



20. इंटरनेट पर हिंदी में सामग्री; वर्तमान एवं भविष्य की रूपरेखा

डॉ. निरंजन कुमार

एसोसिएट प्रोफेसर

आईआईएमटी कॉलेज ऑफ़ मैनेजमेंट, ग्रेटर नोएडा

मेल- nkbmc1@gmail.com

शोध सार

डिजिटल विभाजन समूहों और व्यक्तियों के बीच सामाजिक और आर्थिक असमानता है। इसी असमानता को दूर करना सरकार का लक्ष्य है ताकि मातृभाषा सूचना आधारित समाज के निर्माण में बाधक न बनें बल्कि वह सहयोगी बने और अधिक से अधिक लोग सूचना समाज का हिस्सा बन सकें। भारत में सही मायने में सूचना समाज तभी बनेगा जब मातृभाषा बोलने वाले लोग उसके हिस्सेदार बनेंगे। किसी भी व्यक्ति या समाज के विकास में उसकी मातृभाषा एक बाधा नहीं बल्कि एक सहयोगी की भूमिका में होनी चाहिए। लेकिन तकनीकी एवं अन्य कारणों के कारण इंटरनेट पर हिंदी सामग्री का अभाव देखा गया है।

मुख्य शब्द- इंटरनेट, डिजिटल, विभाजन, सामाजिक, मोबाइल, हिंदी

प्रस्तावना

इंटरनेट के उद्भव के बाद, अल-सग्गाफ, (2006), ब्रिग्स एंड मार्क (2009), मैनसेल, (2009) और एनगुयेन (2008) जैसे विद्वानों ने एक नई जन संचार प्रणाली की संभावनाओं को समझा। इस नए माध्यम में अंतःक्रियाशीलता और तात्कालिकता जैसी तकनीकी विशेषताएं हैं, जो पहली बार देखी गई हैं और जो सूचना भेजने और प्राप्त करने के तरीके में क्रांतिकारी बदलाव ला सकती हैं (गुयेन, 2008)। इंटरनेट के इन्हीं गुणों के कारण आज इंटरनेट न सिर्फ व्यक्तिगत संचार का एक पुरोधा माध्यम बन गया है बल्कि जनसंचार में भी इसकी भूमिका बढ़ती जा रही है। अमेरिका में सर्वप्रथम इंटरनेट का उद्भव एक सुरक्षित संचार प्रणाली के तौर पर रक्षा मंत्रालय के सहयोग से हुआ था। उस वक्त शायद ही किसी ने यह सोचा हो कि यह नया मीडिया के तौर पर उभरेगा एवं अन्य माध्यमों के लिए एक चुनौती पेश करेगा। मोबाइल इंटरनेट आने के बाद तो जैसे कि एक क्रांति ही आ गई है, जहां अब हर प्रकार की सूचना लोगों के पाकेट तक पहुंच गई है। लेकिन जिस प्रकार हर नई तकनीक संभावनाओं के साथ साथ नई चुनौतियां भी लेकर आती हैं, वैसे ही इंटरनेट ने सूचना क्रांति तो लाई लेकिन साथ ही कुछ चुनौतियां भी इसके साथ आईं।



कई शोधों ने साबित कर दिया है कि इंटरनेट में अंग्रेजी एक प्रमुख भाषा है। 1990 के दशक के मध्य में 80% वेबसाइटें अंग्रेजी में थीं। ऑर्गनाइजेशन फॉर इकोनॉमिक को-ऑपरेशन एंड डेवलपमेंट (द डिफॉल्ट लैंग्वेज, 1999) द्वारा किए गए एक अध्ययन में पाया गया कि ओईसीडी देशों में लगभग 78% वेब साइट्स अंग्रेजी में थीं, जबकि "सिक्वोर-सर्वर" पर 91% वेब साइट्स अंग्रेजी में थीं, और .com डोमेन में सुरक्षित सर्वर पर पूरी तरह से 96% वेब साइट अंग्रेजी में थीं। आज भी अंग्रेजी का हिस्सा 55 प्रतिशत है (जज़ुलक, 2015)।

भारत जैसे देश में जहां सिर्फ 5% पुरुष और 3% महिलाएं धाराप्रवाह अंग्रेजी बोलती हैं और 28% पुरुष और 17% महिलाएं कुछ अंग्रेजी बोलती हैं (औला, 2014)। यह डिजिटल दुनिया में भाषाई-सांस्कृतिक विभाजन से भी संबंधित है। जो लोग अंग्रेजी नहीं (या कम) बोलते हैं, उनके पास डिजिटल सूचना और प्रौद्योगिकियों तक बहुत सीमित पहुंच होती है, क्योंकि इंटरनेट पर व्यापक रूप से उपयोग किए जाने वाले सभी सॉफ्टवेयर के लिए अंग्रेजी के कुछ ज्ञान की आवश्यकता होती है। इसलिए गैर-अंग्रेजी बोलने वालों को इंटरनेट का लाभ नहीं मिल रहा है। यह सीमा तीसरे डिजिटल गैप से संबंधित है, यानी सूचना प्रौद्योगिकी तक पहुंच में असमानता (केनिस्टन, 2003)।

समय के साथ सभी भाषाओं द्वारा वेब तकनीक को अपनाने के बाद भी यह देखा गया है कि इंटरनेट पर विभिन्न भाषाओं का प्रतिनिधित्व अंग्रेजी की तुलना में कम है। इंटरनेट पर अंग्रेजी सबसे अधिक प्रचलित भाषा बनी हुई है (पाओलिलो, 2005)। कारण आंशिक रूप से सामाजिक के साथ-साथ तकनीकी भी हैं। सबसे पहले, इंटरनेट अमेरिकी कंपनियों के प्रभुत्व वाली दूरसंचार अवसंरचना का उपयोग करता है। दूसरा, कई हालिया रुझानों के बावजूद, अंग्रेजी उपयोगकर्ता अभी भी इंटरनेट उपयोगकर्ताओं का सबसे बड़ा समूह हैं। तीसरा, इंटरनेट पर उपयोग की जाने वाली अधिकांश प्रौद्योगिकियां अंग्रेजी के अनुकूल हैं। गैर-रोमन अक्षरों के लिए इंटरफेस बोझिल हैं या कुछ भाषाओं के लिए अभी तक मौजूद नहीं हैं (यूनेस्को, 2003)। अंग्रेजी में सभी ऑनलाइन सामग्री का 55 प्रतिशत हिस्सा है लेकिन 20 साल से भी कम समय पहले यह 80 प्रतिशत से अधिक था (जज़ुलक, 2015)।

यह हिंदी उपयोगकर्ताओं के 'सूचना-बहिष्करण' की ओर जाता है जो न केवल पहुंच और कनेक्टिविटी का सवाल है, बल्कि सामग्री का भी है। कई अध्ययनों में पाया गया है कि इंटरनेट पर हिंदी में पर्याप्त सामग्री मौजूद नहीं है। खास कर गुणवत्तापूर्ण सामग्री का तो बेहद अभाव है। यह अभाव हिंदीभाषी लोगों के लिए एक मानवनिर्मित एवं तकनीक के द्वारा समर्थित बाधा है। भारत में किए गए अनेक शोधों में इंटरनेट पर हिंदी में सामग्री के अनुपलब्धता के कई कारण बताए गए हैं जो निम्नलिखित हैं:

विश्लेषण एवम विवेचन



ढांचागत कारण: अंग्रेजी समाचार वेबसाइटों की तुलना में हिंदी वेबसाइटों में ढांचागत कमजोरी देखी गई है। यह पाया गया कि हिंदी वेबसाइटों में या तो सर्वर स्थान कम है या हिंदी वेबसाइट मुख्य वेबसाइट के उप-डोमेन के रूप में चल रहा है। अधिक सर्वर स्थान वेबसाइट के खुलने एवं एक वेबपेज से दूसरे वेबपेज तक जाने को सुगम बनाता है और यहां तक कि एक समय में अत्याधिक उपयोगकर्ता के वेबसाइट पर आ जाने के समय भी, वेबसाइट सुचारू रूप से खुलती है। दूसरी ओर, यदि वेबसाइट में सर्वर स्पेस कम होता है, तो एक समय में ज्यादा उपयोगकर्ताओं के वेबसाइट पर आने के समय इसके क्रैश होने की संभावना हमेशा बनी रहती है।

संपादकीय कारण: संपादकीय टीम वेबसाइट के लिए सामग्री तैयार करने के लिए जिम्मेदार होती है। कई वरिष्ठ संपादकों के साक्षात्कार से यह पता चलता है कि सभी हिंदी वेबसाइटों में अंग्रेजी समाचार वेबसाइटों की तुलना में संपादकीय कर्मचारियों की संख्या कम होती है। यह अंतर निश्चित रूप से सामग्री की विविधता और गुणवत्ता को प्रभावित करता होगा। संपादकीय कर्मचारियों की कम संख्या के साथ सामग्री में गुणवत्ता लाना एवं विभिन्न प्रकार की सामग्री को तैयार करना संभव नहीं है। यह विभिन्न प्रकार के तकनीकी प्लेटफॉर्मों को वेबसाइटों से जोड़ने में भी लागू होता है, क्योंकि ये सभी कार्य संपादकीय टीम के द्वारा ही किया जाता है।

तकनीकी कारण: हिंदी वेबसाइटों में तकनीकी कर्मचारियों की संख्या भी कम पाई जाती है। कुछ अपवादों को छोड़ दिया जाए तो तकनीकी कर्मचारियों की नियुक्ति संस्थान के अंग्रेजी वेबसाइट की देखरेख के लिए किया है जो बहुत जरूरी होने पर हिंदी वेबसाइट के तकनीकी कार्य को भी देख लेते हैं। इस प्रकार की व्यवस्था विविध प्रकार की मल्टीमीडिया सामग्री तैयार करने और हिंदी समाचार वेबसाइट में संवादात्मक सुविधाओं का उपयोग करने के लिए पर्याप्त नहीं है। इसके कारण हिंदी वेबसाइटों के संपादकीय कर्मचारी अक्सर इन्फोग्राफिक और मल्टीमीडिया सामग्री का उपयोग अपनी वेबसाइट में नहीं कर पाते हैं। इसके लिए डिजाइनरों और वीडियो एनकोडर की एक समर्पित टीम की जरूरत होती है जो हिंदी वेबसाइटों को उपलब्ध नहीं है। यूनिकोड फॉण्ट के आने के बाद आज सोशल मीडिया पर अभिव्यक्ति आसान हो गई है लेकिन आज भी काफी कम डिजिटल एप्स हिंदी में उपलब्ध है। एप्स के मुख्य पृष्ठ के अलावा एक दो पृष्ठ हिंदी में उपलब्ध होते हैं लेकिन उनकी ज्यादातर संरचना अंग्रेजी में ही रहती है। फॉण्टस के अलावा हार्डवेयर सम्बंधित समस्याएं भी हिंदी के विस्तार को प्रभावित कर रहीं हैं। प्रयोग में आने वाले मुख्यतः सभी कीबोर्ड अंग्रेजी में होते हैं जिसकी वजह से या डिजिटल कीपैड का सहारा लेना पड़ता है या गूगल ट्रांसलेट जैसी अनुवाद सेवाओं का सहारा लेना पड़ता है।

एक हिंदी बहुल राष्ट्र होने के कारण इन सभी कमियों को दूर करना अत्याधिक आवश्यक है। संयुक्त राष्ट्र संघ ने भी मूल लोगों के संचार अधिकारों को बहुत महत्वपूर्ण मानते हुए कहा है कि लोगों तक उन्हीं की भाषा में सूचनाओं को



पहुंचाना सरकारों एवं विभिन्न संगठनों का कर्तव्य है। भारत में जहां बहुसंख्या गैर अंग्रेजी बोलने वाले लोगों की ही है उनके सूचना अधिकार का सम्मान करते हुए इन तमाम कमियों को दूर किया जाना चाहिए।

हालांकि इन कमियों के बावजूद जैसे-जैसे गैर-अंग्रेजी भाषी देश ऑनलाइन आए हैं, अन्य भाषाओं में सामग्री की मात्रा भी बढ़ी है। इंटरनेट वर्ल्ड स्टैट्स (2015) के अनुसार 2000-2015 के बीच, अन्य भाषाओं में उपयोगकर्ताओं की वृद्धि दर अंग्रेजी की तुलना में बहुत अधिक है। इस अवधि के दौरान अंग्रेजी उपयोगकर्ताओं की वृद्धि दर 520 प्रतिशत के साथ बढ़ी, जबकि चीनी, स्पेनिश और अरबी उपयोगकर्ताओं की वृद्धि दर क्रमशः 2080 प्रतिशत, 1312 प्रतिशत और 6592 प्रतिशत रही।

यह अनुमान है कि यदि इंटरनेट पर स्थानीय भाषा की सामग्री प्रदान की जाती है तो भारत में इंटरनेट उपयोगकर्ता 24% तक बढ़ सकते हैं। यदि सामग्री स्थानीय भाषा में प्रदान की जाती है तो ग्रामीण क्षेत्रों में 43% गैर-इंटरनेट उपयोगकर्ता इस माध्यम को अपनाएंगे। शहरी क्षेत्रों में, 13.5% गैर-उपयोगकर्ता इंटरनेट का उपयोग करेंगे यदि सामग्री स्थानीय भाषाओं में प्रदान की जाती है। भाषाओं में, ऑनलाइन सामग्री तक पहुंचने के लिए हिंदी एक प्रमुख भाषा के रूप में उभरती है। ग्रामीण भारत में, 27% उपयोगकर्ता ऑनलाइन सामग्री का उपयोग करने के लिए हिंदी का उपयोग करते हैं, इसके बाद मराठी और तमिल हैं। शहरी भारत में भी, 60% उपयोगकर्ता हिंदी में ऑनलाइन सामग्री का उपयोग करते हैं, इसके बाद तमिल और मराठी (आईएएमआई, 2015) का स्थान आता है।

Google और Yahoo जैसे संगठन भारतीय भाषाओं में सामग्री डिजाइन करने और बनाने के लिए पहल कर रहे हैं। गूगल इंडिया के प्रबंध निदेशक राजन आनंदन ने कहा, "भारत में अगले 30 करोड़ इंटरनेट उपयोगकर्ता अंग्रेजी का उपयोग नहीं करेंगे। इसलिए हम भारतीय भाषाओं में इंटरनेट को सक्षम करने पर काम कर रहे हैं, जो विकास को गति देने की कुंजी है" (थॉमस, 2014)। Yahoo India आठ भारतीय क्षेत्रीय भाषाओं में ईमेल प्रदान करता है। माइक्रोसॉफ्ट के पास 12 भारतीय भाषाओं में स्थानीयकृत कार्यालय हैं जिनमें असमिया, बंगाली, गुजराती, हिंदी, कन्नड़, कोंकणी, मलयालम, मराठी, उड़िया, पंजाबी, तमिल और तेलुगु शामिल हैं (डी'मोटे, 2015)।

भारत सरकार भी भारतीय भाषाओं में डिजिटल संसाधन और सेवाएं प्रदान करने पर विशेष जोर दे रही है। जुलाई 2015 में शुरू की गई "डिजिटल इंडिया" योजना में, सरकार के तीन प्रमुख दृष्टिकोण हैं। पहला, प्रत्येक नागरिक के लिए एक उपयोगिता के रूप में डिजिटल बुनियादी ढांचा, दूसरा, मांग आधारित सेवाएं और तीसरा, नागरिकों का डिजिटल सशक्तिकरण। डिजिटल इंडिया के तीसरे विजन के तहत, भारतीय भाषाओं में डिजिटल संसाधन/सेवाएं प्रदान करने और सहभागी शासन के लिए सहयोगी डिजिटल प्लेटफॉर्म पर विशेष जोर दिया गया है (डिजिटल इंडिया, 2015)। यह दृष्टि मोटे तौर पर नागरिकों को बुनियादी ढांचा प्रदान करने, ई-गवर्नेंस को बढ़ावा देने और सूचना संपन्न



और सूचना गरीब के बीच डिजिटल विभाजन को कम करने पर केंद्रित है। डिजिटल डिवाइड शब्द को उन लोगों के बीच के अंतर के रूप में परिभाषित किया जाता है जहां एक तरफ वो लोग हैं जिनका सूचना संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) तक पहुंच है और उनका उपयोग करने का कौशल है, और दूसरी ओर वो लोग हैं जिनके पास न तो पहुंच है और न ही कौशल (महलदार, 2015)।

निष्कर्ष:

नई शिक्षा नीति 2020 में भी स्थानीय भाषाओं में शिक्षा देने पर जोर दिया गया है। वर्तमान सरकार का मानना है कि भाषाई कारण किसी की शिक्षा में बाधक न बनें। अगर देश को सही मायने में एक सूचित समाज बनाना है तो मातृ भाषाओं में शिक्षा को बढ़ाने पर जोर देना होगा। इस दिशा में सरकार तो काम कर ही रही है साथ ही निजी क्षेत्र के सूचना प्रदाता कंपनियों को भी आगे आना होगा। इंटरनेट का बाजार जिस प्रकार से स्थानीय भाषाओं की ओर उन्मुख है ऐसी उम्मीद की जानी चाहिए कि भारत का निजी सूचना प्रदाता कंपनियां भी आगे आएंगी और मातृभाषा आधारित वेबसाइट की कमियों को दूर करेगी। इन सभी आधारों का अवलोकन करने पर यह कहा जा सकता है कि इंटरनेट पर हिंदी का भविष्य उज्ज्वल है। वह दिन दूर नहीं जब भारत के हर नागरिक तक हर प्रकार की सूचना उसी की मातृभाषा में पहुंचेगी।

संदर्भ सूची

1. Al-Saggaf, Y. (2006). The online public sphere in the Arab world: The war in Iraq on the Al Arabia website. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(1), 311–334.
2. Aula, S. (2014, November 6). *The problem with the English language in India*. *Forbes*. Retrieved November 12, 2015, from <http://www.forbes.com/sites/realspin/2014/11/06/the-problem-with-the-english-language-in-india/#29dfc0e37bea>
3. Briggs, M. (2009). *Journalism next: A practical guide to digital reporting and publishing*. Sage.
4. Cultural and linguistic diversity in the information society. (2003). *UNESCO publication*. Retrieved April 12, 2014, from <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001329/132965e.pdf>



5. D'Monte. (2015). *Need more local language content for Internet to bloom*. LiveMint. Retrieved February 10, 2016, from <http://www.livemint.com/Opinion/zCFoFUXebEbxBOVq8a2UUJ/Need-more-local-language-content-for-Internet-to-bloom-in-In.html>
6. Internet and Mobile Association of India. (2015). *Annual report 2014–15*. Retrieved March 9, 2016, from http://www.iamai.in/sites/default/files/annual_report/AnnualReport2014-15.pdf
7. Internet world users by language. (2015). Retrieved May 11, 2016, from <http://www.internetworldstats.com/stats7.htm>
8. Keniston, K., & Kumar, D. (2003). The four digital divides. *Online eriSim*, 21, 2010.
9. Mahaldar, O., & Bhadra, K. (2015). ICT: A magic wand for social change in rural India. In P. E. Thomas, M. Srihari, & S. Kaur (Eds.), *Handbook of research on cultural and economic impacts of the information society* (pp. 501–525). IGI Global.
10. Mansell, R. (2009). The power of new media networks. In R. Hammer & D. Kellner (Eds.), *Media/cultural studies: Critical approaches* (pp. 107–123). Peter Lang Publishing.
11. Nguyen, A. (2008). The contribution of online news attributes to its diffusion: An empirical exploration based on a proposed theoretical model for the micro-process of online news adoption/use. *First Monday*, 13(4). <https://doi.org/10.5210/fm.v13i4.2127>
12. Paolillo, J., Pimienta, D., & Prado, D. (2005). *Measuring linguistic diversity on the Internet*. UNESCO Institute for Statistics.
13. Thomas, T. (2014). *Google to hold Indian language hackathon in Bangalore*. Retrieved November 18, 2015, from <http://rtn.asia/t-t/5333/google-to-hold-indian-language-hackathon-in-bangalore>
14. Zazulak, S. (2015). *English: The language of the Internet*. Retrieved May 10, 2016, from <http://www.english.com/blog/english-language-internet>