



मीडिया की हिंदी और हिंदी का मीडिया

वीना सिंह

असिस्टेंट प्रोफेसर पी० जी० कालेज, जंगल धूसण, गोरखपुर, उत्तर प्रदेश, भारत

प्रस्तावना

मीडिया की दुनिया में इन दिनों भाषा का सवाल काफी गहरा हो गया है। मीडिया में जैसी भाषा का इस्तेमाल हो रहा है उसे लेकर शुद्धता के आग्रही लोगों में काफी हाहाकार व्याप्त है। चिंता हिंदी की है और उस हिंदी का जिसका हमारा समाज उपयोग करता है बार - बार यह बात कही जा रही है कि हिंदी में अंग्रेजी की मिलावट से हिंदी अपना रूप रंग रस और गंध खो रही है। सो हिंदी को बचने के लिए एक हो जाइये।

हिंदी हमारे भाषा के कारण ही नहीं अपनी उपयोगिता के कारण भी आज बाजार की सबसे प्रिय भाषा है। आप लाख अंग्रेजी के अनेक का विलाप करें काम तो आप को हिंदी में ही करना है। ये मर्जी आपकी कि आप अपनी स्क्रिप्ट देवनागरी में लिखें या रोमन में। यह हिंदी की ही ताकत है कि वह सोनिया गांधी से लेकर कैटरिना कैफ तक सबसे हिंदी बोलवा ही लेती है।

उड़िया न जानने के आरोप झेलने वाले नेता नवीन पटनायक भी हिंदी में बोलकर ही अपनी अंग्रेजी न जानने वाली जनता को संबोधित करते हैं। इतना ही नहीं प्रणब मुखर्जी की सुन लीजिये वे कहते हैं कि वे प्रधानमंत्री नहीं बन सकते क्योंकि उन्हें ठीक से हिंदी बोलने नहीं आती है मतलब यह कि हिंदी आज मीडिया राजनीति, मनोरंजन और विज्ञापन की प्रमुख भाषा है।

हिंदुस्तान जैसे देश को एक भाषा से संबोधित करना हो तो वह सिर्फ हिंदी ही है। यह हिंदी का अहंकार नहीं उसकी सहजता और ताकत है। मीडिया में जिस तरह की हिंदी का उपयोग हो रहा है उसे लेकर चिंताएं बहुत जायज हैं किन्तु विस्तार के दौर में ऐसी लापरवाहीया हर देखी जाती है। कुछ अखबार प्रयास पूर्वक अपनी श्रेष्ठता दिखने अथवा युवा पाठकों का ख्याल रखने के नाम पर हिंग्लिश परोस रहे हैं। जिसकी कई स्तरों पर आलोचना भी हो रही है हिंग्लिश का प्रयोग चलन में आने से एक नई किस्म की भाषा का विस्तार हो रहा है किन्तु आप देखें तो वह विषयगत ही ज्यादा है। लाइफ स्टाइल, फिल्म के पन्नो सिटी कवरेज में भी लाइट खबरों पर ही इस तरह की भाषा का प्रभाव दिखता है। चिंता हिंदी समाज के स्वभाव पर भी होनी चाहिए कि वह अपनी भाषा के प्रति बहुत सम्मान भाव नहीं रखता उसके साथ हो रहे खिलवाड़ पर उसे बहुत आपत्ति नहीं है। हिंदी को लेकर किसी तरह का भावनात्मक आधार भी नहीं बनता न वह अपना कोई ऐसा वृत्त बनती है जिससे उसकी अपील बने हिंदी बोलिया इस मामले में ज्यादा समर्थ है, क्योंकि उन्हें अस्मिता एक आधार प्रदान करती है। हिंदी की सही मायने में अपनी कोई जमीन नहीं है।

जिस तरह भोजपुरी, अवधी, छत्तीसगढ़ी, बुंदेली, बघेली, गढ़वाली, मैथिली, बृजभाषा जैसी तमाम बोलियों ने बनाई है। हिंदी अपने व्यापक विस्तार के बावजूद किसी तरह का भावनात्मक आधार नहीं बनाती। सो इसके साथ किसी भी तरह

की छेड़छाड़ किसी का दिल भी नहीं दुखाती। मीडिया और मनोरंजन की पूरी दुनिया हिंदी के इसी विस्तारवाद का फायदा उठा रही है किंतु जब हिंदी को देने की बारी आती है तो ये भी उससे दोगुने दर्जे का ही व्यवहार करते हैं। यह समझना बहुत मुश्किल है कि विज्ञापन, मनोरंजन या मीडिया की दुनिया में हिंदी की कमाई खाने वाले अपनी स्क्रिप्ट इंग्लिश में क्यों लिखते हैं।

देवनागरी में किसी स्क्रिप्ट को लिखने से क्या प्रस्तोता के प्रभाव में कमी आ जाएगी, फिल्म फ्लॉप हो जाएगी या मीडिया समूहों द्वारा अपने दैनिक कामों में हिंदी के उपयोग से उनके दर्शक या पाठक भाग जाएंगे। यह क्यों जरूरी है कि हिंदी के अखबारों में अंग्रेजी के स्वनामधन्य लेखक, पत्रकार एवं स्तंभकारों के तो लेख अनुवाद कर छापे जाएं उन्हें मोटा पारिश्रमिक भी दिया जाए किंतु हिंदी में मूल काम करने वाले पत्रकारों को मौका ही न दिया जाए।

हिंदी के अखबार क्या वैचारिक रूप से इतने दरिद्र हैं कि उनके अखबारों में गंभीरता तभी आएगी जब कुछ स्वनामधन्य अंग्रेजी पत्रकार उसमें अपना योगदान दें। यह उदारता क्यों। क्या अंग्रेजी के अखबार भी इतनी ही सदाशयता से हिंदी के पत्रकारों के लेख छापते हैं।

पूरा विज्ञापन बाजार हिन्दी क्षेत्र को ही दृष्टि में रखकर विज्ञापन अभियानों को प्रारंभ करता है किंतु उसकी पूरी कार्यवाही देवनागरी के बजाए रोमन में होती है। जबकि अंत में फायनल प्रोडक्ट देवनागरी में ही तैयार होना है। गुलामी के ये भूत हमारे मीडिया को लंबे समय से सता रहे हैं। इसके चलते एक चिंता चौतरफा व्याप्त है। यह खतरा एक संकेत है कि क्या कहीं देवनागरी के बजाए रोमन में ही तो हिन्दी न लिखने लगी जाए। कई बड़े अखबार भाषा की इस भ्रष्टता को अपना आदर्श बना रहे हैं। जिसके चलते हिन्दी कोई शरमाई और सकुचाई हुई सी दिखती है। शीर्षकों में कई बार पूरा का शब्द अंग्रेजी और रोमन में ही लिख दिया जा रहा है। जैसे - मल्लिका का BOLD STAP या इसी तरह कौन बनेगा PM जैसे शीर्षक लगाकर आप क्या करना चाहते हैं।

कई अखबार अपने हिन्दी अखबार में कुछ पन्ने अंग्रेजी के भी चिपका दे रहे हैं। आप ये तो तय कर लें यह अखबार हिन्दी का है या अंग्रेजी का। रजिस्ट्रार आफ न्यूजपेपर्स में जब आप अपने अखबार का पंजीयन कराते हैं तो नाम के साथ घोषणापत्र में यह भी बताते हैं कि यह अखबार किस भाषा में निकलेगा क्या ये अंग्रेजी के पन्ने जोड़ने वाले अखबारों ने द्विभाषी होने का पंजीयन कराया है।

आप देखें तो पंजीयन हिन्दी के अखबार का है और उसमें दो या चार पेज अंग्रेजी के लगे हैं। हिन्दी के साथ ही आप ऐसा कर सकते हैं। संभव हो तो आप हिंग्लिश में भी एक अखबार निकालने का प्रयोग कर लें। संभव है वह प्रयोग सफल भी हो जाए किंतु इससे भाषायी अराजकता तो नहीं मचेगी।

हिन्दी में जिस तरह की शब्द सार्मथ्य और ज्ञान-विज्ञान के हर अनुशासन पर अपनी बात कहने की ताकत है उसे समझे बिना इस तरह की मनमानी के मायने क्या हैं। मीडिया की बढ़ती ताकत ने उसे एक जिम्मेदारी भी दी है। सही भाषा के इस्तेमाल से नई पीढ़ी को भाषा के संस्कार मिलेंगे। बाजार में हर भाषा के अखबार मौजूद हैं, मुझे अंग्रेजी पढ़नी है तो मैं अंग्रेजी के अखबार ले लूँगा, वह अखबार नहीं लूँगा जिसमें दस हिन्दी के और चार पन्ने अंग्रेजी के भी लगे हैं।

इसी तरह मैं अखबार के साथ एक रिश्ता बना पाती हूँ क्योंकि वह मेरी भाषा का अखबार है। अगर उसमें भाषा के साथ खिलवाड़ हो रहा है तो क्या जरूरी है मैं आपके इस खिलवाड़ का हिस्सा बनूँ। यह दर्द हर संवेदनशील हिंदी प्रेमी का है। हिंदी किसी जातीय अस्मिता की भाषा भले न हो यह इस महादेश को संबोधित करनेवाली सबसे समर्थ भाषा है। इस सच्चाई को जानकर ही देश का मीडिया, बाजार और उसके उपादान अपने लक्ष्य पा सकते हैं। क्योंकि हिंदी की ताकत को कमतर आंककर आप ऐसे सच से मुंह चुरा रहे हैं जो सबको पता है।

बाजार और मीडिया के बीच भारतीय भाषाएँ, हिंदी और भारतीय भाषाओं को लेकर समाज में एक अजीब सा सन्नाटा है। संचार व मीडिया की भाषा पर कोई बात नहीं करना चाहता। उसके जायज-नाजायज... हमें हिंदी को आम आदमी के करीब लाना होगा।

हिंदी किसी जातीय अस्मिता की भाषा भले ही न हो यह इस महादेश को संबोधित करने वाली सबसे समर्थ भाषा है। इस सच्चाई को जानकर ही देश का मीडिया, बाजार और उसके उपादान अपने लक्ष्य पा सकते हैं। क्योंकि यह पूर्ण सत्य है कि बिना हिंदी के हिंदुस्तान की कल्पना नहीं की जा सकती है।

अगर मीडिया में हिंदी सार्थकता की बात करते हैं तो हम सब जानते हैं कि भारत बहुभाषी देश है। अनगिनत भाषाएँ और बोलियाँ बोली जाती हैं। हम सब जानते हैं कि आज हिंदी भाषा समग्रदेश को एकसूत्र में पिरोने वाली, आसानी से समझ में आने वाली, सीधा मन पर असर करने वाली भाषा होने के साथ साथ हिंदी भाषा को राजभाषा के रूप में मान्यता भी प्राप्त है। यदि हम आज़ादी से पहले की बात करें तो हमें ये मानना होगा कि देश को आज़ाद कराने में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका रही है। उस समय का मीडिया या पत्रकारिता आज से बिल्कुल अलग थी। उस समय अंग्रेज़ी भाषा का ज्ञान होना तो दूर की बात अधिकांश लोग केवल अपनी भाषा बोल सकते थे। उस समय अधिकांश लोग अशिक्षित थे और वे समाचार पत्र के ग्राहक ही इस शर्त पर बनते थे कि उन्हें संपादक लिखे गये समाचार या सामग्री पढ़कर सुनाया करेगा। क्योंकि ज्यादातर लोग अशिक्षित हैं उस समय चौपाले या चौबारे हुए करते थे जहाँ बहुत सारे लोग इकट्ठे हुआ करते थे और एक व्यक्ति समाचार पढ़कर सुनाया करता था। हमें ये नहीं मान लेना है कि सभी अनपढ़ थे, परंतु ग्रामीण परिवेश में प्रायः ऐसा ही था। पढ़े-लिखे लोग भी यहाँ आकर सुनना पसंद करते थे।

एक और महत्वपूर्ण बात जो आज कही जा सकती है, उस समय केवल समाचारपत्र और पत्रिकाएँ ही थी जो देश के लोगों में राष्ट्रभक्ति की भावना जगाती थी। उस समय हिंदी और अन्य भाषाओं का योगदान भी इसमें बराबर था। आप सब जानते ही हैं कि हिंदी पत्रकारिता का प्रारंभ कलकत्ता से हुआ और भारतीय पत्रकारिता का जन्म बंगाल से माना जाता है। 1755 में कलकत्ता में छपाई शुरू हुई थी। इससे पहले तो संपादक रात - रात भर बैठकर हाथ से पत्र लिखा करते थे और तब बिजली का भी पूरा अभाव था परंतु भाषा, देश और आज़ादी के दीवाने इन पत्रकारों जिनमें देवीदत्त शुक्ल और द्विवेदी जी का नाम उल्लेखनीय है, कहा जाता है कि दीपक की मंद रोशनी में रात - रात भर लिखते हुये इनकी आंखों की रोशनी ही मंद हो गयी थी।

1868 में 'कवि वचन सुधा' नाम से एक हिंदी पत्र प्रकाशित हुआ जो वस्तुतः कविता की पत्रिका थी जिसमें साहित्य, समाज सुधार और राजनीति का समावेश भी रहता था। इसके बाद तो हिंदी पत्र-पत्रिकाओं की सीमा ही नहीं रही।

चलिये थोड़ा आगे बढ़ते हुए हम गांधी युग के हिंदी पत्रों की बात करें, जिन्होंने हमें आज के मीडिया पर चर्चा करने के लिए सहयोग दिया और हिंदी के उन पत्रों की जिन्होंने भारत की जनता के बीच क्रांति सूत्र को जन्म देने, उसे हवा देते रहने का महत्वपूर्ण लक्ष्य अर्जित किया। इनमें सबसे पहला नाम 'मतवाला' का है। इस पत्र के संपादकीय ऐसे हुआ करते थे कि लोगों के दिलों में आज़ादी की ज्वाला दहकने लगती थी।

आज के महत्वपूर्ण हिंदी समाचार पत्रों का उल्लेख संक्षेप में किया जाना ठीक होगा। समाज को नयी दिशा देने, कार्यपालिका और न्यायपालिका के क्षेत्र में भी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रहे इन समाचार पत्रों, मीडिया की भूमिका के बाद हम आज के इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के विभिन्न चैनलों की भूमिका पर बात करेंगे। हमें ये मान लेना चाहिए कि यदि मीडिया के ये साधन खामोश रहकर केवल आर्थिकोपाजन ही करें और अपना कार्य ठीक से करना छोड़ दें तो कहते हैं कि मीडिया में अगर संप्रेषणता का गुण फीका हो जाये तो समाज के लिए ये उपयोगी नहीं रहता, चाहे वह प्रिंट मीडिया हो या इलेक्ट्रॉनिक मीडिया। आज मीडिया और इसकी उपयोगिता से कोई भी वर्ग अछूता नहीं रहा। संप्रेषणता का एक बेहद रोचक उदाहरण मैं यहाँ आपको सुनाना चाहती हूँ। ये कृष्ण के जीवन का उदाहरण है। दृश्य है- द्वारकापुरी में कृष्ण लेटे हुये हैं और रुक्मिणी उनके पाँव सहला रही है। उनका हाथ जैसे ही कृष्ण के पाँव पर जाता है, वो एक छाले को देख घबरा जाती हैं और चौंक कर पूछती हैं 'कृष्ण, तुम्हारे पाँव पर छाला है। तुम्हें तो कभी नंगे पाँव नहीं चलना पड़ा फिर तुम्हारे पाँव में छाला कैसे पड़ा ? इसमें क्या रहस्य है, मुझे समझाओ।

कृष्ण ने कोशिश की बात को टालने की। रुक्मिणी हठ में आ गयी "आप कुछ छिपा रहे हो, बोलो"
कृष्ण ने कहा "इसका कारण तुम हो, इसलिए मैं टाल रहा हूँ और बात को आगे नहीं बढ़ाना चाहता।"
रुक्मिणी और क्रोध में आ गयी और बोली, "एक तो चोरी दूसरा सीनाजोरी। एक तो आप मुझे ही कारण बता कर मुझ पर आरोप लगा रहे हो और दूसरा मुझसे ही छिपा रहे हो।"

कृष्ण ने कहा "आरोप नहीं लगा रहा ये बात सच है, कारण तुम ही हो।"
कृष्ण बोले, "कुछ दिन पहले राधा आयी थी द्वारका में।"
रुक्मिणी ने कहा, "हां आयी थी तो।"
कृष्ण "मैंने तुम्हें जिम्मेदारी दी थी कि तुम उसकी सेवा करो।"

रुक्मिणी, "हाँ, मैंने ईमानदारी से उनकी सेवा की थी कोई कसर नहीं छोड़ी थी।"
कृष्ण, "तुम्हारी बात सच है लेकिन तुम्हारे मन में अभी भी राधा के लिए कुछ क्रोध है, ईर्ष्या है।"
वो चुप हो गयी।

कृष्ण ने कहा, - "तुमने ईर्ष्या के कारण एक दिन राधा को गरम दूध पिला दिया था। तुम्हें मालूम नहीं कि उसके हृदय में मेरे चरण रहते हैं।"

ऐसी संप्रेषणीयता का उदाहरण केवल इसी देश में हो सकता है। ऐसी संप्रेषणता ही आधार है विश्वास का और प्यार का भी। ऐसे बहुत से उदाहरण देकर समझाया

जा सकता है कि मीडिया में संप्रेषणता बिना राग, बिना द्वेष के हो तो क्या बात है। हमारी भाषा और उसके शब्द ही आदान-प्रदान का विश्वसनीय आधार हैं, मूल हैं।

सामान्य रूप से, “मीडिया” संचार के विभिन्न साधनों को संदर्भित करता है। उदाहरण के लिए, टेलीविजन, रेडियो और समाचार पत्र मीडिया के विभिन्न प्रकार हैं। गत दो दशकों में जिस तीव्रता से प्रिंट व इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का विस्तार हुआ है जाहिर तौर पर उसमें हिंदी भाषा की बड़ी भूमिका है मीडिया के माध्यम से देश में एक नए बाजार का सृजन हुआ है। इसका श्री निरंतर बदल रही हिंदी की है जो संप्रेषण का शाश्वत माध्यम बनकर करोड़ों दिलों तक पहुँच रही है।

बाजार की मांग है कि उसके उत्पाद का सन्देश उस भाषा में है जिसे उपभोक्ता तुरंत समझ ले और प्रोडक्ट की खूबियों को आत्मसात कर ले। अखबार को खबरे बेचनी है टीवी को विजुअल और रेडियो के ध्वनी ऐसे भाषा के संस्कारों का टूटना व विखंडित होना एक स्वाभाविक प्रक्रिया है जिसे हम सब स्वीकार कर चुके हैं। एसपी, डीसी, कांस्टेबल, लाई डीटेक्टिव टेस्ट, ऑब्जरवेशन आईसीयू, टेक्स्ट बुक, एफआईआर, प्राइवेट स्कूल, ऐसे सैकड़ों या हजारों शब्द हैं जो हमारे जुबान पर इस तरह हावी हैं कि हम चाहकर भी उनका विकल्प नहीं ढूँढ सकते। यानी अंग्रेजी और क्षेत्रीय भाषाओं का हिंदी में प्रवेश जारी है। हिंदी भाषा की सुचिता और शुद्धता पर घोर संकट है और विदेशी भाषाओं का हिंदी में आक्रमण दूध में शक्कर की तरह घुल मिल चुका है।

भाषाविद मानते हैं कि हिंदी की पारंपरिक मौलिकता को खतरा है, लेकिन दूसरा मत यह है कि अगर हिंदी को जन-जन तक पहुंचाना है तो उसे अपनी बेड़ियां तोड़नी होंगी। भाषा जनमानस को संस्कारित करती है, लेकिन मीडिया के पास इतना धैर्य, वक्त या बड़े सरोकार कहां हैं जो वह पत्रकारों को यह बता सके कि खबर लिखते वक्त किन शब्दों से बचना है और किन का प्रयोग करना है? मीडिया में भाषा के चलताऊ, फूहड़ या अंग्रेजीदां शब्दों की भरमार के पीछे कारण यह है कि उसे खबर आमजन तक पहुंचानी है। ठीक उसी टूटी-फूटी, तोड़ी-मरोड़ी भाषा में जिसमें लोग बातचीत करते हैं। दूसरे, भाषायी अखबारों या टीवी चैनल्स के पत्रकारों पर विज्ञापन जुटाने का अतिरिक्त बोझ बना रहता है। वे मीडिया संस्थानों के खजाने को भरे या खबरों की ड्राफ्टिंग पर फोकस कर भाषा को सजाएं या संवारें? आज मीडिया का साहित्य से दूर-दूर का रिश्ता भी खत्म हो चुका है। अच्छा साहित्य ही भाषा के संस्कार पैदा करता है। रेडियो एक सशक्त मीडिया है। आकाशवाणी के राष्ट्रीय चैनलों में भाषा पर विशेष ध्यान दिया जाता है। सरल हो। आम आदमी समझ सके। यही कारण है कि करोड़ों लोग आज भी रेडियो के दीवाने हैं। अगर टीवी, अखबारों से लोगों का मोहभंग हो रहा है तो रेडियो से रिश्ते और प्रगाढ़। लेकिन हिमाचल की ही बात करें तो आकाशवाणी शिमला से सायं व प्रातः प्रसारित होने वाले समाचारों की भाषा बेहद अखरती है। ‘सरकारी प्रेस नोट जर्नालिज्म’ को खबरों में हूबहू चस्पां कर देना बताता है कि क्षेत्रीय रेडियो समाचारों में कितना अधिक अधकचरापन है। रेडियो पर अधोसंरचना, तत्वावधान, अंतर्गत, महत्वाकांक्षी जैसे भारी-भरकम तत्सम व संस्कृतनिष्ठ शब्दों का प्रयोग बताता है कि रेडियो का न्यूज रूम भाषा के मामले में कितना निर्धन है। पत्रकारिता में कंटेंट को किंग माना जाता है। टीवी में विजुअल सब कुछ कह देता है। एंकर ऐसी भाषा का प्रयोग करते हैं जो दर्शक की भावनाओं को छू ले। यहां दुख, त्रासदी, शोषण भी बिकता है। जटिल मुद्दों को समझाने का हुनर टीवी ने विकसित किया है। शब्दों के साथ-साथ जब स्क्रीन पर तस्वीरें तैरने लगती हैं तो एंकर की भाषा और भाव उसे सशक्त बनाते हैं। साहित्यकारों की आम धारणा है कि पत्रकारिता ने भाषा को बिगाड़ा है। उसकी शुद्धता को तार-तार कर दिया है।

अंग्रेजी का तबका अपनी चकाचौंध में जी रहा है। वह हिंदी को काले धब्बों की तरह देखता है। मगर टीवी चैनलों पर या रेडियो पर विज्ञापन की भाषा हिंदी है क्योंकि प्रोडक्ट को करोड़ों दर्शकों के दिलों में उतरना है। विज्ञापन की क्रिएटिव हिंदी भाषा जादू जगाती है। वह बाजार को समृद्ध करती है। अखबारों और सैकड़ों न्यूज चैनल्स और एफएम रेडियो की ग्रोथ ने हिंदी के बल पर ही अपने लिए करोड़ों पाठक, दर्शक, श्रोता तैयार किए हैं। हिंदी को सरल बनाने में मीडिया का अहम योगदान है। अंग्रेजी के वर्चस्व से हिंदी को कोई खतरा नहीं है, उलटे यह समृद्ध, संपन्न और एनरिच हो रही है।

भारत के लिए एक बड़ी मशहूर कहावत है कोस कोस पर पानी बदले चार कोस पर वाणी। इससे सहज ही अंदाजा लगाया जा सकता है कि भारत में कितनी भाषाएँ बोली जाती होंगी। मीडिया के विस्तार के साथ – साथ इन बोलियों और भाषा में कितने परिवर्तन आये हैं, यह शोध का विषय है। भाषा को समृद्ध बनाने में मीडिया तभी सकारात्मक भूमिका निभा सकता है, जब उत्साही पत्रकारों के पास शब्दों का भंडार हो शब्दों के चयन में वे सजग हो। जल्दबाजी के शिकार न हो और सुधि संपादक भी भाषा को विकृत होने से बचने के लिए अनुशासन का चाबुक अपने पास रखे। अगर ऐसा नहीं होता है, तो मीडिया के विस्तार से जो भाषायी परिवर्तन हो रहे हैं वे हमारी आने वाली पीढ़ियों को दिग्भ्रमित करेंगे। न इंग्लिश अपने मूल स्वरूप में रहेगी और न हिंदी।

फिर भी हम अपनी भाषा पर गौरवान्ति कैसे होंगे? भाषा का प्रश्न सीधे शिक्षा क्षेत्र से जुड़ा हुआ है। संचार और संवाद के लिहाज से भाषायी शुद्धता और पूर्णता बेहद जरूरी हो जाती है। मीडिया की विश्वसनीयता यदि बनाये रखना है तो प्रमाणित और निष्पक्ष खबर के साथ – साथ भाषायी पवित्रता को भी जिन्दा रखना होगा तभी मीडिया अपने निर्धारित लक्ष्यों तक पहुँच पायेगा और हिंदी महादेश को संबोधित करने वाली समर्थ भाषा है।

सन्दर्भ सूची

1. हिंदी पत्रकारिता : इतिहास एवं विकास – आर. ० के. ० गुप्ता
2. पत्रकारिता जो मैंने देखा, जाना, समझा – संजय कुमार सिंह
3. हिंदी पत्रकारिता का बृहद इतिहास – डॉ. अर्जुन तिवारी
4. हिंदी साहित्य का इतिहास – डॉ. ० नागेन्द्र
5. हिंदी भाषा कल और आज – डॉ. ० पूरन चंद टंडन & डॉ. ० मुकेश अग्रवाल