

हिंदी साहित्य में सोशल मीडिया, नई पीढ़ी और भाषा के बदलते स्वरूप

डॉ. धर्मेन्द्र कुमार सिंह

असिस्टेंट प्रोफेसर, हिंदी, संजय गांधी स्नातकोत्तर महाविद्यालय चौकिया, सुलतानपुर

E-mail: dharmendrasingh714@gmail.com



Received 05 July 2026

Accepted 12 July 2026

Published 25 July 2026

Corresponding Author:

डॉ. धर्मेन्द्र कुमार सिंह

Email: dharmendrasingh714@gmail.com

DOI: <https://doi.org/10.64880/pcjaict.v1i3.02>

Funding: This research received no specific grant from any funding agency in the public, commercial, or not-for-profit sector.

Copyright: © 2026 The Author(s).



This is an open access article under the [Creative Commons Attribution-Noncommercial 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

OPEN ACCESS

सारांश:

इक्कीसवीं सदी के दूसरे और तीसरे दशक में सोशल मीडिया ने संचार, अभिव्यक्ति और साहित्य-सृजन की परंपरागत संरचना में व्यापक परिवर्तन किया है। फेसबुक, इंस्टाग्राम, यूट्यूब, एक्स, व्हाट्सएप, ब्लॉग, पॉडकास्ट तथा अन्य डिजिटल मंचों ने न केवल सूचनाओं के प्रसार की गति बढ़ाई है, बल्कि भाषा और साहित्य के उपयोग, निर्माण, प्रकाशन तथा ग्रहण की प्रक्रिया को भी प्रभावित किया है। हिंदी साहित्य के संदर्भ में यह परिवर्तन विशेष रूप से महत्वपूर्ण है, क्योंकि डिजिटल माध्यमों ने ऐसे विशाल पाठक और लेखक समुदाय को अभिव्यक्ति का अवसर प्रदान किया है, जो पारंपरिक पत्र-पत्रिकाओं और प्रकाशन संस्थानों तक सहज रूप से नहीं पहुँच पाता था। नई पीढ़ी ने सोशल मीडिया को केवल संवाद के उपकरण के रूप में नहीं, बल्कि कविता, लघुकथा, संस्मरण, व्यंग्य, पुस्तक-समीक्षा, कहानी-वाचन, साहित्यिक वीडियो और रचनात्मक प्रयोगों के मंच के रूप में अपनाया है। इसके साथ ही हिंदी भाषा के स्वरूप में भी परिवर्तन स्पष्ट दिखाई देता है। हिंदी-अंग्रेजी का मिश्रित प्रयोग, जिसे सामान्यतः 'हिंग्लिश' कहा जाता है, रोमन लिपि में हिंदी लिखना, संक्षिप्त शब्दों का प्रयोग, इमोजी, हैशटैग, मीम-संस्कृति तथा बोलचाल और स्थानीय भाषायी रूपों की बढ़ती उपस्थिति डिजिटल हिंदी की प्रमुख विशेषताएँ बन गई हैं। प्रस्तुत शोध-लेख सोशल मीडिया, नई पीढ़ी और हिंदी भाषा-साहित्य के पारस्परिक संबंधों का विश्लेषण करते हुए इस निष्कर्ष तक पहुँचता है कि डिजिटल माध्यम हिंदी के लिए संकट मात्र नहीं, बल्कि उसके विस्तार और पुनर्संरचना का महत्वपूर्ण अवसर भी हैं। आवश्यकता इस बात की है कि तकनीकी सहजता और भाषायी स्वतंत्रता के साथ साहित्यिक गुणवत्ता, आलोचनात्मक विवेक और भाषायी उत्तरदायित्व को भी बनाए रखा जाए।

मुख्य शब्द: हिंदी साहित्य, सोशल मीडिया, नई पीढ़ी, डिजिटल हिंदी, हिंग्लिश, रोमन हिंदी, भाषा परिवर्तन, डिजिटल साहित्य

1. प्रस्तावना

भाषा किसी समाज की स्थिर और अपरिवर्तनीय संरचना नहीं होती। सामाजिक परिस्थितियाँ, तकनीकी विकास, शिक्षा, अर्थव्यवस्था, संस्कृति और संचार के साधन उसके स्वरूप को निरंतर प्रभावित करते रहते हैं। मुद्रण तकनीक के विकास ने जिस प्रकार आधुनिक हिंदी गद्य, पत्रकारिता और सार्वजनिक विमर्श के निर्माण में भूमिका निभाई थी, उसी प्रकार इंटरनेट और सोशल मीडिया ने हिंदी के समकालीन स्वरूप को नई दिशा दी है। अंतर केवल इतना है कि मुद्रण

के युग में लेखक और पाठक के बीच प्रकाशक, संपादक तथा पत्र-पत्रिका जैसी संस्थाएँ अनिवार्य मध्यस्थ थीं, जबकि सोशल मीडिया के युग में कोई भी व्यक्ति कुछ ही क्षणों में अपनी रचना हजारों पाठकों तक पहुँचा सकता है।

भारत में इंटरनेट की पहुँच का विस्तार इस परिवर्तन को और अधिक महत्वपूर्ण बनाता है। IMAI और Kantar की *Internet in India 2024* रिपोर्ट के अनुसार वर्ष 2024 में भारत में सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ताओं की संख्या लगभग 886 मिलियन तक पहुँच चुकी थी। इनमें लगभग 488 मिलियन उपयोगकर्ता ग्रामीण भारत से थे। रिपोर्ट में यह भी बताया गया कि लगभग 98 प्रतिशत इंटरनेट उपयोगकर्ताओं ने किसी न किसी भारतीय भाषा में डिजिटल सामग्री का उपयोग किया। यह आँकड़ा इस धारणा को कमजोर करता है कि इंटरनेट केवल अंग्रेजी-प्रधान माध्यम है। भारतीय भाषाओं, विशेषकर हिंदी, के लिए डिजिटल क्षेत्र अब एक विशाल सामाजिक और सांस्कृतिक क्षेत्र बन चुका है। इसी प्रकार Data Reportal के अनुसार जनवरी 2025 में भारत में लगभग 491 मिलियन सोशल मीडिया user identities दर्ज की गई थीं। रिपोर्ट स्वयं स्पष्ट करती है कि इन्हें अनिवार्य रूप से इतने ही अलग-अलग व्यक्तियों के रूप में नहीं समझा जाना चाहिए, फिर भी यह आँकड़ा भारतीय समाज में सोशल मीडिया के व्यापक प्रभाव को दर्शाता है।

ऐसे परिदृश्य में हिंदी साहित्य का अध्ययन केवल प्रकाशित पुस्तकों, पत्रिकाओं और औपचारिक साहित्यिक संस्थानों तक सीमित नहीं रह सकता। सोशल मीडिया पर प्रतिदिन लिखी जा रही कविताएँ, सूक्तियाँ, लघुकथाएँ, अनुभव-कथाएँ, पुस्तक-समीक्षाएँ, वीडियो-कविताएँ और मौखिक कथाएँ भी समकालीन साहित्यिक संस्कृति का हिस्सा बन रही हैं।

2. अध्ययन की समस्या और प्रासंगिकता

सोशल मीडिया और हिंदी भाषा के संबंध पर सामान्यतः दो परस्पर विरोधी दृष्टिकोण दिखाई देते हैं। पहला दृष्टिकोण यह मानता है कि सोशल मीडिया के कारण हिंदी की शुद्धता नष्ट हो रही है, वर्तनी की उपेक्षा बढ़ रही है और नई पीढ़ी मानक हिंदी से दूर होती जा रही है। दूसरा दृष्टिकोण सोशल मीडिया को हिंदी के लोकतांत्रिक विस्तार, नए पाठक वर्ग के निर्माण और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता का माध्यम मानता है।

वास्तविक स्थिति इन दोनों ध्रुवों के बीच कहीं अधिक जटिल है। उदाहरण के लिए कोई युवा लिखता है—“आज का मौसम बहुत peaceful है, बस chai और कोई अच्छी book चाहिए।” भाषावैज्ञानिक दृष्टि से यह वाक्य हिंदी और अंग्रेजी का मिश्रण है। इसे केवल ‘अशुद्ध हिंदी’ कह देना सरल है, लेकिन इससे यह प्रश्न अनुत्तरित रह जाता है कि वक्ता ने दोनों भाषाओं के शब्दों का चयन क्यों किया, यह चयन उसकी सामाजिक पहचान से कैसे जुड़ा है और क्या वह किसी नए शहरी डिजिटल भाषा-रूप का निर्माण कर रहा है।

इसी प्रकार रोमन लिपि में लिखा गया—“Kal tumhari kavita padhi, bahut achchi lagi”—भाषा के स्तर पर हिंदी ही है, यद्यपि लिपि देवनागरी नहीं है। इसलिए भाषा, लिपि और साहित्यिक अभिव्यक्ति के संबंधों का नए सिरे से अध्ययन आवश्यक हो गया है।

3. अध्ययन के उद्देश्य

प्रस्तुत अध्ययन के प्रमुख उद्देश्य निम्नलिखित हैं—

1. सोशल मीडिया के कारण हिंदी साहित्य के सृजन, प्रकाशन और पाठकीयता में आए परिवर्तनों का अध्ययन करना।
2. नई पीढ़ी के डिजिटल भाषा-व्यवहार का विश्लेषण करना।
3. हिंदी-अंग्रेजी code-mixing, हिंग्लिश और रोमन हिंदी की बढ़ती प्रवृत्ति को समझना।
4. सोशल मीडिया के कारण हिंदी की शब्दावली, शैली, वाक्य-संरचना और अभिव्यक्ति में आए परिवर्तनों का परीक्षण करना।
5. डिजिटल माध्यमों द्वारा हिंदी साहित्य को प्राप्त अवसरों और उससे उत्पन्न चुनौतियों का संतुलित मूल्यांकन करना।
6. भविष्य में हिंदी भाषा और साहित्य के विकास की संभावित दिशाओं पर विचार करना।

4. शोध-पद्धति

यह अध्ययन मुख्यतः वर्णनात्मक, विश्लेषणात्मक और व्याख्यात्मक शोध-पद्धति पर आधारित है। इसमें सोशल मीडिया पर प्रचलित हिंदी के सामान्य भाषायी व्यवहार, डिजिटल साहित्य की प्रवृत्तियों तथा हिंदी-अंग्रेजी code-mixing पर उपलब्ध शोध-साहित्य का अध्ययन किया गया है। साथ ही IMAI-Kantar तथा DataReportal जैसे स्रोतों से उपलब्ध डिजिटल उपयोग से संबंधित आँकड़ों का संदर्भ लिया गया है।

यह अध्ययन किसी एक सोशल मीडिया मंच के मात्रात्मक content analysis तक सीमित नहीं है। इसका उद्देश्य समकालीन डिजिटल हिंदी की व्यापक प्रवृत्तियों को भाषा और साहित्य के अंतर्संबंध में समझना है।

5. सोशल मीडिया और हिंदी साहित्य का नया सार्वजनिक क्षेत्र

सोशल मीडिया ने साहित्य के प्रकाशन संबंधी परंपरागत ढाँचे में सबसे बड़ा परिवर्तन लेखक और पाठक के बीच की दूरी कम करके किया है। पहले किसी नए लेखक के लिए साहित्यिक पत्रिका में प्रकाशित होना कठिन और समय-साध्य प्रक्रिया थी। रचना संपादक तक पहुँचती, चयन की प्रतीक्षा होती और प्रकाशन के बाद पाठकीय प्रतिक्रिया मिलने में भी लंबा समय लगता था। सोशल मीडिया ने इस समयांतराल को लगभग समाप्त कर दिया है।

आज कोई कवि अपनी कविता लिखकर उसी क्षण फेसबुक या इंस्टाग्राम पर प्रकाशित कर सकता है। पाठक कुछ ही मिनटों में प्रतिक्रिया देता है। लेखक टिप्पणी के माध्यम से पाठक से संवाद करता है और कभी-कभी इसी संवाद से रचना का संशोधित रूप भी विकसित होता है। इस प्रकार साहित्य केवल 'प्रकाशित वस्तु' नहीं रह जाता, बल्कि संवाद की सतत प्रक्रिया बन जाता है।

सोशल मीडिया ने साहित्य के लोकतंत्रीकरण को भी बढ़ावा दिया है। छोटे शहर, कस्बे और गाँव में रहने वाले ऐसे लेखक, जिनके पास बड़े प्रकाशन संस्थानों तक पहुँच नहीं है, अब अपनी रचनाएँ सीधे पाठकों के सामने रख सकते हैं। इंटरनेट के ग्रामीण विस्तार के आँकड़े इस परिवर्तन की सामाजिक पृष्ठभूमि को समझने में महत्वपूर्ण हैं। वर्ष 2024 में भारत के सक्रिय इंटरनेट उपयोगकर्ताओं में लगभग 55 प्रतिशत ग्रामीण क्षेत्रों से थे।

इससे हिंदी साहित्य का भौगोलिक आधार भी विस्तृत हुआ है। डिजिटल मंचों पर बुंदेली, भोजपुरी, अवधी, ब्रज, मैथिली और अन्य भाषायी क्षेत्रों से जुड़े शब्द, मुहावरे, लोक-अनुभव और सांस्कृतिक संदर्भ अधिक स्पष्ट रूप से दिखाई देने लगे हैं।

6. नई पीढ़ी और साहित्य की नई पाठकीयता

नई पीढ़ी साहित्य से दूर हो गई है—यह कथन अक्सर दोहराया जाता है, लेकिन डिजिटल व्यवहार का अध्ययन करने पर स्थिति अधिक जटिल दिखाई देती है। नई पीढ़ी संभवतः साहित्य को उसी स्वरूप में नहीं पढ़ रही, जिसमें पिछली पीढ़ियाँ पढ़ती थीं; परंतु इसका अर्थ साहित्य से पूर्ण दूरी नहीं है।

इंस्टाग्राम पर छोटी कविताएँ, यूट्यूब पर कहानी-वाचन, पॉडकास्ट में साहित्यिक चर्चाएँ, ऑनलाइन पुस्तक-समीक्षाएँ, 'रील' के रूप में कविता-पाठ और साहित्यिक उद्धरणों पर आधारित दृश्य सामग्री इसके उदाहरण हैं। साहित्य पुस्तक के मुद्रित पृष्ठ से निकलकर ध्वनि, चित्र, वीडियो और इंटरैक्टिव सामग्री में प्रवेश कर चुका है।

इस परिवर्तन ने **micro-literature** अर्थात् संक्षिप्त साहित्यिक रूपों को भी बढ़ावा दिया है। दो या चार पंक्तियों की कविता, एक अनुच्छेद की कहानी, सूक्ति, microfiction और छोटी व्यक्तिगत टिप्पणियाँ लोकप्रिय हैं। यह स्वरूप मोबाइल स्क्रीन और त्वरित डिजिटल उपभोग के अनुकूल है।

हालाँकि यहाँ एक महत्वपूर्ण अंतर समझना आवश्यक है। लोकप्रियता हमेशा साहित्यिक गुणवत्ता का पर्याय नहीं होती। सोशल मीडिया पर किसी कविता को दस हजार 'लाइक' मिलना उसके सौंदर्यशास्त्रीय मूल्य का अंतिम प्रमाण नहीं है। एल्गोरिद्म, दृश्य प्रस्तुति, लेखक के followers, पोस्ट का समय तथा भावनात्मक विषय भी लोकप्रियता को प्रभावित करते हैं।

इसके बावजूद नई पीढ़ी की साहित्यिक भागीदारी को केवल 'सतही' कहकर अस्वीकार करना भी उचित नहीं है। डिजिटल माध्यम ने ऐसे युवाओं में लेखन का आत्मविश्वास पैदा किया है जो शायद कभी साहित्यिक पत्रिका को अपनी रचना भेजने का साहस नहीं करते।

7. हिंदी भाषा का बदलता स्वरूप

7.1 हिंदी-अंग्रेजी मिश्रण और 'हिंग्लिश'

सोशल मीडिया की हिंदी की सबसे स्पष्ट विशेषताओं में हिंदी और अंग्रेजी का मिश्रण है। उदाहरण के लिए—

“आज मेरा mood बिल्कुल ठीक नहीं है।”

“तुम्हारा नया post काफी interesting था।”

“Weekend पर कहीं बाहर चलें।”

इन वाक्यों की व्याकरणिक संरचना मूलतः हिंदी है, लेकिन कुछ शब्द अंग्रेजी से लिए गए हैं। यह प्रक्रिया केवल शब्द उधार लेने तक सीमित नहीं रहती; कई बार एक ही वाक्य में दोनों भाषाओं के बड़े अंश शामिल होते हैं।

भाषाविज्ञान में इसे **code-mixing** अथवा **code-switching** के व्यापक संदर्भ में देखा जाता है। Bali, Sharma, Choudhury और Vyas के फेसबुक आधारित अध्ययन ने हिंदी-अंग्रेजी मिश्रण को सोशल मीडिया में व्यापक और भाषायी रूप से जटिल घटना के रूप में रेखांकित किया था। उनके अध्ययन में यह स्पष्ट हुआ कि borrowing और code-mixing के बीच हमेशा बहुत स्पष्ट सीमा निर्धारित करना संभव नहीं होता।

बाद के अध्ययनों ने भी हिंदी-अंग्रेजी मिश्रित सोशल मीडिया सामग्री के व्यापक प्रयोग की पुष्टि की है। हिंदी-इंग्लिश code-mixed corpus, sentiment analysis और emotion detection पर लगातार हो रहे computational research इस बात के प्रमाण हैं कि हिंग्लिश अब डिजिटल संचार की इतनी महत्वपूर्ण वास्तविकता बन चुकी है कि Natural Language Processing के लिए भी इसे स्वतंत्र चुनौती के रूप में देखा जा रहा है।

हिंग्लिश को केवल हिंदी की 'गिरावट' कहना भाषायी वास्तविकता को सरल बना देना होगा। द्विभाषिक समाजों में भाषाओं का परस्पर प्रभाव स्वाभाविक है। समस्या तब उत्पन्न होती है जब अनावश्यक अंग्रेजी शब्दों का प्रयोग हिंदी के उपलब्ध और सहज शब्दों को पूरी तरह विस्थापित करने लगे।

7.2 रोमन हिंदी का बढ़ता प्रयोग

सोशल मीडिया की दूसरी महत्वपूर्ण प्रवृत्ति हिंदी को रोमन लिपि में लिखना है—

“Tum kaha ho?”

“Aaj bahut achcha laga.”

“Ye kavita dil ko chhoo gayi.”

यहाँ भाषा हिंदी है, लेकिन लिपि रोमन है। स्मार्टफोन के शुरुआती वर्षों में देवनागरी keyboard की सीमित उपलब्धता और अंग्रेजी keyboard की सहजता ने रोमन हिंदी को बढ़ावा दिया। बाद में देवनागरी typing आसान होने के बावजूद रोमन हिंदी की आदत बनी रही।

Srivastava, Bali और Choudhury ने हिंदी-अंग्रेजी द्विभाषी ट्विटर उपयोगकर्ताओं के अध्ययन में यह दिखाया कि सोशल मीडिया पर भाषा के साथ-साथ **script-mixing** भी मौजूद है और उपयोगकर्ता कभी-कभी लिपि का चयन अर्थ पर जोर देने अथवा अभिव्यक्ति में भिन्नता उत्पन्न करने के लिए करते हैं।

रोमन हिंदी का लाभ यह है कि देवनागरी न जानने वाला व्यक्ति भी बोलचाल की हिंदी लिख सकता है। प्रवासी भारतीय समुदाय के लिए भी यह सुविधाजनक हो सकती है। लेकिन इसकी सबसे बड़ी समस्या **मानकीकरण का अभाव** है। 'क्यों' को कोई *kyon*, कोई *kyu*, कोई *kyun* और कोई *q* लिख सकता है। इससे एक ही शब्द के कई डिजिटल रूप बन जाते हैं।

दीर्घकालीन दृष्टि से देवनागरी के साथ नई पीढ़ी का संबंध बनाए रखना इसलिए आवश्यक है, क्योंकि साहित्यिक हिंदी की सांस्कृतिक स्मृति, विशाल पुस्तक-संपदा और ऐतिहासिक पाठ-परंपरा देवनागरी से गहराई से जुड़ी है।

7.3 संक्षिप्तता की भाषा

सोशल मीडिया की गति ने भाषा को संक्षिप्त बनाया है। ‘बहुत बढ़िया’ के स्थान पर ‘सुपर’, ‘धन्यवाद’ के स्थान पर ‘थैंक्स’, लंबी प्रतिक्रिया की जगह emoji या reaction देने की प्रवृत्ति सामान्य हो चुकी है।

इस संक्षिप्तता का संबंध केवल आलस्य से नहीं है। डिजिटल माध्यम समय, स्क्रीन और ध्यान—तीनों की अर्थव्यवस्था पर आधारित है। उपयोगकर्ता कम शब्दों में प्रभाव उत्पन्न करना चाहता है। इसी कारण punchline, one-liner और छोटी कविताएँ अधिक साझा होती हैं।

साहित्य के लिए यह प्रवृत्ति एक साथ अवसर और चुनौती है। अवसर इसलिए कि संक्षिप्त अभिव्यक्ति लेखक को शब्दों के चयन में अधिक सजग बना सकती है; चुनौती इसलिए कि जटिल अनुभूतियों और विचारों को अत्यधिक संक्षिप्त करने से उनकी गहराई नष्ट हो सकती है।

7.4 इमोजी और दृश्य संकेतों का प्रवेश

डिजिटल भाषा अब केवल अक्षरों पर निर्भर नहीं है। 😊, ❤️, 😞, 🙏 जैसे इमोजी कई बार पूरे भाव का स्थान ले लेते हैं। पारंपरिक लिखित भाषा में जहाँ भाव स्पष्ट करने के लिए शब्दों और विराम-चिह्नों का उपयोग किया जाता था, सोशल मीडिया में इमोजी एक प्रकार के डिजिटल भाव-संकेत बन गए हैं।

उदाहरण के लिए—

“बहुत अच्छा किया आपने 🙏”

और

“बहुत अच्छा किया आपने 😊”

इन दोनों वाक्यों का शब्दात्मक भाग समान है, लेकिन इमोजी अर्थ को पूरी तरह बदल सकता है। इसलिए डिजिटल हिंदी में अर्थ-निर्माण अब केवल शब्दों से नहीं, बल्कि शब्द, चित्र, संकेत और संदर्भ के संयुक्त प्रभाव से होता है।

7.5 हैशटैग और नई शब्द-संरचनाएँ

‘#हिंदीदिवस’, ‘#नईकविता’, ‘#आजकीबात’, ‘#किताबें’ जैसे हैशटैग भाषा को खोज और वर्गीकरण की तकनीकी व्यवस्था से जोड़ते हैं। हैशटैग स्वयं एक प्रकार का डिजिटल शब्द बन जाता है। वह केवल अर्थ नहीं देता, बल्कि सामग्री को एक ऑनलाइन समुदाय से भी जोड़ता है।

इस प्रकार तकनीक भाषा की संरचना के बाहर नहीं है; वह भाषा के उपयोग की प्रकृति में प्रवेश कर चुकी है।

7.6 लोकभाषाओं की पुनः उपस्थिति

सोशल मीडिया का एक सकारात्मक प्रभाव क्षेत्रीय बोलियों और लोकभाषाओं की दृश्यता में वृद्धि है। हिंदी का औपचारिक सार्वजनिक क्षेत्र लंबे समय तक मानक खड़ी बोली पर केंद्रित रहा, जबकि डिजिटल मंचों पर उपयोगकर्ता अपने क्षेत्र की बोलचाल को निर्भय होकर लिख रहे हैं।

अवधी, भोजपुरी, ब्रज, बुंदेली या हरियाणवी अभिव्यक्तियों से बने वीडियो, कविताएँ, हास्य और लोकगीत बड़ी संख्या में प्रसारित होते हैं। इससे भाषायी विविधता को नया मंच मिला है। यह प्रक्रिया हिंदी के केंद्रीकृत स्वरूप को बहुस्तरीय बनाती है।

8. सोशल मीडिया और साहित्यिक विधाओं में परिवर्तन

कविता

कविता सोशल मीडिया पर सबसे अधिक दिखाई देने वाली साहित्यिक विधाओं में है। छोटी प्रेम-कविताएँ, आत्म-अभिव्यक्ति, सामाजिक प्रश्न, स्त्री-अनुभव और व्यक्तिगत जीवन से संबंधित कविताएँ व्यापक रूप से साझा की जाती हैं। चित्र पर अंकित कविता, वीडियो-कविता और background music के साथ कविता-पाठ जैसे नए रूप उभरे हैं।

कहानी और लघुकथा

लंबी कहानी की तुलना में microfiction और लघुकथा मोबाइल माध्यम के अनुकूल सिद्ध हुई हैं। लेखक कम शब्दों में घटना और भावनात्मक प्रभाव प्रस्तुत करता है। कई बार कहानी एक फेसबुक पोस्ट या इंस्टाग्राम स्लाइडों की श्रृंखला में विकसित होती है।

साहित्यिक आलोचना

सोशल मीडिया ने आलोचना की प्रकृति भी बदली है। पहले किसी पुस्तक पर विस्तृत समीक्षा पत्रिका में प्रकाशित होती थी। अब पाठक पुस्तक समाप्त करते ही अपना अनुभव लिख देता है। बुक रिव्यू वीडियोस और साहित्यिक चैनलों ने सामान्य पाठक को आलोचना की प्रक्रिया में सहभागी बनाया है। यह लोकतंत्रीकरण स्वागतयोग्य है, लेकिन पेशेवर आलोचना और व्यक्तिगत प्रतिक्रिया का अंतर बनाए रखना आवश्यक है। 'मुझे पुस्तक अच्छी लगी' और किसी रचना का गंभीर साहित्यिक मूल्यांकन समान नहीं हैं।

मौखिकता की वापसी

यूट्यूब, पॉडकास्ट और वीडियो प्लेटफॉर्म ने हिंदी साहित्य में मौखिकता को पुनः महत्त्व दिया है। कहानी सुनना, कविता-पाठ और साहित्यिक बातचीत फिर लोकप्रिय हो रहे हैं। भारतीय साहित्य की प्राचीन मौखिक परंपरा डिजिटल तकनीक के माध्यम से नए स्वरूप में सामने आ रही है।

9. सोशल मीडिया के सकारात्मक प्रभाव

सोशल मीडिया का पहला बड़ा योगदान **अभिव्यक्ति के अवसर का विस्तार** है। साहित्यिक प्रतिष्ठान से बाहर का व्यक्ति भी अपनी बात रख सकता है। दूसरा योगदान पाठक समुदाय के विस्तार में है। भारतीय भाषाओं में डिजिटल सामग्री की बढ़ती माँग इसका प्रमाण है। IMAI-Kantar के अनुसार 57 प्रतिशत शहरी इंटरनेट उपयोगकर्ता क्षेत्रीय भाषाओं में सामग्री के उपयोग को प्राथमिकता देते पाए गए।

तीसरा महत्वपूर्ण पक्ष तत्काल संवाद है। लेखक अपनी रचना पर पाठक की प्रतिक्रिया तुरंत प्राप्त करता है।

चौथा प्रभाव साहित्य के संग्रह और प्रसार से जुड़ा है। अनेक पुरानी कविताएँ, दुर्लभ साहित्यिक चर्चाएँ, कवियों के वीडियो और साहित्यिक व्याख्यान डिजिटल माध्यम से नई पीढ़ी तक पहुँच रहे हैं।

पाँचवाँ लाभ भाषा की सामाजिक सीमा के विस्तार में है। हिंदी अब केवल विद्यालय, पुस्तक या समाचार-पत्र की भाषा नहीं, बल्कि डिजिटल मनोरंजन, तकनीकी बातचीत, ऑनलाइन व्यापार, सार्वजनिक संवाद और व्यक्तिगत पहचान की भाषा भी है।

10. प्रमुख चुनौतियाँ

10.1 भाषायी शुद्धता बनाम भाषायी स्वतंत्रता

सोशल मीडिया पर वर्तनी और व्याकरण संबंधी त्रुटियाँ सामान्य हैं। यदि गलत रूप लगातार दोहराए जाएँ तो नई पीढ़ी उन्हें सही मान सकती है। दूसरी ओर अत्यधिक शुद्धतावाद भाषा को कृत्रिम और जनजीवन से दूर कर सकता है। इसलिए समाधान कठोर भाषायी नियंत्रण में नहीं, बल्कि सहज और शुद्ध अभिव्यक्ति के संतुलन में है।

10.2 साहित्य का त्वरित उपभोग

सोशल मीडिया का एल्गोरिथमिक ढाँचा ऐसी सामग्री को प्राथमिकता देता है जो जल्दी ध्यान आकर्षित करे। गंभीर उपन्यास, निबंध या आलोचना को जिस धैर्य की आवश्यकता होती है, वह त्वरित scrolling संस्कृति से भिन्न है। यदि साहित्य केवल 'viral quote' तक सीमित होने लगे तो उसकी बौद्धिक गहराई प्रभावित हो सकती है।

10.3 साहित्यिक चोरी और लेखकत्व: Copy-paste की सुविधा ने रचनाओं के अनधिकृत प्रसार को आसान बनाया है। कई बार कविता से मूल लेखक का नाम हटाकर उसे किसी प्रसिद्ध कवि के नाम से साझा कर दिया जाता है। इससे लेखकत्व और बौद्धिक संपदा का प्रश्न गंभीर हो जाता है।

10.4 लोकप्रियता और गुणवत्ता का भ्रम

सोशल मीडिया संख्या-आधारित प्रतिष्ठा उत्पन्न करता है—followers, likes, views और shares। यह साहित्यिक मूल्यांकन के लिए विश्वसनीय मानदंड नहीं है। उत्कृष्ट रचना कम लोगों तक पहुँच सकती है, जबकि साधारण सामग्री एल्गोरिथम के कारण लाखों लोगों के सामने आ सकती है।

10.5 भ्रामक उद्धरण और साहित्यिक तथ्य

प्रसिद्ध लेखकों के नाम से सोशल मीडिया पर असंख्य ऐसे कथन प्रसारित होते हैं जो उन्होंने कभी लिखे ही नहीं। इससे साहित्यिक इतिहास और लेखक की वैचारिक छवि दोनों विकृत हो सकते हैं। डिजिटल साक्षरता के साथ **साहित्यिक स्रोत-साक्षरता** विकसित करना इसलिए आवश्यक है।

10.6 मानक हिंदी से दूरी

हिंग्लिश और रोमन हिंदी की अत्यधिक निर्भरता के कारण कुछ युवा बोलचाल तो हिंदी में करते हैं लेकिन औपचारिक हिंदी लेखन में असहज अनुभव करते हैं। इस स्थिति को भाषा की स्वाभाविक प्रगति कहकर पूरी तरह नजरअंदाज नहीं किया जा सकता। विद्यालय और विश्वविद्यालय स्तर पर देवनागरी, व्याकरण और औपचारिक हिंदी लेखन का अभ्यास आवश्यक बना रहेगा।

11. नई पीढ़ी की भाषा: संकट नहीं, संक्रमण

नई पीढ़ी की डिजिटल हिंदी को समझने का सबसे संतुलित तरीका इसे 'संकट' के बजाय **संक्रमण** के रूप में देखना है। भाषा नए माध्यम के अनुरूप स्वयं को बदल रही है। इतिहास में हिंदी ने संस्कृत, फारसी, अरबी, तुर्की, पुर्तगाली और अंग्रेजी सहित अनेक भाषाओं से शब्द ग्रहण किए हैं। इसलिए संपर्क और परिवर्तन हिंदी के लिए नए नहीं हैं।

नई बात यह है कि सोशल मीडिया के कारण यह परिवर्तन अत्यंत तीव्र, सार्वजनिक और रिकॉर्ड योग्य हो गया है। पहले बोलचाल में होने वाला भाषायी प्रयोग अक्सर लिखित रिकॉर्ड का हिस्सा नहीं बनता था; अब वही व्हाट्सएप संदेश, पोस्ट, कमेंट और वीडियो captions के रूप में लिखित दिखाई देता है। Code-mixed हिंदी पर किए गए computational studies भी इस वास्तविकता को स्वीकार करते हैं। शोधकर्ताओं ने हिंदी-अंग्रेजी मिश्रित सोशल मीडिया सामग्री के लिए POS tagging, sentiment analysis और stance detection तक के मॉडल विकसित किए हैं। इसका अर्थ है कि डिजिटल हिंग्लिश को अब क्षणिक या नगण्य प्रवृत्ति नहीं माना जा सकता।

फिर भी परिवर्तन को स्वीकार करने का अर्थ मानक भाषा को अप्रासंगिक मानना नहीं है। व्यक्ति मित्र से चैट करते समय "kal milte hain" लिख सकता है और शोध-पत्र में "कल मिलते हैं" का मानक रूप लिख सकता है। वास्तविक भाषायी दक्षता इसी क्षमता में है कि वक्ता अलग-अलग परिस्थितियों के अनुसार उपयुक्त भाषा-रूप चुन सके।

12. हिंदी साहित्य का संभावित भविष्य

भविष्य का हिंदी साहित्य संभवतः मुद्रित और डिजिटल माध्यमों के बीच किसी एक का चुनाव नहीं करेगा, बल्कि दोनों के मिश्रित स्वरूप में विकसित होगा। पुस्तकें रहेंगी, लेकिन उनके साथ e-books, audiobooks, podcasts, online literary magazines और video discussions भी बढ़ेंगे।

कृत्रिम बुद्धिमत्ता, voice typing, speech-to-text तथा machine translation जैसी तकनीकें हिंदी के डिजिटल विस्तार को और तेज कर सकती हैं। भारतीय भाषाओं में इंटरनेट सामग्री की व्यापक माँग पहले ही स्पष्ट हो चुकी है। इसलिए हिंदी के सामने प्रश्न यह नहीं है कि वह डिजिटल होगी या नहीं; वह पहले ही डिजिटल हो चुकी है। वास्तविक प्रश्न यह है कि उसकी डिजिटल उपस्थिति कितनी समृद्ध, विश्वसनीय और साहित्यिक दृष्टि से गुणवत्तापूर्ण होगी। हिंदी के भविष्य के लिए कुछ दिशाएँ विशेष महत्त्व रखती हैं—

- डिजिटल माध्यमों पर अच्छी हिंदी सामग्री का निर्माण बढ़ाया जाए।
- युवा लेखकों को संपादन और भाषा-संस्कार से जोड़ा जाए।
- देवनागरी typing को और सहज बनाया जाए।
- क्षेत्रीय बोलियों को सम्मानजनक स्थान दिया जाए।
- प्रामाणिक डिजिटल साहित्यिक अभिलेख विकसित किए जाएँ।
- विश्वविद्यालयों में डिजिटल साहित्य और सोशल मीडिया भाषा पर गंभीर शोध को प्रोत्साहित किया जाए।
- विद्यार्थियों को मानक हिंदी के साथ डिजिटल भाषा के भिन्न रजिस्ट्रों की समझ दी जाए।

13. निष्कर्ष

सोशल मीडिया ने हिंदी भाषा और साहित्य के सामने अभूतपूर्व परिवर्तन उपस्थित किए हैं। इसने लेखक और पाठक के बीच की दूरी घटाई है, साहित्यिक अभिव्यक्ति को लोकतांत्रिक बनाया है और नई पीढ़ी को रचनात्मक लेखन के लिए नया मंच दिया है। हिंदी कविता, लघुकथा, पुस्तक-समीक्षा, कहानी-वाचन और साहित्यिक विमर्श अब मुद्रित पृष्ठ के अतिरिक्त मोबाइल स्क्रीन, ऑडियो और वीडियो के माध्यम से भी पाठकों तक पहुँच रहे हैं।

इसी प्रक्रिया में हिंदी का भाषायी स्वरूप भी परिवर्तित हुआ है। हिंग्लिश, code-mixing, रोमन हिंदी, इमोजी, संक्षिप्त अभिव्यक्ति, हैशटैग तथा क्षेत्रीय भाषायी रूप समकालीन डिजिटल हिंदी की वास्तविकताएँ हैं। इन्हें केवल भाषा की गिरावट मानना उतना ही अनुचित है जितना इनके कारण उत्पन्न चुनौतियों को पूरी तरह नकार देना।

भाषा की शक्ति उसकी परिवर्तनशीलता में है, लेकिन उसकी सांस्कृतिक निरंतरता भी उतनी ही महत्वपूर्ण है। इसलिए नई पीढ़ी की डिजिटल अभिव्यक्ति और मानक हिंदी को परस्पर विरोधी मानने के बजाय उनके बीच संवाद स्थापित किया जाना चाहिए।

सोशल मीडिया हिंदी के लिए न तो पूर्णतः संकट है और न स्वतः उपलब्ध वरदान। उसका प्रभाव इस बात पर निर्भर करेगा कि लेखक, पाठक, शिक्षक, विश्वविद्यालय, प्रकाशक और डिजिटल मंच उसका उपयोग किस प्रकार करते हैं। यदि तकनीकी सुविधा के साथ भाषायी सजगता, साहित्यिक गुणवत्ता, स्रोतों की प्रामाणिकता और आलोचनात्मक विवेक को जोड़ा जाए तो सोशल मीडिया हिंदी भाषा और साहित्य के विस्तार का अत्यंत शक्तिशाली माध्यम सिद्ध हो सकता है।

वस्तुतः हिंदी का भविष्य केवल पुस्तकालयों में नहीं लिखा जा रहा; उसका एक बड़ा हिस्सा इस समय मोबाइल की स्क्रीन, सोशल मीडिया की पोस्ट, डिजिटल संवाद और नई पीढ़ी की रोजमर्रा की भाषा में भी आकार ग्रहण कर रहा है। यह स्वरूप पारंपरिक हिंदी से भिन्न अवश्य है, किंतु इसी परिवर्तनशीलता में हिंदी की जीवंतता और उसकी भविष्यगत संभावनाएँ निहित हैं।

संदर्भ सूची

बाली, के., शर्मा, जे., चौधरी, एम., और व्यास, वाई. (2014). क्या मैं उधार ले रहा हूँ या मिला रहा हूँ? फेसबुक में अंग्रेजी-हिंदी कोड मिश्रण का विश्लेषण। कोड स्विचिंग के लिए कम्प्यूटेशनल दृष्टिकोण पर प्रथम कार्यशाला की कार्यवाही।

- बरोई, एस. जे., सिंह, एन., दास, आर., और सिंह, टी. डी. (2020). एनआईटीएस-हिंग्लिश-सेंटीमिक्स एट सेमइवैल-2020 टास्क 9: एक एन्सेम्बल मॉडल का उपयोग करके कोड-मिश्रित सोशल मीडिया टेक्स्ट के लिए भावना विश्लेषण। सिमेंटिक मूल्यांकन पर चौदहवीं कार्यशाला की कार्यवाही।
- कैस्टेल्स, एम. (2010). नेटवर्क समाज का उदय। विली-ब्लैकवेल।
- क्रिस्टल, डी. (2006). भाषा और इंटरनेट (द्वितीय संस्करण)। कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस।
- डेटा रिपोर्टल (2025). डिजिटल 2025: भारत। ग्लोबल डिजिटल इनसाइट्स।
- इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया और कांतार (2025)। भारत में इंटरनेट 2024। आईएमएआई।
- साने, एस. आर., त्रिपाठी, एस., साने, के. आर., और मामिडी, आर. (2019)। मल्टी-टास्क लर्निंग का उपयोग करके कोड-मिश्रित हिंदी-अंग्रेजी सोशल मीडिया डेटा में रुख का पता लगाना। सब्जेक्टिविटी, सेंटिमेंट और सोशल मीडिया विश्लेषण के लिए कम्प्यूटेशनल अप्रोचेस पर दसवीं कार्यशाला की कार्यवाही।
- सेक्वेरा, आर., चौधरी, एम., और बाली, के. (2015)। सोशल मीडिया से हिंदी-अंग्रेजी कोड मिश्रित टेक्स्ट की पीओएस टैगिंग: कुछ मशीन लर्निंग प्रयोग। प्राकृतिक भाषा प्रसंस्करण पर 12वें अंतर्राष्ट्रीय सम्मेलन की कार्यवाही, 237–246। Singh, K., Sen, I., & Kumaraguru, P. (2018). A Twitter corpus for Hindi-English code mixed POS tagging. *Proceedings of the Sixth International Workshop on Natural Language Processing for Social Media*.
- Srivastava, A., Bali, K., & Choudhury, M. (2020). Understanding script-mixing: A case study of Hindi-English bilingual Twitter users. *Proceedings of the 4th Workshop on Computational Approaches to Code Switching*. 2022, ISBN 978-92-76-48882-8, <https://doi.org/10.2760/115376>, JRC128415.
- बाली, के., शर्मा, जे., चौधरी, एम., और व्यास, वाई. (2014). “I am borrowing ya mixing?” Facebook में इंग्लिश-हिंदी कोड मिक्सिंग का विश्लेषण। कोड स्विचिंग के लिए कम्प्यूटेशनल तरीकों पर पहली वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 116–126)। एसोसिएशन फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स। <https://doi.org/10.3115/v1/W14-3914>
- बरमन, यू., दास, ए., वैगनर, जे., और फोस्टर, जे. (2014). कोड मिक्सिंग: सोशल मीडिया की भाषा में भाषा की पहचान के लिए एक चुनौती। कोड स्विचिंग के लिए कम्प्यूटेशनल तरीकों पर पहली वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 13–23)। एसोसिएशन फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स। <https://doi.org/10.3115/v1/W14-3902>
- बैरोन, एन. एस. (2008). Always on: Language in an online and mobile world. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस।
- कास्टेल्स, एम. (2010). The rise of the network society (दूसरा संस्करण)। विली-ब्लैकवेल।
- क्रिस्टल, डी. (2006). Language and the Internet (दूसरा संस्करण)। कैम्ब्रिज यूनिवर्सिटी प्रेस।
- डैनेट, बी., और हेरिंग, एस. सी. (संपादक)। (2007). The multilingual Internet: Language, culture, and communication online. ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी प्रेस। <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195304794.001.0001>
- डेटारिपोर्टल (2025). Digital 2025: India. डेटारिपोर्टल।
- हेरिंग, एस. सी. (2001). Computer-mediated discourse. डी. शिफ्रिन, डी. टैनेन, और एच. ई. हैमिल्टन (संपादक) में, The handbook of discourse analysis (पृष्ठ 612–634)। ब्लैकवेल पब्लिशर्स।

- इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया, और कांतारा। (2025). Internet in India 2024. इंटरनेट एंड मोबाइल एसोसिएशन ऑफ इंडिया। Patwa, P., Aguilar, G., Kar, S., Pandey, S., PYKL, S., Gambäck, B., Chakraborty, T., Solorio, T., & Das, A. (2020). SemEval-2020 Task 9: कोड-मिक्स ट्वीट्स के सेंटीमेंट एनालिसिस का ओवरव्यू। सिमेंटिक इवैल्यूएशन पर चौदहवीं वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 774–790)। इंटरनेशनल कमिटी फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स। <https://doi.org/10.18653/v1/2020.semeval-1.100>
- Sane, S. R., Tripathi, S., Sane, K. R., & Mamidi, R. (2019). मल्टी-टास्क लर्निंग का उपयोग करके कोड-मिक्स हिंदी-अंग्रेजी सोशल मीडिया डेटा में स्टैंड्स डिटेक्शन। सब्जेक्टिविटी, सेंटीमेंट और सोशल मीडिया एनालिसिस के लिए कम्प्यूटेशनल अप्रोच पर दसवीं वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 1–5)। एसोसिएशन फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स। <https://doi.org/10.18653/v1/W19-1301>
- Sequiera, R., Choudhury, M., & Bali, K. (2015). सोशल मीडिया से हिंदी-अंग्रेजी कोड-मिक्स टेक्स्ट की POS टैगिंग: कुछ मशीन लर्निंग प्रयोग। नेचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग पर 12वीं इंटरनेशनल कॉन्फ्रेंस की कार्यवाही में (पृष्ठ 237–246)। NLP एसोसिएशन ऑफ इंडिया।
- Singh, K., Sen, I., & Kumaraguru, P. (2018). हिंदी-अंग्रेजी कोड-मिक्स POS टैगिंग के लिए एक ट्विटर कॉर्पस। सोशल मीडिया के लिए नेचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग पर छठी इंटरनेशनल वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 12–17)। एसोसिएशन फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स।
- Srivastava, A., Bali, K., & Choudhury, M. (2020). स्क्रिप्ट-मिक्सिंग को समझना: हिंदी-अंग्रेजी द्विभाषी ट्विटर उपयोगकर्ताओं का एक केस स्टडी। कोड स्विचिंग के लिए कम्प्यूटेशनल अप्रोच पर चौथी वर्कशॉप की कार्यवाही में (पृष्ठ 36–44)। यूरोपियन लैंग्वेज रिसोर्सेज एसोसिएशन।
- Vyas, Y., Gella, S., Sharma, J., Bali, K., & Choudhury, M. (2014). अंग्रेजी-हिंदी कोड-मिक्स वाले सोशल मीडिया कंटेंट की POS टैगिंग। नेचुरल लैंग्वेज प्रोसेसिंग में एम्पिरिकल मेथड्स (EMNLP) पर 2014 की कॉन्फ्रेंस की कार्यवाही में (पृष्ठ 974–979)। एसोसिएशन फॉर कम्प्यूटेशनल लिंग्विस्टिक्स। <https://doi.org/10.3115/v1/D14-1105>

Disclaimer/Publisher's Note: The views, findings, and opinions expressed in this publication are solely those of the author(s). The publisher and editorial team are not responsible for any errors, claims, or consequences arising from the use of the published content.