लेषण

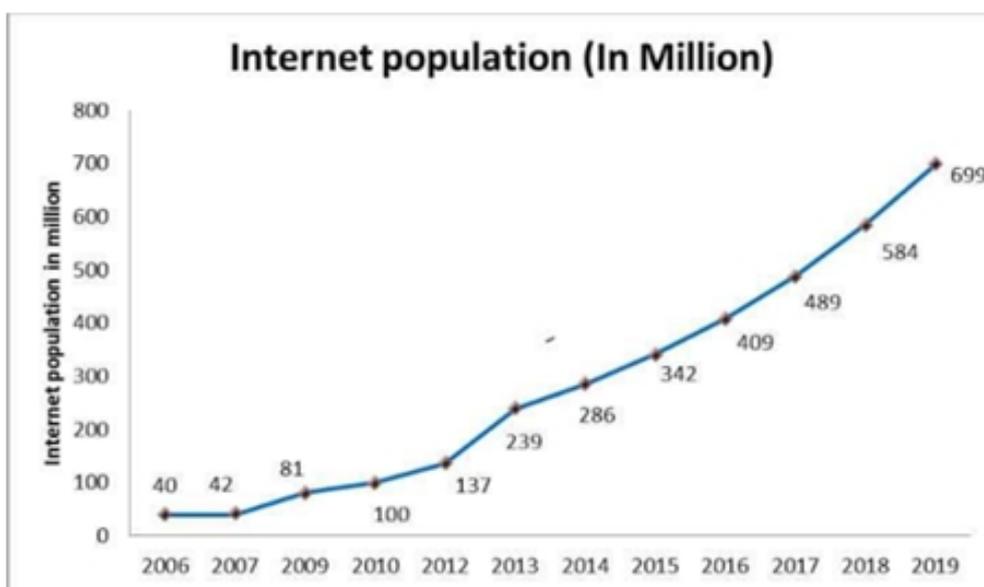
डिजिटल मीडिया दुनिया का बहुत बड़ा नेटवर्क का जाल है। इस जाल को डिजिटल मीडिया की भाषा में मीडिया या फिर ट्रांसमिशन मीडिया (Transmission Media) बोला जाता है। जिसमें इनफरमेशन और डाटा दुनिया भर में घुमता रहता है। डिजिटल मीडिया आधुनिक युग का महत्वपूर्ण बहुदेशीय जनसंचार माध्यम है। इस माध्यम ने जनसंचार के क्षेत्र में क्रान्तिकारी परिवर्तन ला दिया है। डिजिटल मीडिया पर जनसंचार के सभी माध्यमों की उपलब्धता सरलता से हो जाती है। डिजिटल मीडिया

एक दूसरे से जुड़े कम्प्यूटर का जाल है जो राउटर एवं सर्वर के माध्यम से दुनिया के किसी भी कम्प्यूटर को आपस में जोड़ता है। दूसरे शब्दों में कहें तो सूचनाओं का आदानप्रदान करने के लिए TCP/IP Protocol के माध्यम से दो कम्प्यूटरों के बीच स्थापित सम्बन्ध को डिजिटल मीडिया कहते हैं। डिजिटल मीडिया विश्व का सबसे बड़ा नेटवर्क है।

• हिन्दी प्रयोक्ताओं की असीम संभावनाएँ "

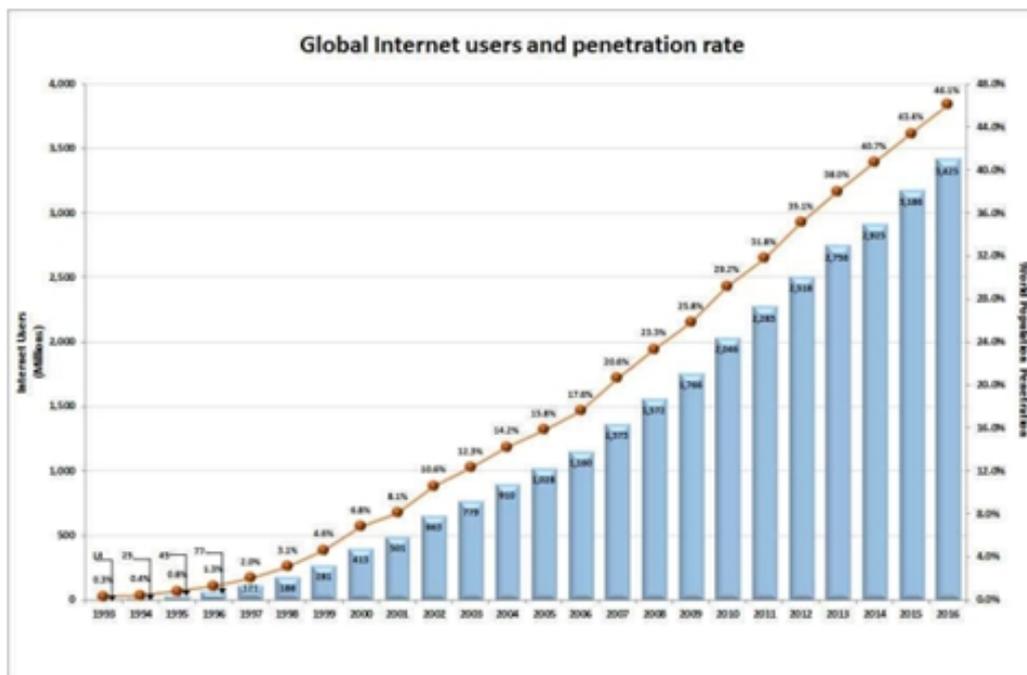
इंटरनेट जनसंचार का प्रभावी माध्यम है। जहाँ अब तक डिजिटल मीडिया का उपयोग इस अंग्रेजी भाषा में करते थे वहीं अंग्रेजी का स्थान धीरे धीरे हिन्दी ले रही है। खाली हिन्दी ही नहीं, अब तो भारत के अन्य क्षेत्रीय भाषाओं में डिजिटल मीडिया का उपयोग किया जा रहा है। " गूगल और केपीएमजी की (KPMG) की एक लेटेस्ट रिपोर्ट में ये बात सामने आयी है कि साल 2021 तक हिन्दी उपभोक्ताओं की संख्या अंग्रेजी उपभोक्ताओं को पार कर जायेगी। रिपोर्ट के मुताबिक साल 2021 तक डिजिटल मीडिया पर तकरीबन 536 मिलियन युजर्स भारतीय भाषाओं के होंगे, जो कि कुल अंग्रेजी यूजर्स (199 मिलियन) के 2.5 गुना होगा और भारत के कुल डिजिटल मीडिया युजर्स के 75% युजर्स भारतीय भाषाओं के होंगे। पिछले 5 सालों में 2011 से 2016 के बीच इंडियन लैंग्वेज डिजिटल मीडिया यूजर्स की संख्या में 450% का इजाफा हुआ है। पहले जो संख्या 42 मिलियन थी वे अब 234 मिलियन हो गई है। साल 2026 तक उसे 536 मिलियन तक पहुँचने की उम्मीद है। आज से 4 साल बाद भारतीय भाषाओं के कुल डिजिटल मीडिया युजर्स में से 1 तिहाई सिर्फ हिन्दी में कर रहे हैं। चीन भाषा सिर्फ चीन तक सीमित है जबकि हिन्दी को जानने वालों की संख्या विश्वभर में व्याप्त है। इस दृष्टि से एसिया, यूरोप एवं अन्य भूभागों में हिन्दी भाषा को डिजिटल मीडिया माध्यम पर अंग्रेजी के बाद का स्थान प्राप्त है।

"दिये गए आरेख से यह पता चलता है कि विश्व भर में डिजिटल मीडिया प्रयोक्ताओं की संख्या में कैसे बढ़ोत्तरी हो रही है।



चित्र 1 इंटरनेट जनसंख्या

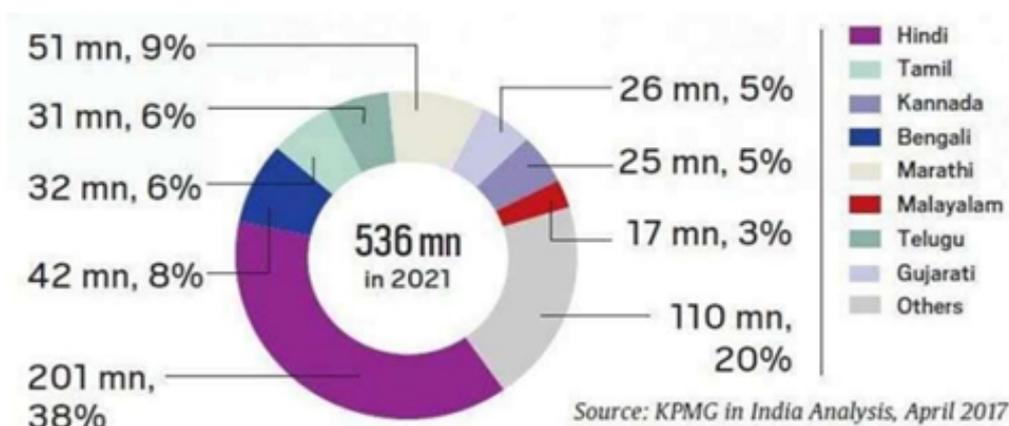
इस पुस्तकालय में देश एवं विदेशों से प्रकाशित लगभग साढ़े तीन हजार पत्र-पत्रिकाएँ मंगायी जाती है। जिसमें से लगभग पत्र-पत्रिकाएँ एक लाख बीस हजार सी.डी रॉम पर भी उपलब्ध है। इसके अतिरिक्त कुछ विशिष्ट निर्देशिकाएँ एवं कुछ टेक्स डाटा बेस भी इस पुस्तकालय में सी.डी रॉम पर उपलब्ध है। ऐसे पुस्तकालय देश-विदेश में बहुत हैं जिनका सम्बन्ध डिजिटल मीडिया से जुड़ा है। "



चित्र 2 विश्व में डिजिटल मीडिया प्रयोक्ताओं की संख्या

“उपरोक्त इस आरेख से यह पता चलता है कि पूरे विश्व में डिजिटल मीडिया प्रयोक्ताओं की संख्या कैसे दिन व दिन बढ़ती जा रही है। लेकिन आश्चर्य की बात यह है कि हिन्दी भाषा में डिजिटल मीडिया प्रयोक्ताओं की संख्या में भी काफी बढ़ोत्तरी हुई है। निम्न में एक ऐसा आरेख है। जिससे यह मालूम होता है कि हमारे देश में भी अन्य प्रादेशिक भाषाओं की अपेक्षा हिन्दी भाषा में डिजिटल मीडिया प्रयोग करना ज्यादा पसन्द करते हैं।”

REGIONAL LANGUAGE-WISE INTERNET USERS BY 2021



चित्र 3 क्षेत्रीय भाषा

“उपरोक्त इस आरेख से ये पता चलता है कि हिन्दी भाषा में सबसे ज्यादा डिजिटल मीडिया का प्रयोग किया जा रहा है।”

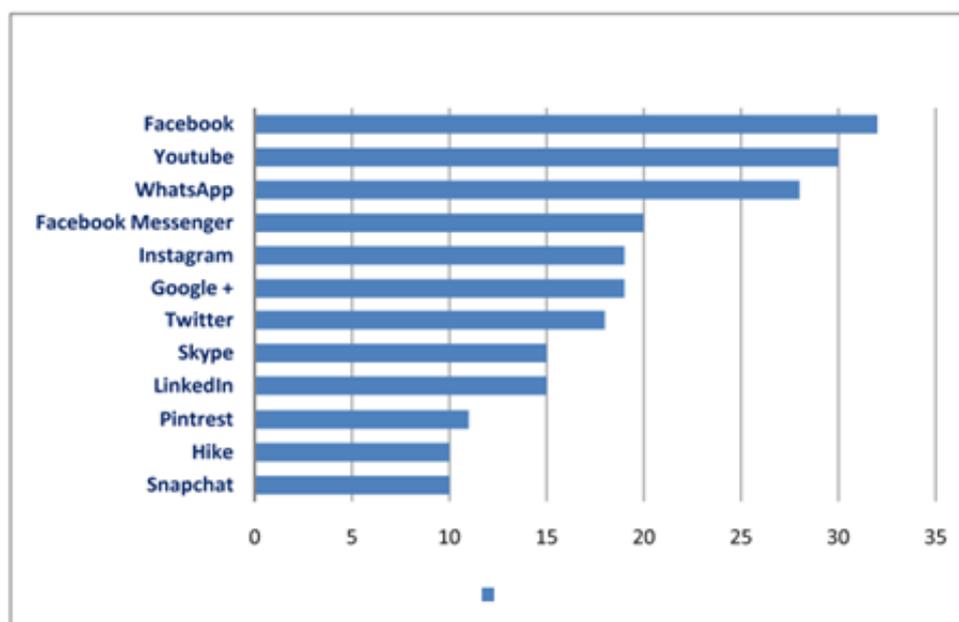
भारत की आबादी बड़ी है। हिंदी में उपयोगकर्ताओं की संख्या भी बड़ी है। इसे हिंदी भाषा को लाभ यह हुआ कि मनोरंजन, धर्म, संस्कृति, राजनीति, शिक्षा, व्यापार आदि सभी चिजें जो डिजिटल मीडिया में उपलब्ध हैं, उन्हें हिंदी और अंग्रेजी दोनों भाषा में देखना

चाहते हैं।

डिजिटल मीडिया को प्रयोग में लानेवाले सभी उपभोक्ता उच्च शिक्षित वर्ग के नहीं हैं। इसलिए हिंदी सबके लिए आम बोलचाल की भाषा है और समझनेवाली भाषा भी है। इसी को ध्यान में रखते हुए डिजिटल मीडिया में हिंदी वेवसाइट खोले गए हैं, ब्लाग्स में बढ़ोत्तरी हो रही है साथ ही शोसल नेटवर्किंग साइट्स भी निरंतर बढ़ रही हैं।

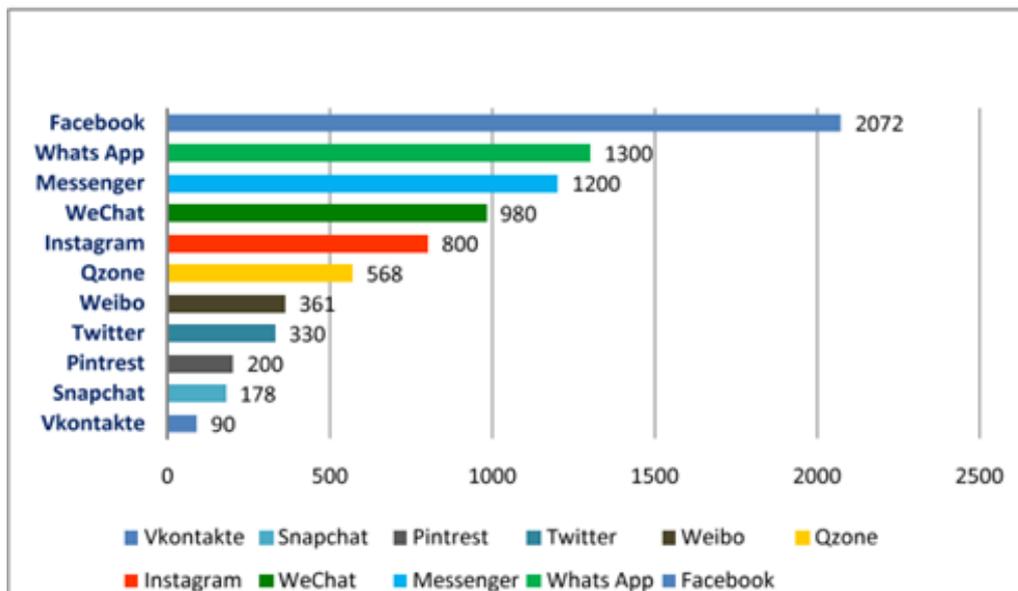
डिजिटल मीडिया के कुछ क्षेत्र ऐसे भी हैं जहाँ पर अब तक हिंदी भाषा के प्रयोग की सुविधा उपलब्ध नहीं है। पर वह दिन जब उस क्षेत्र में भी हिंदी भाषा का प्रवेश है। भारत सरकार के द्वारा ऑनलाइन बैंकिंग को महत्त्व दिए जाने के कारण अब कई ऑप्स में हिंदी का अनुप्रयोग बढ़ने लगा जैसे पहले संचालन सौदा के लिए, फोन पे, पे.टी.एम. आदि में हिंदी भाषा उपलब्ध नहीं हुआ करती थी पर अब हिंदी को उपलब्ध करवाने की कोशिश जारी है। साथ ही फ्लिपकार्ट (Flipkart), लाइमरोड (Limeroad), अमेजन (Amazon), मित्रा (Myntra) आदि ऑप्स में हिंदी माध्यम से ऑनलाइन शॉपिंग करने की व्यवस्था की जा रही है।

वाई-फाई तकनीक से जहाँ डिजिटल मीडिया की अधिकतम गति 54 से 108 MBPS तक प्राप्त की जा सकती है। वहीं लाई - फाई तकनीक से 10 GBPS तक की डिजिटल मीडिया गति प्राप्त की जा सकती है। लाई-फाई तकनीक के कई फायदा हैं - जैसे लाई-फाई उन संवेदनशील जगहों पर भी आराम से काम कर सकता है, जहाँ वाई-फाई से डिजिटल मीडिया भी काफी सस्ता और तेज हो जाएगा। वाई-फाई तकनीक में आँकड़ों का सम्प्रेषण रेडियो तरंगों के आधार पर होता है, जबकि लाई - फाई में यह काम एलईडी तकनीक से किया जाता है।



चित्र 4 शोसल साइटें

“उपरोक्त इस आरेख से यह पता चलता है कि सबसे ज्यादा प्रयोग होनेवाली शोसल साइट्स फेसबुक ही है। जिस साइट के माध्यम से हम खाली फोटो या विडियो अपलोड नहीं कर सकते हैं। बल्कि सूचनाओं को प्राप्त कर सकते हैं। किसी भी बात पर अपनी टिप्पणी रख सकते हैं तथा कंपनी को प्रमोट कर सकते हैं। और सबसे बड़ी बात यह है कि आज कल इसका प्रयोग हिन्दी में भी हो रहा है। खाली फेसबुक ही नहीं ह्वाट्सआप, मैसेंजर, उईचैट, इस्टाग्राम आदि सोशल साइटों में भी हिन्दी भाषा में प्रयोग करने की सुविधाएँ उपलब्ध हैं।”



चित्र 5 उपभोक्ताओं की संख्या

“अगर लैंडस्केप के आधार पर देखें तो भी फेसबुक ने पूरे विश्व पर अपना कब्जा कर लिया है। अब शोसल नेटवर्किंग साइट फेसबुक उपभोक्ताओं की संख्या पूरे विश्व में एक अरब से भी ज्यादा है जहाँ अकेले भारत में 10 करोड़ से भी ज्यादा लोगों के फेसबुक एकाउंट है।”

• सरकारी अनुप्रयोग:

हाल ही में अनेकों सरकारी एजेंसियों द्वारा भी सामाजिक सम्पर्क का प्रयोग शुरू हो गये हैं। सामाजिक सम्पर्क के विभिन्न उपकरण सरकार के लिए जनता के विचार जानने और उन्हें उनकी गतिविधियों के सम्बन्ध में बराबर सूचित करते रहने का एक त्वरित और सरल माध्यम है। द सेंटर्स फॉर डिजीज कन्ट्रोल ने बच्चों की प्रसिद्ध साईट बाइविले पर टीकाकरणों के महत्त्व के सम्बन्ध में सूचना प्रदर्शित की और द नैशनल ओरानिक एंड एटमॉस्फियरिक ने सेकेण्ड लाइफ पर एक काल्पनिक द्वीप बनाया है जहाँ लोग भूमिगत गुफाओं का पता लगा सकते हैं या ग्लोबल वारमिंग के प्रभावों के संबन्ध में जानकारी प्राप्त कर सकते हैं। इस प्रकार नासा NASA ने भी सामाजिक संपर्क के कुछ उपकरणों का लाभ उठाया है जिसमें ट्विटर और प्लिकर शामिल हैं। वे संयुक्त राज्य अमेरिका की Human Space Flight Committee की समीक्षा के लिए भी इन उपकरणों का प्रयोग कर रहे हैं। इस कमेटी का उद्देश्य यह सुनिश्चित करना है कि राष्ट्र अंतरिक्ष में अपनी सर्वाधिक साहसिक आकांक्षा को प्राप्त करने के सशक्त और निरन्तर पथ पर आगे बढ़ रहा है।

• व्यावसाय में अनुप्रयोग:

किसी उद्यम के संबन्ध में सामाजिक सम्पर्क सुविधाओं का उपयोग व्यापार और कार्य क्षेत्र में एक विशाल प्रभाव डालने की क्षमता रखता है। सामाजिक संपर्क लोगों को निम्न लागत में संपर्क करने के अवसर देता है यह व्यापारियों और उन छोटे धंधों के लिए फायदेमन्द भी हो सकता है जो अपना संपर्क आधार विस्तृत करने के अवसर तलाश रहे हैं। इस प्रकार के संपर्क तन्त्र उत्पाद एवं सुविधाएँ बिक्री करनेवाली कंपनियों के लिए प्रायः ग्राहक सम्बन्ध प्रबंधन उपकरण के रूप में कार्य करते हैं। कम्पनियाँ सामाजिक संपर्क का प्रयोग बैनर और लिखित प्रचारों के द्वारा अपने प्रचार के लिए भी कर सकती है।

निष्कर्ष

अध्ययन का लक्ष्य यह जांचना था कि मुरादाबाद शहर के दो अलग-अलग इलाकों में रहने वाले विभिन्न आयु समूहों के प्रतिभागी हिंदी की अलग-अलग बोलियाँ कैसे बोलते हैं। उम्र या डिग्री की परवाह किए बिना, अध्ययन ने इस बारे में दिलचस्प जानकारी

प्रदान की कि स्थान भाषा के उपयोग के पैटर्न को कैसे प्रभावित करता है। शहर के अधिकांश वक्ता मानक हिंदी में धाराप्रवाह थे, जो अपनी कुछ हद तक औपचारिक और संहिताबद्ध शब्दावली और वाक्यविन्यास से अलग है। दूसरी ओर, ग्रामीण क्षेत्र के प्रतिभागी हिंदी की निचली श्रेणी बोलते थे जो अधिक बोलचाल की थी और जिसमें क्षेत्रीय भाषाई विशेषताएँ थीं। दोनों इलाकों के लोगों को अपनी अनूठी भाषा परंपराओं पर गर्व और जुड़ाव की भावना देखी गई। जहाँ ग्रामीण क्षेत्रों के प्रतिभागियों ने अपनी विशिष्ट ग्रामीण हिंदी बोली को अपनी स्थानीय पहचान और विरासत के प्रतिबिंब के रूप में महत्व दिया, वहीं शहर के निवासियों ने अपने मानक हिंदी उपयोग को शिक्षा और शहरी परिष्कार के संकेत के रूप में देखा। मातृभाषा का मौखिक और लिखित संचार में व्याकरण, शब्दावली और उच्चारण पर बड़ा प्रभाव पड़ता है, जो भाषाई विविधता में योगदान देता है। भाषाई विविधता की समृद्धि को पूरी तरह से समझने और बहुभाषी समाजों में कुशल भाषा सीखने, संचार और योजना का समर्थन करने के लिए मातृभाषा के प्रभाव के महत्व को स्वीकार और समझा जाना चाहिए। कम से कम शुरुआती वर्षों में मातृभाषा शिक्षण शिक्षकों को पढ़ाने और शिक्षार्थियों को प्रभावी ढंग से आगे सीखने में सक्षम बना सकता है। बहुत लंबे समय से, मातृभाषा शिक्षा नीति निर्माताओं द्वारा ज़्यादातर अनदेखी की गई है।

संस्कृति और भाषा अभिन्न रूप से संबंधित हैं। भाषा संस्कृति की एक प्रणाली का प्रतिनिधित्व करती है, और संस्कृति भाषा के माध्यम से प्रसारित होती है। इन दो अवधारणाओं के बीच संबंधों की जांच में यह पता लगाना शामिल है कि व्यक्ति और समाज कैसे पहचान बनाते हैं, बनाए रखते हैं और संचारित करते हैं। सच्चा संचार उन भाषाई प्रतीकों को समझने का परिणाम है, जिस सामाजिक संदर्भ में वे निर्मित हुए थे। भाषा को संचार और आत्म-अभिव्यक्ति के लिए मानव समाज में ध्वनियों, संकेतों या लिखित प्रतीकों के व्यवस्थित, पारंपरिक उपयोग के रूप में परिभाषित किया गया है। भाषा का उद्देश्य दूसरों के साथ संवाद करना, सोचना और जीवन के प्रति अपने दृष्टिकोण और दृष्टिकोण को आकार देने के लिए आधार बनाना है। इसलिए, भाषा और संस्कृति के बीच का संबंध निश्चित रूप से सहजीवी है क्योंकि एक दूसरे के बिना काम नहीं कर सकता। व्यक्ति और समाज पहचान बनाते हैं, बनाए रखते हैं और संचारित करते हैं। अक्सर, इस जांच में समाज के भीतर बनाए गए ग्रंथों की जांच करना शामिल होता है ताकि अंतर्निहित धारणाओं और विचारधाराओं को स्थापित किया जा सके जिनके द्वारा व्यक्ति काम कर रहे हैं। बहुभाषी व्यक्ति भाषा के विकल्प बनाकर अपनी पहचान पर बातचीत करते हैं और समाजीकरण प्रक्रियाएं संस्कृति के भीतर भाषा के रखरखाव या विकास को कैसे प्रभावित करती हैं। भाषा के अधिग्रहण और उसके विकास में संस्कृति एक प्रमुख भूमिका निभाती है। मनुष्य बिना किसी भाषा के पैदा होते हैं, लेकिन उनमें भाषा-अधिग्रहण क्षमताएँ होती हैं जो उन्हें भाषाएँ सीखने में सक्षम बनाती हैं। शोध ने साबित कर दिया है कि मनुष्य अपनी स्थानीय भाषा को औपचारिक शिक्षा के बजाय सांस्कृतिक संचरण के माध्यम से सीखते हैं।

संदर्भ

1. यादव, मुकेश. (2015). हिंदी विषय-वस्तु पर भावना विश्लेषण: एक सर्वेक्षण. 4. 14-21.
2. मेहता, स्मिथ. (2019). स्थानीयकरण, विविधीकरण और विविधता: भारतीय नए मीडिया के भाषाई और सांस्कृतिक तर्क को समझना. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ कल्चरल स्टडीज. 23. 136787791988030. 10.1177/1367877919880304.
3. कुमार, अमित और गौर, पूनम (2019)। हिंदी और अंग्रेजी टेलीविजन समाचार चैनलों की विषय-वस्तु: पत्रकारों का दृष्टिकोण। इरा-इंटरनेशनल जर्नल ऑफ मैनेजमेंट एंड सोशल साइंसेज (आईएसएसएन 2455-2267)। 14. 8. 10.21013/jmss.v14.n1.p2.
4. सिन्हा, कस्तूरी. (2022). हिंदी भाषा के पतन के बारे में बताने वाला साहित्य. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ ह्यूमैनिटीज एंड आर्ट्स कंप्यूटिंग. प्रकाशित: खंड: 3, पृष्ठ संख्या: 58-63 आईएसएसएन संख्या: 2582.
5. मेहता, स्मिथ. (2019). स्थानीयकरण, विविधीकरण और विविधता: भारतीय नए मीडिया के भाषाई और सांस्कृतिक तर्क को समझना. इंटरनेशनल जर्नल ऑफ कल्चरल स्टडीज. 23. 136787791988030. 10.1177/1367877919880304.
6. यादव, मुकेश. (2015). हिंदी विषय-वस्तु पर भावना विश्लेषण: एक सर्वेक्षण. 4. 14-21.

7. कुमारी, निकी. (2021). हिंदी मुख्यधारा मीडिया के समाचार उत्पादन में सोशल मीडिया के उपयोग के निहितार्थ: समाचार संपादकों का साक्षात्कार. 53. 158-171.
8. भट्टाचार्य, मौसमी और दासगुप्ता, देबस्तुति। (2014)। भारतीय हिंदी फिल्म उद्योग प्रचार और विपणन के लिए सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग कर रहा है: फेसबुक और ट्विटर के विशेष संदर्भ के साथ एक अध्ययन। इंटरनेशनल जर्नल ऑफ टेक्निकल रिसर्च एंड एप्लीकेशन। 10. 2320-8163।
9. सुंदरम, ऐश्वर्या और सुब्रमण्यम, हेमा और हामिद, सीती और मोहम्मद नोर, अज़मावती। (2023)। समकालीन विमर्श में सोशल मीडिया स्लैंग एनालिटिक्स पर एक व्यवस्थित साहित्य समीक्षा। आईईईई एक्सेस। 11. 132457 - 132471. 10.1109/access.2023.3334278।
10. गोन्काल्वेस, हेलेना और रे-मार्टी, एंड्रिया और रोड्रिग-टिएर्नो, नोरात और माइल्स, मॉर्गन। (2016)। वर्तमान डिजिटल सोशल मीडिया में गुणात्मक शोध की भूमिका: मुद्दे और पहलू - एक परिचय: वर्तमान डिजिटल सोशल मीडिया में गुणात्मक शोध की भूमिका। मनोविज्ञान और विपणन। 33. 1023-1028। 10.1002/mar.20935।