

International Journal of Multidisciplinary Trends

E-ISSN: 2709-9369

P-ISSN: 2709-9350

www.multisubjectjournal.com

IJMT 2025; 7(12): 84-85

Received: 25-10-2025

Accepted: 28-11-2025

डॉ० कृष्ण कमलेश मिश्रअसिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग,
ठाकुर बीरी सिंह महाविद्यालय
टूण्डला, फिरोजाबाद, उत्तर प्रदेश,
भारत

मनोरंजन उद्योग में हिंदी: एक सिंहावलोकन

कृष्ण कमलेश मिश्रDOI: <https://www.doi.org/10.22271/multi.2025.v7.i12b.876>

प्रस्तावना

वर्तमान समय मनुष्य के लिए भाग दौड़ से भरा है, वह अपने कामों में इतना व्यस्त हो गया है कि स्वयं के लिए समय ही नहीं निकाल पाता है। जब मनुष्य थका हारा घर पहुँचता है तो अपने को ऊर्जावान बनाने के लिए वह तरह-तरह के मनोरंजन के साधनों का उपयोग करता है। मनोरंजन एक ऐसा साधन है, जिसमें भाग लेने वाले को आनन्द या कहे कि आत्मिक आनन्द प्राप्त होता है, कुछ पल के लिए उसके मन की उथल-पुथल शांत हो जाती है। भोजन वस्त्र आदि की भाँति मनोरंजन भी व्यक्ति के लिए अति आवश्यक है, अगर यह न हो तो जीवन नीरस सा प्रतीत होने लगता है।

मानव आदिम काल से मनोरंजन के साधन जुटाता आया है। पहले वह शिकार पर जाता था, नृत्य, संगीत, गायन सुनता था, चित्रकारी आदि का सहारा लेता था। जैसे-जैसे समाज विकास करता गया वैसे-वैसे मनुष्य के मनोरंजन के साधनों में उत्तरोत्तर विकास होता गया। आज के इस विज्ञान और सूचना तकनीकी के युग में मनुष्य ने अनेक अत्याधुनिक मनोरंजन के साधनों का आविष्कार कर लिया है। इन आविष्कारों ने मनुष्य के जीवन में अमूल्य चूल परिवर्तन ला दिया है, अब उसे मनोरंजन के लिए किसी निश्चित जगह जाने की भी आवश्यकता नहीं रही, बस एक क्लिक करो और घर बैठे देश दुनिया से जुड़ जाओ।

मनुष्य पर मनोरंजन के अच्छे और बुरे दोनों तरह के प्रभाव पड़ सकते हैं। मनोरंजन के उद्देश्य को स्पष्ट करते हुए जनरल लार्ड रिथ कहते हैं – “मनोरंजन के स्वरूप पर अगर गहराई से विचार किया जाए तो इसमें बड़ी भ्रांतियाँ दिखाई देंगी। आप कार्यक्रम को देख-सुनकर खुश हो यह साधारण अपेक्षा है। आपका तनाव दूर, थकान मिटे और तरोताजा महसूस करें। लेकिन आप कार्यक्रमों को इसलिए देख रहे हैं कि किसी तरह समय काटना है तो आप इसके अलावा उस कार्यक्रम से कुछ पा नहीं रहे हैं। मनोरंजन का सार्थक रूप वह होगा जब आप कुछ ऐसा देख-सुन रहे हैं, जिससे ज्ञान, अनुभव और चरित्र को नई दृष्टि मिले।”¹ अतः मनुष्य का उद्देश्य केवल मनोरंजन करना ही नहीं होना चाहिए अपितु उससे कुछ सार्थक ज्ञान हासिल करना भी होना चाहिए।

वर्तमान समय सूचना तकनीकी का है। आज विज्ञान की सहायता से मनुष्य ने अनेक आविष्कारों को जन्म दिया है। मनोरंजन के क्षेत्र में नित नवीन आविष्कारों ने क्रांति ला दी है। कभी शुद्ध मनोरंजन होता था, लेकिन आज के समय में यह एक उद्योग के रूप में संपूर्ण विश्व में स्थापित हो चुका है। मनोरंजन उद्योग ने देशों की अर्थव्यवस्था में अमूल्य-चूल परिवर्तन कर दिये हैं। अगर हम अपने देश भारत की बात करें तो पी.डब्ल्यू.सी. रिपोर्ट के अनुसार— “भारत वर्तमान में दुनिया का सबसे बड़ा सिनेमा बाजार है और 2020 तक बने रहने के उम्मीद है। प्राइसपवाटरहाउस कूपर्स (पी.डब्ल्यू.सी) ग्लोबल एंटरटेनमेंट एंड मीडिया आउटलुक 2016-20 के अनुसार 2015 में भारतीय मीडिया और मनोरंजन क्षेत्र 25.13 बिलियन (1.66 ट्रिलियन रुपये) तक पहुँचने के लिए 12: की वृद्धि हुई है। इस उद्योग, जो 2016 और 2020 के बीच 10.3: की एक औसत वार्षिक दर से बढ़ रही है के वर्ष 2020 तक 40 अरब डॉलर तक पहुँचने की उम्मीद है।”²

अगर मनोरंजन उद्योग के साधनों के विषय में बात करें तो इसमें रेडियो, फिल्म, टी.वी. विज्ञापन आदि को रखा जा सकता है। मनोरंजन के इन साधनों ने अभूतपूर्व वृद्धि की है। सर्वाधिक महत्वपूर्ण बात यह है कि इन साधनों के माध्यम से हिंदी भाषा को लोकप्रिय बनाने का महत्वपूर्ण कार्य किया गया है। मनोरंजन उद्योग ने हिंदी को विश्व पटल पर स्थापित करने का कार्य किया है। अगर आज मनोरंजन उद्योग 40 अरब डॉलर तक पहुँचने की क्षमता रखता है तो वह सिर्फ हिंदी के ही कारण। आज हम जिस सूचना तकनीकी की बात करते हैं, इसका पहला कदम रेडियो को माना जा सकता है। रेडियो का आविष्कार करने वाले मारकोनी ने कभी स्वप्न में भी नहीं सोचा होगा कि उनका आविष्कार इतना सशक्त और महत्वपूर्ण बन जायेगा कि हर व्यक्ति के हाथ में रह कर उसे हर पल ज्ञान-विज्ञान व मनोरंजन संपन्न बनाता रहेगा।

Corresponding Author:**डॉ० कृष्ण कमलेश मिश्र**असिस्टेंट प्रोफेसर, हिन्दी विभाग,
ठाकुर बीरी सिंह महाविद्यालय
टूण्डला, फिरोजाबाद, उत्तर प्रदेश,
भारत

रेडियो ने समाज में अपना विशिष्ट स्थान नियत कर रखा है। जनसंचार के अन्य साधनों की तुलना में रेडियो की यह विशेषता है कि इसकी पहुँच का क्षेत्र विस्तृत है। इसके संचालन के लिए किसी भी तरह के बाह्य उपकरण की आवश्यकता नहीं होती आप इसे बिना बिजली के भी चला सकते हैं। इस कारण यह उन इलाकों में भी आसानी से उपलब्ध हो जाता है जहाँ बिजली आदि की सुविधा नहीं है। इसमें तुरंत सूचना प्रेषित करने की क्षमता होती है, इस कारण कोई भी आपातकालीन सूचना समस्त क्षेत्र में एक साथ प्रेषित हो जाती है। यह विविध कलाओं जैसे—संगीत, नाट्य और साहित्य को समेटकर एक अनोखे भाव जगत में श्रोताओं को ले जाने की क्षमता रखता है। यहाँ न रंगमंच है, न सिनेमाघर है, रेडियो सारी कहानी, सारे दृश्य श्रोताओं के मानस पटल पर ही रचता है। आज रेडियो का प्रसार सुदूर गाँव से लेकर शहर तक हो चुका है। नए-नए रेडियो स्टेशन एवं एफ. एम. स्टेशन स्थापित किये जा रहे हैं। 'स्वतंत्रता के बाद से आकाशवाणीधॉल इंडिया रेडियो का व्यापक प्रसार हुआ है। सन् 1947 में जहाँ पूरे देश में मात्र 6 प्रसारण केन्द्र एक दर्जन ट्रांसमीटर और दो-ढाई लाख रेडियो सेट थे, वही आज हमारे पास 100 से अधिक रेडियो स्टेशन हैं, जो देश के तीन चौथाई से अधिक भौगोलिक क्षेत्र तथा 90 प्रतिशत के लगभग जनसंख्या को अपनी प्रसारण सीमा में लिए हुए हैं। करीब तीन करोड़ या इससे अधिक रेडियो सेट देश के घरों में बज रहे हैं।'³

फिल्में मनोरंजन का सबसे बड़ा साधन हैं। फिल्मों देखने का शौक लगभग सभी को होता है। फिल्म उद्योग संपूर्ण विश्व में फैला हुआ है। भारत में पहला फिल्म शो 1896 को प्रदर्शित किया गया था। 1907 में कलकत्ता में पहला सिनेमाघर 'एलफिंटन पिकचर पैलेस' नाम से स्थापित किया गया था। हिंदी सिनेमा जगत के श्लाघा पुरुष दादा साहब फाल्के ने पहली फीचर फिल्म 'राजा हरिश्चन्द्र' बनाई थी, यह मूक थी, पहली बोलती फिल्म 'आलमआरा' थी, तब से आज तक यह सिलसिला अनवरत रूप से चलता आ रहा है। आज प्रतिवर्ष भारत में सैकड़ों फिल्मों का निर्माण होता है। आज फिल्म मनोरंजन और अंशतः शिक्षा का अत्यन्त लोकप्रिय साधन बन गई हैं। नई प्रौद्योगिकी ने इस जन माध्यम में गुणात्मक परिवर्तन किए हैं। आज हमारे पास बहुत अच्छे फिल्मकार तथा तकनीशियन हैं। अनेक शिक्षण संस्थाएँ बहुत ही श्रेष्ठ शिक्षाप्रद फिल्में बना रही हैं। पुणे स्थित फिल्म संस्थान सहित अनेक फिल्म इंस्टीट्यूट हैं, जो इस क्षेत्र में अपना महत्वपूर्ण योगदान दे रहे हैं।

"हिंदी को प्रचारित-प्रसारित करने में बॉलीवुड (हिन्दी सिनेमा) का योगदान सबसे अधिक है। एक शोध-पत्र में इंगित है कि भारत में 45 प्रतिशत हिस्सेदारी हिंदी सिनेमा की है। इसमें सन्देह नहीं है कि हिंदी का परचम भारतीय सीमाओं तथा हिंदी प्रदेशों एवं हिंदी भाषियों के अतिरिक्त विश्वस्तर पर लहराने में हिंदी सिनेमा की विशेष भूमिका रही है। एक सर्वेक्षण रिपोर्ट के अनुसार प्रतिवर्ष 800 हिंदी फिल्मों रिलीज होती हैं, जो विश्व में सर्वोत्तम हैं। हिंदी सिनेमा का बजट 500000 डॉलर का है। 2011 में भारत में प्रसारित फिल्मों में से 20: हिस्सेदारी हिंदी सिनेमा की थी। सेन्ट्रल बोर्ड ऑफ फिल्म सर्टिफिकेट के तहत 206 हिंदी फिल्में प्रसारित हुई थी।'⁴ वर्तमान में एनीमेशन पिकचर का उद्योग भी बहुत फल-फूल रहा है। भारत में भी एनीमेशन पिकचर का बाजार मुनाफे का सौदा बनता जा रहा है। इसको देखते हुए हिंदी सिनेमा में पौराणिक पात्रों को जीवंत किया जा रहा है। एनीमेशन फिल्मों का कारोबार भी सालाना करौड़ों रुपये का कारोबार कर रहा है। मनोरंजन उद्योग को बढ़ावा देने में टेलीविजन की महती भूमिका है। टी.वी. आम जन के मनोरंजन का लोकप्रिय साधन है। जहाँ तक संचार माध्यमों का संबंध है टेलीविजन बहुत ही उपयोगी है। सूचना तकनीकी का सबसे शक्तिशाली स्वरूप यदि कंप्यूटर के बाद जिस इलेक्ट्रॉनिक

संसाधन में उभरा है, वह टेलीविजन है। आज टी.वी. की पकड़ बड़े-बड़े शहरों से लेकर छोटे-छोटे गाँवों तक हो गयी है। जब से डी.टी.एच सेवा का आरंभ हुआ है तब से इस क्षेत्र में क्रांति आ गई है। लोगों को मनोरंजन फ्री टू एयर मिलने लगा है।

टी.वी. पर अनेक प्रकार के सामाजिक, आर्थिक, राजनैतिक और शैक्षिक कार्यक्रम प्रसारित होते रहते हैं साथ धारावाहिक फिल्म तथा विज्ञापन भी प्रसारित होते हैं। इस तरह टी.वी. का मनोरंजन उद्योग मोटी कमाई का एक जरिया भी है। 'सूचना प्रसारण के अतिरिक्त दूरदर्शन पर प्रसारित होने वाले धारावाहिकों, टेलीफिल्मों, डाक्यूमेंट्रियों, रियल्टी शो आदि का अपना बाजार है, जिनकी टीआरपी देखकर कंपनियाँ प्रायोजक के रूप में अपने उत्पाद की मार्केटिंग कर रही हैं। टी.वी. के पहले हिन्दी सॉप-ऑपेरा 'हम लोग' के सहारे 'मैगी नूडल्स' भी घर-घर पहुँच गया और आज भी हिन्दी धारावाहिकों, फिल्मों पर आधारित होकर उत्पाद घर-घर पहुँच रहे हैं और उत्पाद के सहारे कथाएँ। प्रसिद्ध चैनल 'कलर' को 'वायकॉम' का समर्थन प्राप्त है। 'एन.बी. सी. यूनिवर्सल' ने वर्ष 2008 में 'एन.डी.टी.वी. इमेजिन' पर 150 मिलियन डॉलर लगाए।'⁵ थे।

आज टीवी पर समाचार चैनलों की भरमार है, जो पूरे दिन हिंदी खबरों को प्रसारित करते रहते हैं। आज तक, आईबीएन-7, न्यूज नेशन सरीखे समाचार चैनलों ने हिंदी को लोकप्रिय बनाने में महत्वपूर्ण भूमिका का निर्वाह किया है। उत्पाद हो या टी.वी. कार्यक्रम दोनों में हिंदी के लिए बड़ा बाजार छिपा हुआ है। न जाने कितने लोगों की रोजी-रोटी का साधन यह माध्यम बना हुआ है। साहित्य, संगीत, गायन, अभिनय, लेखन, तकनीक आदि से जुड़े हुए लोगों के इस उद्योग में अपार संभावनाएँ हैं।

किसी भी उद्योग को चलाने के लिए सर्वाधिक महत्वपूर्ण है उसके उपभोक्ता का होना। भारत जनसंख्या की दृष्टि से विश्व का दूसरा देश है, यहाँ की आधे से अधिक आबादी हिंदी भाषा का प्रयोग करती है। एक तथ्य यह भी है कि विश्व में हिंदी भाषा का प्रयोग करने वाले प्रथम स्थान पर हैं। भारत के अलावा मौरिशस, ट्रिनिडाड, फिजी आदि देशों में हिंदी का प्रयोग किया जाता है। जिस भाषा के प्रयोग का इतना व्यापक क्षेत्र हो वहाँ मनोरंजन उद्योग घाटे का कारोबार हो ही नहीं सकता। यही कारण है कि चाहे वह रेडियो हो, टी.वी. या फिल्म उत्तरोत्तर अपना कारोबार बढ़ाते जा रहे हैं। यह उद्योग मोटी कमाई का जरिया तो साथ ही हिंदी भाषा को विश्व पटल पर स्थापित करने में अपनी महती भूमिका का निर्वाह कर रहा है।

निष्कर्ष

कह सकते हैं कि मनोरंजन उद्योग के कारण हिंदी को पहचान मिल रही है तो वही हिंदी के कारण ही मनोरंजन उद्योग विश्व में अपना वर्चस्व बनाए हुए है। निश्चित ही अगर यह उद्योग इसी तरह कायम रहा तो एक दिन हिंदी विश्वभाषा के पद आसीन हो जायेगी।

संदर्भ

1. मधुकर लेले, भारत में जनसंचार और प्रसारण मीडिया, राधाकृष्ण प्रकाशन नई दिल्ली, संस्करण 2011, पृ. सं. 17
2. hindi.satiitv.com/केबल-टीबी/मीडिया-और-मनोरंजन-उद्योग
3. सुमित मोहन, मीडिया लेखन, वाणी प्रकाशन दिल्ली, पृ. सं. 36
4. संपादक गिरिश्वर मिश्र, हिंदी का वैश्विक परिदृश्य, महात्मा गाँधी अंतरराष्ट्रीय हिंदी विश्वविद्यालय वर्धा, पृ. सं. 130
5. वही, पृ. सं. 129