

वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी

प्रा० उपाध्य भारत बाबुराव

विषय प्रवेश :

“आँचल से नगर की ओर,
नगर से राज्य की ओर,
राज्य से राष्ट्र की ओर,
हिन्दी राष्ट्रभाषा से विश्वभाषा की ओर,
विज्ञापन, इलेक्ट्रॉनिक, प्रिंट, मीडिया की ओर,
वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण की ओर,
सभी क्षेत्रों में हिन्दी ।”

उपर्युक्त सार्थक पंक्तियों के माध्यम से वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान काफी महत्वपूर्ण है। आज भूमण्डलीकरण का युग है। वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का संबंध है। भाषा का संबंध आर्थिक एवं सामाजिक विकास से भी जोड़ा है और भारत इस भूमण्डलीकरण में शामिल है। ऐसे समय में हिन्दी भाषा की भूमिका वृहत्तर होनी चाहिए। तृतीय क्रमांक हिन्दी भाषा का स्थान कहाँ कैसे और क्या है? क्या होना चाहिए? आदि परिप्रेक्ष्य में वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण के साथ जोड़ा जा सकता है।

वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण की संकल्पना : वैश्वीकरण की संकल्पना स्पष्ट करने से पहले आधुनिकीकरण को समझ लेना आवश्यक है। आधुनिकीकरण की प्रक्रिया पश्चिमी देशों में सबसे पहले शुरू हुई। 15वीं सदी में धार्मिक पुर्नस्थान के लिए जो एक पृष्ठभूमि बनी। जिससे समाज में परिवर्तन की एक होड़ सी लग गई और समाज के प्रमुख अंग, धर्म, अर्थ, संस्कृति, साहित्य और भाषा में मूल्यों के संदर्भ में परिवर्तन दृष्टिगोचर होने लगा। और मनोविज्ञान वृत्ति, वैज्ञानिकता ईश्वर के स्थान पर मानव को श्रेष्ठ स्थान, तर्क, शास्त्रीय प्रणाली और विकास के लिए औद्योगिकी की आवश्यकता आदि बातों पर जोर दिया गया है। परिणाम स्वरूप परंपरागत विचारधारा पर एवं परंपरागत व्यवसाय पर आघात हुआ और नूतन समाज की एकपृष्ठभूमि तैयार हो गई। विश्व के सब राष्ट्र एक दूसरे से सभी क्षेत्रों में आदान-प्रदान की आवश्यकता महसूस करने लगे। लेकिन इस में सबसे बड़ी समस्या थी संपर्क। फलतः वैश्वीकरण एवं

वाजारीकरण की आवश्यकता को ध्यान में रखकर हिन्दी की भी संपर्क के रूप में जोड़ने का अभियान चलाया जा रहा है।

16वीं सदी के बाद यूरोपीय राष्ट्रों में औद्योगिक क्रांति की हलचल तेज हो गयी। और बाजार साम्राज्य विस्तार की संकल्पना का उदय हुआ। जिससे इंग्लैण्ड, डच, पुर्तगाल, फ्रांस, आदि राष्ट्र साम्राज्य विस्तार के लिए विश्व की ओर मुड़ गए। जिसने एशिया प्रांत सबसे अग्रसर रहा। क्योंकि प्राथमिक स्तर के माल की आवश्यकता और उस पर प्रक्रिया करके उसकी विक्रय व्यवस्था के अनुकूल एशिया जगत में सबसे तेज माँग थी। इसके अनुरूप वैश्वीकरण और बाजारवाद की पृष्ठभूमि तैयार हुई है। धार्मिक पुनर्जीवन और साम्राज्य विस्तार के लिए अनेक देशों का विश्व के महत्वपूर्ण राष्ट्रों की ओर कूच करना तथा उस प्रक्रिया के लिए लगा तीन शताब्दियों का समय ही आधुनिकीकरण, वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण की पृष्ठभूमि है।

17वीं एवं 18वीं सदी में यूरोप खंड में औद्योगिक क्रांति अपनी चरमसीमा पर थी। तो एशियायी देशों में यह स्थिति 19वीं सदी में आकर शुरू होती है, और 20वीं शताब्दी के अंतिम चरण में वह तीव्र गति से विकास की ओर होती हुई नजर आती है। जिसे आज के रूप में हम देख रहे हैं। जिसका परिणाम भाषा पर पड़ा जिससे हिन्दी भाषा अछूती नहीं रही।

औद्योगिक क्षेत्र विभिन्न उत्पाद का निर्माण करता है, उसके लिए उसे एक विक्रय व्यवस्था की आवश्यकता होती है जो उद्योग (बाजार) जगत के लिए पूरक है। इसके चलते एक राष्ट्र में निर्मित अनेक उत्पाद को बेचने के लिए अन्य राष्ट्र में जाना पड़ा। जिसे हम संकल्पनात्मक रूप से वैश्वीकरण एवं बाजारवाद कह सकते हैं। उद्योग जगत में जिसकी आधार भूमि आर्थिक रही है। जिस कारण वह राष्ट्र से उठकर वैश्विकरूप धारण करने लगा। उद्योग जगत (वैश्विक एवं बाजार) में यह प्रवृत्ति 20वीं शताब्दी में मध्यतक आती है और तीव्र हो जाती है। और "विश्व-बाजार" का अवतार गृहण करती है। वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के जगत के इस आदान-प्रदान में समाज के प्रमुख स्तंभ धर्म, अर्थ, संस्कृति, कला साहित्य, भाषा, मीडिया, आधुनिक काल के विज्ञापन और तंत्रविज्ञान को प्रभावित किया और इस सब में वैश्विक स्तर पर आदान प्रदान के रूप में हिन्दी भाषा का भी उपयोग प्रयोग होने लगा।

संक्षेप में "किसी उत्पाद को कहीं भी विश्व में बेचने के लिए जो पृष्ठभूमि तैयार की, वही 'वैश्वीकरण और बाजारीकरण' कहा जाता है।" इस हेतु अनेक भाषाओं का उपयोग होने लगा है। इसमें हिन्दी का स्थान भी काफी महत्वपूर्ण है, क्योंकि हिन्दी बोलने वालों की संख्या तृतीय स्थान पर है। ज्यादा ग्राहक हिन्दी समझने, बोलने और खरीदने वाले हैं। यह कहना सही होगा।

वैश्वीकरण से बाजारीकरण: वैश्वीकरण से बाजारीकरण की प्रक्रिया को समझ लेना आवश्यक है। पहले भारत में अलुतेदार और बलुतेदार की समाज रचना थी। एक ही गाँव में सब व्यवहार होता था। एक दूजे को व्यवहार के रूप में वस्तुओं का आदान-प्रदान किया जाता था। कालांतर में परिवर्तन होता गया। धीरे-धीरे गाँव शहर की ओर निर्भर होता रहा। गाँव की आवश्यकता शहर से होने लगी अर्थात् बाजारीकरण का विस्तार होता गया। आज की तारीख में हम कह सकते हैं, कि आज विश्व ही एक गाँव बन गया है। किसी भी वस्तु की पूर्ति वैश्विक एवं बाजारीकरण के माध्यम से पूर्ण हो रही है और संपर्क हेतु 'हिन्दी भाषा' सेतु का काम कर रही है।

आज सभी क्षेत्रों में वैश्विक रूप धारण कर लिया है। किसी गाँव, राष्ट्र की वस्तुओं का विक्रय करने के लिए बाजार की आवश्यकता होती है। बाजार में अपने उत्पाद का आकर्षण, महत्व समझाने के लिए भाषा का माध्यम प्रभावी होता है। अर्थात् विश्व में एक ही मूल्य पर वह वस्तु खरीदी और बेची जा सकती है। किसी भी राष्ट्र का उत्पाद का विक्रय करने के लिए 'विश्व बाजार' में हिन्दी भाषा अपनी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। इसमें कोई संदेह नहीं।

ब्राण्ड की अवधारणा: ब्राण्ड एक व्यापारिक चिह्न है। उपभोक्ता वर्ग ब्राण्ड की अवधारणा को समझ गया है। किसी उत्पाद का प्रचार वाक्य होता है। जैसे एशियन पेन्ट्स के साथ "हर घर कुछ कहता है" प्रचार वाक्य जुड़ा है किसी भी वस्तु की उपयोगिता और प्रचार हेतु उत्पादक वर्ग उसे 'ब्राण्ड' देकर अपनी वस्तु का मूल्य निर्धारित करता है। यह चिह्न वस्तु की छवि को किसी प्रतीक अथवा विचार द्वारा उपभोक्ता के मन में स्थापित कर देता है। ब्राण्ड के संदर्भ में 'एन०सी०पंत' की किताब 'जनसंपर्क विज्ञापन एवं प्रचार माध्यम में ब्राण्ड के संदर्भ में 'औरकर कहते हैं, ब्राण्ड में एक उद्देश्य परक वक्तव्य शामिल होता है। यह व्यवसाय की सुगन्ध या विशेषता का प्रतिनिधित्व करता है।" अर्थात् किसी वस्तु का प्रचार या लक्षण वाक्य चिह्न होता है। जिसे पढ़कर देखकर उपभोक्ता वर्ग उसे समझता है कि, वह वस्तु अच्छी है या उस कंपनी की है। यह सब भाषा विज्ञापन (ब्राण्ड) से संभव होता है। आज विश्व के बाजारीकरण के युग में नितांत आवश्यक बन पड़ा है।

वैश्वीकरण और हिन्दी बाजारीकरण और हिन्दी: समुचा विश्व एक घर बन गया है। हिन्दी को वैश्विक स्तर पर स्थिर करने के लिए नये नये तरीके अपनाना चाहिए। भूमण्डलीकरण के अनुरूप उसे स्वीकारना होगा। हिन्दी पर अंग्रेजी, संस्कृत, फ्रेंच, जापानीज, उर्दू, मराठी आदि देशी-विदेशी आगत शब्दों को हिन्दी ने स्वीकार किया है। कुछ शब्दों की पारिभाषिक शब्दावली भी बनाई है। केवल शुद्ध शब्द ही होने चाहिए इस वकालत को दूर कर घुल-मिल गए शब्दों को हिन्दी को स्वीकार कर अपना शब्दकोश बढ़ाना चाहिए। हाँ यह सत्य है कि अनावश्यक प्रयोग भी निंदनीय है।

'रक्षा' शब्द जापानी है। उसे हिन्दी, मराठी, और अंग्रेजी ने स्वीकार किया है। 'डाक घर' शब्द डाक हिन्दी शब्द और घर मराठी शब्द से बना 'डाक घर' शब्द को हिन्दी ने स्वीकार किया। ऐसे अनेक उदाहरण दिए जा सकते हैं। जो इस रूप में मिले हुए हैं। वैश्वीकरण, बाजारवाद के युग में विश्व को समझने में भी सहायता हो सकती है इसी लिए थोड़ा बहुत लचीला रूप स्वीकारना होगा।

'कोको कोला' के विज्ञापन में कहा जाता है, "ठंडा मतलब कोका कोला" अब ठंड-मराठी, ठंडा मतलब हिन्दी, कोका कोला अंग्रेजी शब्द अर्थात् हिन्दी और अंग्रेजी शब्दों का मिश्रण विज्ञापन है जो वैश्विक एवं बाजारवाद का प्रभाव हिन्दी भाषा, साहित्य पर पड़ा नजर आ रहा है। एक और विज्ञापन में कहा जाता है.

“तंदुरुस्ती की रक्षा करता है लाईफ बॉय,

लाईफ बॉय है जहाँ तंदुरुस्ती है वहाँ

अर्थात् - हिन्दी और अंग्रेजी शब्दों में विज्ञापन है। पश्चिमीकरण की वस्तु बाजार में आ रही है। उनके उत्पाद को अंग्रेजी नाम दिया जाता है। और उत्पाद विक्रय अंग्रेजोत्तर लोगों में करने के लिए विज्ञापन हिन्दी में दिया जाता है। परिणाम स्वरूप विश्व एवं बाजार में हिन्दी अपने स्तर को बना रही है। अतः हम कह सकते हैं कि वैश्वीकरण में बाजार हिन्दी के प्रचार एवं प्रसार में अप्रत्यक्ष रूप से जुटा है। इसे सकारात्मक दृष्टि से देखना होगा।

संचार माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग : आधुनिक युग में संचार माध्यम का प्रयोग खूब हो रहा है। संचार के प्रमुख माध्यम समाचार पत्र, आकाशवाणी, दूरदर्शन एवं विज्ञापन आदि माध्यमों से वैश्विक और वाजारीकरण की भूमिका में भाषा निभा रही है। वर्तमान युग में जन-जन तक विदेशों की खबरें रेडियो से मिल जाती है। भारत का 90 प्रतिशत भाग देहात में बसा हुआ है। इसीलिए रेडियो सब से महत्वपूर्ण संचार माध्यम रहा है। "संचार माध्यम हिन्दी भाषा का प्रयोग इस किताब में 'लक्ष्मीकांत पाण्डेय' कहते हैं, "संचार माध्यमों ने सारे देश के मानव को नवजागृति प्रदान की।" संचार माध्यम में टेलीग्राम, टेलेक्स, टेलीप्रिंटर, फैक्स, इन्टरकॉम, सेल्युलर टेलीफोन, रेडियो इन्टरनेट आदि के माध्यम से हिन्दी का प्रयोग करके 'विश्व बाजारीकरण' का रूप धारण कर लिया है। इन्टरनेट को दुविधा में क्युं डब्ल्यु क्युं सुविधा बाजार तथा मीडिया को जोड़ती है। मानव जीवन के क्षेत्रों में नवीन सूचनाओं को उसके आधार पर प्राप्त किया जा सकता है। हिन्दी में इन्टरनेट के अनेक वेबसाइट (संजाल विभाग) खुली है जैसे www.webduniya.com में हिन्दी संचार से जुड़ी सारी गतिविधियाँ अंकित हैं। इस प्रकार अनेक सुविधा है, जो आधुनिक हिन्दी को संपन्न बनाने में अपना मौलिक योगदान प्रदान करती है। जिस कारण आज विश्व एक गाँव के रूप में जाना जाने लगा है।

कम्प्यूटर में हिन्दी भाषा का प्रयोग: आज विश्व में संगणक का उपयोग बाजार में हो रहा है। इस संदर्भ में 'लक्ष्मीकांत पाण्डेय' कहते हैं, "कम्प्यूटर के हिन्दी युग करण के लिए लगभग एक दर्जन भारतीय कम्प्यूटर निर्माता प्रयत्नरत हैं। उसके अथक परिश्रम से आज बाजार में हिन्दी में कार्य करने के लिए लगभग डेढ़ दर्जन छोटे-बड़े द्विभाषिक प्रोग्राम, सॉफ्टवेयर, हार्डवेयर, जिस्ट कार्ड रूप में उपलब्ध है। इनका प्रयोग करके हम हिन्दी भाषा और प्रकाशन उद्योग को विकसित करने के लिए महत्वपूर्ण कार्य कर सकते हैं। इस अर्थ से बाजारीकरण में हिन्दी का काफी मात्रा में प्रयोग हो रहा है। इसमें कोई निःसंदेह नहीं है।

बिल गेट्स विद्वान ने भी स्वीकार किया है कम्प्यूटर की भाषा हिन्दी हो सकती है। हम देखते हैं कि रोमन लिपि की तुलना में अधिक देवनागरी लिपि वैज्ञानिक नजर आती है। हिन्दी ध्वनि विज्ञान की दृष्टि से आसान एवं सरल है, जैसे बोला जाता है वैसे लिखा जाता है। जैसे KNIFE, PSYCHOLOGY यहाँ K और P उच्चारण में लुप्त है। हम कहते हैं 'नाइफ और साइकॉलॉजी' यहाँ भाषिक उच्चारण में त्रुटियाँ रोमन लिपि में अधिक है।

आज कम्प्यूटर क्षेत्र शिक्षा, उद्योग, व्यवसाय, मनोरंजन, चिकित्सा, रेलवे आरक्षण, यातायात, टेलीफोन, टेलीग्राम, दूरसंचार, अंतरिक्ष, विज्ञान, डी०टी०पी०, ईमेल शब्द कोष विविध वेब साइट, अभियांत्रिकी तथा शोध अन्वेषण आदि क्षेत्रों में काम हो रहा है, जो वैश्विक और बाजार के लिए फायदेमंद साबित हो गया है।

दूरदर्शन माध्यम द्वारा हिन्दी की राष्ट्रीय एवं अंतर्राष्ट्रीय परिलब्धि हो रही है। दूरदर्शन के माध्यम से सारा विश्व एक हो गया है। दूरदर्शन में जो विज्ञापन होता है जिससे लाखों लोग श्रव्य, दृश्य का लाभ ले रहे हैं, जो विश्व बाजार की रहा दृष्टि से लाभदायक सिद्ध हो रहा है। विश्व के अनेक राष्ट्रों में सोवियत संघ अमेरिका, जर्मनी, फ्रान्स, प्रमुख है। इन में हिन्दी का विकास तीव्रता से हो है। 'मीडिया विमर्श' में रामशरन जोशी का कथन दृष्टव्य है, "प्रसिद्ध अमेरिकी लेखक 'टॉफलर' का मत है कि भविष्य का युद्ध संचार माध्यमों पर निर्भर करेगा।" यहाँ हम 'भविष्य का युद्ध' से अर्थ लेते हैं 'वैश्वीकरण और बाजारीकरण के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी' का युद्ध अगर अन्य प्रतियोगिता कंपनियाँ, उत्पाद, भाषा से करना हो तो निःसंदेह हमें संचार माध्यम पर निर्भर रहना पड़ेगा। इसी लिए आज संचार माध्यमों में हिन्दी का प्रयोग काफी गतिशील हो गया है। यहाँ होड़ सी लगी हुई है। सुधीर पचौरी कृत 'जनसंचार माध्यम भाषा और साहित्य' में कहते हैं, 'हिन्दी जनता एक विशाल उपभोक्ता बाजार है। उसके लिए हर मीडिया दौड़ लगाता है। इसीलिए आज मीडिया का कंटेड हिन्दी बाजार तय कर रहा है। हिन्दी पत्रकारिता फैल रही है। यह प्रामाणिक बनी है। कुछ अंग्रेजी उसमें आने लगी है। लेकिन अब वह अंग्रेजी की मुह देखा कम नजर आती है। आज कईअखबार और कई चैनल हिन्दी में ही सूचना निर्माण का कार्य करते हैं। वे अंग्रेजी

अखबारों के लिए भी ईर्ष्या की वस्तु बने हुए हैं।" बाजारीकरण में मीडिया की भूमिका काफी महत्वपूर्ण रही है भाषा की दृष्टि से भी हिन्दी का कार्यप्रणाली का विस्तार हो चुका है। विज्ञापन की लोकप्रियता और प्रासंगिकता के संदर्भ में 'डॉ० कृष्णकुमार रतू मीडिया के प्रभाव को स्पष्ट करते हुए 'विश्व मीडिया बाजार कृत ग्रंथ में कहते हैं "आनेवाला नया समाज मीडिया माध्यमों की कठपुतली होगा।" 'डॉ० रतूजी' ने सही कहा, इस युग में मीडिया के सिवा वैश्विक एवं बाजारीकरण में कोई पर्याय नहीं रहा। आज उपभोक्ता और उत्पाद के बीच मीडिया के रूप में भाषा ही महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। मीडिया भाषा और अनुवाद के संदर्भ में कहते हुए 'डॉ० रतू' लिखते हैं, "आज मीडिया में भाषा विशेषकर हिन्दी तथा अन्य भारतीय भाषाओं में प्रसारण तथा संप्रेषणता बढ़ गई है। भारतीय प्रसारण और सूचना तंत्र का समूचा बाजार 82 प्रतिशत हिन्दी भाषा के नियंत्रण में है। और शेष पर अंग्रेजी तथा अन्य भारतीय प्रादेशिक भाषाओं का नियंत्रण है। इस स्थिति में प्रसारण में भाषाई अनुवाद एक अहम और दिलचस्प प्रश्न बनकर उभरा है। प्रसारण में भाषा तथा अनुवाद के इन्हीं नये समीकरणों पर इस माध्यम में देखने का प्रयास किया गया है।" इस विवेचन के अनुसार हिन्दी का क्षेत्र विपुल है और विज्ञापन की भाषा हिन्दी होने के कारण उसके अनुवाद के भी प्रश्न निर्मित हो चुके हैं। लेकिन जैसा भी हो बाजारवाद में हिन्दी का स्थान स्थिति का निर्धारित रूप बना है। अर्थात् वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान सर्वोपरि रहा है।

विज्ञापन और हिन्दी : किसी वस्तु के विषय में विशेष रूप से जानकारी प्रस्तुत करना, उस वस्तु के बारे में ज्ञान, वस्तु की ओर लोगों का ध्यान आकृष्ट करना ही विज्ञापन है। भ्रमण्डलीकरण अर्थात् बाजारीकरण में उपभोक्ता के लिए तैयार माल को खरीदने के लिए उत्तेजित उत्प्रेरित करना विज्ञापन का काम है। जिसमें हिन्दी का कई गुना महत्व है। भाषा में भी कहीं मिश्रित भाषा आई है। जैसे

1. दूध सी सफेदी

निरमा से आये

अथवा

2. प्रिमीयम सुंदर सुगंधित साबुन

प्रिमीयम

कोमलता

अपनी त्वचा से कीजिए

कोमलता ये वादा रोजाना

उपर्युक्त विज्ञापन में अंग्रेजी और हिन्दी के शब्दों का मिला रूप है।

अपनी अपनी वस्तु इस बाजारीकरण के युग में बेची जानी चाहिए, इस हेतु होड़ में लगी विज्ञापन के जरिए ध्यान आकृष्ट कर वस्तुओं के प्रति लोभ उत्पन्न करना ही भाषा विज्ञापन की महत्ता रखती है। हाँ यह बात सही है कि, भाषा में मिश्रित रूप ज्यादा हो रहा है। यह वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण का ही परिणाम है।

टेलीविजन और हिंदी : इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के माध्यम से हिंदी का प्रचार प्रसार हो रहा है। हिंदी के अनेक चैनल हैं जो विदेशों में काफी मात्रा में बाजारीकरण के कारण प्रचार-प्रसार कर रहे हैं। वैश्विक स्वरूप/पृष्ठभूमि प्रदान करने में काफी मददगार हो रही है। उपभोक्तावर्ग की ज्यादा संख्या भारत में कई विज्ञापन हिंदी में निकलते हैं। उसका असर समाज पर होता है। और उपभोक्ता वर्ग उत्पाद को खरीद लेता है। हाँ यह सत्य है कि उत्पादक वर्ग उत्पाद का विक्रय करने के लिए भाषा का उपयोग करता है। इसी के परिणाम स्वरूप भाषा का विकास होकर प्रादेशिक भाषासे विश्व भाषा तक पहुंचती रही और वैश्विक रूप धारण कर रही है। जो के लिए उपयोगी सिद्ध हो रही है। आज हिंदी किसी गाँव की भाषा न होकर प्रादेशिक, राष्ट्र राज्य, विश्वमपक बाजारबाट विश्व व्यवसाय भाषा के रूप में सामने आयी है। वैश्वीकरण और बाजार का गीधा संबंध भाषा से है। हिंदी उत्पाद को विक्रय करने के लिए भाषा को सीखना पड़ता है। आज पश्चिमीकरण में लोग यूरोप, पश्चिमी एशियायी देश यहाँ तक विश्व हिंदी को सीख रहा है। और वैश्विक बाजार में अपना स्थान निर्धारित कर रहे हैं। यू कहिए बाजारवाद में स्वार्थ हेतु के रूप में क्यों न हो? हिन्दी का प्रचार-प्रसार हो रहा है यह कहना असंगत न होगा।

सिनेमा और हिन्दी सिनेमा एवं सिने कलाकार का संबंध वैश्विक बाजार से जुड़ा है। आज हम देखते हैं कि, सारे विश्व में सिनेमा जगत उसमें 'हिन्दी सिनेमा जगत का स्थान सर्वोपरि है। जिसका परिणाम दुनिया में हिन्दी साहित्य एवं भाषा प्रेमियों की संख्या बहुत बढ़ रही है।

अमिताभ बच्चन, दिलीप कुमार, देवानंद, राजेश खन्ना, बिनोद खन्ना, ऐश्वर्या रॉय, माधुरी दीक्षित आदि सिने कलाकार के दुनियाँ में प्रेमी होने के कारण विज्ञापन माध्यम से किसी भी वस्तु को उपभोक्ता वर्ग (ग्राहक) तैयार कर रहे हैं। इसी प में वैश्विक एवं बाजार के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी का स्थान काफी गहरा प्रभावी बन पड़ा है।

क्रिकेट खिलाड़ी, अन्य क्षेत्रों के खिलाड़ी, महिला वर्ग के माध्यम से विज्ञापन कर वस्तुओं की विक्रय व्यवस्था हो रही है। सारांश में - फिल्म जगत के सुप्रसिद्ध कलाकार, गायक, गायिका, के माध्यम से वस्तुओं के विज्ञापन करके देश-विदेश में ग्राहक तैयार किये हैं।

विदेशी विश्व विद्यालय एवं हिन्दी: हिन्दी आज राष्ट्र भाषा से विश्व भाषा की ओर बढ़ती नजर आ रही है। आज 176 विदेशी विश्व विद्यालयों में हिन्दी पढ़ी पढ़ायी जा रही है। इसमें केवल 45 विश्व विद्यालय अमेरिका के हैं। इस के साथ ब्रिटेन, यूरोप, रोमानिया, इटली, यूनान में समाज सुधारक विश्व संत कबीर दास को पढ़ाया जाता है। यूरोप के अंतर्गत होटल में भोजन की सूची हिन्दी में होती है। भारतीयों को संबोधित करते हुए वहाँ के स्वागत कर्मी अभिवादन हिन्दी में करते हैं। यहाँ एक रूप से विश्वस्तर पर बाजारवाद फैलने के कारण भाषा का भी विस्तार हो गया है। कहना सत्य होगा कनाडा में 'क्रिस्टोफर किंग' और जर्मनी के कॉलन नगरमें 'स्लेन्डर' हिन्दी की सेवा कर रहे हैं। इन सारी बातों से यह स्पष्ट होता है कि वैश्विक एवं बाजारवाद में हिन्दी भाषा के महत्वपूर्ण साधन के रूप में उमरी एवं उभर रही है।

हिन्दी की अन्तर्राष्ट्रीयता में भूमिका: हिन्दी को अन्तर्राष्ट्रीयता प्रदान करने में विश्व के कई विद्वान, रचनाकार, संस्थाओं का वैश्वीकरण, बाजारवाद में योगदान रहा है। संयुक्त राष्ट्र संघ में भी हिन्दी बोली गयी है। विश्व हिन्दी सम्मेलन के माध्यम से हिन्दी का विकास हो रहा है। लगभग 8 विश्व हिन्दी सम्मेलन हुए हैं। अभी-अभी 8 वाँ विश्व हिन्दी सम्मेलन न्यूयार्क में हुआ। इस माध्यम से हिन्दी का विकास हो रहा है। 'साक्षात्कार पत्रिका' में प्रकाशित लेख के अनुसार 'वसंत पत्रिका का योगदान अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर कितना हुआ है इस का लेखा जोखा दिया है। इस संदर्भ में प्रस्तुत पंक्तियाँ दृष्टव्य हैं "महात्मा गाँधी संस्थान की ओर से प्रकाशित 'वसंत' साहित्यिक हिन्दी पत्रिका 18 वर्षों से विश्व के करीब 40 से अधिक विश्वविद्यालयों में पहुँचती रही है।" तत्कालीन भारत सरकार ने हिन्दी के प्रचार-प्रसार हेतु महात्मा गाँधी अन्तर्राष्ट्रीय विश्वविद्यालय, वर्धा की स्थापना की जिसके प्रथम कुलपति सुप्रसिद्ध वरिष्ठ कवि 'अशोक बाजपेयी' का योगदान काफी सराहनीय रहा है। यहाँ तक उनकी कवितायें देश-विदेश की भाषाओं में अनूदित हुई हैं। यह भी वैश्विक स्तर पर भाषा का बाजारीकरण हुआ है। एक साक्षात्कार पत्रिका मई- जुलाई-अगस्त 07 में 13 देशों के हिन्दी साहित्यकारों को स्थान दिया है। अर्थात् आज हिन्दी की पहल राष्ट्र भाषा से विश्व भाषा की ओर चल रही है। विश्व के 46 देशों में हिन्दी का अध्ययन होता है।

भारत में भूमण्डलीकरण का आगमन नियंत्रित अर्थ व्यवस्था लागू कर आम आदमी की समृद्धि संभव नहीं है। प्रभा खेतान कृत 'बाजार के बीच बाजार के खिलाफ' की पंक्तियाँ उघृत हैं - इस संदर्भ में पण्डित नेहरू कहते हैं, "जब तक राज्य में नियंत्रित अर्थ व्यवस्था लागू नहीं होगी तब तक आम आदमी के लिए समृद्धि संभव नहीं होगी। स्वतंत्रता के 5 दशक बाद नेहरू की समाजवादी संरचना में दरार पड़ी और भारतीय अर्थ व्यवस्था पर बाजारवाद का प्रभाव बढ़ा "

निष्कर्ष : संक्षिप्त में 'वैश्वीकरण एवं बाजारवाद के परिप्रेक्ष्य में हिन्दी' का स्वरूप सभी क्षेत्रों को छू रहा है। हिन्दी का शब्दकोष विश्वकोष जैसा हो रहा है। इस प्रतियोगिता में सामान्यवर्ग चक्की में पिसता जा रहा है। आज लोग भूमिहीन हैं, कुटीर उद्योग समाप्त होकर दूसरों पर निर्भर होना पड़ रहा है। ऐसे में वैश्विक और बाजार यह समाज को लगा हुआ रोग भी कह सकते हैं, जिसमें बचना नामुमकिन है इस भाग दौड़ में गरीब गरीब और अमीर अमीर हो रहा है। दिनकर के शब्दों में "स्थानों को मिलाता दूध " जाड़ों की रात बिताते है। इस व्यवस्था का परिणाम भला बुरा दोनों दृष्टियों से समाज पर हुआ है। हां यह सही है, "हिन्दी भाषा का वैश्विक रूप बाजारवाद में हुआ है।" अन्त में निम्नलिखित पंक्तियों से आशय को विराम दिया जा सकता है।

“वैश्वीकरण एवं बाजारीकरण में

हिन्दी का स्थान सबसे ऊँचा

ऊँचा ऊँचा सदा रहेगा।

भाषा की प्रतियोगिता में

हिन्दी सरल देवनागरी लिपि,

वैज्ञानिकता में सदा रहेगा।

आज प्रासंगिक है हिन्दी वैश्विक एवं बाजारवाद में

विज्ञापन संपर्क आदि क्षेत्रों में हिन्दी का उपयोग होता रहेगा। उत्पाद एवं उपभोक्ता में

सेतु का काम होता रहेगा। ।"