

## जनसंचार माध्यमों में राष्ट्रभाषा हिन्दी की स्थिति

डॉ. अशोक कुमार गुप्ता

व्याख्याता—हिन्दी, एम.एस.जे. राजकीय स्नातकोत्तरमहाविद्यालय, भरतपुर (राज.)

### ABSTRACT

हिन्दी भाषा भारत देश की ही नहीं अपितु सम्पूर्ण विश्व की लोकप्रिय भाषा है। इस भाषा की उन्नति एवं प्रगति में जनसंचार माध्यमों का विशेष योगदान रहा है। भारत में जनसंचार की अवधारणा अति प्राचीन रही है। इस हेतु महर्षि नारद तथा महाभारतकालीन संजय जैसे पात्रों का नाम विशेष उल्लेखनीय है। वैश्वीकरण के इस युग में जनसंचार माध्यमों ने बाजारवाद को बहुत विकसित किया है। इस विस्तारित बाजारवाद ने हिन्दी की देवनागरी लिपि तथा हिन्दी भाषा को प्रमुख रूप से स्वीकार किया है। इतना ही नहीं हिन्दी को कम्प्यूटर के लिए भी सहज रूप में स्वीकार किया है। आज कम्प्यूटर में हिन्दी सॉफ्टवेयर आ चुका है। इसमें भाषानुगत अनुदेश तथा निर्देशित करने की क्षमता भी विकसित है। जनसंचार माध्यमों ने हिन्दी के साहित्यिक स्वरूप की अपेक्षा प्रयोजनमूलक स्वरूप को अधिक विस्तार दिया क्योंकि यह भाषा राजकाज की तो है ही साथ ही व्यावसायिक भाषा भी है। जनसंचार माध्यमों में हिन्दी एक रोजगारपरक भाषा बनी हुई है।

नवउदारवाद के इस दौर में हिन्दी की दिशा चिंताजनक है क्योंकि वर्तमान में 'हिंग्लिश' का प्रभाव भाषायी अनुवाद, लिप्यंतरण, संक्षिप्तिकरण, नये शब्द प्रयोग, वर्तनीगत अशुद्धियाँ आदि का प्रचलन निरंतर बढ़ रहा है। यह प्रभाव इंटरनेट, कम्प्यूटर, मोबाइल, टी.बी, आकाशवाणी, पत्र-पत्रिकाएँ आदि सभी में बखूबी देखा जा सकता है। इस नये दौर में एक तरह की 'खिचड़ी' हिन्दी चल रही है। सभी हिन्दी प्रेमियों से आग्रह है कि इस भाषाई मिलावट को रोककर इस भाषा की विशेष सुगंध को वैश्विक मंच तक पहुँचाए।

### Introduction

अभिव्यक्ति और वार्तालाप का माध्यम भाषा है। संचार माध्यम का प्रमुख अवयव शब्द है। यह शब्द ही अभिव्यक्ति और वार्तालाप के रूप में मनुष्य को मनुष्य से जोड़ने और अपनी बात को समझाने तथा दूसरे की बात को समझने का साधन रहा है। पहले यह मौखिक रूप में प्रचलित हुआ, फिर उसका सांकेतिक रूप में, फिर लिपि रूप में। अतएव भाषा मौखिक एवं लिखित दोनों ही रूपों में प्रयुक्त होती रही है। यह विचार विनियम का भी साधन रहा है जिसके माध्यम से सभी सामाजिक व्यवहार निर्विघ्न रूप से सम्पन्न होते हैं। हिन्दी भारत देश की ही नहीं बल्कि विश्व की भी लोकप्रिय भाषा बन रही है, इसीलिए यह राष्ट्रभाषा की अधिकारिणी है। इस भाषा की उन्नति एवं प्रगति में जनसंचार माध्यमों का विशेष योगदान रहा है। प्रश्न उठता है कि जनसंचार क्या है ? यह अंग्रेजी के 'मास कम्यूनिकेशन' (MASS COMMUNICATION) का हिन्दी रूपान्तरण है जो आज सम्पूर्ण विश्व में व्याप्त है। भारत में 'जनसंचार' की अवधारणा अति प्राचीन रही है। इस हेतु महर्षि नारद तथा महाभारतकालीन संजय जैसे पात्रों का नाम विशेष उल्लेखनीय है।

वर्तमान में जनसंचार माध्यम बहुत व्यापक है। इसके दो रूप हैं, प्रिन्ट मीडिया इलैक्ट्रॉनिक मीडिया। 'प्रिन्ट मीडिया' यानी मुद्रित माध्यम जिसके अन्तर्गत दैनिक, साप्ताहिक, पाक्षिक, मासिक, त्रैमासिक, वार्षिक आदि पत्र-पत्रिकाएँ तथा समाचार पत्र आते हैं तो 'इलैक्ट्रॉनिक मीडिया' यानी विद्युतीय संचार माध्यम जिसके अन्तर्गत आकाशवाणी, रेडियो, फिल्म, टेलीविजन, इंटरनेट, कम्प्यूटर, टेलीफोन इत्यादि आते हैं। आज जनसंचार इतना विकसित हो गया है कि इन्हें साक्षर व निरक्षर दोनों ही प्रकार के व्यक्ति स्वीकार कर रहे हैं। संचार के क्षेत्रों में 'इलैक्ट्रॉनिक मीडिया' ने और भी तरक्की की है वह है 'मल्टी मीडिया' इसने इलैक्ट्रॉनिक मीडिया को अपने में समाहित कर लिया है। उपग्रह (SATELLITE) एवं नई संचार तकनीकी ने समाचार प्रसार हेतु दूरी तथा समय के अन्तर को बहुत कम कर दिया है। समाज की सूचना की जरूरतें अतिशीघ्र पूरी करने के लिए एक नई प्रौद्योगिकी विकसित हुई, जिसे 'सूचना तकनीकी' या सूचना प्रौद्योगिकी कहते हैं। सूचना प्रौद्योगिकी के विस्तार तथा कम्प्यूटर तकनीकी में नये-नये आविष्कारों की देन ही 'मल्टी मीडिया' है। 'मल्टी' यानी कई और मीडिया अर्थात् वह माध्यम या तकनीक जिसके द्वारा कुछ भेजा या प्रसारित किया जा सकता है। सूचना प्रौद्योगिकी के संदर्भ में ध्वनि, वीडियो, चित्र, लिखित सामग्री आदि को प्रसारित करने वाला यंत्र कम्प्यूटर ही तो 'मल्टीमीडिया' है। इस तकनीक से कम्प्यूटर के सामने बैठे-बैठे ही विश्व के किसी भी कोने से क्रय-विक्रय, बिलों का भुगतान, धनराशि का स्थानांतरण तथा किसी भी समाचार या मुद्रित कागजों को कहीं भी किसी भी भाषा में भेज सकते हैं तथा प्राप्त कर सकते हैं। वर्तमान में इंटरनेट ने अपना वर्चस्व बना रखा है। ई-मेल, ई-विजिनिस, ई-बैंकिंग, ई-गवर्नेंस, ई-चेट, ई-कैश, ई-कामर्स, ई-कन्सलटेंसी, ई-फैक्स, ई-प्रोक्योरमेंट, ई-यूनिवर्सिटी, ई-कंट्रोल, ई-एडमिनिस्ट्रेशन, टेली-कांफ्रेंस, टेलीप्रिन्टर, बेबसाइट, कम्प्यूटर, एफ.एम.रेडियो, ब्रॉडबैंड, साइबर कैफे आदि कार्यक्रम योजनाएँ बहुचर्चित हैं। ये सभी इलैक्ट्रॉनिक मीडिया से जुड़े हुए हैं। सूचना प्रौद्योगिकी की यह प्रगति भारतीय युवा वर्ग की सफलता है। इस प्रौद्योगिकी में हिन्दी खूब फल-फूल रही है।

#### जनसंचार माध्यमों में राष्ट्रभाषा हिन्दी :-

वैश्वीकरण के इस युग में जनसंचार माध्यमों ने बाजारवाद को बहुत विकसित किया है। इस विस्तारित बाजारवाद ने हिन्दी की देवनागरी लिपि तथा हिन्दी भाषा को प्रमुख रूप से स्वीकार किया है, इतना ही नहीं हिन्दी को कम्प्यूटर के लिए भी सहज रूप में स्वीकार किया है। यही कारण था कि अमेरिका ने 500 करोड़ डॉलर व्यय करने तथा दक्षिण एशियाई भाषाओं के साथ सर्वाधिक स्तर पर हिन्दी के अध्ययन की तत्परता दिखाई ताकि वह अपना वर्चस्व दुनिया में बना सके। आज कम्प्यूटर में हिन्दी सॉफ्टवेयर आ चुका है। इसमें भाषानुगत अनुदेश तथा निर्देशित करने की क्षमता विकसित है। जनसंचार माध्यमों ने हिन्दी के साहित्यिक स्वरूप की अपेक्षा प्रयोजनमूलक स्वरूप को अधिक विस्तार दिया है क्योंकि यह भाषा राजकाज की तो है ही, साथ ही व्यावसायिक भाषा भी है। इस वैश्वीकरण और बाजारीकरण की दिशा में विदेशियों को भारत एक अच्छा बाजार के रूप में दिखाई देता है। संभवतः इसीलिए उन्होंने हिन्दी को विपणन के लिए उचित माना है, और यही कारण रहा है कि जनसंचार माध्यमों में हिन्दी एक रोजगारपरक भाषा बन गई। इस हेतु समाचार पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित विज्ञापनों का भी विशेष उल्लेखनीय योगदान रहा है। जैसे - 27 अगस्त 2008 के राजस्थान पत्रिका पृ. 13 पर किसी एक बेबसाइट ने हिन्दी में जो विज्ञापन दिया है वह उल्लेखनीय है-

ईजीगो - 1 पे  
अब घरेलू उड़ाने  
बुक कीजिए  
हिन्दी में !

[hindi.ezeego.com](http://hindi.ezeego.com)

"अंग्रेजी  
गई  
तेल लेने"

इसी तरह विभिन्न बैंकों ने भी हिन्दी दिवस पर अपने शुभकामना संदेश हिन्दी भाषा के जरिये ही प्रकाशित कर ग्राहकों को आकर्षित किया है।

वर्तमान में जनसंचार का प्रमुख माध्यम इंटरनेट है। इंटरनेट विश्व के विभिन्न स्थानों पर स्थापित कम्प्यूटरों के नेटवर्क को टेलीफोन लाइन की सहायता से जोड़कर बनाया गया एक अन्तर्राष्ट्रीय सूचना मार्ग है,

जिस पर सूचना एक स्थान से दूसरे स्थान तक शीघ्र पहुँच जाती है। मीडिया विशेषज्ञ मार्शल मैक्लुहान ने नई शताब्दी में इंटरनेट की गति तुफानी बताई है लेकिन मेरा तो मानना यह है कि यह तूफान से भी तेज चलने वाला माध्यम है। इंटरनेट ने तो मीडिया और समाचार माध्यमों के सम्पूर्ण कार्यों को प्रभावित किया है। यह एक खुला माध्यम है और अनेक बेवसाइटें इसकी सफलता का रहस्य हैं। आज इंटरनेट पर हिन्दी पूरी तरह छाई हुई है। अनेक हिन्दी समाचार पत्र, पुस्तक सामग्री तथा अन्य हिन्दी सामग्री इस पर उपलब्ध हैं। इसके माध्यम से दर्शकों, श्रोताओं व पाठकों को हिन्दी में सभी सूचनाएँ संप्रेषित हो जाती हैं।

संचार के अन्य माध्यमों में भी हिन्दी का विकास निरन्तर बढ़ता जा रहा है। **कम्प्यूटर तो हिन्दी के प्रचार-प्रसार के लिए वरदान सिद्ध हुआ है।** इसके माध्यम से अंग्रेजी या अन्य भाषाओं की टंकण सामग्री को हिन्दी टंकण सामग्री में परिवर्तित किया जा सकता है, साथ ही अन्य भाषाओं की सामग्री भी हिन्दी में अनुवादित की जा सकती है। इसके माध्यम से शब्दों का सही उच्चारण, वर्तनी शुद्धीकरण तथा शब्दार्थ को भली-भाँति जाना जा सकता है। यही एक ऐसा माध्यम है जो हिन्दीतर भाषा-भाषियों के लिए बहुउपयोगी है और यह बात भी सत्य है कि कम्प्यूटर ने ही हिन्दी को विश्वस्तरीय बनाया है। इस संबंध में यह भी कहा जा सकता है कि मनुष्य जीवन में नये-नये परिवर्तन, जन जागरूकता, परीक्षण, मूल्यांकन, परिणाम आदि कम्प्यूटर से ही संभव हुए हैं। कम्प्यूटर ने अंग्रेजी भाषा के साथ-साथ हिन्दी का भी खूब विकास किया है साथ ही हिन्दी भाषा व इसकी लिपि देवनागरी की वैज्ञानिकता को भी स्वीकार किया है। जनसंचार क्रान्ति के इस युग में कम्प्यूटर ही तो है जिसने अनुवाद के माध्यम से हिन्दी भाषा को सबके लिए सुलभ ही नहीं सरल बना दिया है। कम्प्यूटर से सीधे समाचार ग्रहण करने की नई व्यवस्था ने तो मीडिया को और भी सरल बना दिया है। आज हिन्दी संवाददाता इस तकनीक के माध्यम से हिन्दी समाचारों को ई-मेल या अपने मोबाइल फोन के जरिये कम्प्यूटर से सीधे जोड़कर विश्व के प्रत्येक कोने में भेज रहे हैं। यह स्थिति हिन्दी के लिए श्रेष्ठ साबित हो रही है।

अन्य समाचार माध्यमों में हिन्दी फिल्में, टेलीविजन, मोबाइल, आकाशवाणी तथा अन्य तकनीकी यंत्रों का भी हिन्दी के प्रचार-प्रसार में उल्लेखनीय योगदान रहा है। मोबाइल द्वारा भेजे जा रहे एस.एम.एस. संदेश, हिन्दी क्षेत्रों की कथाएँ, रीति-रिवाज, परिधान, गीत-संगीत आदि टी.वी. चैनलों के माध्यम से सम्पूर्ण विश्व तक पहुँच रहे हैं। हॉलीवुड-वॉलीवुड ने भी हिन्दी का खूब प्रचार-प्रसार किया। आकाशवाणी के विश्वस्तरीय बी.बी.सी. लंदन जैसे अनेक चैनल भी हिन्दी की खूब प्रगति कर रहे हैं।

### जनसंचार माध्यम और हिन्दी की दिशा:-

नवउदारवाद के इस दौर में पिछले कुछ वर्षों से जनसंचार माध्यमों में हिन्दी की दिशा कुछ और ही नजर आने लगी है। यद्यपि जनसंचार माध्यमों में प्रयुक्त की गई हिन्दी भाषा जीवन के सभी क्षेत्रों से ग्रहण की गई शब्दावली से सामान्य बोलचाल की भाषा ही तो है, फिर भी आज जनसंचार माध्यमों में हिन्दी भाषा की स्थिति चिन्ताजनक है। वर्तमान में हिन्दी भाषा में 'हिंग्लिश' (HINDI + ENGLISH = HINGLISH) प्रभाव, भाषायी अनुवाद, लिप्यंतरण, संक्षिप्तिकरण, नये शब्द प्रयोग, वर्तनीगत अशुद्धियाँ आदि का प्रचलन निरन्तर बढ़ रहा है। हिंग्लिश प्रभाव तो इंटरनेट, कम्प्यूटर, मोबाइल, टी.वी., आकाशवाणी, पत्र-पत्रिकाएँ आदि सभी में बखूबी देखा जा सकता है। इस नये दौर में एक तरह की 'खिचड़ी हिन्दी' चल रही है जिसमें अंग्रेजी शब्दों का धुंआधार प्रयोग चल रहा है। इसी का असर दैनिक अखबारों की हिन्दी पर भी पड़ने लगा है। जिन अंग्रेजी शब्दों के लिए हिन्दी शब्द सुलभ है उनके लिए भी अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग खूब किया जा रहा है। भूमंडलीकरण के इस दौर में मिलावट का खूब चलन है। यह मिलावट खानपान से लेकर भाषा तक सबमें व्याप्त है। 28 जून 2011 के 'दैनिक भास्कर' में माउथ वॉश 'लिस्टर' का एक विज्ञापन आदिकालीन अमीर खुसरो की मुकरियों के लहजे में इस प्रकार मिलता है-

“पानी जैसा कुछ कुछ है वो, लगते ही जलन लगाए जो।  
चाहे उसे ब्रदर और सिस्टर, क्यों सखि साजन, ना सखि लिस्टर।”

उक्त मुकरी शैली उदाहरण में हिन्दी भाषा के शब्दों के अतिरिक्त अंग्रेजी भाषा के शब्द भी दृष्टिगत हैं। इसी भाँति एक मुद्रित मीडिया में आयुर्वेदिक 'कायम चूर्ण' का एक विज्ञापन इस प्रकार मिलता है—

“शूट पे हरसीन देती हूँ बेस्ट,  
क्योंकि  
सारा दिन रहती हूँ फ्रेश।”

वर्तमान में हिन्दी, हिन्दी नहीं रही बल्कि 'हिंग्रेजी' ( हिन्दी + अंग्रेजी = हिंग्रेजी ) हो गई है। हिन्दी की ऐसी स्थिति मीडिया ने अधिक की है। इसी से क्षुब्ध होकर मॉरीशस के हिन्दी प्रेमी विनोद बाला अरुण का मंतव्य अगस्त 2007 के इंडिया टुडे में इस प्रकार पढ़ने को मिलता है— “मीडिया जो हिंग्लिश परोस रहा है, उससे हिन्दी दरिद्र और छद्म बन रही है।”

अनुवादक भी अंग्रेजी के इस प्रभाव से बच नहीं पाता। हिन्दी के महान पत्रकार सत्यदेव विद्यालंकार ने 1947 में नवभारत टाइम्स के सभी सहसंपादकों को सावचेत करते हुए आगाह किया कि, “हम लोग हिन्दी न लिखकर अंग्रेजी हिन्दी लिखते हैं। अंग्रेजी से अनुवाद करते समय दिमाग पर अंग्रेजी छाई रहना ठीक नहीं है। इसी से हिन्दी में सौन्दर्य और स्वाभाविकता नहीं आ पाती।” वर्तमान में जो अनुवाद हो रहे हैं उनमें बहुत विसंगतियाँ हैं। अनुवाद में जहाँ भाव की आवश्यकता है वहीं भाव हो तथा शब्द की जगह शब्द होने चाहिए। जैसे— अंग्रेजी में ‘GUN’ (गन) शब्द का प्रयोग तोप और बंदूक दोनों के लिए एक ही प्रयोग होता है जबकि हिन्दी में इनके अलग-अलग अर्थ हैं।

संचार साधनों के इस युग में लिप्यंतरण की समस्या भी निरन्तर बढ़ रही है। इस हेतु मोबाइल द्वारा एस.एम.एस. तथा पत्र-पत्रिकाओं में प्रकाशित विज्ञापन अधिक जिम्मेदार है। अंग्रेजी, रोमन, हिन्दी आदि अनेक भाषाओं के मिश्रण युक्त संवाद इस प्रकार सम्प्रेषित किये जा रहे हैं, जैसे—“उसको आ जाने 2”, “13 मेरा 7” आदि। इसी भाँति वाक्य समाप्ति पर हिन्दी का पूर्ण विराम (।) जो आज अंग्रेजी प्रभाव के कारण फुलस्टेप (.) का रूप लेता जा रहा है जो चिन्ताजनक है।

जनसंचार क्षेत्रों में भाषायी शब्द संक्षिप्तियाँ भी अंग्रेजी प्रभाव से अछूती नहीं हैं। जैसे— अंग्रेजी में Please के स्थान पर Plz, Your के स्थान पर Ur, Wish You के स्थान पर Wish U प्रचलन में चल रहा है तो हिन्दी में 'है' के स्थान पर 'H' 'के' के स्थान पर 'K' वर्तनी लिखी जाने लगी। इसी तरह व्यक्ति के नाम, पार्टी या संस्थाओं के नामों को भी संक्षेप में लिखा जाने लगा है। जैसे — नगर पालिका के लिए 'नपा' नगर परिषद के लिए 'नप' भारतीय जनता पार्टी के लिए 'भाजपा' राष्ट्रीय जनतंत्रात्मक गठबंधन के लिए 'राजग' संयुक्त प्रगतिशील गठबंधन के लिए 'संप्रग' बहुजन समाजवादी पार्टी के लिए 'बसपा' आदि उदाहरण उल्लेखनीय हैं।

यह कहना आवश्यक है कि आज हिन्दी का जो स्वरूप देखने को मिल रहा है उसका जिम्मेदार मीडिया ही है। तेजी से बदलती दुनिया में हर दिन नई तकनीकी के शब्द तथा नये-नये शब्द गढ़े जा रहे हैं। कुछ समय पूर्व 23 मई 2011 के दैनिक भास्कर समाचार पत्र के पृ. 7 पर पढ़ने को मिला —“भारत-चीन मैत्री के लिए नया नारा चिन्दुस्तान।” यह शब्द हिन्दुस्तान शब्द की तर्ज पर पत्रकारों ने गढ़ा था। इसी तरह पूर्व में भी चीन-इंडिया मैत्री के लिए 'चिड़िया' शब्द गढ़ा। ऐसे शब्दों के निर्माण में भाषा का स्वरूप परिष्कृत नहीं बल्कि विकृत ही होगा क्योंकि ऐसे शब्द संधि, समाज या किसी व्याकरणिक दृष्टि से शुद्ध प्रतीत नहीं होते।

जनसंचार माध्यमों में हिन्दी की एक स्थिति और कमजोर चल रही है वह है वर्तनीगत अशुद्धियाँ। विज्ञापन हो या पत्र-पत्रिकाओं के समाचार। जिसको जैसा आ रहा है वह वैसा ही लिख रहा है। जैसे —I CAM 16 कैमरे का एक विज्ञापन देखिए—

“सस्ते मगर बेकार कैमकॉर्डरस खरीद कर मत पछताइये,  
किजीये एक लाइफ टाइम इनक्लेस्टमेंट।”

उक्त विज्ञापन में हिन्दी-अंग्रेजी शब्द तो है ही साथ ही 'किजीये' शब्द में वर्तनीगत त्रुटि भी दृष्टिगत है। इसी तरह 16 अक्टूबर 2011 के 'राजस्थान पत्रिका' 'हम तुम' पृ. 3 पर एक विज्ञापन देखने को मिला-

**बस ! अब बाल  
नहीं झड़ेंगे।  
रुट एकटीवेटर्स से समृद्ध ट्रीचप है ना !**

उक्त विज्ञापन में 'समृद्ध' (समृद्ध) के स्थान पर 'समृध' मिलता है। कभी-कभी नामचीन पत्रिकाओं में भी विशेष त्रुटियाँ देखने को मिल जाती हैं। जैसे अक्टूबर 2011 का 'राजकमल प्रकाशन, नई दिल्ली' से प्रकाशित 'प्रकाशन समाचार' के पृ. 9 पर 'श्रद्धांजलि' के स्थान पर 'शृद्धांजलि' शब्द पढ़ने को मिला। ये सब स्थिति हिन्दी भाषा की उन्नति एवं प्रगति के लिए सोचने को बाध्य कर देती है।

### **वैश्विक मंच और हिन्दी :-**

वैश्विक मंच पर भारत की बढ़ती प्रतिष्ठा ने विदेशियों को हिन्दी भाषा के प्रति विशेष आकर्षित किया है। हमारी भाषा, समाज व संस्कृति को समझने के लिए ये लोग एक नयी तरह से हमें तवज्जो दे रहे हैं। यही कारण है कि विदेशों में हिन्दी भाषा की महत्ता प्रतिवर्ष बढ़ती जा रही है। आज हिन्दी भारतीय भाषा ही नहीं वैश्विक भाषा भी बन गई है। अमेरिका, ब्रिटेन, मलेशिया, सिंगापुर, संयुक्त अरब अमीरात, आस्ट्रेलिया, न्यूजीलैण्ड, जर्मनी, हालैण्ड, सूरीनाम, मॉरीशस आदि देशों में न सिर्फ हिन्दी समझी जाती है बल्कि बोली व पढ़ाई भी जाती है। संभवतः हिन्दी के प्रति यह प्रेम इसलिए दृष्टिगत होता है कि भारत एक बड़ा बाजार है और अर्थ सम्पन्न बनने के लिए कई देशों को रोजगार से लेकर कारोबार की तमाम संभावनाएँ यहाँ नजर आती हैं। विशुद्ध रूप से बाजारीय दबाव के कारण ही मीडिया व इंटरनेट बेवसाइटों पर कारोबार, खेल, विज्ञान आदि से जुड़ी जानकारियाँ हिन्दी में हमेशा उपलब्ध रहती हैं। तेजी से बढ़ती हिन्दी भाषा बेवसाइटें हिन्दी भाषा के उज्ज्वल भविष्य का संकेत हैं। हिन्दी अब नये जनसंचार माध्यमों के रथ पर सवार होकर विश्वव्यापी बन गई है। इस भाषा को ई-मेल, ई-कॉमर्स, ई-बुक, इंटरनेट, कम्प्यूटर, एस.एम.एस. और अनेक बेवसाइटों पर बड़ी सहजता और सरलता से देखा जा सकता है। माइक्रोसॉफ्ट, गूगल, सन, याहू, विंग आदि विश्वस्तरीय कम्पनियाँ भारी लाभ को मध्यनजर रखते हुए हिन्दी को बढ़ावा दे रही हैं। यही कारण प्रतीत होता है कि आज विश्व में अधिकांश हिन्दी भाषी हैं। 115 से भी अधिक विदेशी विश्वविद्यालयों में हिन्दी पढ़ाई जाती है। 'विदेश मंत्रालय' भी हिन्दी के प्रचार-प्रसार में लगा हुआ है। इसकी अपनी बेवसाइट भी है। यह बेवसाइट "माइक्रोसॉफ्ट विंडोज प्रोग्राम और यूनिकोड" पर आधारित है।

हिन्दी को वैश्विक मंच पर लाने के लिए भारत सरकार भी प्रयत्नशील है, इस हेतु वर्धा में स्थापित किये गये 'महात्मा गांधी अन्तर्राष्ट्रीय हिन्दी विश्वविद्यालय' विदेशों में हिन्दी के अन्तर्राष्ट्रीय स्वरूप को विकसित करने के लिए सचेष्ट है। विश्वविद्यालय ने नई वैश्विक व्यवस्था के लिए विषयों का चयन किया है साथ ही हिन्दी के पाठकों एवं अध्येताओं के लिए हिन्दी साहित्य के एक लाख पृष्ठ अपनी बेवसाइट पर उपलब्ध कराएँ हैं। इतना ही नहीं इस विश्वविद्यालय ने दूरस्थ शिक्षा के जरिये एम.बी.ए. जैसे पाठ्यक्रम को हिन्दी में प्रारंभ किया है जो हिन्दी के लिए एक गौरव की बात है। अमेरिका की विख्यात 'पेनसिल्वेनिया युनिवर्सिटी' ने तो एम.बी.ए. के छात्रों का दो वर्षीय पाठ्यक्रम अनिवार्य कर दिया है। ये सब देखते हुए ऐसा लगता है कि हिन्दी की स्थिति बहुत सुदृढ़ है। अब तो यह अनुमान लगाया ही जा सकता है कि आने वाले समय में, हिन्दी विश्व की सभी भाषाओं में प्रथम स्थान पर होगी।

### **समाहार :**

यह तो मानना ही होगा कि जनसंचार के लगभग सभी क्षेत्रों में हिन्दी भाषा खूब पल्लवित-पुष्पित हो रही है लेकिन भूमंडलीकरण के इस दौर में हिन्दी को स्वयं रक्षा करनी होगी। कहीं ऐसा ना हो कि जनसंचार के इस युग में हिन्दी अपने मूल स्वरूप को खोकर कोई और भाषा का स्वरूप न ग्रहण कर ले। भाषा को लेकर यही खतरा आज सबसे अधिक दिखाई देता है। हिन्दी साहित्यिक भाषा के रूप में तो कार्य कर ही रही है परन्तु कार्यालयी हिन्दी, वाणिज्यिक हिन्दी, कानूनी हिन्दी, जनसंचार माध्यमों की हिन्दी, वैज्ञानिक हिन्दी, विज्ञापन क्षेत्रों

की हिन्दी तथा बैंकिंग क्षेत्रों की हिन्दी आदि विविध क्षेत्रों में भी हिन्दी भाषा अपनी अलग पहचान बना रही है। जो भी हो, राष्ट्रभाषा प्रेमियों से आग्रह है कि हिन्दी के अस्तित्व की रक्षा करें साथ ही नवउदारवाद के इस युग में भाषायी मिलावट को कम करते हुए अपनी भाषा की विशेष सुगंध को वैश्विक मंच तक पहुँचाये, अन्यथा आगामी समय में हिन्दी भाषायी परिवर्तन के गम्भीर परिणाम होंगे। अंत में, हिन्दी गजलकार दुष्यन्त कुमार की निम्न पंक्तियों के साथ अपनी बात को विराम देता हूँ।

“सिर्फ हंगामा खड़ा करना मेरा मकसद नहीं।  
मेरी कोशिश है कि ये सूरत बदलनी चाहिये।  
मेरे सीने में नहीं तो तेरे सीने में सही।  
हो कहीं भी आग, लेकिन आग जलनी चाहिए।”

### संदर्भ सूची :

1. प्रयोजनमूलक हिन्दी – प्रो. रमेश जैन, नेशनल पब्लिशिंग हाउस, जयपुर
2. प्रयोजनपरक हिन्दी – डॉ. विजय कुलश्रेष्ठ, पंचशील प्रकाशन, जयपुर।
3. हिन्दी व्याकरण – नए संदर्भ – मोती लाल विजयवर्गीय, 2/84, स्कीम दस, अलवर।
4. प्रकाशन समाचार – राजकमल प्रकाशन, प्राइवेट लिमिटेड, नई दिल्ली।
5. संक्षिप्त हिन्दी शब्द सागर – संपादित – रामचन्द्र वर्मा, नागरी प्रचारिणी सभा, काशी।
6. ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी, संपा. – डॉ. एस.पी. शर्मा एवं डॉ. एस.एन. शर्मा, अशोक प्रकाशन, दिल्ली।
7. समांतर कोश – अरविंद कुमार – कुसुम कुमार, नेशनल बुक ट्रस्ट, इण्डिया, नई दिल्ली।
8. मधुमति, मासिक – राजस्थान साहित्य अकादमी, उदयपुर।
9. लोक शिक्षक मासिक – अशोक मार्ग, सी-स्कीम, जयपुर।
10. साहित्यिक चन्द्रिका – साहित्यागार, जयपुर।
11. जनसत्ता – नई दिल्ली।
12. दैनिक जागरण – आगरा-मथुरा।
13. दैनिक भास्कर – जयपुर।
14. राजस्थान पत्रिका – जयपुर।