

जनसंचार माध्यमों में हिंदी की उपयोगिता

प्रो० वीरेन्द्र सिंह यादव,

प्रोफेसर—हिन्दी एवं अन्य भारतीय भाषा विभाग,
डॉ० शकुन्तला मिश्रा राष्ट्रीय पुनर्वास विश्वविद्यालय, लखनऊ, उ.प्र.

शोध सारांश

हिन्दी के लिए एक सकारात्मक बात यह है कि उसका साहित्य अनुवाद के माध्यम से विश्व की दूसरी महत्वपूर्ण भाषाओं में पहुँच रहा है। उसके पठन-पाठन तथा प्रसारण की सुविधा अनेक देशों में उपलब्ध हो रही है। क्योंकि इसमें मानवीय और यांत्रिक अनुवाद की आधारभूत तथा विकसित सुविधा है। जिससे यह बहुभाषिक कम्प्यूटर की दुनिया में अपने समग्र सूचना स्रोत तथा प्रक्रिया सामग्री (सॉफ्टवेयर) के साथ उपलब्ध हो रह हैं। साथ ही, यह इतनी समर्थ हो गई है कि वर्तमान प्रौद्योगिकीय उपलब्धियों मसलन ई-मेल, ई-कॉमर्स, ई-बुक, इंटरनेट तथा एस.एम.एस. एवं वेब जगत में प्रभावपूर्ण ढंग से अपनी सक्रिय उपस्थिति का अहसास करा रही है।

बीज शब्द— जनसंचार माध्यम, हिंदी की उपयोगिता, राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय।

लगभग पूरी दुनिया में आज हिन्दी जनसंचार माध्यमों की सबसे लोकप्रिय भाषा बन कर उभर रही है। भारत में ही नहीं दक्षिण पूर्व एशिया, मारीशस, चीन, जापान, कोरिया, मध्य एशिया, खाड़ी के देश, अफ्रीका, यूरोप, कनाडा तथा अमेरिका में हिन्दी जनसंचार की भाषा के रूप में प्रचलित हो रही है। इन देशों में भी कई टीवी चैनल हिन्दी में काम कर रहे हैं और इस पर हिन्दी कार्यक्रम भी प्रसारित होते हैं। कभी जिन देशों में हिन्दी शब्दों के दर्शन भी प्राप्त नहीं होते थे, आज वहाँ पर हिन्दी कई विश्वविद्यालयों, कालेजों में विषय के रूप में पढाई जा रही है और विद्यार्थी हिन्दी विषय के रूप में पढ़ते हैं। आज कल विश्व के कई विश्वविद्यालयों में हिन्दी विषय के अलग विभाग भी बनाये गये हैं जहाँ छात्र एवं छात्रायें उच्च शिक्षा भी ग्रहण करते हैं। पहले विश्व में भारत के अलावा प्रमुखतया मारीशस ही ऐसा देश था जहाँ हिन्दी के सात टीवी चैनल थे और जहाँ अनेक लेखक अपनी रचनाओं को हिन्दी में लिखते थे और हिन्दी के

विकास में योगदान दे रहे हैं। हिन्दी के व्यापक स्वरूप तथा बाजारवाद की नीति के कारण कई इंटरनेट कंपनियाँ जैसे माइक्रोसाफ्ट, सन, याहू, जीमेल, हॉटमेल आदि भी अंग्रेजी के साथ साथ हिन्दी के प्रयोग पर लगातार बल दे रही हैं क्योंकि हिन्दी के विश्व में बढ़ते प्रभाव को देखते हुये इंटरनेट कम्पनियों ने ज्यादा से ज्यादा मुनाफा कमाने के लिये वह भी हिन्दी के जानकार कर्मचारियों को नियुक्त के साथ साथ अच्छा वेतन भी दे रही हैं।

राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर हिंदी को सर्व स्वीकार्य बनाने में जन संचार माध्यमों की उल्लेखनीय भूमिका रही है। इन सभी जन संचार माध्यमों के ही कारण हिंदी की लोकप्रियता दिन प्रतिदिन बढ़ रही है, रेडियो, टेलीविजन, इंटरनेट, समाचार पत्र, सोशल मीडिया, बॉलीवुड आदि हिंदी के प्रचार प्रसार में कोई प्रयास नहीं छोड़ रहा हैं। ये सभी जन संचार माध्यम समाचार, विचार, शिक्षा, सामाजिक

सरोकार, संगीत, नाटक, काव्य, मनोरंजन आदि क्षेत्रों में अपने प्रसारण के माध्यम से हिंदी को भारत के कश्मीर से लेकर कन्याकुमारी व बंगाल से कच्छ तक के सभी दुर्लभ या दुर्गम क्षेत्रों में भी पहुँचाने में महत्वपूर्ण योगदान दिया है।

जनसंचार के साधनों के प्रचार-प्रसार के कारण आज वर्तमान समय में हिन्दी एक बड़ी शक्ति के रूप में उभरी है। विश्व में तीसरी सबसे बड़ी भाषा के रूप में आज अपनी विद्यमानता सिद्ध कर रही है। आज जनसंचार के साधनों ने हिन्दी को एक वैश्विक स्वरूप प्रदान किया है। वर्तमान में ऐसा कौन सा व्यक्ति होगा जो मोबाइल, इन्टरनेट, फेसबुक, सोशल मीडिया आदि से जुड़ा हुआ न हो। अधिकांश जन समूह इन साधनों के माध्यम से हिन्दी के प्रचार-प्रसार में योगदान दे रहा है और हिन्दी निरन्तर नवीन ऊँचाईयों को छू रही है। यदि हम पिछले दशकों की बात करें जब जनसंचार के माध्यम भी इतने कम तथा अशक्त थे तब व्यापक जन समूह तक अपनी बात पहुँचाने में बहुत अधिक समय लगता था तथा सूचना सभी लोगों तक सही से पहुँच भी नहीं पाती थी। इसका प्रमुख कारण यह था या तो साधन ही नहीं थे या फिर इन साधनों का माध्यम अंग्रेजी था और हिन्दी एक दूसरे दर्ज की भाषा मानी जाती थी। परन्तु नवाचार के आने से हिन्दी आज विश्व में बोली जाने वाली प्रमुख सरल एवं संप्रेषणीय भाषा बन गयी है।

जन संचार माध्यमों के महत्व को रेखांकित करते हुए डॉ० अर्जुन तिवारी ने लिखा है कि "समाज संस्कृति, साहित्य, दर्शन, विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी के व्यापक प्रसार तथा मानव संघर्ष, क्रान्ति प्रगति, दुर्गतिमय जीवन, सागर में उठने वाले ज्वार भाटा को दिग्दर्शित करने में जन संचार माध्यम ही सक्षम हैं। जनता, समाज, राष्ट्र एवं विश्व के सजग प्रहरी जनसंचार के ही साधन हैं जो हमें गरीबी का भूगोल, पूँजीपतियों का अर्थशास्त्र और नेताओं का समाज शास्त्र पढ़ाते

हैं।" वर्तमान में संचार माध्यम जिस भाषा का प्रयोग कर रहे हैं उस भाषा को हिंग्लिश या मिश्रित भाषा कहते हैं। आज समस्या यहाँ तक आ गयी है कि मीडिया को आम जनमानस में रचे-बसे शब्दों का बोध नहीं है, वह उसका अंग्रेजी में अनुवाद करके समझते हैं। लेकिन जैसे-जैसे हम आधुनिक युग में प्रवेश करते हैं, वैसे-वैसे ही हिन्दी का विकास होने लगता है। और जनसंचार के साधनों का विकास होते ही हिन्दी ने धीरे धीरे अपनी पैठ बनानी शुरू कर दी। इन संचार माध्यमों में मुख्य नाम समाचार पत्र, पत्रिकाओं का होता है जिन्होंने हिन्दी के विकास में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी। भारत में जनसंचार के रूप में हिन्दी का पहला समाचार पत्र उदन्त मार्तण्ड था जो सन् 1926 ई० में पं० जुगल किशोर द्वारा संपादित किया गया था। हिन्दी के विकास में प्रारम्भ की पत्र-पत्रिकाओं की महत्वपूर्ण भूमिका थी। हिन्दी के प्रचार प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान देने वाले विद्वानों में भारतेन्दु हरिश्चन्द्र, श्याम सुन्दर दास, महावीर प्रसाद द्विवेदी आदि का नाम विशेष तौर पर उल्लेखनीय है। इनमें भारतेन्दु जी प्रथम ऐसे व्यक्ति थे जिन्होंने हिन्दी के प्रचार-प्रसार के लिए पत्र पत्रिकाओं का संपादन किया और उन्होंने ही संचार के साधनों में हिन्दी के लिए एक मजबूत और सुदृढ़ नींव को तैयार किया था। जिस मार्ग पर आगे चलकर महावीर प्रसाद द्विवेदी जी ने एक मजबूत इमारत को खड़ा किया, जो आज भी दिन दूनी रात चौगुनी तरक्की कर रही है।

स्वतन्त्र भारत में जनसंचार के रूप में समाचार पत्रों और पत्रिकाओं ने भी हिन्दी के उत्थान में महत्वपूर्ण भूमिका निभायी है क्योंकि समाचार पत्र एक ऐसा माध्यम था जिसकी पहुँच जन जन तक तथा देश-विदेश में भी थी। समाचार पत्र हिन्दी के प्रचार प्रसार में इतने अग्रणी रहे हैं कि हिन्दी गद्य-पद्य एवं भावाभिव्यक्ति की मुख्य भाषा बन गयी। उसने

ब्रज, उर्दू, अरबी आदि समस्त भाषाओं को पीछे छोड़कर राज भाषा का दर्जा प्राप्त कर लिया।

जनसंचार शब्द जन+संचार दो शब्दों से मिलकर बना है, जिसमें 'जन' व्यक्तियों के वृहत् समुदाय को कहते हैं। ये व्यक्ति कई स्थलों पर बिखरे होते हैं। इनके बीच 'संचार' जनसंचार (मॉस कम्यूनिकेशन) कहलाता है। यह संचार के अन्य भेदों में से सबसे महत्वपूर्ण एवं विशिष्ट हैं। सामान्यतः जनसंचार माध्यमों को तीन श्रेणियों में बाँटा जाता है, 1—मुद्रण संचार माध्यम, 2—इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यम, 3—नवीन संचार माध्यम। इनमें से प्रथम के अन्तर्गत समाचार पत्र, पत्रिकाएँ, पुस्तकें, पोस्टर, पम्पलेट आदि आते हैं। द्वितीयक जनसंचार माध्यम में रेडियो, आडियो कैसेट, टी0 वी0, वीडियो कैसेट, सी0 डी0, फिल्में आदि आती हैं। तृतीयक जन संचार माध्यमों में इण्टरनेट,कम्प्यूटर प्रणाली एवं उपग्रह संचार आदि को लिया जा सकता है। जनसंचार की सबसे मजबूत कड़ी पत्र-पत्रिकाएँ या प्रिन्ट मीडिया है। हॉलांकि अपने विशाल दर्शक एवं श्रोता और तीव्रता के कारण रेडियो और टेलीवीजन की ताकत ज्यादा मानी जा सकती है, लेकिन वाणी को शब्दों में लिपिबद्ध करने वाला आरम्भिक माध्यम होने की बजह से प्रिन्ट मीडिया का महत्त्व हमेशा बना रहेगा। आज भले ही प्रिन्ट,रेडियो, टेलीविजन या इण्टरनेट किसी भी माध्यम से खबरों के संचार को पत्रकारिता कहा जाता हो लेकिन आरम्भ में केवल प्रिन्ट माध्यमों के जरिये खबरों के आदान-प्रदान को ही पत्रकारिता कहा जाता था।

प्राचीन भारत में परम्परागत रूप से समूह संचार अपनाया जाता रहा है जिसमें मेले, तीर्थाटन, सभा, विविध नाट्यरूपों आदि के माध्यम से होते थे। उपयुक्त संचार माध्यमों में विविध नाट्यरूपों, नाटक, कथावाचन, बाउल, सांग, रागिनी, तमाशा, लावनी, जात्रा, गंगा गौर, यक्षगान, बिरहा, आल्हा, लोकगीत आदि का विशेष

महत्त्व है। इन विधाओं के कलाकार मनोरंजन के साथ-साथ एक क्षेत्र से दूसरे क्षेत्र में संदेश पहुँचाने और जनमत निर्माण करने का काम भी करते थे। वर्तमान में जनसंचार का जो विकसित रूप विश्व में प्रचलित है। इसमें विशेष योगदान वैज्ञानिकों का है। भारत में जनसंचार के जो आधुनिक माध्यम प्रयोग में लाए जा रहे हैं,उनमें अधिकतर में विशेष योगदान पश्चिमी देशों का है। "जनसंचार के आधुनिक माध्यमों के जो रूप आज भारत में प्रचलित हैं, वे निश्चय ही हमें अंग्रेजों से मिले हैं।" चाहे समाचार पत्र हों या रेडियो, टेलीवीजन, कम्प्यूटर, इण्टरनेट सभी माध्यम पश्चिम से ही आये हैं। भारत ने प्रारम्भ में उन्हें उसी रूप में अपनाया, लेकिन धीरे धीरे वे यहाँ की सांस्कृतिक विरासत के अंग बनते चले गये। चाहे फिल्में हों या टी0 वी0 सीरियल। एक समय के बाद वे भारतीय नाट्य परम्परा से परिचालित होने लगते हैं। इसलिए आज के जनसंचार माध्यमों का खाका भले ही पश्चिमी हो, लेकिन उनकी विषयवस्तु, रंगरूप और भाषा भारतीय ही है।

हिन्दी के प्रसार में जनसंचार के साधनों के रूप में इलेक्ट्रॉनिक मीडिया ने भी क्रान्ति ला दी है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के आगमन से हिन्दी को एक नवीन दिशा प्राप्त हुई है। टी.वी. चैनल, इण्टरनेट, सोशल मीडिया आदि के द्वारा हिन्दी को विश्व के कोने-कोने तक फैलाने का अवसर प्राप्त हुआ है। आज यह स्पष्ट हो गया है कि "अंग्रेजी का रिपोर्टर भी हिन्दी चैनलों में दिखने के लिए अपने बायोडाटा देने लगे हैं और इसके साथ साथ विज्ञापन की दुनियाँ भी समझ गयी कि अब अपना विज्ञापन करने के लिये ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुँचाने के लिये अब हिन्दी भाषा का ही प्रयोग करें। इस समझ को लपकने में भारतीय नेताओं ने भी पल भर की देर नहीं लगायी। वे अपनी जन सम्पर्क कम्पनियों की मदद से कोशिश करने लगे कि अंग्रेजी चैनल में चेहरा भले ही न दिखे, लेकिन हिन्दी चैनलों में

तो अपनी उपस्थिति दर्ज करानी ही है, ताकि भारतीय जनता देखे और समझे कि हम लगातार काम कर रहे हैं। इसके अलावा यदि वह हम वोट माँगने जाएं, तो जनता उन्हें दूर से ही पहचान ले क्योंकि हिन्दी भारत में जनसंचार की प्रमुख भाषा बन गई है।

कम्प्यूटर और इंटरनेट ने इस क्षेत्र में एक क्रान्ति सी ला दी है। इसके साथ जब हिंदी में यूनिकोड (Unicode) नाम का साफ्टवेयर आया तभी से विश्व जगत में हिन्दी का तेजी से विस्तार हुआ। 19 अगस्त 2009 में गूगल ने अपने व्यक्तव्य में कहा कि पाँच वर्षों में हिन्दी की सामग्री में 94 प्रतिशत की बढ़ोत्तरी हो रही है। वर्तमान समय में याहू, गूगल जैसे सर्च इंजन के अतिरिक्त भी सजाल (Website), चिट्ठे (Blog) विचित्र (Email), गपशप (Chat), खोज (Web-search), सरल मोबाइल सन्देश (SMS) तथा अन्य सामग्रियाँ भी अंग्रेजी के साथ साथ हिन्दी में भी उपलब्ध होती जा रही हैं। इसके साथ ही अन्तर जाल शब्द नगरी जैसी नयी सेवाओं का प्रयोग कर लोग अपना और हिन्दी का विकास कर सकते हैं। बस इसके लिए यह आवश्यक है कि लोगों में जागरूकता आए और लोग कम्प्यूटर व इंटरनेट को चलाते समय हिन्दी भाषा का ज्यादा से ज्यादा प्रयोग करें और हिन्दी को ही जन संचार की प्रमुख भाषा बनायें।

हिन्दी भाषा के विकास में अब इलेक्ट्रॉनिक एवं मोबाइल निर्माण कंपनियाँ भी अपना विशेष सहयोग कर रही हैं। वह ऐसे हैंडसेटों के निर्माण के साथ साथ ऐसे साफ्टवेयर को भी बना रही हैं जो हिन्दी भाषा को सरल एवं सम्प्रेषणीय करते हैं और हिन्दी भाषा में सुगमतापूर्वक कार्य भी करते हैं। उनके इस प्रयोग से निश्चित ही हिन्दी भाषा को एक नवीन दिशा प्राप्त हो रही है जिससे हिन्दी का प्रयोग जनसंचार की भाषा के रूप में बढ़ रहा है।

विज्ञापन दो शब्दों से मिलाकर बना है— वि और ज्ञापन जहाँ 'वि' का अर्थ है विशेष तथा 'ज्ञापन' का अर्थ है जानकारी देना। अर्थात् किसी वस्तु की तरफ ध्यान आकर्षित करना। विज्ञापन में दृश्य व भाषा का प्रयोग किया जाता है। साथ ही साथ इसके मूल्य एवं उपयोगिता आदि का विवरण किया जाता है। कहा जाता है कि किसी भी विज्ञापन की प्रस्तुति उस वस्तु के बिक्री के लिए अति महत्वपूर्ण होती है।

भारतीय विज्ञापनों का पूरे विश्व में डंका बजता है। यहाँ का विज्ञापन मनोरंजक होता है और कम समय में कई बातें कह जाता है। आजकल अक्सर यह देखने को मिलता है कि अधिकतर विज्ञापन हिंदी में आ रहे हैं। समाचार पत्रों से लेकर रेडियो, टेलीविजन यहाँ तक कि इंटरनेट पर भी विज्ञापन हिंदी में प्रस्तुत किये जा रहे हैं। देश विदेश के प्रसिद्ध एवं महंगी-महंगी कंपनियाँ अपना विज्ञापन भारत के परिवेश को ध्यान में रख कर बना रहे हैं जिसमें हिंदी भाषा का प्रचुर प्रयोग एवं सदुपयोग हो रहा है।

नब्बे के दशक में भारत में उदारीकरण वैश्वीकरण और औद्योगीकरण की प्रक्रिया तेज हुई परिणामस्वरूप अनेक बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ भारत में आईं। मगर इन सबकों हिन्दी ही अपना पड़ा जिन सेटलाइट चैनलों ने भारत में आपने कार्यक्रम का आरंभ केवल अंग्रेजी भाषा से किया था उन्हें अपनी भाषा जीति में परिवर्तन करना पड़ा है। अब स्टार प्लस, जी0टी0वी0, जी0 न्यूज, जैसे टी. वी. चैनल अपने कार्यक्रम हिन्दी में दे रहे हैं। हू वाट्स ट वी मिलिनेयर की हिन्दी कापी, कौन बनेगा करोड़पति की लोकप्रियता ने मीडिया के क्षेत्र में हिन्दी के झण्डे गाड़े हैं। जुरासिक पार्क से लेकर टाइटेनिक और अब एक्सपैडबल तक लगभग सारी हालीबुड फिल्मों को हिन्दी में डब करके एक साथ पूरे भारत में रिलीज किया जाने लगा है। हालीबुड फिल्मों को हिन्दी में डब करने का व्यापार लगभग करोड़ों

रूपों का है। हिन्दी के शंकर भाषा रूप को दिन प्रतिदिन बढ़ता देखकर प्रश्न उठता है कि क्या हिन्दी बच पायेगी? यदि वैसी हिन्दी बच भी गई तो क्या जिन हालातों ने हिन्दी को यहाँ तक पहुँचाया है वहीं उसे जर्जर हालत में लेकर न छोड़ देगे? हमें तो आशंका है कि धीरे-धीरे अन्य भारतीय भाषाओं की तरह कहीं हिन्दी भी लुप्तप्राय न हो जाय? हिन्दी निरन्तर संघर्ष करते आगे बढ़ी है। हिन्दी के प्रचार-प्रसार में अनेक बाधाएँ आयी हैं। हिन्दी में यान्त्रिक प्रयोग की, व्यापक अभिव्यक्ति की क्षमता के लिए विविध स्तरों पर अनेक उपाय किये गये हैं और अब भी किये जा रहे हैं। वर्तमान के विश्व में सबसे ज्यादा पढ़े जाने वाले समाचार पत्रों की भाषा हिन्दी है। हिन्दी को वैश्विक संदर्भ देने में उपग्रह, चैनल, विदेशी एजेन्सियों, यांत्रिक सुविधाओं का विशेष योगदान है। आज भारतीय उपमहाद्वीप में ही नहीं अपितु चीन, जापान, अमेरिका, मध्य एशिया तक हिन्दी कार्यक्रम उपग्रह चैनल के जरिये प्रसारित हो रहे हैं। मारीशस में हिन्दी के 7 चैनल हैं। आज ई-मेल, ई-कामर्स, इण्टरनेट व वेब जगत में सहजता से हिन्दी का प्रयोग किया जा रहा है। विश्वस्तरीय कम्पनियाँ भी अपने व्यापार बाजार को बढ़ावा देने के लिये हिन्दी का प्रयोग कर रही हैं।

इन्टरनेट के आने से सोशल मीडिया ने समाज में संचार क्रांति ला दी है। कौन व्यक्ति, वस्तु, संस्था, कंपनी कितना प्रभावशाली है उसका माप उसके ट्विटर, फेसबुक आदि में उसके फोलोवर से आँका जाता है। अब जब यह तकनीक डेस्कटॉप कंप्यूटरों, लैपटॉपों से निकल कर मोबाइल फोन पर आ गयी है। जो सर्वव्यापी, सर्वसमय, सर्वत्र और सर्वसुलभ हो गया है। सोशल मीडिया ने राजनीतिक रणनीतियों, विमर्श और चुनावी नतीजों में अपनी खास जगह बना ली है। आज के समय में लगभग हर देश का हर युवा, बुजुर्ग एवं ताकतवर लोग एवं संस्थाओं में भी इसका अधिकतम प्रयोग हो रहा है।

वर्तमान में सोशल मीडिया पर प्रयोग होने वाली भाषा हिंगलिश हो गयी है अर्थात् हिंदी व अंग्रेजी भाषा का मिश्रण। हालांकि भाषा और शब्दों के सौंदर्य, मर्यादा, गरिमा और स्वरूप की चिंता करने वाले विद्वान लोग इस नई भाषा के प्रभाव और भविष्य पर चिंतित हैं। विद्वानों की चिंता लाजिमी भी है हो भी क्यों नहीं जहाँ युवा पीढ़ी इसका भरपूर प्रयोग कर रही है, जिसके कारण वो किसी भी भाषा में अपनी पकड़ नहीं बना पा रहे हैं परन्तु इसका तात्पर्य यह बिलकुल नहीं है कि इसका उपयोग नकारात्मक ही है, यह कम शब्दों में अपनी बात रखने की क्षमता का विकास करती है। सबसे अच्छी बात यह है कि यहाँ व्यक्ति निडर होकर अपने आप को व्यक्त कर सकता है। अधिकांश लोग अपनी भावनाओं एवं विचारों को सोशल मीडिया पर हिंदी में व्यक्त करते हैं जिससे भारतीय लोग उसको ज्यादा से ज्यादा पढ़ और समझ सकें। इस प्रकार हिंदी के प्रसार में सोशल मीडिया की भूमिका अतुलनीय हो रही है।

आधुनिक युग में जनसंचार माध्यमों का सबसे प्रभावी माध्यम के रूप में वीडियो कान्फ्रेसिंग एक सशक्त माध्यम के रूप में उभरी है। ई बेबिनार के माध्यम से इसकी लोकप्रियता दिन-रात बढ़ती ही जा रही है। इसके माध्यम से एक व्यक्ति और अनेक व्यक्ति दूसरे व्यक्तियों को सामने देखते हुए विश्व के किसी कोने में आपस में बात कर सकते हैं। इसमें श्रव्य-दृश्य दोनों प्रकार से सम्पर्क स्थापित करने की सुविधा होने के कारण इसमें संसाधनों की बहुत बचत हो जाती है। इस माध्यम के द्वारा हिन्दी भाषा का भी प्रयोग कर हिन्दी को सम्पूर्ण विश्व में संचारित किया जा रहा है इसके द्वारा विदेशो में भारतीय या हिन्दी भाषी हो या अहिन्दी भाषी सभी लोग बड़ी आसानी से अपने विचारों का आदान प्रदान कर रहे हैं।

वर्तमान समय में हिन्दी फिल्मों, रेडियो, टी.वी. चैनलों ने भारत में ही नहीं अपितु विश्व में भी हिन्दी के प्रचार प्रसार में महती भूमिका निभायी है। इन्हीं साधनों के प्रचार से विश्व के लोगों ने हिन्दी के महत्व को समझा है। आज जनसंचार के साधन हाइटेक हो गए हैं जिसके फलस्वरूप इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के युग का प्रारम्भ होता है जिसने हिन्दी को एक वैश्विक स्वरूप प्रदान करने में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है। इन आधुनिक संचार के माध्यमों के साथ-साथ परम्परागत साधन भी हिन्दी प्रचार-प्रसार में महत्वपूर्ण योगदान देते हैं। इन परम्परागत साधनों में शास्त्रीय संगीत, नृत्य, लोकगीत तथा लोक कथाएँ आती हैं। जिनके प्रति विश्व के लोगों में पहले से ही आकर्षण रहा है। इन सभी का पूरी तरह से आनन्द लेने के लिए दुनिया के लोगों ने हिन्दी को जानना व समझना शुरू किया जिससे हिन्दी भाषा विश्व में पहुँची। इन साधनों के माध्यम से विश्व जगत भारतीय भाषा, संस्कृति आदि से परिचित हुआ और हिन्दी भाषा को कई नवीन आयाम प्राप्त हुए हैं।

आज का मीडिया हिन्दी की क्षमता को जानने के बावजूद उसका इस्तेमाल अपनी संकुचित दृष्टि से कर रहा है। फलतः जितनी तेजी से हिन्दी बढ़ रही है उतनी ही तेजी से उसका स्वरूप भी विकृत होता जा रहा है। मीडिया का प्रभाव क्षेत्र सर्वव्यापी है। यदि वह जिम्मेदारी से अपने भाषा के प्रति उत्तरदायित्व का निर्वाह करे तो हिन्दी के स्थायित्व को काफी हद तक पक्ष में किया जा सकता है। इस समय मीडिया के जागरूक होकर कार्य करने और भाषा के प्रति जिम्मेदार होकर अपनी सकारात्मक भूमिका अदा करने की है। अन्ततः यह कहा जा सकता है कि हिन्दी को एक वैश्विक पहचान दिलाने में इन परम्परागत तथा आधुनिक दोनों प्रकार के जनसंचार माध्यमों ने महती भूमिका निभायी है। इन संचार साधनों के माध्यम के रूप में हिन्दी प्रयोग किए जाने के कारण हिन्दी भाषा

अब और अधिक समृद्ध हो गयी है। हिन्दी को और अधिक मजबूत स्थिति प्रदान करने का कार्य भी निरन्तर इन साधनों द्वारा किया जा रहा है।

सन्दर्भ

1. भाषा और प्रौद्योगिकी-डॉ० विनोद कुमार प्रसाद-वाणी प्रकाशन-21 ए, दरियागंज, नई दिल्ली-110002, प्रथम संस्करण-1999
2. विमिलेश कान्ति वर्मा, हिन्दी और उसकी उपभाषाएँ, प्रकाशन विभाग, नई दिल्ली, 1995
3. योगेन्द्र सिंह, मुकुन्द द्विवेदी, (सं.) भारतीय भाषाएँ और राष्ट्रीय अस्मिता, हिन्दी अकादमी, दिल्ली, 2001
4. भारतीय भाषाएँ-कैलाश चन्द्र भाटिया-प्रभात प्रकाशन, 205, चावड़ी बाजार, दिल्ली
5. हिन्दी आन्दोलन-सम्पादक, लक्ष्मी कांत वर्मा-प्रकाशक-गोपाल चन्द्र सिंह सचिव, प्रथम शासन निकाय-हिन्दी साहित्य सम्मेलन, प्रयाग
6. भारतीय आर्य भाषा-ज्यूल ब्लॉख-प्रकाशक-हिन्दी समिति, उत्तर प्रदेश शासन, हिन्दी भवन, लखनऊ, द्वितीय संस्करण-1972
7. भारतीय आर्य भाषा और हिन्दी-डॉ० सुनीति कुमार चाटुर्ज्या-राजकमल प्रकाशन, 1 बी नेताजी सुभाष चन्द्र मार्ग, नई दिल्ली-110002, पांचवा संस्करण-1989
8. भारत की भाषाएँ-सं-प्रभाकर माचवे-प्रकाशक-पंजाबी पुस्तक भण्डार दरीबा कला, दिल्ली, तृतीय संस्करण-1973
9. विजय नारायण अग्रवाल, हिन्दी भाषा: अतीत से आज तक, वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2002