Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा की स्थिति और महत्व

[1]बरखा जगत , [2]दीक्षा कश्यप, [3]श्रेया कुमारी , [4]तेजांशु साहू , [5]डॉ.अजय कुमार शुक्ल
[1,2,3,4]बी.ए.षष्टम सेमेस्टर कलिंगा विश्वविद्यालय,नया रायपुर(छ.ग.)
[5]प्राध्यापक-हिन्दी कलिंगा विश्वविद्यालय,नया रायपुर (छ.ग.)
ajay.shukla@kalingauniversity.ac.in

शोध सारांश

विश्व के लोकतांत्रिक देशों में भारत का विशेष महत्व है।किसी भी लोकतांत्रिक देश में मीडिया सबसे बड़ी शक्ति मानी जाती है।भारत एक विविधता से भरा देश है।जहाँ धर्म,संस्कृति ,कला

और अध्यात्म के क्षेत्र में ही नहीं बल्कि भाषायी विविधता भी है। भारतवर्ष में सैकड़ों भाषाओं को जानने-समझने वाले लोग हैं लेकिन सबसे बड़े क्षेत्र में हिन्दी भाषा बोली-समझी जाती है।इसीलिए भारतीय मीडिया में सबसे अधिक हिन्दी भाषा का प्रयोग किया जाता है।भारत के भौगोलिक और ऐतिहासिक स्वरूप के कारण हिन्दी मीडिया के सामने दायित्वबोध के साथ विभिन्न चुनौतियां भी विद्यमान हैं।मीडिया के क्षेत्र में हिन्दी भाषा विभिन्न चुनौतियों का डटकर सामना कर रही है और अपनी कमियों को दूर करते हुए सिर्फ भारत में ही नहीं बल्कि विदेशों तक अपना परचम लहरा रही है।भारतीय मीडिया जगत में हिन्दी भाषी मीडिया की लोकप्रियता लगातार बढ़ रही है और आने वाले समय में यह विश्व मीडिया में अपनी महत्वपूर्ण उपस्थिति दर्ज करने में सफल सिद्ध होगी।

बीज वाक्य

भारत,मीडिया,भाषा,,प्रिंट मीडिया,इलेक्ट्रॉनिक मीडिया,सोशल मीडिया,हिन्दी भाषा,चुनौतियाँ और महत्व

प्रस्तावना

भारत एक लोकतांत्रिक देश है।लोकतंत्र में मीडिया को चौथे स्तंभ के रुप में स्वीकार किया गया है। मीडिया की आत्मा 'भाषा' होती है।जिसके माध्यम से ही सूचना,विचार और ज्ञान आदि का संप्रेषण किया जाता है।भारतवर्ष में हिन्दीभाषी लोगों की ज्यादा संख्या होने के कारण मीडिया के विविध रुप में हिन्दी भाषा का वर्चस्व कायम है।चाहे वह समाचार पत्र हो,रेडियो-टीवी हो ,सिनेमा हो या फिर सोशल मीडिया ,सभी में हिन्दी भाषा को अपनाकर ही एक बड़े वर्ग तक अपनी

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

बात पहुंचायी जा सकती है।मीडिया में हिन्दी भाषा की लोकप्रियता को देखकर ही बड़े व्यवसायी,राजनेता और जागरूक नागरिक ही नहीं बल्कि बड़ी-बड़ी मल्टीनेशनल कंपनी भी अपने विचार या उत्पादों को,ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचाने के लिए हिन्दी भाषा का तेजी से इस्तेमाल कर रही हैं।शुरुआती समय में तकनीकी रुप से हिन्दी भाषा का उपयोग करने में दिक्कत होती थी किन्तु बदलते समय में मानक हिन्दी भाषा तकनीकी रुप से बहुत संपन्न हो चुकी है।लगातार सुधार होने से यह तेजी से विकसित हो रही है।गूगल-माईक्रोसॉफ्ट ,जैसे बड़े सर्च इंजन ही नहीं बल्कि बड़ी विदेशी कंपनी के मोबाइलों में भी, आज हिन्दी भाषा को अनिवार्य महत्व दिया गया है,जिससे हिन्दीभाषी जन को किसी अन्य भाषा की वैशाखी के सहारे की आवश्यकता महसूस नहीं होती है।हिंदी, भारत की आधिकारिक राजभाषा भाषा है।जो भारत की आधी आबादी के लोगों के द्वारा बोली और समझी जाने वाली एक महत्वपूर्ण भाषा है।जो वर्तमान समय में भारत देश के मीडिया परिदृश्य में अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है।

भारत की मीडिया और हिन्दी भाषा

मीडिया शब्द का हिन्दी अर्थ 'माध्यम' है।वास्तव में जनसंचार का यह सबसे बड़ा माध्यम है।जिसमें भाषा की महत्वपूर्ण भूमिका होती है।भारतवर्ष में सबसे ज्यादा लोगों के द्वारा बोली-लिखी और समझने वाली भाषा के रुप में हिन्दी का नाम सबसे ऊपर आता है।भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा की मीडिया की पहुंच सबसे ज्यादा लोगों तक है। यह ध्यान योग्य तथ्य है कि वर्ष 2011 में भारत की जनगणना हुयी थी।उब वक्त विश्व मे भारत की आबादी दूसरे स्थान पर थी।उसके बाद जनगणना नहीं हुयी इस संदर्भ में बहुत लोगों का यह मानना है कि आज जनसंख्या की दृष्टि से भारत का विश्व में पहला स्थान हो सकता है।एक अनुमान के मुताबिक पूरे विश्व का 1/5 आबादी भारत में रहती है।जिसमें आधी से अधिक आबादी हिन्दी भाषी लोगों की है।एक जमाना था,जब यह कहा जाता था कि ब्रिटिश राज्य का सूर्य कभी अस्त नहीं होता है ।लेकिन आज यही बात हिन्दी भाषा के लिए कही जा सकती है कि विश्व का शायद ही ऐसा कोई देश हो।जहाँ पर हिन्दीभाषी निवास नहीं करते हों।

भूमंडलीकरण के इस युग में इंटरनेट और त्वरित परिवहन के प्रभाव से पूरा विश्व एक प्रकार से जुड़ चुका है।बाजारवाद बढ़ता चला जा रहा है।ऐसे में विकसित देशों के उत्पाद की बिक्री के लिए सबसे बड़ा बाजार भारत है।जिसमें मीडिया के माध्यम से विज्ञापन का सहारा लिया जाता है।जिसमें हिन्दी भाषा का प्रचलन और उसकी उपयोगिता लगातार बढ़ती चली जा रही है।आज भाषायी विविधता और राजनैतिक कारणों से 77 वर्ष बाद भी हिन्दी के साथ अंग्रेजी भी राजभाषा के रुप में संविधान में स्वीकृत है।देश की आधी आबादी से ज्यादा लोग हिन्दी भाषा का प्रयोग करते हैं और गैरहिन्दीभाषी क्षेत्र में भी हिन्दी जानने वालों की बहुत अच्छी संख्या है।इसके अतिरिक्त विश्व भर के अधिकांश देश में रोजगार के लिए पलायन करने वाले प्रवासी

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

भारतीय की बड़ी संख्या है।इसलिए आज विश्व में सबसे ज्यादा बोली जाने वाली भाषा के हिन्दी भाषा दूसरे क्रम में है।

शायद यही कारण है कि भारतीय मीडिया में हिन्दी सबसे पसंदीदा भाषा है।आज हिन्दी भाषा में सबसे अधिक पत्र-पत्रिकाएँ,सबसे अधिक टीवी चैनल उपलब्ध है।सोशल मीडिया पर भी हिन्दी भाषा तेजी से उभरती जा रही है।ज्यादा दर्शक ,श्रोता और पाठक होने के कारण भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा का बोलबाला है।आम आदमी तक अपनी बात पहुंचाने के लिए राजनेता,बहुराष्ट्रीय कंपनी,उद्योग जगत और व्यापारिक संस्थान हिन्दी मीडिया का सहयोग लेते हैं।जिससे हिन्दी भाषा की महत्ता प्रतिपादित होती है।

भारतीय मीडिया में हिंदी भाषा की वर्तमान स्थिति

वर्तमान समय में भारतीय मीडिया में हिंदी भाषा की स्थिति बेहद जीवंत और विविधतापूर्ण है। मीडिया के सभी माध्यम में हिन्दी भाषा की काफी सुदृढ़ स्थिति है।एक विशाल पाठक ,श्रोता और दर्शक होने के कारण हिन्दी मीडिया की सबसे ज्यादा मांग है।व्यावसायिक दृष्टि से भी भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा के मीडिया मीडिया माध्यम बहुत मजबूत स्थिति में है। बाजारवाद के इस दौर मे हिन्दी मीडिया माध्यम बहुत मुनाफे पर चल रही है क्योंकि व्यवसायिक प्रतिष्ठान,औद्योगिक घराने,राजनेता एवं अन्य संस्थान अपनी बात को ज्यादा से ज्यादा लोगों तक पहुंचाने के लिए हिन्दी मीडिया माध्यम को सबसे ज्यादा विज्ञापन देना पसंद करते हैं।फायदे का धंधा होने के कारण बहुत सारे लोग मीडिया में संलग्न होने में रुचि दिखा रहे हैं।इसके साथ ही मीडिया, अब रोजगार के साधन के रुप में भी लोकप्रिय हो चुका है।लगभग सभी प्रतिष्ठित शैक्षणिक संस्थान में मीडिया और जनसंचार को एक पाठ्यक्रम के रुप में स्वीकार किया गया है।जिसे पढ़ने,डिग्री हासिल करने और फिर उस क्षेत्र में रोजगार हेतु युवा वर्ग बहुत रुचि दिखा रहा है।निम्न बिंदुओं के आधार पर हिन्दी भाषा के लोकप्रिय माध्यमों में हिन्दी भाषा की वर्तमान स्थिति को समझा जा सकता है -

टेलीविजन: - टेलीविजन मीडिया का लोकप्रिय माध्यम है।आज सिर्फ महानगरों और शहर में ही नहीं बल्कि गांव-देहात जैसे दूरस्थ क्षेत्रों में टेलीविजन की पहुंच हो चुकी है।पहले के मुताबिक टेलीविजन बहुत सस्ता हो चुका है।जिससे सिर्फ अमीर और मध्यवर्गीय व्यक्ति ही नहीं बल्कि निर्धन और गरीब व्यक्तियों के घर में टीवी मौजूद है।केबल कनेक्शन,इंटरनेट के साथ-साथ अब डीटीएच माध्यम से दूरस्थ,बीहड़ इलाकों में निःशुल्क टीवी का प्रसारण होता है।हिंदी कई टीवी चैनलों की प्राथमिक भाषा है, जिनमें डीडी न्यूज,आज तक, एबीपी न्यूज़ और ज़ी न्यूज़,एनडीटीवी,इंडिया टीवी जैसे सैकड़ों समाचार चैनल शामिल हैं। कलर्स, सोनी,सब, और स्टार प्लस जैसे मनोरंजन

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

चैनल लोकप्रिय हिंदी टीवी शो और धारावाहिक प्रसारित करते हैं। - ज़ी सिनेमा, सोनी मैक्स और स्टार गोल्ड जैसे हिंदी मूवी चैनल बॉलीवुड फिल्में दिखाते हैं। जबकि धर्म-अध्यात्म के शौकीन लोगों के लिए मुस्लिम,सिख और ईसाई धर्म के साथ-साथ हिन्दू धर्म की रुचि के मुताबिक़ आस्था,संस्कार,दिव्य,पीटीवी जैसे चैनल और ज्ञान -विज्ञान के शौकीन दर्शकों के लिए नेशनल जियोग्राफिक,डिस्कवरी आदि लोकप्रिय चैनल हैं।इसके अतिरिक्त शिक्षा,मनोरंजन,सूचना और जीव जंतुओं पर आधारित सैकड़ों हिन्दी चैनल मौजूद है जो लोगों की रुचि के मुताबिक अपने कार्यक्रमों को तैयार करते हैं।

मुद्रण माध्यम: -भारत में प्रिंट मीडिया का गौरवशाली इतिहास रहा है।प्रिंट मीडिया में सबसे लोकप्रिय माध्यम समाचार पत्र और पत्रिकाएं हैं। भारतवर्ष में हिन्दी पत्र-पत्रिकाओं का गौरवशाली इतिहास रहा है।भारत के स्वतंत्रता संग्राम के समय लोगों तक सूचना पहुंचाने और लोगों को जागरूक करने में पत्र-पत्रिकाओं का महत्वपूर्ण योगदान रहा है।वर्तमान समय में अगर देखा जिए तो दैनिक भास्कर, दैनिक जागरण,जनसत्ता,आज,नवभारत ,हरिभूमि,सहारा टाईम्स और अमर उजाला जैसे हिंदी अखबारों का विशाल पाठक वर्ग है।इसके अतिरिक्त हजारों छोटे-बड़े अखबार देश के कोने में प्रकाशित हो रहे हैं और अपनी जिम्मेदारियों को पूरा कर रहे हैं।साहित्यिक पत्रिकाओं की महत्वपूर्ण उपस्थिति हंस,आजकल,कथादेश,वागर्थ,पहल,नया ज्ञानोदय आदि में देखी जा सकती है।इसके अतिरिक्त इंडिया टुडे,सरिता, गृह शोभा,कादम्बिनी और मेरी सहेली जैसी पत्रिकाएँ विभिन्न रुचियों को पूरा करती हैं। पाठकों की रुचि का ध्यान रखते हुए देश में हजारों पत्रिकाओं का प्रकाशन हो रहा है।जो आम जनमानस में बहुत लोकप्रिय है।

रेडियो:- भारतीय मीडिया में 'रेडियो' जनसंचार का एक प्रमुख माध्यम है।यह जनसंचार का एक सस्ता,सर्वसुलभ और साधनहीन क्षेत्रों तक पहुंचने वाला लोकप्रिय माध्यम है।भारतवर्ष में ढ़ेर सारे आकाशवाणी केन्द्र है।जिसके माध्यम से सूचना के साथ-साथ श्रोताओं की रुचि के मुताबिक कार्यक्रम तैयार किए जाते हैं।उदारीकरण के समय रेडियो में प्रसारण करने का अधिकार अब निजी क्षेत्रों के लिए भी खुला है।जिससे गुणवत्तापूर्ण कान्टेंन्ट के साथ साथ बेहतरीन कार्यक्रमों का प्रसारण किया जाता है। ऑल इंडिया रेडियो (AIR) हिंदी कार्यक्रम, समाचार और संगीत प्रसारित करता है। - रेडियो मिर्ची,रेडियो तड़का रेड एफएम और बिग एफएम जैसे निजी एफएम रेडियो चैनल भी हिंदी सामग्री प्रदान करते हैं।विदेशी मीडिया सेवा जैसे बीबीसी,वाईस आफ इंडिया आदि जैसी अंतर्राष्ट्रीय प्रसारण कंपनी भी अपने कार्यक्रम को हिन्दी में तैयार करके प्रसारित करती है।जिसका सिर्फ भारत में ही नहीं बल्कि विदेशों में भी एक बड़ा श्रोता वर्ग है।

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

डिजीटल मीडिया: - हिंदुस्तान, नवभारत टाइम्स और बीबीसी हिंदी जैसे ऑनलाइन समाचार पोर्टल समाचार को अपडेट प्रदान करते हैं। - फेसबुक, ट्विटर और इंस्टाग्राम जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर एक हिंदी भाषी उपयोगकर्ता के लिए पर्याप्त सामग्री उपलब्ध रहती है।ऑनलाइन सामग्री निर्माता गूगल,माईक्रोसाफ्ट ,यूट्यूब, और अन्य प्लेटफार्मों पर आकर्षक हिंदी सामग्री उपलब्ध कराते हैं। जिसके माध्यम से सभी प्रकार की जानकारी हिन्दी भाषा में उपलब्ध हो जाती है।

मीडिया के क्षेत्र में हिन्दी भाषी मीडिया की चुनौतियाँ

मीडिया क्षेत्र में हिंदी भाषा को कई चुनौतियों का सामना करना पड़ता है, जिनमें प्रमुख हैं:

1. सीमित पहुंच और दर्शक: हिंदी मुख्य रूप से भारत में बोली जाती है, जो अंग्रेजी की तुलना में इसकी वैश्विक पहुंच और दर्शकों को सीमित करती है।भारत के अनेक प्रांत की राजभाषा उनकी संपन्न मातृभाषा है।जिनका गौरवशाली और पारंपरिक महत्व है।वह दूसरी भाषा को सीखने के लिए हिन्दी की बजाय अंग्रेजी को ज्यादा प्राथमिकता देते हैं।इसलिए सिर्फ भारत के मध्य और उत्तरी भाग में हिन्दीभाषियों की ज्यादा तादाद है।जबकि दक्षिण,उत्तरपूर्वी भारत में हिन्दी की बहुत कमजोर स्थिति है। प्रादेशिक स्तर पर अपनी मातृभाषा से लगाव और अंंग्रेजी भाषा सीखने को ज्यादा प्राथमिकता दी जाती है।जिससे हिन्दी भाषा संपूर्ण देश के लोगों की भाषा नहीं है इसलिए हिन्दी मीडिया की पहुंच सीमित हो जाती है।

2. **स्क्रिप्ट और फ़ॉन्ट मुद्दे**: हिंदी की अपनी देवनागरी लिपि है। जिसे डिजिटल मीडिया में सही ढंग से पुन: पेश करना और प्रदर्शित करना चुनौतीपूर्ण होता है।मीडिया से संबंधित अधिकांश तकनीकी भाषा अंग्रेजी में है।बिना अंग्रेज़ी जाने-समझे आप कम्प्यूटर,साफ्टवेयर और इंटरनेट पर हिन्दी की सामग्री तैयार नहीं कर सकते हैं।यह एक महत्वपूर्ण कारण है,जिसके कारण पाश्र्वनाथ मीडिया में प्रचलित अंग्रेजी भाषा में उपलब्ध तकनीकी ज्ञान से ही भारतीय मीडिया में प्रचलित भाषाओं पर आधारित सामग्री को तैयार किया जाता है।इस लिए इसे अंग्रेजी भाषा के अपेक्षाकृत विकसित होने में ज्यादा समय लगता है।

3. **सीमित सामग्री निर्माण**: अंग्रेजी की तुलना में, समाचार, लेख और मनोरंजन सहित हिंदी में गुणवत्तापूर्ण सामग्री की भारी कमी है। उसका महत्वपूर्ण कारण यह है अपनी औपनिवेशिक संस्कृति के कारण ब्रिटेन ने सदियों तक दूसरे देश में राज किया है।जिससे उनकी अंग्रेजी भाषा को जानने-समझने वाल़ो की संख्या संपूर्ण विश्व में है और अंग्रेजी को अंतर्राष्ट्रीय भाषा के रुफ में सम्मान दिया गया है,जबकि हिन्दी भाषा की पहुंच आधे भारत ,कुछ देशो तक ही सीमित

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

है।इसलिए अधिकांश गुणवत्तापूर्ण सामग्री अंग्रेजी भाषा में ही उपलब्ध है।इसी प्रकार इंटरनेट पर भी हिन्दी की बजाय अंग्रेजी भाषा की सामग्री की बहुलता है।

4. **भाषा संरक्षण**: अंग्रेजी के बढ़ते प्रभाव के साथ हिंदी भाषा और संस्कृति के संरक्षण और संवर्धन की चिंता होने लगी है क्योंकि भारत के अधिकांश लोगों का यह मानना है कि ज्ञान-विज्ञान और रोजगार की भाषा अंग्रेजी है।इसलिए वह अपने को अंग्रेजी मीडियम स्कूलों में पढ़ाते में रुचि रखते हैं।गैरहिन्दी भाषी क्षेत्रों में हिन्दी भाषा को आगे बढ़ाने में सरकार ज्यादा रुचि नहीं लेती है।इसके अतिरिक्त शैक्षणिक संस्थान भी हिन्दी की बजाय अंग्रेजी जानने वाले शिक्षकों को अपेक्षाकृत ज्यादा सम्मान देती है क्योंकि उन्हें लगता है कि अंग्रेजी बोलने/जानने वाला व्यक्ति हिन्दी बोलने/जानने वालों की अपेक्षा ज्यादा योग्य है।

5. **सीमित संसाधन और फंडिंग**: हिंदी मीडिया आउटलेट्स को अक्सर संसाधन की कमी और सीमित फंडिंग का सामना करना पड़ता है, जिससे अंग्रेजी भाषा के मीडिया के साथ प्रतिस्पर्धा करना मुश्किल हो जाता है।सामान्यतौर से भारतवर्ष में कुलीन लोगों की भाषा अंग्रेजी है।आर्थिक दृष्टि से हिन्दी भाषियों की अपेक्षा अंग्रेजीपरस्त लोगों ज्यादा संख्या है।जो अधिकांशतः अंग्रेजी भाषियों की अपेक्षा हिन्दी भाषियों को फंडिंग नहीं करते हैं।अंग्रेजी मीडिया और हिन्दी मीडिया में संसाधनों का बड़ा अंतर है।हिन्दी मीडिया हमेशा संसाधनों के जूंझती रहती है।जबकि अंग्रेजी मीडिया साधनसंपन्न.लोगों के द्वारा संरक्षित रहती है।

6. **डिजिटल विभाजन**: भारत में कई हिंदी भाषी क्षेत्रों में डिजिटल मीडिया और इंटरनेट कनेक्टिविटी की कमी है, जिससे हिंदी मीडिया की पहुंच और प्रभाव सीमित हो गया है।भारत की आत्मा गांव में बसती है।राजनैतिक कारणों से हिन्दी भाषी क्षेत्रों का विकास बहुत धीरे-धीरे हो रहा है।जिससे बिजली और इंटरनेट जैसी सामग्री के लिए हिन्दी क्षेत्र के लोगों को बहुत संघर्ष करना पड़ता है।यह भी एक बहुत बड़ा कारण है कि अंग्रेजी भाषी लोगों के क्षेत्र की अपेक्षा हिन्दी भाषी क्षेत्र के लोग डिजिटल हिस्सेदारी में अपना संपूर्ण योगदान नहीं दे पाते हैं।जबकि डिजिटल मीडिया में अंग्रेजी की पर्याप्त सामग्री मौजूद रहती है।

7. **भाषा और सांस्कृतिक एकरूपता**: अंग्रेजी और वैश्विक मीडिया के प्रभुत्व से सांस्कृतिक एकरूपता हो सकती है, जिससे हिंदी भाषा और संस्कृति की विविधता और समृद्धि को खतरा हो सकता है।

ये चुनौतियाँ हिंदी भाषा और मीडिया को बढ़ावा देने और समर्थन करने के प्रयासों की आवश्यकता पर प्रकाश डालती हैं, जिससे डिजिटल युग में इसकी निरंतर प्रासंगिकता और वृद्धि सुनिश्चित हो सके।

Innovation and Integrative Research Center Journal
ISSN: 2584-1491 | www.iircj.org
Volume-2|Issue-5| May-2024|Page 43-50

शोध प्रविधि

यह शोधपत्र भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा की स्थिति और महत्व विषय पर मुख्यतः विश्लेषण पद्धति पर आधारित है। इसके साथ ही विषय की गहराई को समझने के लिए आलोचनात्मक एवं तुलनात्मक पद्धति का प्रयोग किया गया है।जिसमें लेखों ,आलेखों एवं विभिन्न शोधपत्र एवं ग्रंथों का अवलोकन महत्वपूर्ण है।उक्त शोध पत्र में सर्वेक्षण प्रणाली का भी प्रयोग किया गया है।जिसमें विद्यार्थी और शिक्षकों के साथ-साथ मीडिया से जुड़े हुए लोगों की राय ली गयी है।

निष्कर्ष

वर्तमान समय में भारतीय मीडिया मे हिन्दी की वास्तविक स्थिति को देखते हुए सार रुप में यह कहा जा सकता है कि भारतवर्ष के प्रिंट और इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में हिन्दी भाषा का सर्वाधिक उपयोग हो रहा है।भारत में सबसे अधिक बिकने वाले अखबार की बात हो,सबसे अधिक टीवी चैनल देखने की बात हो या रेडियो के लोकप्रिय माध्यम एफ एम रेडियो सुनने की बात हो तो उसमें हिन्दी भाषा वाले मीडिया माध्यम पहली श्रेणी में हैं। भारतीय मीडिया में हिन्दी सबसे पसंदीदा भाषा है।आज हिन्दी भाषा में सबसे अधिक पत्र-पत्रिकाएँ,सबसे अधिक टीवी चैनल उपलब्ध है।सोशल मीडिया पर भी हिन्दी भाषा तेजी से उभरती जा रही है।ज्यादा दर्शक ,श्रोता और पाठक होने के कारण भारतीय मीडिया में हिन्दी भाषा का बोलबाला है।आम आदमी तक अपनी बात पहुंचाने के लिए राजनेता,बहुराष्ट्रीय कंपनी,उद्योग जगत और व्यापारिक संस्थान हिन्दी मीडिया का सहयोग लेते हैं।जिससे हिन्दी भाषा की महत्ता प्रतिपादित होती है।इस सबके अतिरिक्त हिन्दी भाषा के सामने ढ़ेर सारी चुनौतियाँ भी मौजूद है।जिसमें शिक्षा,चिकित्सा,अभियांत्रिकी,तकनीकी,और विज्ञान आदि के क्षेत्र में सरल मानक हिन्दी के प्रयोग से हिन्दी भाषियों के मन में अंग्रेजी मोह कम हो सकता है।जिससे प्रतिभावान लोग मीडिया में जुड़ेंगे और मीडिया में हिन्दी भाषा की स्थिति ज्यादा मजबूत होगी।

संदर्भ सूची -

1.पचौरी सुधीश और शर्मा अचला - नये जनसंचार माध्यम और हिन्दी राजकमल प्रकाशन,दिल्ली/2008

2.चतुर्वेदी,डॉ.शिवम - आधुनिक मीडिया और भाषा- कला एवं धर्म शोध संस्थान, वाराणसी/2013

3.चव्हाण,डॉ.अर्जुन -मीडिया कालीन हिन्दी;स्वरुप एवं संभावनाएं-राजकमल प्रकाशन,दिल्ली/2011

4.गवली,डॉ.कल्पना -सोशल मीडिया और हिन्दी- माया प्रकाशन,कानपुर/2020

5 मोरे केशव और जाधव रविन्द्र -मीडिया और हिन्दी;बदलती प्रवृत्तियां- वाणी प्रकाशन,नयी दिल्ली/2010

6.नदाफ रेशमा- इलेक्ट्रॉनिक मीडिया और हिन्दी -संजय प्रकाशन,नयी दिल्ली/2017

7.शर्मा कुमुद - भूमंडलीकरण और मीडिया,ग्रंथ अकादमी,नयी दिल्ली 2003.

8..भाटिया तारेश - आधुनिक हिन्दी विज्ञापन और जनसंपर्क,तक्षशिला प्रकाशन,नयी दिल्ली,तृतीय संस्करण,2007

9.बाला डॉ.अंजु- वैश्वीकरण-मीडिया और हिन्दी.ISBN-978-81-954645-0-0

10.शुक्ला शैलेष - न्यू मीडिया में हिन्दी की वर्तमान स्थिति/सृजन आस्ट्रेलिया ई जर्नल/मई 2020

11.द्विवेदी संजय - मीडिया की हिन्दी और हिन्दी का मीडिया/वेबदुनिया हिन्दी से/12 सितम्बर 2012.

12.द्विवेदी संजय - बाजार और मीडिया के बीच हिन्दी भाषाएँ/प्रवक्ता.कॉम से/20 मई 2012.

13.चड्डा सविता - मीडिया में हिन्दी की सार्थकता/अनहद कृति अंक-7,02 अक्टूबर 2014.

14.ओकारी कुशराज बदला - भारत की भाषा समस्या और हिन्दी/सिनेमा साहित्य सेतु/27 अक्टूम्बर 2023

15.पाण्डेय डॉ.शैलेश - हिन्दी सिनेमा में हिन्दी भाषा का बदलता स्वरुप/सिनेमा साहित्य सेतु/01 जुलाई 2023

16.सपना - हिन्दी के संदर्भ में विज्ञापन की दुनिया/सिनेमा साहित्य सेतु/01 अप्रैल 2023

17.सिंह सतीश यायावर -क्यों घटता जा रहा है सिनेमा में हिन्दी महत्व/सिनेमा साहित्य सेतु/12 सितम्बर 2019

18.सहाय डॉ.साकेत - हिन्दी सिनेमा में हिन्दी की स्थिति/सिनेमा साहित्य सेतु/08 अगस्त 2019