

सोशल मीडिया और हिंदी भाषा

दीपिका, डॉ. हृदय नारायण तिवारी

शोधार्थी, हिंदी विभाग, एकलव्य विश्वविद्यालय, दमोह
सहायक प्राध्यापक, हिंदी विभाग, एकलव्य विश्वविद्यालय, दमोह

शोध सारांश

वर्तमान डिजिटल युग में सोशल मीडिया ने संचार के तरीकों में व्यापक परिवर्तन किया है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, ट्विटर (g), यूट्यूब और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्म ने हिंदी भाषा के प्रयोग और प्रसार को नई दिशा प्रदान की है। यह शोध सारांश सोशल मीडिया और हिंदी भाषा के बीच संबंध, उसके प्रभाव तथा वर्तमान प्रवृत्तियों का विश्लेषण करता है। सोशल मीडिया ने हिंदी को केवल एक पारंपरिक भाषा से आगे बढ़ाकर एक डिजिटल भाषा के रूप में स्थापित किया है। आज करोड़ों उपयोगकर्ता हिंदी में पोस्ट, टिप्पणी और वीडियो सामग्री साझा कर रहे हैं। इससे हिंदी भाषा की पहुंच ग्रामीण और शहरी दोनों क्षेत्रों में समान रूप से बढ़ी है। डिजिटल प्लेटफॉर्म पर हिंदी कंटेंट क्रिएटर्स, यूट्यूब चैनल्स और ब्लॉग्स की संख्या में निरंतर वृद्धि हो रही है, जिससे हिंदी एक प्रमुख ऑनलाइन भाषा बन चुकी है। इसके सकारात्मक प्रभावों में हिंदी भाषा का वैश्विक प्रसार, नई शब्दावली का विकास, और युवा पीढ़ी में हिंदी के प्रति रुचि में वृद्धि शामिल है। साथ ही शिक्षा, समाचार और मनोरंजन के क्षेत्र में भी हिंदी सामग्री की उपलब्धता बढ़ी है। हालांकि, सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा के प्रयोग में कुछ चुनौतियाँ भी देखी जाती हैं, जैसे— अंग्रेजी शब्दों का अत्यधिक मिश्रण (हिंग्लिश), वर्तनी की अशुद्धियाँ और व्याकरणिक त्रुटियाँ। इसके अतिरिक्त, अनौपचारिक भाषा शैली के कारण शुद्ध हिंदी के मानक स्वरूप पर प्रभाव पड़ रहा है। निष्कर्षतः कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा को नई पहचान और व्यापक मंच प्रदान किया है। यदि भाषा की शुद्धता और मानकीकरण पर ध्यान दिया जाए, तो सोशल मीडिया हिंदी के विकास में अत्यंत महत्वपूर्ण भूमिका निभा सकता है।

बीज शब्द— सोशल मीडिया, साहित्य, समाज, हिंदी, भाषा, मानकीकरण, डिजिटल प्लेटफॉर्म, परिवर्तन, तकनीक।

प्रस्तावना

आजकल जब लगभग हर चीज को सोशल मीडिया में उसकी उपस्थिति से नापा जा रहा है। हर संस्था, व्यक्ति, सरकार, कंपनी, साहित्यकर्मी से समाजकर्मी तक और नेता से अभिनेता तक को सोशल मीडिया में उसके वजन, प्रभाव और जा रहा है। यह स्वाभाविक है कि इस नई तकनीकी, सामाजिक शक्ति और भाषा के संबंध को भी हम समझने की कोशिश करें। यह सोशल मीडिया भी अंततः एक आविष्कार निरपेक्ष होता है। यानी हर तरह के काम के लिए इस्तेमाल किया जा सकता है, चाहे वह अच्छा हो या बुरा। इसलिए हर तकनीकी आविष्कार की तरह इसके दुरुपयोग पर हमें ज्यादा आश्चर्य नहीं होना चाहिए। हर वैज्ञानिक या व्यापक समाज के लिए रोचक या उपयोगी है, अपनी एक नई जगह बना लेता है और जब यह नई तकनीक संवाद और संप्रेषण से जुड़ी हो तो स्वाभाविक है कि वह अपनी विशिष्टताओं के साथ संवाद और संप्रेषण के नए—पुराने तरीकों, उपकरणों और तकनीकों को कुछ विस्थापित करके ही अपनी जगह बनाती है।



जब प्रिंट मीडिया आया तो वाचिक संवाद की सर्व व्याप्तता घटी। जब रेडियो आया तो उसने लिखित और मुद्रित माध्यम को बनाई। जब टेलीविजन आया तो बहुत से लोगों ने मुद्रित माध्यम के अवसान की घोषणा कर दी। उसका अवसान तो नहीं हुआ, लेकिन उसके विकास, अब सोशल मीडिया ने संचार माध्यमों की दुनिया को फिर बड़े बुनियादी ढंग से बदल दिया है। उद्योग, शासन, मनोरंजन, राजनीति और मीडिया जगत के लोगों के लिए तो ये मंच महत्वपूर्ण है ही।

सोशल मीडिया और हिन्दी भाषा

दरअसल भाषा के दो प्रमुख आयाम हैं। एक उसका शुद्ध भाषिक आयाम जिसमें उसके शब्दों, वाक्यरचना, व्याकरण, शब्दकोश आदि पर ध्यान रहता है। दूसरा भाषा का सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक, सांस्कृतिक संदर्भ जिसमें उसके इन संदर्भों में प्रयोग, परिवर्तनों, अर्थों, प्रभावों आदि पर ध्यान होता है। आज संसार की लगभग हर भाषा पर सोशल मीडिया के प्रभाव को महसूस किया जा रहा है, उसे समझने की कोशिश हो रही है और विमर्श हो रहा है। इस नए माध्यम ने हर नए माध्यम की तरह हर भाषा के प्रयोग के तौर-तरीकों, शब्दकोश, शैली, शुद्धता, व्याकरण और वाक्यरचना को प्रभावित किया है। यह असर लिखित ही नहीं, बोलने वाली भाषा पर भी दिख रहा है। जब ईमेल आया तो कहा गया कि पत्र लिखना ही समाप्त हो जाएगा। वह तो नहीं हुआ, लेकिन हाथ या टाइपराइटर से पत्र लिखने का चलन जरूर खत्म हो गया। पर बात यहीं तक नहीं है। अब एसएमएस, ट्विटर, फेसबुक और वाट्सएप ने बहुत से लोगों के लिए ईमेल को भी अनावश्यक और अप्रासंगिक बना दिया है। सोशल मीडिया ने अपनी एक नई भाषा गढ़ ली है। सोशल मीडिया का असर बस नकारात्मक ही नहीं है। ट्विटर जैसे मंचों की शब्दसीमा ने अपनी बात को चुस्त और कम से कम शब्दों में कहने के अभ्यास को संभव बनाया है। सोशल मीडिया ने सार्वजनिक अभिव्यक्ति और एक बड़े समुदाय तक निडर और बिना रोक-टोक और नियंत्रण के अपनी बात, अपनी सोच और अनुभव पहुँचाना संभव बनाकर करोड़ों लोगों को एक नई ताकत, छोटी बड़ी बहसों में भागीदारी का नया स्वाद और हिम्मत दी है। इस नई ताकत ने सरकारों और शासकों को ज्यादा पारदर्शी, संवादमुखी और जवाबदेह बनाया है, जनता के मन और नब्ज को जानने का नया माध्यम दिया है। सोशल मीडिया की ताकत ने सरकारों को अपने फैसलों, नीतियों और व्यवहारों को बदलने पर भी मजबूर किया है। पर क्या इस मीडिया ने लोक-विमर्श को ज्यादा गंभीर, गहरा, व्यापक, उदार बनाया है, क्या जब करोड़ों लोग एक साथ इतना लिख-बोल रहे हैं तो इन मंचों पर सार्वजनिक विमर्श की गुणवत्ता बढ़ी है, स्तर बेहतर हुआ है, इस पर सही निष्कर्ष पर पहुँचना अभी संभव नहीं, क्योंकि संसार में कुछ भी एकांगी अथवा एक दिशात्मक नहीं होता।

किसी भी देश की पहचान वहाँ बोली जाने वाली भाषा से होती है। भारतवर्ष की राजभाषा के साथ-साथ देश में सर्वाधिक बोली व समझी जाने वाली भाषा के रूप में हिन्दी भाषा का महत्वपूर्ण स्थान रहा है। भारत के प्रत्येक राज्य में हिन्दी भाषा बोली व जानी जाती है। भाषा भावों की अभिव्यक्ति के साथ-साथ महत्वपूर्ण सूचना व ज्ञान को जन-जन तक पहुँचाने का सशक्त माध्यम रही है। भाषा के द्वारा ही न केवल अपने साहित्य को लोकतंत्रात्मक रखा जाता है बल्कि लोकतंत्र का महत्वपूर्ण अंग जनता भी अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता के अधिकार के द्वारा लोकतंत्र में अपनी हिस्सेदारी का महत्व समझते हुए अपनी सक्रिय भूमिका का निर्वहन कर रहे हैं। इस प्रकार भाषा को जनसंवाद के रूप में जोड़ने का काम आज के इस इलेक्ट्रॉनिक युग में इंटरनेट के माध्यम से तीव्रगामी रूप से हो रहा है। सोशल मीडिया फेसबुक, ट्विटर, ब्लॉग, इंस्टाग्राम, टेलीग्राम, व्हाट्सएप आदि के द्वारा आज ग्लोबल लैंग्वेज को पीछे छोड़ते हुए हिन्दी भाषा ने अपने पैर पसार लिए हैं। आज सोशल मीडिया में न केवल साहित्यकार व वृद्धजन बल्कि युवा वर्ग भी अपनी बात मातृभाषा में रखने से परहेज नहीं करते हैं।



सोशल मीडिया जहाँ वर्तमान में संचार व अभिव्यक्ति का सशक्त माध्यम की भूमिका निभा रही है, वहीं जनमानस की भाषा मानी जाने वाली हिन्दी भी सोशल मीडिया में अपनी मजबूत पकड़ बनाए हुए है। यहाँ तक कुछ समय पश्चात हिन्दी भाषा का वर्चस्व इतना होगा कि ईमेल आईडी भी हिन्दी में बनाई जाने लगेगी। ब्लॉग की दुनिया में सक्रिय अनेक लेखक हिन्दी में लिखना ही पसंद करते हैं। हिन्दी भाषा में लिखने वालों का एक बड़ा वर्ग हमेशा ही सक्रिय है।

आज बड़े-बड़े उद्योग, विज्ञापन, फिल्म प्रमोशन, इलेक्शन, राजनीतिक मुद्दे व राजनीतिक टीका-टिप्पणी, साहित्य का विस्तार, व्यापार, वाणिज्य, ऑनलाइन क्रय-विक्रय, टेलीविजन व जनसाधारण आदि के लिए एक विश्वव्यापी प्लेटफार्म वह भी कम खर्च में उपलब्ध कराया है। आज चुनाव के प्रचार-प्रसार माध्यम से बदल चुका है। आज फेसबुक लाइव ने अनेक जन समूह को ऑनलाइन रूप से अर्थात् वर्चुअल मंच से जोड़ने व लोगों में अपनी बात को कमेंट बॉक्स में लिखकर सार्वजनिक विमर्श करने की गुणवत्ता को बढ़ाया है। इस प्रकार आज सोशल मीडिया ने ही हिन्दी भाषा को राजभाषा से विश्व भाषा बनाने का वीणा उठाया है। सोशल मीडिया में अपलोड हिन्दी भाषी वीडियो ने अनेक देशों के लोगों को अपनी ओर आकर्षित किया है, जिसके परिणामतः हमारे ही देश के गैर हिन्दी भाषी भी आज हिन्दी भाषा के समझने, बोलने व लिखने की जरूरत को स्वीकार कर रहे हैं। आज हर चीज की सोशल मीडिया में उपस्थिति को जहाँ एक नए ट्रेंड के साथ जोड़ा जा रहा है, वहीं हर संस्था, व्यक्ति, सरकार, कंपनी, साहित्यकार, साहित्य कर्मी, सामाजिक संस्था, नेता, अभिनेता की लोकप्रियता सोशल मीडिया में उसके फॉलोअर्स व प्रभाव की कसौटी पर नापी जा रही है। ऐसे में किसी भी संवाद के जरिए अधिकाधिक जनता तक पैठ बनाए रखने के लिए हिन्दी भाषा की जिम्मेदारी कुछ ज्यादा ही बढ़ चुकी है, क्योंकि हिन्दी ही भावों को यथार्थ रूप में अभिव्यक्त करने वाली एकमात्र भाषा है।

आज लगभग हर मुद्दे पर सोशल मीडिया में विचार विमर्श किया जा रहा है। देश के प्रधानमंत्री भी किसी भी शुभ समाचार के लिए जनता को बधाई पहले सोशल मीडिया का ही प्रयोग करते हैं। सोशल मीडिया प्रिंट मीडिया से अधिक तीव्र व जन तक पहुँच रखने वाला सशक्त माध्यम की अपनी छवि बना चुका है। इसी सोशल मीडिया के बढ़ते कदम की दिशा में हैशटैग ने भी अपनी गरिमा बनाई रखी है। हिन्दी में जो भी संदेश देना चाहते हैं उसके बाद हैशटैग के साथ एक क्लिक अर्थात् हम उस हैशटैग के जरिए उस संदेश से रिलेटेड अन्य पोस्ट पर पहुँच सकते हैं। इस प्रकार हैशटैग अपने आप में एक लिंक है जिसके द्वारा उसी तरह की सभी पोस्ट को एक साथ एक पेज पर देखा जा सकता है।

यूट्यूब भी हमारे देश में एक अच्छा सोशल मीडिया का माध्यम है। आज जहाँ यूट्यूब के द्वारा न केवल ज्ञान की कक्षा बल्कि खाना बनाना, साहित्यिक गतिविधियाँ, नृत्य, संगीत, हास्य साथ ही साथ किसी भी कार्यक्रम को यूट्यूब में अपलोड करके उसे लाइव अनेक दर्शकों को दिखाने के लिए अपलोड करने का प्रचलन भी बढ़ चुका है। जनवरी 2021 के अनुसार जहाँ यूट्यूब यूजर्स दुनिया में 2.29 बिलियन रहे हैं वहीं भारत में इसके 225 मिलियन यूजर्स रहे हैं जिसमें से अधिकांश वीडियो हिन्दी भाषा में ही बनाए व देखे गए हैं। इसी तरह जुलाई 2021 के अनुसार भारत में फेसबुक यूजर्स की संख्या 433900000 हो गई। इस प्रकार सोशल मीडिया के बढ़ते प्रयोग का कारण हिन्दी भाषा ही है कि आज हमारे देश में अधिकांश लोग सहज व सरल रूप से सोशल मीडिया का प्रयोग कर अपने भावों का प्रस्फुटन है।

सोशल मीडिया के बढ़ते उपयोग ने न केवल हमें पहले की राजनीतिक रूप से जागरूक किया है अपितु हिंदी भाषा के प्रचार और प्रसार में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। सोशल मीडिया अपने मूल स्वभाव में जनतांत्रिक दिखता है तथा देश की अधिकांश जनता हिंदी भाषा का ही प्रयोग करती है। जिसके परिणामतः सोशल मीडिया का प्रयोग करने वाले व्यक्तियों की संख्या में भी काफी इजाफा हुआ है। सोशल मीडिया लोगों की तरह-तरह के रचनात्मक प्रयोगों का साथी बन रहा है। नए लेखक नए साहित्य गढ़



रहे हैं। ट्विटर हो या इसी तरह के दूसरे माध्यम मिनटों में किसी को आसमान पर बिठाने की कूबत रखते हैं और धराशाई करने की भी।

सोशल मीडिया ने आज के युग में संवाद और अभिव्यक्ति के तरीकों में क्रांतिकारी परिवर्तन ला दिया है। यह न केवल लोगों को जोड़ने का माध्यम बना है, बल्कि भाषा, संस्कृति और सामाजिक व्यवहार पर भी इसका गहरा प्रभाव पड़ा है। प्रभाव बहुआयामी रहा है। पहले जहाँ अंग्रेजी का बोलबाला था, वहीं अब फेसबुक, ट्विटर, इंस्टाग्राम, यूट्यूब जैसे सोशल मीडिया प्लेटफॉर्म पर हिंदी का प्रयोग तेजी से बढ़ा है। बड़ी संख्या में लोग हिंदी में पोस्ट, वीडियो, और ब्लॉग साझा कर रहे हैं, जिससे यह भाषा अधिक प्रासंगिक और सजीव बन गई है। कुछ समय पहले इंटरनेट पर हिंदी में सामग्री सीमित थी, पर अब समाचार, मनोरंजन, शिक्षण, और प्रेरणात्मक सामग्री हिंदी में आसानी से उपलब्ध है। इससे हिंदी भाषी उपयोगकर्ताओं के लिए डिजिटल दुनिया अधिक नए लेखकों, कवियों, और का मंच दिया है। ब्लॉग्स, इंस्टाग्राम रील्स, यूट्यूब चैनल आदि पर कई लोग हिंदी में अपनी रचनात्मकता दिखा रहे हैं। अब भाषा केवल विद्वानों या साहित्यकारों की चीज़ नहीं रही, आम लोग भी अपने अनुभव, भावनाएँ और विचार हिंदी में साझा कर रहे हैं। इससे भाषा और समाज के बीच की दूरी घटी है।

सोशल मीडिया पर भाषा का प्रयोग अक्सर अशुद्ध, व्याकरणहीन और मिश्रित होता है। हिंग्लिश (हिंदी एवं अंग्रेजी) का प्रचलन बढ़ा है, जिससे शुद्ध हिंदी शब्दों का प्रयोग घट रहा है। कई उपयोगकर्ता देवनागरी लिपि की बजाय रोमन लिपि में हिंदी लिखते हैं, जिससे देवनागरी लिपि की भाषा को लेकर कभी-कभी वर्गभेद और मजाक उड़ाया जाता है। ग्रामीण या अशुद्ध हिंदी बोलने वालों का उपहास उड़ाया जाता है, जिससे भाषा की सामाजिक समरसता प्रभावित है।

वर्तमान वैश्विक युग में सोशल मीडिया एक ऐसा केन्द्र बन चुका है जिसने संवाद, विचार-विनिमय और अभिव्यक्ति के तरीकों को पूरी तरह बदल दिया है। फेसबुक, व्हाट्सएप, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, ट्विटर (ग) और टेलीग्राम जैसे माध्यम आज समाज के हर वर्ग के लोगों के जीवन में गहराई से समा चुके हैं। यह प्रभाव केवल सामाजिक और सांस्कृतिक नहीं, बल्कि भाषाई स्तर पर भी अत्यंत महत्वपूर्ण है। युवाओं, विद्यार्थियों, शिक्षकों, किसानों और छोटे व्यवसायियों में स्मार्टफोन का उपयोग सर्वसामान्य हो चुका है। आज अधिकांश स्मार्टफोन उपयोगकर्ता सोशल मीडिया पर हिंदी भाषा में संवाद करते हैं। लोग फेसबुक पोस्ट, यूट्यूब टिप्पणियाँ, व्हाट्सएप संदेश और रीलों में हिंदी का प्रयोग करते हुए अपने विचार, भावनाएँ और अनुभव साझा करते हैं।

सोशल मीडिया ने हिंदी को जनभाषा से जनसंचार की भाषा के रूप में स्थापित किया है। पहले जहाँ लोग औपचारिक रूप से केवल सरकारी पत्राचार या शिक्षण में हिंदी का प्रयोग करते थे, वहीं अब यह सोशल मीडिया की मुख्य भाषा बन गई है। आज अनेक युवा यूट्यूबर और कंटेंट क्रिएटर अपनी बोली या स्थानीय हिंदी मिश्रित भाषाओं में वीडियो बनाकर दर्शकों से जुड़ रहे हैं। इस तरह सोशल मीडिया ने न केवल मानक हिंदी को बल्कि बोलचाल की क्षेत्रीय हिंदी का भी प्रसार किया है।

सोशल मीडिया के प्रभाव से भाषा में नई प्रवृत्तियाँ भी उभरी हैं। युवा वर्ग विशेषकर छात्र समुदाय, अपने संदेशों में हिंदी और अंग्रेजी का मिश्रण बड़ी सहजता से करता है। जैसे— कल क्लास में प्रेजेंटेशन देना है, आज मूड ऑफ है, फॉर्म सबमिट कर दिया आदि। यह हिंग्लिश रूप भाषा में आधुनिकता और सरलता दोनों लाता है, लेकिन शुद्ध हिंदी के मानकों पर इसका प्रभाव नकारात्मक भी माना जा सकता है। इसके अतिरिक्त, शब्दों की वर्तनी, व्याकरण और उच्चारण में लापरवाही भी देखने को मिलती है। सोशल मीडिया ने अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता को बढ़ावा दिया है। पहले जहाँ साहित्यिक लेखन या विचार प्रकट करने के लिए मंच सीमित थे, वहीं अब सोशल मीडिया ने हर व्यक्ति को अपना मंच दे दिया है। स्थानीय कवि, लेखक और शिक्षाविद फेसबुक पोस्ट या ब्लॉग



के माध्यम से अपनी रचनाएँ साझा कर रहे हैं। महिला वर्ग भी हिंदी में आत्म-अभिव्यक्ति के नए रूप अपना रहा है, जैसे- प्रेरणादायक लेख, कहानियाँ और सांस्कृतिक अनुभवों की साझेदारी। इससे हिंदी लेखन का दायरा और समृद्धि दोनों बढ़ी हैं। विद्यालयों और कॉलेजों में पढ़ने वाले छात्र अब ऑनलाइन सामग्री, यूट्यूब लेक्चर और हिंदी शैक्षिक चैनलों के माध्यम से अध्ययन कर रहे हैं। इससे न केवल शिक्षा सुलभ हुई है, बल्कि हिंदी माध्यम के विद्यार्थियों को आत्मविश्वास भी मिला है कि वे भी डिजिटल प्लेटफॉर्म पर सफल हो सकते हैं। हालाँकि इस डिजिटल प्रभाव ने एक नई चुनौती भी पैदा की है- संक्षिप्तता की प्रवृत्ति। लोग पूरे वाक्यों की जगह छोटे शब्द, इमोजी या शॉर्ट फॉर्म का उपयोग करने लगे हैं, जैसे धन्यवाद की जगह थैंक्स, ओके, सही है आदि। इससे भाषा की अभिव्यक्ति की गहराई कम होती जा रही है।

लोकगीत, पारंपरिक त्यौहार और सांस्कृतिक कार्यक्रम अब सोशल मीडिया पर हिंदी में प्रचारित किए जा रहे हैं। नर्मदा जयंती, तीजोत्सव, लोकनृत्य आदि कार्यक्रमों की झलक वीडियो और पोस्ट के रूप में साझा की जाती है। इससे स्थानीय संस्कृति को संरक्षण मिला है और हिंदी भाषा को सामाजिक पहचान मिली। देखा जाए तो सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा को नए आयाम प्रदान किए हैं। यह अब केवल शिक्षण या औपचारिक भाषा नहीं रही, बल्कि अभिव्यक्ति, संवाद, व्यवसाय और संस्कृति की भाषा बन गई है। फिर भी, भाषा की शुद्धता और व्याकरणिकता पर खतरे भी बढ़े हैं। मिश्रित भाषा, अनौपचारिक लहजा, और लिखने की गलत आदतें नई पीढ़ी में गहराई से जड़ें जमा रही हैं।

सोशल मीडिया का हिंदी भाषा पर प्रभाव द्विपक्षीय कहा जा सकता है- एक ओर इसने हिंदी के प्रयोग और प्रसार को जन-जन तक पहुँचाया, वहीं दूसरी ओर भाषा की शुद्धता और औपचारिकता को कमजोर भी किया है। सोशल मीडिया ने यह सिद्ध कर दिया है कि भाषा तभी जीवंत रहती है जब वह समय के साथ बदलती है। यदि इसके प्रयोग में संयम, सृजनात्मकता और भाषिक अनुशासन रखा जाए, तो सोशल मीडिया हिंदी भाषा के प्रसार और विकास का सबसे प्रभावशाली साधन बन सकता है।

निष्कर्ष

सोशल मीडिया और हिंदी भाषा के संबंध का अध्ययन करने पर यह स्पष्ट होता है कि डिजिटल युग ने हिंदी के स्वरूप, प्रयोग और प्रसार को गहराई से प्रभावित किया है। सोशल मीडिया ने हिंदी को केवल एक पारंपरिक भाषा तक सीमित नहीं रहने दिया, बल्कि उसे एक वैश्विक डिजिटल भाषा के रूप में स्थापित करने में महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, ट्विटर (र) और व्हाट्सएप जैसे प्लेटफॉर्मों पर हिंदी सामग्री की बढ़ती उपलब्धता इस बात का प्रमाण है कि हिंदी अब इंटरनेट की एक प्रमुख भाषाओं में से एक बन चुकी है।

सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा को नए अवसर प्रदान किए हैं। आज लाखों लोग हिंदी में कंटेंट बना रहे हैं, जिससे न केवल भाषा का प्रसार बढ़ा है, बल्कि रोजगार के नए साधन भी उत्पन्न हुए हैं। शिक्षा, मनोरंजन, समाचार और व्यापार जैसे क्षेत्रों में हिंदी का उपयोग तेजी से बढ़ रहा है। इससे यह स्पष्ट होता है कि हिंदी भाषा अब डिजिटल युग में भी अपनी मजबूत उपस्थिति बनाए हुए है।

हालांकि, इसके साथ कुछ चुनौतियाँ भी सामने आई हैं। सोशल मीडिया पर हिंदी का प्रयोग अक्सर अनौपचारिक रूप में होता है, जिसमें हिंग्लिश का अधिक उपयोग, वर्तनी की अशुद्धियाँ और व्याकरणिक त्रुटियाँ देखी जाती हैं। यह स्थिति हिंदी के शुद्ध और मानक स्वरूप के लिए चुनौती उत्पन्न करती है। इसके अलावा, तेजी से फैलने वाली सूचनाओं के कारण भाषा की गुणवत्ता कई बार प्रभावित होती है।



इसके बावजूद, यह कहा जा सकता है कि सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा को नई पहचान और व्यापक मंच प्रदान किया है। यदि उपयोगकर्ता भाषा की शुद्धता और सही प्रयोग पर ध्यान दें, तो सोशल मीडिया हिंदी के विकास और संवर्धन में एक अत्यंत प्रभावशाली साधन सिद्ध हो सकता है। भविष्य में भी यह अपेक्षा की जा सकती है कि हिंदी डिजिटल दुनिया में और अधिक सशक्त तथा व्यापक रूप से स्थापित होगी।

सन्दर्भ-ग्रन्थ सूची

1. मिश्र, कृष्णबिहारी, 'हिन्दी पत्रकारिता', भारतीय ज्ञानपीठ, नई दिल्ली, 2006
2. सिंह, निशांत, अमरेन्द्र कुमार, 'इक्कीसवीं सदी और हिन्दी पत्रकारिता', सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली, 2006
3. चौबे, कृपाशंकर, 'पत्रकारिता के उत्तर-आधुनिक चरण', वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2003
4. मेहता, आलोक, 'पत्रकारिता की लक्ष्मण रेखा', सामयिक प्रकाशन, नई दिल्ली, 2007
5. मिश्र, कृष्णबिहारी, 'पत्रकारिता इतिहास और प्रश्न', वाणी प्रकाशन, नई दिल्ली, 2004
6. मंत्री, गणेश, 'पत्रकारिता की चुनौतियाँ', सत्साहित्य प्रकाशन, दिल्ली, 2004
7. चतुर्वेदी, जगदीश प्रसाद, 'हिन्दी पत्रकारिता के कीर्तिमान', साहित्य संगम, इलाहाबाद, 1994
8. मोहन, अरविन्द, 'पत्रकार और पत्रकारिता प्रशिक्षण', सामयिक प्रकाशन, 2005
9. दुबे, डॉ. एस.के., 'पत्रकारिता के नये आयाम', लोकभारती प्रकाशन, इलाहाबाद, 2006
10. यामिनी, रचना भोला, 'पत्र और पत्रकारिता', डायमंड पॉकेट बुक्स, नई दिल्ली, 2006

