

ISSN 2277 - 5730
AN INTERNATIONAL MULTIDISCIPLINARY
QUARTERLY RESEARCH JOURNAL

AJANTA

Volume - IX

Issue - I

January - March - 2020

HINDI PART - I

Peer Reviewed Referred
and UGC Listed Journal

Journal No. 40776



ज्ञान-विज्ञान विमुक्तये

IMPACT FACTOR / INDEXING

2019 - 6.399

www.sjifactor.com

❖ EDITOR ❖

Asst. Prof. Vinay Shankarrao Hatole

M.Sc (Maths), M.B.A. (Mktg.), M.B.A. (H.R.),
M.Drama (Acting), M.Drama (Prod. & Dir.), M.Ed.

❖ PUBLISHED BY ❖



Ajanta Prakashan

Aurangabad. (M.S.)

The information and views expressed and the research content published in this journal, the sole responsibility lies entirely with the author(s) and does not reflect the official opinion of the Editorial Board, Advisory Committee and the Editor in Chief of the Journal "AJANTA".
Owner, printer & publisher Vinay S. Hatole has printed this journal at Ajanta Computer and Printers, Jaisingpura, University Gate, Aurangabad, also Published the same at Aurangabad.

Printed by

Ajanta Computer, Near University Gate, Jaisingpura, Aurangabad. (M.S.)

Printed by

Ajanta Computer, Near University Gate, Jaisingpura, Aurangabad. (M.S.)

Cell No. : 9579260877, 9822620877, 7030308239 Ph. No. : (0240) 2400877

E-mail : ajanta5050@gmail.com, www.ajantaprakashan.com

AJANTA - ISSN 2277 - 5730 - Impact Factor - 6.399 (www.sjifactor.com)

**CONTENTS OF HINDI PART - I**

अ. क्र.	लेख आणि लेखकाचे नाव	पृष्ठ क्र.
१	प्रबोधनमूलक हिंदी और अनुवाद क्षेत्र डॉ. गायत्री मिश्रा	१-८
२	रोजगारोन्मुख हिंदी (विशेष संदर्भ - अनुवाद का क्षेत्र) डॉ. सतीश चावब	९-१३
३	प्रबोधनमूलक हिंदी की विशेषता और स्वरूप डॉ. एस. सी. अंगडि	१४-१७
४	अनुवाद क्षेत्र डॉ. अफशां बेगम अहमदअली, देशमुख	१८-२५
५	रोजगारोन्मुख हिंदी डॉ. ललिता राठोड	२६-३०
६	विज्ञापन क्षेत्र कुशलदाम माहू डॉ. चन्द्रकुमार जैन	३१-३४
७	एक आश्चर्य सफलता: विज्ञापन डॉ. नानासाहेब ड. गायकवाड	३५-३८
८	दूरदर्शन के क्षेत्र में हिन्दी डॉ. बाबजा कोटुळे	३९-४१
९	रोजगार की सभावनाएँ डॉ. मंजी आर. आडे	४२-४९
१०	संगणक और हिन्दी माहेश्वरी डॉ. चन्द्रकुमार जैन	५०-५४
११	अनुवाद क्षेत्र और हिंदी डा. प्रमोद किशनराव घन	५५-५६
१२	रोजगारोन्मुख हिन्दी	५७-६०



CONTENTS OF HINDI PART - I



अ.क्र.	लेख आणि लेखकाले नाव	पृष्ठ क्र.
	डॉ. राजश्री दगडू धामरे	
१३	प्रयोजनमूलक हिंदी के विविध रूप	६१-६४
	राधा आल्हाराम राठी	
१४	आधुनिक जनसंचार माध्यम और हिंदी	६५-६६
	प्रा. बी. टी. शंकरे	
१५	जनसंचार माध्यमों में हिंदी भाषा	६७-६८
	प्रा. अनुराधा नामदेवराव शिंदे	
१६	प्रयोजनमूलक हिंदी का स्वरूप एवं विशेषताएँ	६९-७१
	डॉ. राम सदाशिव बढे	
१७	विज्ञापन और समाज	७२-७६
	प्रा. डॉ. एम. बी. बिराजदार	
१८	हिंदी भाषा अनुवाद के क्षेत्र	७७-८१
	सुनिल सोपानराव शिंदे	
१९	विज्ञापन : रोजगार की नई राह	८२-८६
	डॉ. हणमंत पवार	
२०	विज्ञापन और समाज	८७-९०
	प्रा. डॉ. रेविता कलधीम काळळे	
२१	संगणक युग में हिन्दी	९१-९५
	डॉ. सुभाष नामदेव जाधव	
२२	जनसंचार माध्यमों में हिंदी	९६-१००
	डॉ. गुलाब राठी	
२३	प्रयोजनमूलक हिन्दी : विविध आवाम	१०१-१०७
	शुभार सुविध धारवाडकर	
२४	वैकिंग क्षेत्र में हिंदी की उत्पादेकता	१०८-११४
	डॉ. नामदेव गौडा	



CONTENTS OF HINDI PART - I



अ.क्र.	लेख आणि लेखकाचे नाव	पृष्ठ क्र.
२५	प्रयोजनमूलक हिन्दी के विविध रूप लक्ष्मी बाकेलाल यादव	१२५-१२२
२६	राजभाषा हिन्दी एवं रोजगार के अवसर डॉ. झकुंतला एन. गौडा	१२३-१२८
२७	विज्ञापन क्षेत्र और अस्त्रवार डॉ. संशाम सोयानराव गाभकवाड	१२९-१३१
२८	संचार माध्यम और अनुवाद डॉ. इवेता चौधरी	१३२-१३६
२९	हिन्दी में सूचना प्रौद्योगिकी और कम्प्यूटर का महत्त्व श्री. किरणोर श्रीमंत ओडोळ	१३७-१३९
३०	जनसंचार माध्यमों की हिन्दी (विज्ञापन क्षेत्र के विशेष परिपेक्ष में) अश्विनी सहदेवराव करपे	१४०-१४६
३१	जनसंचार माध्यम और हिन्दी डॉ. बळीराम संभाजी द्धुत्तरे	१४७-१५०
३२	जनसंचार माध्यमों की हिन्दी भाषा प्रा. डॉ. संजय नामदेवराव गडवायले	१५१-१५४
३३	विज्ञापन और हिन्दी भाषा प्रा. कल्याणकर आर. श्री.	१५५-१५८
३४	प्रयोजनमूलक हिन्दी के रूप, सीमा और संभावनाएँ प्रा. डॉ. संतोष सुभाषराव कुलकर्णी	१५९-१६४
३५	रोजगारोन्मुख हिन्दी प्रा. डॉ. बडचकर शिवाजी	१६५-१६८
३६	प्रयोजनमूलक हिन्दी के विविध रूप डॉ. संजीवकुमार नरवाडे	१६९-१७६
३७	रोजगारोन्मुख हिन्दी प्रा. श्रीमंत जगन्नाथ गुंड	१७७-१८०

२८. संचार माध्यम और अनुवाद

डॉ. श्वेता चौधारे

शोधार्थी, हिंदी विभागाध्यक्ष, कला, वाणिज्य व विज्ञान महाविद्यालय, सोनई, तहसिल – नेवासा, जि. अहमदनगर।

सारांश

वर्तमान में सूचना प्रौद्योगिकी ने वैश्विक भेद को मिटाकर उसे विश्वग्राम में परिवर्तित कर दिया है। साथ ही कभी राष्ट्र या प्रांत में संकुचित बन पड़े ज्ञान के भंडार को सबके लिए खोल दिया है। प्रौद्योगिकी के कारण संचार माध्यमों के क्षेत्र में भी काफी विकास हुआ है। संचार के जो माध्यम पहले विशिष्ट वर्ग तक सीमित थे, आज वह जनसामान्य के दायरे में आ चुके हैं। जिसमें अहम भूमिका अनुवाद ने निभाई है। फिर चाहे वह समाचार पत्र हो, रेडिओ, दूरदर्शन अथवा विज्ञापनों की दुनिया हो। अनुवाद की सर्वव्यापकता ने संचार माध्यमों के साथ अपना गहरा संबंध बना लिया है। कम्प्यूटर की ताकद ने विकास की गति को नए पंख दिए हैं, वहीं अनुवाद ने कम्प्यूटर विश्व को सर्व-सुलभ बना दिया। संचार माध्यमों को अनुवाद के द्वारा ही गतिशीलता मिली गई। अतः कहना न होगा कि अनुवाद ने समूचे विश्व को एक सूत्र में पिरोने के लिए महत्वपूर्ण भूमिका निभाई है।

बीज शब्द – मीडिया, प्रिंट मीडिया, रेडिओ, दूरदर्शन, सूचना प्रौद्योगिकी

मूल आलेख

बीसवीं सदी का युग कई अर्थों में विश्व के लिए बड़ा ही अद्भूत युग रहा है, जिसने एक ओर तो सामाजिक जन-जीवन को नय-नवीन क्रांति की ओर उन्मुख किया, वहीं राजकीय पटल पर उलझन, चिंता भरे कई उतार-चढ़ावों के दर्शन कराए। वहीं दूसरी ओर साहित्य के क्षेत्र में यह युग अनुवाद के प्रबल काल के रूप में उदित हुआ। वाणिज्यिक तथा औद्योगिक क्षेत्रों में पिछले कुछ दशकों में हुए आश्चर्यकारक बदलावों का न सिर्फ भारत ने बल्कि पूरे विश्व ने अनुभव किया है। 1991-92 के समय में भारत प्रशासन द्वारा स्वीकृत मुक्त अर्थव्यवस्था ने अन्य देशों के लिए भारतीय बाजारों के द्वार खुले कर दिए। बहुराष्ट्रीय कंपनियों, संस्थाओं के माध्यम से दूसरे देशों का, या कहना गलत न होगा कि वहां की सभ्यता, संस्कृति तथा साहित्य का भी भारतीय बाजारव्यवस्था में आगमन हो गया। इस स्थिति से लेकर वर्तमान डिजिटिकरण तक का समय भारतीय भाषाओं के लिए भी चुनौती भरी यात्राओं का समय रहा है। ध्यातव्य है कि इन सभी प्रक्रियाओं को सुचारु रूप से चलाने के लिए भाषाओं ने सेतु के रूप में महत्वपूर्ण भूमिका अदा की है, जिसकी विधि की जिम्मेदारी अनुवाद निभाई।

बीसवीं और एक-दसवीं सदी के दौर में भारत जैसे बहुभाषा-भाषी देश में भारतीय भाषाओं का अंग्रेजी तथा अन्य पारश्चात्य भाषाओं में और इन पारश्चात्य भाषाओं का अन्य भारतीय भाषाओं में अनुवाद बड़े पैमाने पर हुआ जिसके पीछे काफी हद तक संचार माध्यमों का प्रबल योगदान रहा है। हेरॉल्ड लॉसेल के अनुसार संचार माध्यम के मुख्य कार्य सूचना का संग्रह एवं प्रसार करना, सूचना का विश्लेषण करना तथा सामाजिक मूल्य एवं ज्ञान का संप्रेषण एवं लोगों का मनोरंजन करना है। जिसकी पूर्णतः के लिए अनुवाद सहायक है। संचार माध्यमों का

आधार भाषा है और अनुवाद का आधार भी स्रोत तथा लक्ष्य भाषा के रूप में पुनः भाषा ही है। संचार के माध्यमों ने अनुवाद के लिए ऐसी उर्वर भूमि को तैयार किया, जिसका संबंध साहित्य और साहित्योत्तर क्षेत्र से भी है।

वर्तमान में लोकतंत्र के चौथे एवं प्रबल आधार स्तंभ जनसंचार माध्यम अर्थात् मीडिया का महत्व दिन-प्रति-दिन बढ़ता जा रहा है। इसके साथ ही अनुवाद से बढ़ती हुई उम्मीदों से भी मुंह नहीं मोड़ा जा सकता। वास्तव में देखा जाए तो संचार माध्यम और अनुवाद दोनों का ही निकटतम संबंध है। संचार माध्यमों का क्षेत्र सूचना तंत्रज्ञान की क्रांति के साथ विस्तारित होता जा रहा है। क्षेत्रीय, प्रांतीय, राष्ट्रीय स्तर से भी आगे अंतरराष्ट्रीय स्तर पर मीडिया की गतिशीलता बढ़ती जा रही है। जिसके पीछे अनुवाद कला का योगदान है।

अपने पारंपारिक रूप को काफी पीछे छोड़ते हुए मीडिया ने अपने स्वरूप एवं कार्यप्रणाली में भी क्रांति कर दी है। आज संचार माध्यमों के मुद्रीत एवं इलेक्ट्रॉनिक माध्यम जैसे प्रकार सहजता से देखे जा सकते हैं। मुद्रीत अथवा मुद्रण माध्यम, जो प्रिंट मीडिया के नाम से भी जाना जाता है, जिसका आधार ही छपाई है, भाषा की संरचना को महत्व देता है। इसके अंतर्गत पत्र-पत्रिकाएं, समाचार पत्र, पुस्तकें, पर्चीयां आदि को देखा जा सकता है। जैसे उपर कहा गया है कि भारत बहुभाषा-भाषी देश है। ऐसे में देश के हर एक हिस्से में होने वाली छोटी से छोटी घटना मुद्रीत माध्यमों के कारण राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय स्तर पर बड़ी सहजता से प्रदर्शित होती है, वह भी अलग-अलग भाषाओं में, जिसका श्रेय अनुवाद को ही है।

मुद्रीत माध्यमों में समाचार पत्र सबसे महत्वपूर्ण माना जाता है। स्थानीय, क्षेत्रीय, राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय स्तर पर प्रकाशित होनेवाले समाचारपत्र जनसामान्य तक की पैठ रखते हैं। अपनी सर्वव्यापकता के कारण जनमन और समाज में समाचार पत्र अनन्य साधारण स्थान रखते हैं। किसी एक हिस्से में घटनेवाली घटना उस स्थान की भाषा के अलावा अन्य भाषाओं में प्रकाशित होकर दुनिया भर में प्रदर्शित होती है और विश्व पटल का हिस्सा बन जाती है। यह कमाल केवल अनुवाद से ही संभव है। समाचार एजेंसीयों के पास आने वाले हर समाचार को त्वरित वांछित भाषा में अनुवादित करना पड़ता है। ऐसे में समाचारों को देखते हुए प्राप्त समाचारों की अनुवाद विधि भावानुवाद, छायानुवाद या शब्दानुवाद होने चाहिए, जैसे जटिल निर्णय तुरंत लेने पड़ते हैं।

भारत में अनुवाद विधि की प्रयोग की परंपरा ब्रिटीश शासनकाल से है। जहां अंग्रेजी साधन-सामग्री को भारतीयों के लिए हिंदी अथवा अन्य स्थानीय भाषाओं में अनुवादित किया जाता था। मात्र अनुवाद की इस परंपरा में वास्तविकता को कम और बनावट को अधिक प्रश्रय मिलता था। वर्तमान में समाचार पत्र सामाजिक, धार्मिक, साहित्यिक, सांस्कृतिक, आर्थिक घटनाओं को संजोये हुए है। समाचार पत्रों की अपनी विचारधारा होती है, इनका अपना विशिष्ट वर्ग होता है। समाचार पत्र न सिर्फ मंतव्य बनाने का काम करते हैं, बल्कि समाज मन को भी प्रभावित करते हैं। अतः इनकी भाषा के लिए सरल, सहज होनी चाहिए। समाचार पत्रों में अनुवाद करते हुए भी इन तत्वों का ध्यान रखना आवश्यक है। चाहे वह समाचार किसी भी विषय से क्यों न संबंधित हो। उदा. के लिए क्रीड़ा समाचारों में प्रयुक्त कुछ शब्द, जैसे –Opening Batsman, Sixer, Four के लिए सलामी बल्लेबाज, छक्का, चौका सामान्य पाठकों के लिए सहज स्वीकार्य शब्द है। मात्र Pending के लिए लंबित जैसे शब्द पाठकों को

मुश्किल में डाल सकता है। इसके साथ ही मूल भाषा से जुड़े मुहावरें, उसके ध्वन्यात्मक प्रभाव को भी लक्ष्य भाषा में लाना आवश्यक है।

प्रसार माध्यम या इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के अंतर्गत रेडियो, टेलिविज़न, टेलिप्रिंटर, टेलिकॉम, टेपरिकार्ड, फ़ैक्स, कम्प्यूटर, इंटरनेट, विज्ञापन और फिल्मों का भी अंतर्भाव किया जाता है। इनमें से रेडियो आदि श्रव्य माध्यम है, तो टी.वी, फिल्म, वीडियो आदि को दृश्य-श्रव्य माध्यमों के अंतर्गत रखा जाता है। इन जनसंचार माध्यमों में किया जानेवाला अनुवाद प्रशिक्षित अनुवादकों के द्वारा ही पूर्ण किया जाता है। क्योंकि संचार माध्यम उनके स्रोत वर्ग, विषयवस्तु और विषयवस्तु से अपेक्षित हेतु- उद्देश्य की पूर्ति की ओर विशेष ध्यान देते हैं। इलेक्ट्रॉनिक जनसंचार माध्यमों में रेडियो द्रुतगामी माध्यम है, जो दिन-ब-दिन प्रसिद्ध हो रहा है। भारत में एफएम प्रसारण 1977 में शुरू हुआ, लेकिन 2001 के बाद रेडियो दुनिया में नई कांति हुई, जब एफएम प्रसारण का निजीकरण शुरू हुआ। दिसंबर 2018 तक, पूरे भारत में 101 से अधिक शहरों और कस्बों में 369 से अधिक परिचालन निजी रेडियो स्टेशन हैं। भारत सरकार के स्वामित्व वाले ऑल इंडिया रेडियो में लगभग 450 एफएम स्टेशन हैं जो भारत के 39 प्रतिशत क्षेत्र और 52 प्रतिशत आबादी को कवर करते हैं। रेडियो अनपढ़ से लेकर ज्ञानी जनों के लिए सहज साध्य साधन है, जिसपर खेल से लेकर कृषि, मनोरंजन, विज्ञान जैसे नाना विषयों से जुड़ी खबरें सुनी जा सकती हैं। समाचार पत्रों को दुबारा पढ़ा जा सकता है, किंतु रेडियो में यह सुविधा नहीं होती। ऐसे में रेडियो पर प्रसारित कार्यक्रम सहज, सुगम भाषा में बनाये जाते हैं। सामाजिक-सांस्कृतिक कार्यक्रमों के अनुवाद करते समय भी यह खबरदारी रखी जाती है। रेडियो के द्वारा दुनिया भर की जानकारी स्थानीय भाषा-बोलियों में प्रसारित करने के पूर्व अनुदित की जाती है। अनुवाद ने रेडियो के माध्यम से कई रोजगार के अवसर भी उपलब्ध कराए हैं, साथ ही स्थानीय भाषाओं को नवजीवन भी दिया है।

भारत में दूरदर्शन का आगमन 1959 में हुआ। आज दूरदर्शन के राष्ट्रीय नेटवर्क में 64 दूरदर्शन केन्द्र / निर्माण केन्द्र, 24 क्षेत्रीय समाचार एकक, 128 दूरदर्शन रखरखाव केन्द्र, 202 उच्च शक्ति ट्रांसमीटर, 828 लो पावर ट्रांसमीटर, 351 अल्पशक्ति ट्रांसमीटर, 18 ट्रांसपॉन्डर, 30 चैनल तथा डीटीएच सेवा भी शामिल है। प्रारंभ में शिक्षा, ग्रामीण विकास पर जोर देने वाला दूरदर्शन वर्तमान में मनोरंजन, वैज्ञानिकता, संस्कृति-सम्यता से लेकर नए-नए विषयों को लेकर आज हर एक घर का हिस्सा बन चुका है। वही एक सर्वेक्षण के अनुसार मार्च 2019 तक भारत में 902 अनुमति प्राप्त निजी उपग्रह टेलीविजन चैनल बताए गए हैं। इनमें से कई चैनलों पर 24 घंटे प्रसारण चलता है। इस के अलावा पूरे भारत में कई क्षेत्रीय चैनल उपलब्ध हैं, जिन्हें अक्सर भाषाओं के अनुसार वितरित किया जाता है। दूरदर्शन पर आनेवाले कई कार्यक्रम आज अनुवाद के चलते अपनी भाषिक सीमाओं को तोड़ सामान्य पाठक के लिए आकलन सहज हो चुके हैं। चाहे डिस्कवरी चैनल पर दिखाए जाने वाले रोमांचक सफ़र हो या फिर आफ्रिकन देशों की जंगल सफ़ारी, या फिर कॉर्टन चैनल पर हमारी भाषाओं में बोलने वाले शिनचैन या डोरेमॉन हो भारत में बैठा पाठक उन्हें उतनी ही सहजता से अपनाता है, जितना देशी भाषाओं के टेलिविज़न कार्यक्रमों को। टेलिविज़न के लिए अनुवाद करते समय उच्चारित शब्दों की सहज संप्रेषणीयता पर अधिक ध्यान दिया जाता है। इसके साथ ही टीवी पर चलित चित्रों अथवा दूरियों के अनुसार अनुदित संवाद योजना को ठीक संगति में बैठाना भी आवश्यक हो जाता है। अन्यथा दिखाई देने वाले वक्ता के ओष्ठ और भाव के अनुरूप यदि अनुदित संवाद

योजना नहीं हुई तो वहां कृत्रिमता स्पष्ट झलकती है। दूरदर्शन में अनुवाद दो रूपों में कार्य करता है— ध्वन्यांतरण जिसे अंग्रेजी में Dubbing तो दूसरा है उपशीर्ष लेख अर्थात् Subtitling । इनके कारण भारत के बाहर के कई दृश्य—श्रव्य कार्यक्रम भारतभर में विविध भाषा—बोलियों में प्रसारित हो रहे हैं।

जनसंचार माध्यमों में विज्ञापन का क्षेत्र महत्वपूर्ण स्थान रखता है। चूंकि विज्ञापन वाणिज्यिक और व्यावसायिक क्षेत्र से जुड़ा होकर भी बड़े पैमाने पर ग्राहक रूपी जनमत को प्रभावित करता है। अतः इसकी भाषा की अपनी विशिष्ट शैली और संरचना होती है। अच्छे विज्ञापन लंबे समय तक दर्शकों के स्मरण में रहते हैं।

जैसे

1. मैगो फुटी, फेश एंड ज्वूसी या फिर
2. आय लव यू रसना ।

ऐसे में मूल भाषा के समान लक्ष्य भाषा में अनुवादित विज्ञापनों में भी समान सौंदर्यभाव एवं उद्देश्य होने चाहिए। विज्ञापनों के अनुवाद में कई बार भाषा के गिन्न रूप का अर्थात् तत्सम, तद्भव एवं देशज शब्दों का प्रयोग किया जाता है। मात्र कई बार अंग्रेजी शब्दों के अंदाजुद प्रयोग के कारण भाषा बोझिल बन जाती है, तो कभी अंग्रेजी शब्दों के दुरुपयोग के कारण मूल भाषा को पहचानना ही मुश्किल—सा हो जाता है। विज्ञापन ग्राहकों को अपनी ओर खींचने का काम करते हैं। ऐसे में स्रोत भाषा का सौंदर्य, प्रमायात्मकता, रोचकता, आकर्षकता लक्ष्य भाषा में भी अनुदित होने चाहिए।

संचार माध्यम जनरुचि के प्रदर्शक होते हैं। अतः संचार माध्यमों को भाषा का प्रयोग करते समय अपने पाठक वर्ग का ध्यान रखना भी आवश्यक है कि भाषा का कौन—सा रूप पाठकों को समझने में आसान होगा। इसके साथ ही अनुवादक को यह भी ध्यान में रखना होगा कि संचार माध्यमों में अनुवाद करते समय वह भाषा की प्राकृतिक सौंदर्य से कोई खिलवाड़ न करें, न भाषा को कृत्रिमता से ढकने का प्रयास करें। अनुवाद करते समय भाषा की प्रकृति के अनुसार वाक्य संरचना में बदलाव आवश्यक है। बदलती सूचना क्रांति के युग में संचार माध्यमों के विकास को भी गति मिली है। अतः संचार माध्यम किसी सीमा में बांधे नहीं जा सकते।

सूचना प्रौद्योगिकी में हर पल जीवंत होनेवाली नई संभावनाओं ने सही मायनों में वैश्विक संकल्पनाओं को ग्लोबल वर्ल्ड में बदल दिया है। दुनिया सिमटकर संचार माध्यमों के कारण इतनी निकट आ चुकी है कि वह मोबाईल के रूप में आज हमारे हाथों में समा गयी है। यह कहना अतिशयोक्तिपूर्ण नहीं होगा कि सूचना प्रौद्योगिकी ने संचार माध्यमों को अधिक बल दिया है और संचार माध्यमों ने अनुवाद के लिए नए क्षेत्र और नयी चुनौतियाँ उपलब्ध करवाकर दीं। एक भाषा अर्थात् स्रोत भाषा में उपलब्ध सामग्री को, कई भाषाओं में अर्थात् लक्ष्य भाषाओं में अनुवाद के माध्यम से सहजता से उपलब्ध करवाया जा रहा है। इन सामग्री के अनुवाद के लिए आवश्यकतानुरूप मनुष्य अथवा मशिनों की सहायता ली जा रही है।

वर्तमान में निरंतर वैश्विक भाषा के रूप में अपना स्थान दृढ़ करनेवाली हिंदी ने संचार माध्यमों पर भी अपनी पकड़ मजबूत बना ली है। यह कहना गलत नहीं होगा कि हिंदी फिल्मों, हिंदी टेलिविज़न चैनल, हिंदी समाचार पत्र या फिर हिंदी विज्ञापन, रेडिओ, इंटरनेट जैसे माध्यमों ने हिंदी भाषा को वैश्विक पटल पर अधिक समृद्ध बनाया है।

संचार माध्यम एक भाषा से दूसरी भाषा में अनुवाद करते हुए ध्यान रखे की भाषा बिगाड़ने का अधिकार संचार माध्यमों को नहीं है।

संदर्भ ग्रंथ सूची

1. अनुवाद कला – एन.ई. विश्वनाथ अय्यर
2. अनुवाद और उत्तर-आधुनिक अवधारणाएं – डॉ.श्रीनारायण समीर
3. प्रयोजनमूलक हिंदी – प्रयुक्ति और अनुवाद – डॉ. माधव सोनटक्के
4. प्रयोजनमूलक हिंदी की नई भूमिका – कैलाश नाथ पांडेय
5. अनुवाद विज्ञान की भूमिका –किशनकुमार गोस्वामी
6. प्रयोजनमूलक हिंदी और पत्रकारिता – डॉ. दिनेश प्रसाद सिंह
7. <http://allindiaradio.gov.in/>