

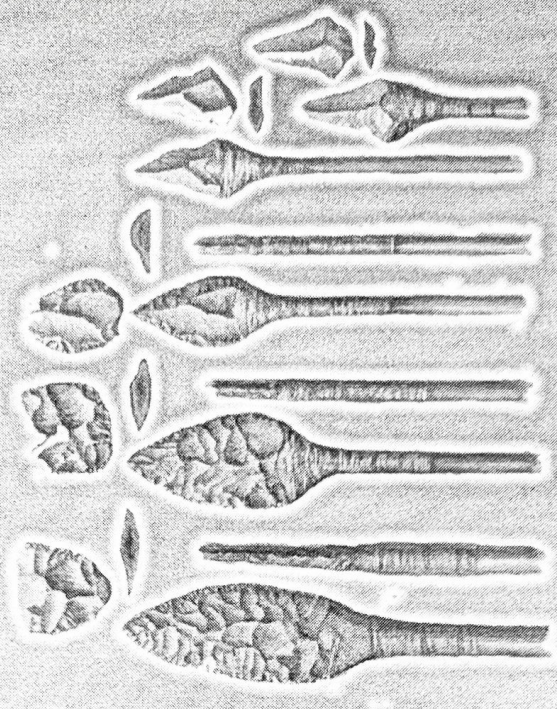
ISSN : 2347-8012
Peer Reviewed Research Journal

अर्द्धाब्दिक

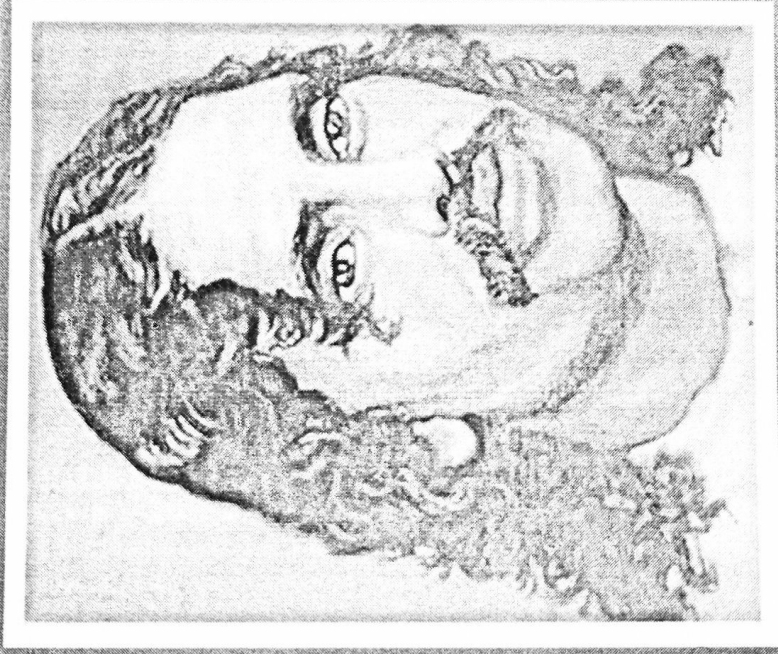
अंक-8
जनवरी-जून
2022

नव समूहान

(साहित्यिक शोध पत्रिका)



प्रधान सम्पादक
डॉ. आशीष सिन्घोदिया



भारतेन्दु हरिश्चंद्र

जन्म : 9 सितम्बर, 1850 | मृत्यु : 6 जनवरी, 1886

इंटरनेट पर भाषायी विविधता और सोशल मीडिया पर हिन्दी का नया स्वरूप: चुनौतियां एवं संभावनाएं

डॉ. कुंजन आचार्य

सहायक आचार्य एवं प्रभारी विभागाध्यक्ष,
पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
मोहनलाल सुखाड़िया विश्वविद्यालय, उदयपुर
acharyakunj@gmail.com

कल्पना आचार्य

शोध छात्रा, पत्रकारिता एवं जनसंचार विभाग,
पेसिफिक विश्वविद्यालय, उदयपुर
acharyakalpanasonu@gmail.com

सारांश

वर्तमान समय में मानव संचार ने एक नया रूप ले लिया है। अभी तक जहां हम बोल कर अपनी भावनाओं एवं विचारों को व्यक्त करते थे अब टेक्स्ट संचार बातचीत का एक अधिक सामान्य तरीका है परन्तु सोशल मीडिया पर अपनी बात अभिव्यक्त करने के साथ ही हिंग्लिश भाषा का चलन भी बढ़ गया है। प्रत्येक व्यक्ति सोशल मीडिया पर ही नहीं अपितु दैनिक बोलचाल में भी हिंदी भाषा के साथ अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करने लग गया है। जिस से भाषा की मौलिकाता खत्म हो रही है। इस शोध लेख में कॉलेज स्टूडेंट्स से हिंग्लिश भाषा के उपयोग को लेकर प्रश्न पुछे गए, आंकड़ों से पता चलता है कि अधिकतम छात्र सोशल मीडिया, चैटिंग और दैनिक बोलचाल में हिंदी के साथ अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करते हैं।

प्रस्तावना

सोशल मीडिया के तेजी से उपयोग ने टेक्स्ट संचार को दूसरे स्तर पर ले लिया है। सोशल मीडिया लोगों के लिए अपनी भावनाओं को व्यक्त करने का एक आसान तरीका है। इसलिए दुनिया भर के लोग इस अवसर का उपयोग करते हैं और हिंदी या अंग्रेजी भाषा का उपयोग करके खुद को सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर व्यक्त करते थे। लेकिन अब लोग इन प्लेटफॉर्मों पर हिंग्लिश भाषा का प्रयोग करते हैं जो की हिंदी भाषा के साथ अंग्रेजी भाषा का मिश्रण है।

भारत में संस्कृति, भाषा और फैशन के मामले में पूरे देश में विविधता अत्यधिक प्रचलित है। भारत में लगभग 1600 भाषाएँ 1.3 अरब लोगों द्वारा बोली जाती हैं। भारतीय वास्तविकता की विषम प्रकृति और समृद्ध भाषाई विविधता हमें बहुभाषी होने के लिए मजबूर करती है, और दो या दो से अधिक भाषाओं के बीच स्विच करना हमारे लिए स्वाभाविक रूप से आता है।

हिंदी भाषा विश्व में सबसे ज्यादा बोले जाने वाली भाषाओं में से एक है। हिंदी भाषा सहज और सुगम भाषा है। हिंदी देश की राजभाषा होने के साथ ही ग्यारह राज्यों और तीन संघ शासित क्षेत्रों की भी प्रमुख राजभाषा है। संविधान की आठवीं अनुसूची में शामिल अन्य इक्कीस भाषाओं के साथ हिंदी का एक विशेष स्थान है लेकिन भारत में तकनीकी और आर्थिक विकास के साथ अंग्रेजी का वर्चस्व बढ़ा है। हिंदी और अंग्रेजी के बीच सहजीवी संबंध भारतीय समाज की बहुसांस्कृतिक और बहुआयामी प्रकृति और नियमित भाषण में दो या दो से अधिक बोलियों को एक साथ मिलाने की इसकी सदियों पुरानी भाषाई आदत का परिणाम है। हिंग्लिश का प्रचार बढ़ने से हिंदी और अंग्रेजी भाषा के मूल संरचना में परिवर्तन आया है।

हिंदी भाषा में अंग्रेजी की मिलावट के साथ ही आधुनिक काल में सोशल मीडिया ने भारी मात्रा में नवविज्ञान, संक्षिप्तशब्द, परिवर्णी शब्द, अंक शब्द, लॉगोग्राम और इमोटिकॉन्स के उपयोग के साथ हिंदी भाषा को जबरदस्त रूप से प्रभावित किया है। सोशल मीडिया पर पुराने शब्दों को नए अर्थ मिलते हैं, शब्द लिखित भाषा और मौखिक रूप से छोटे होते जा रहे हैं, जिससे अस्पष्टता पैदा होती है। वर्तमान अध्ययन का मुख्य उद्देश्य यह जांचना है कि लोग संचार के लिए सोशल मीडिया पर हिंग्लिश भाषा का कितना उपयोग करते हैं और यह किस हद तक हिंदी भाषा में अस्पष्टता का कारण बनता है।

साहित्य की समीक्षा :

“500 मिलियन से अधिक बोलने वालों के साथ, चीनी के बाद हिंदी दूसरी सबसे अधिक बोली जाने वाली भाषा है। 1991 की जनगणना की रिपोर्ट के अनुसार, हिंदी को ‘देश भर में एक भाषा’ के रूप में भारतीय आबादी के 77% से अधिक द्वारा घोषित किया गया था। भारत के बाहर, नेपाल में हिंदी बोलने वालों की संख्या 8 मिलियन, दक्षिण अफ्रीका में 890,000, मॉरीशस में 685,000, अमेरिका में 317,000 है। यमन में 233,000, युगांडा में 147,000, जर्मनी में 30,000, न्यूजीलैंड में 20,000 और सिंगापुर में 5,000’।

T Tulasi Sasidhar, Premjith B, Soman K P in their research paper on “Emotion Detection in Hinglish(Hindi+English) Code-Mixed Social Media Text”, जब सोशल मीडिया में उनका हाथ होता है तो बहुभाषी क्षेत्र से संबंधित जनता आमतौर पर कोड मिश्रित भाषा का उपयोग करती है। कोड-मिक्सिंग की पहचान 2, एक भाषा के रूपात्मक घटकों को दूसरी भाषा के उच्चारण में एम्बेड करने की एक अर्थपूर्ण अभिव्यंजक घटना है। बहुभाषी समाजों में इस तरह का उपयोग बहुत आम है जहां लोग सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म का उपयोग करते समय किसी भी मानक शब्दार्थ संरचना का पालन किए बिना एक भाषा के शब्दों का दूसरी भाषा में अनुवाद करते हैं। कम से कम दो भाषाओं से प्रभावित होकर, एक भारतीय नागरिक सोशल मीडिया पर नियमित रूप से कोड-मिश्रित भाषा का उपयोग करता है। हिंदी देश में सबसे ज्यादा बोली जाने वाली भाषा है। 45% से अधिक आबादी के पास यह उनके मूल निवासी के रूप में है जो हिंग्लिश (हिंदी-अंग्रेजी) कोड-मिश्रित सोशल मीडिया टेक्स्ट सामग्री को अत्यधिक बनाता है।

Dr. K. Jayalakshmi (2020) in research paper “The Global Scenario of Hindi in Web Media”, सोशल मीडिया पर हिंदी का बोलबाला है। पहले हिंदी भाषी लोगों के लिए सोशल मीडिया पर काम करना बहुत मुश्किल था, लेकिन आज सोशल मीडिया पर सक्रिय लोग न केवल खुले तौर पर, बल्कि गर्व से भी हिंदी भाषा का इस्तेमाल करते हैं। कुछ समय पहले ‘हिंग्लिश’ खूब चर्चित हुई थी। व्हाट्सएप हो, फेसबुक हो, ट्विटर हो या ब्लॉगर, हिंदी भाषा का प्रयोग बढ़ा है। इसमें युवा पीढ़ी विशेष रूप से शामिल है। अंग्रेजी-से-हिंदी अनुवाद के युग ने ‘अनुवादकों’ की उपयोगिता पर जोर दिया और Google अनुवादक जैसे कई ‘ऐप्स’ के कारण वे धीरे-धीरे हाशिए पर चले गए।

Milana Abbasova Yunis (2019) in research paper “Language Of Social Media—An Investigation Of The Changes That Soft Media Has Imposed On Language Use”, इस पेपर में इस बात पर चर्चा की गई है कि कैसे टेक्स्टिंग से नवजात शब्द या कुछ पुराने शब्द बदलते हैं और उनके अर्थ का विस्तार होता है। वर्तमान अध्ययन के परिणामों से पता चला है कि सोशल मीडिया के कारण समानार्थी संक्षिप्ताक्षर टेक्स्टिंग करते समय लोगों के बीच अस्पष्टता पैदा कर सकते हैं। लोग अंग्रेजी भाषा में टेक्स्ट करते समय ज्यादातर स्वरों को छोड़ देते हैं, शब्दों के छोटे रूपों को अपनाते हैं और लागू करते हैं। मूल वक्ता की तुलना में, लोग मौखिक भाषण में संक्षिप्ताक्षर और परिवर्णी शब्द का उपयोग नहीं करते हैं। इंटरनेट फैलता है और विशेष रूप से अंग्रेजी भाषा को प्रभावित करता है, जिससे अंग्रेजी भाषा में बड़े पैमाने पर परिवर्तन लागू होते हैं। क्रिस्टल (2011 ए) के अनुसार, भाषा परिवर्तन में शब्दावली, व्याकरण, व्यावहारिकता और शैली में परिवर्तन शामिल हैं। रूप और उपयोग में परिवर्तन ने कुछ भाषाविदों को इसे “इंटीर्नीज” (अब्दु और रशद, 2018) नामक एक नई भाषा के रूप में सोचने के लिए प्रेरित किया है। सोशल नेटवर्किंग के कारण कई शब्दों ने नए अर्थ ग्रहण कर लिए हैं।

अनुसंधान क्रियाविधिआंकड़ा संग्रहण:

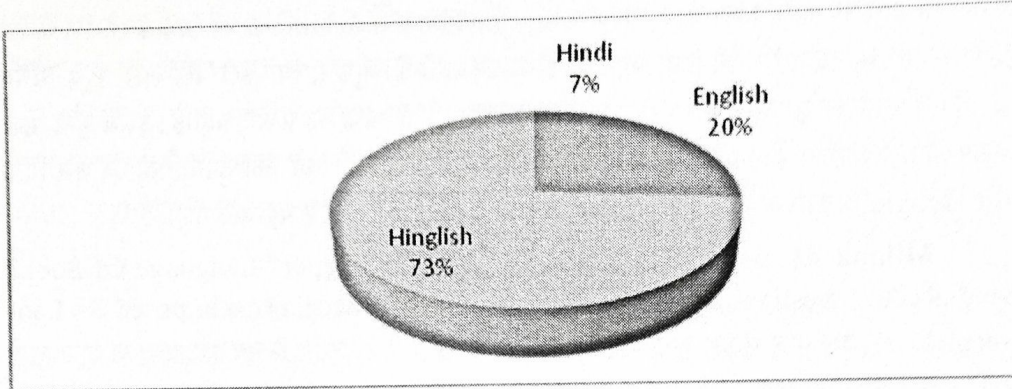
विवेकानंद ग्लोबल यूनिवर्सिटी में 30 प्रतिभागियों के बीच यादृच्छिक सर्वेक्षण के कार्यान्वयन के साथ डेटा एकत्र किया गया था, जिनकी उम्र 17 से 25 के बीच थी। सर्वेक्षण प्रश्नावली में प्रतिभागियों की उम्र, लिंग, इंटरनेट एक्सेस, ट्विटर, फेसबुक और व्हाट्सएप जैसे सोशल मीडिया का उपयोग करने पर प्रश्न शामिल थे और क्या वे सोशल नेटवर्किंग में टेक्स्टिंग करते समय हिंग्लिश भाषा का उपयोग करते हैं या नहीं। सर्वेक्षण के सभी प्रश्न हिंदी भाषा में थे।

तालिका 1 प्रतिभागी

Numbers of the respondent's	Gender	Age range
30	19 Males 11 females	17-25

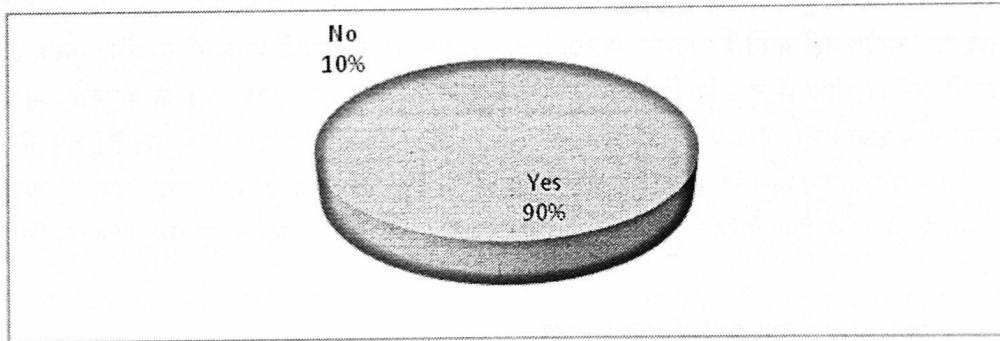
तालिका 2

आप सोशल मीडिया पर किस भाषा का प्रयोग करते हैं?



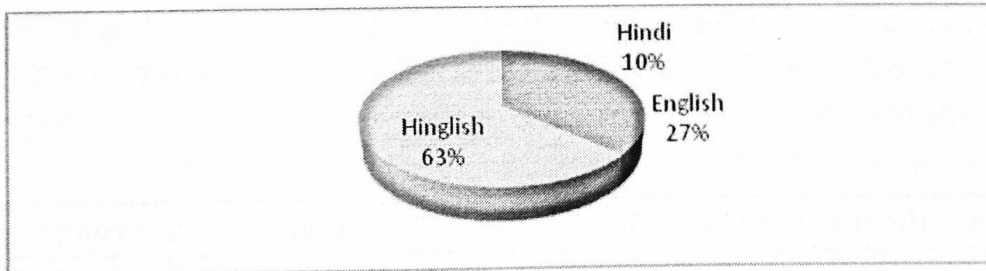
तालिका 3

क्या आप हिंदी में मौखिक रूप से बात करते समय अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग करते हैं?



तालिका 4

चैटिंग या टेक्स्टिंग करते समय आप किस भाषा का प्रयोग करते हैं?



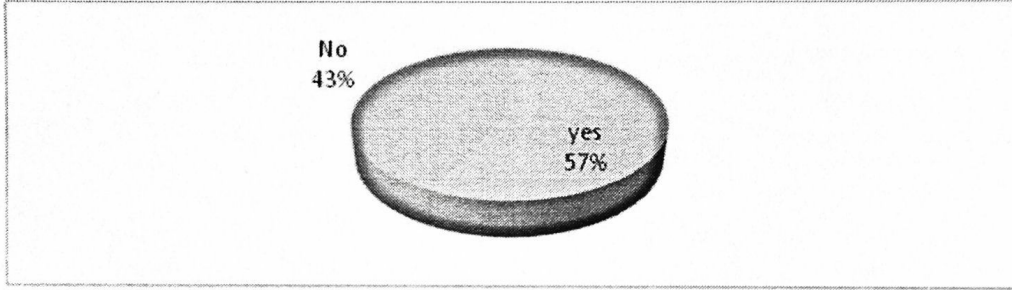
तालिका 5

आप हिंदी भाषा में अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग क्यों करते हैं?

मैं हिंग्लिश में अधिक सहज हूँ	5
बात करते समय हिंदी के शब्द याद नहीं आते	6
मैं हिंग्लिश में अधिक अभिव्यक्त कर पाता हूँ	12
मैं अंग्रेजी भाषा में बहुत अच्छ नहीं हूँ।	7

तालिका 6

क्या आपको लगता है कि सोशल मीडिया की वजह से हिंदी भाषा की मौलिकता खत्म होती जा रही है?



निष्कर्ष

अनुसंधान प्रश्नावली के प्रश्नों के उत्तरदाताओं ने बहुमत चुना है की वे सोशल मिडिया पर हिंग्लिश भाषा का प्रयोग अधिक करते हैं। वही 90: उत्तरदाताओं ने माना है कि वे हिंदी में मौखिक रूप से बात करते समय भी अंग्रेजी के शब्दों का इस्तमाल करते हैं। 12 उत्तरदाताओं का मानना है कि वे हिंग्लिश भाषा में अपने आप को बेहतर तरीके से अभिव्यक्त कर पाते हैं। 57:उत्तरदाता मानते हैं कि हिंदी भाषा की मौलिकता खत्म हो रही है।

सन्दर्भ

1. Ali, J. (2012). Influence of information and communication technology (ICT) on English language structure. *Unpublished PhD Thesis*. Aligarh Muslim University, Uttar Pradesh, India.
2. Barman, U., Das, A., Wagner, J., & Foster, J. (2014, October). Code mixing: A challenge for language identification in the language of social media. In *Proceedings of the first workshop on computational approaches to code switching* (pp. 13-23).
3. Jayalakshmi, K. (2020). The Global Scenario of Hindi in Web Media. *Journal of Critical Reviews*, 7(17), 1642-1646.