

ग्लैमरस हो रहे हैं हिन्दी समाचार पत्र

मधुबाला
कुरुक्षेत्र विश्वविद्यालय
कुरुक्षेत्र

सूचना प्रौद्योगिकी के युग में हिन्दी समाचार पत्र संचार माध्यम के रूप में सशक्त भूमिका निभा रहे हैं। उच्च प्रौद्योगिकी से जहां इलैक्ट्रॉनिक मीडिया में बदलाव आया है, वहाँ प्रिंट मीडिया इस प्रभाव से कैसे अछूता रह सकता है। भूमंडलीकरण के दौर में और सूचना क्रांति के परिवेश में प्रिंट मीडिया भी अंतर्वस्तु और कलेवर दोनों बदल गए हैं। नए संचार उपकरणों ने हिन्दी मीडिया के परिदृश्य को नया रंग रूप प्रदान किया है। संकलन से लेकर प्रकाशन तक सूचना प्रौद्योगिकी महत्वपूर्ण भूमिका निभा रही है। सूचना प्रौद्योगिकी ने समाचार संकलन की प्रक्रिया को आसान बना दिया है। एक समय था जब सब कुछ कार्य हाथ से होता था। परन्तु डेस्क टॉप प्रणाली व आन लाइन प्रणाली के कारण प्रूफ रीडिंग, पृष्ठ सज्जा, समाचार संकलन, फोटो संकलन आदि का काम आसान हो गया है। इंटरनेट के माध्यम से सभी सूचनाएं आसानी से प्राप्त हो जाती है। संपादक को लेख लिखने के लिए कोई संदर्भ देखने के लिए पुस्तक के पन्ने पलटने की आवश्यकता नहीं पड़ती। संवाददाता भी अपनी रिपोर्ट भेजने के लिए डाक पर निर्भर नहीं रहता बल्कि मॉडम की व्यवस्था के जरिए अपनी रिपोर्ट आसानी से भेज सकता है। आजकल चित्रों की काट-छांट पृष्ठ साज सज्जा, ले आउट, फॉरमेट सभी कुछ कम्प्यूटर के मॉनीटर पर हो जाता है। उपग्रह प्रणाली के माध्यम से समाचार पत्र छपते किसी अन्य शहर में हैं और तैयार किसी अन्य शहर में होते हैं। वैब पत्रकारिता या इंटरनेट पत्रकारिता ने भूमंडलीकरण की प्रक्रिया को और भी तीव्र कर दिया है।

भूमंडलीय मीडिया के प्रभाव के कारण, समाचारों का मूल स्वरूप खंडित हो रहा है। गंभीर विचारों और चिंतन के लिए जगह कम होती जा रही है। खबरों को सनसनी खेज बनाकर पहले पृष्ठ पर दे दिया जाता है। फैशन, फिल्म, फूड हिन्दी पत्रकारिता के पर्याय बन चुके हैं। इन सभी विषयों को भरपूर स्थान देने के लिए विशिष्ट परिशिष्ट जोड़े जाते हैं। रविवार का परिशिष्ट तो सनसनी खेज खबरों से भरा रहता है। जालंधर से छपने वाला समाचार पत्र 'पंजाब केसरी' बहुत लोकप्रिय है क्योंकि पाठकों को चटपटी खबरें पढ़ने को मिलती हैं। ग्लैमरस पत्रकारिता खोखली संस्कृति को जन्म दे रही है। आज की पत्रकारिता न तो जन आंकाक्षाओं का प्रतिनिधित्व करती है, न देशबोध और व्यापक जीवनबोध का अंग बनकर अभियोजन की दिशा निर्धारित करती है और न ही राष्ट्र हित में, जनता के हित में कई स्तरों पर संघर्ष चलाती है। आज प्रिंट मीडिया बाजार मुखी बन चुका है। इस ग्लैमरस रंग ने उन्हें चमकीला भड़कीला बना कर विज्ञापन की लड़ाई में झोंक दिया है। विज्ञापन तब मिलेंगे जब अखबार की बिक्री बढ़ेगी। 'वेलैटाइंड डे' पर खबरों का जो चयन किया जाता है उसे लीड स्टोरी बना पहले पृष्ठ पर बड़े मोहक अंदाज में छापा जाता

है। 'इंटरनेट पर उठाइए वेलैन्टाइन डे का लुत्फ' इस शीर्षक के साथ अन्य शीर्षक की खबर " कर दीजिए आसंमा का एक सितारा अपने महबूब के नाम" इसी पृष्ठ पर विदेशी टी.वी. और ज्वैलर्स के विज्ञापन देकर और आकर्षक बनाया जाता है जो पाठकों को आकर्षित करने का साधन है। यह बाजारवाद की संस्कृति किशोर मष्तिष्क पर बुरा प्रभाव तो डाल ही रही है। आज की हिन्दी पत्रकारिता पाठकों को छल रही है। पहले पत्रकारिता में संपादक की दृष्टि विषय सामग्री पर होती थी। कथ्य पर होती थी, कलेवर पर नहीं। बाजारवाद की जकड़न में फंसे प्रिंट मीडिया के संसार में आज ऐसे संपादकों का अकाल पैदा कर दिया है जो बाबूराम विष्णु पराड़कर की तरह हिन्दी पत्रकारिता को उच्च प्रौद्योगिकी के नए स्वरो के अनुकूल नए शब्द दे सके। आचार्य महावीर प्रसाद द्विवेदी की तरह उपभोक्तावादी संस्कृति के विकृत प्रभाव से हिन्दी भाषा के संस्कार को बचा सके। विकृत और भ्रष्ट हो चुकी भाषा के परिमार्जन का बीड़ा उठा सके।

इक्कीसवीं सदी की हिन्दी पत्रकारिता का एक सकारात्मक पक्ष यह समझा जा रहा है, कि वह क्षेत्रीय भाषा के शब्दों और बोलचाल के शब्दों से हिन्दी को नया स्वरूप दे रही है। भूमंडलीय परिप्रेक्ष्य के दबाव के कारण हिन्दी का एक नया व्याकरण उत्पन्न हो गया है। पहले पत्रकार दूसरी भाषा के शब्दों को अपनाकर प्रयुक्त करते थे और अपने व्याकरण के नियमों के अनुसार अनुशासित करते थे, लेकिन आज की पत्रकारिता की हिन्दी अपने ही व्याकरण में अनुशासित नहीं है। भाषा के नियमों के प्रति उसमें सजगता और सर्तकता नहीं है। भूमण्डलीकरण की आंधी में हमारी राष्ट्रभाषा की अस्मिता पर प्रहार हो रहा है। अन्तरराष्ट्रीय बाजारवाद की लहर में हम भाषा की पहचान को कैसे सुरक्षित रखें-हमारे सामने बहुत बड़ी चुनौती है। भारतीय मीडिया की यह जिम्मेदारी है कि वह ऐसी विचारोत्तेजक और सर्वग्राही भाषा का स्वरूप गढ़े जो जन-जन की भावनाओं और आंकाक्षाओं का सही प्रतिनिधित्व कर सकें। अधिकांश समाचार पत्रों की भाषा अतिरंजना पूर्ण है यदि वस्तुस्थिति का अतिरंजित का रूप नहीं दिया जाता तब तक वह समाचार नहीं बनती। इसलिए धीरे-धीरे समाचार पत्रों की भाषिक अतिरंजना की रूढ़िया विकसित हो चुकी हैं जैसे जल की समस्या होने पर 'जल संकट ने विकराल रूप धारण कर लिया'। "भीषण गर्मी के कारण जल संकट गहराया"। कई बार खबर को इतना सनसनी खेज बनाने की कोशिश की जाती है। मामूली भीड़ के लिए भी "लोगों का सैलाब उमड़ पड़ा"। देखते-देखते लोग सड़कों पर उतर आए। जैसे शीर्षकों का प्रयोग किया जा रहा है दहशत गर्दों ने की पुलिस की नींद हराम। 'पुलिस के साथ मुठभेड़ दस लोग मारे गए पांच घायल हुए'। 'भीड़ ने पुलिस पर पथराव किया। पुलिस ने जम कर लाठीयां बरसाई / समाचार पत्रों की इस तरह की भाषा से कौन परिचित नहीं है।'

उच्च प्रौद्योगिकी के नए स्वरो और संचार क्रांति की जरूरतों ने हिन्दी में नए रंग भरे और उसे वह शक्ति देने की कोशिश की जससे वह सूचनाओं के वाहक की भूमिका तत्परता से निभा पाए लेकिन इस कोशिश में भाषा में केवल उत्तेजना भरी गई। चिंतन को

धारण करने की शक्ति नहीं। 21वीं सदी की पत्रकारिता में भाषा के प्रति सजगता का भाव विलुप्त हो गया है। प्राथमिकता केवल सूचना निर्माण, सूचना संकलन, सूचना प्रस्तुति की रह गई है। अंग्रेजी का वर्चस्व बढ़ रहा है। भाषा की शुद्धता और एक रूपता खत्म हो गई है मुहावरों के प्रयोग से भाषा को चटपटा बनाने की कोशिश, पाठक की रूचि बढ़ाने का एक अच्छा स्रोत है।

वर्षा ने मैच धोया/मायावती ने फिर उत्तर प्रदेश की बागडोर संभाली/ सूर्य उगल रहा है आग, तप रही है धरती / जैसी भाषा समाचार पत्रों का अंग उपांग बन चुके हैं। इलैक्ट्रॉनिक मीडिया की चकाचौंध से भी प्रिंट मीडिया अत्याधिक प्रभावित हुआ है। समाचार पत्रों की आपसी प्रतिस्पर्धा तो है ही परन्तु इलैक्ट्रॉनिक मीडिया की प्रतिस्पर्धा भी प्रिंट मीडिया की आपसी प्रतिस्पर्धा से कम नहीं है। इलैक्ट्रॉनिक मीडिया का प्रभाव समाचार पत्रों पर स्पष्ट नजर आ रहा है। कानून क्राइम से संबंधित शब्दावली बरामद जब्त बेनकाब, पांबदी, मुआयना, वारदात पुख्ता, इजाफा, जमानत, रिहा, अवैध जैसे शब्द समाचारों की भाषा की पहचान बन गए हैं। प्रत्येक रजिस्टर/विषय की अपनी विशिष्ट भाषा को जन-जन तक पहुंचाने में हिन्दी समाचार पत्र अपनी भूमिका बखूबी निभा रहे हैं। खेल जगत हो या फिल्मी जगत भाषा को दिलचस्प बनाने की मुहिम में टी.वी. चैनलों की बहुत बड़ी भूमिका है। टी.वी. चैनलों के रंग में रंगते जा रहे समाचार पत्र भाषा को रंगीन बनाने के लिए मजबूर हो गए हैं। भाषा को सनसनी खेज बनाने के लिए मुहावरों का प्रयोग बखूबी किया जाता है।

- (क) रक्षक ही बना भक्षक
- (ख) सारी टीम ताश के पत्तों की तरह झड़ गई।
- (ग) भाजपा राजनीतिक रोटियाँ सेकने में लगी हुई है।

यह सभी मुहावरे पाठको को खबर पढ़ने के लिए मजबूर कर देते हैं। खबरों में अंग्रेजी शब्दों का हो रहा प्रयोग हिन्दी भाषा को एक नया रूप दे रहा है। अंग्रेजी के कुछ शब्द ऐसे हैं जिन्हें मीडिया रिपोर्टर समाचार पत्रों में बिना किसी रूपांतरण के इस्तेमाल कर रहे हैं।

- (क) आंतकवादी का स्कैच जारी किया।
- (ख) पोस्टमार्टम की रिपोर्ट के अनुसार।
- (ग) हड़ताल खत्म करने की अपील।

इसी तरह समाचार पत्रों की हिन्दी में ऐसे शब्दों को गढ़ा जा रहा है, जो समाचार पत्रों की भाषा का अंग उपांग बन चुके हैं।

हड़तालियों, मुअतली, दरिंदगी, शर्मसार, बढ़ोतरी । क्योंकि समाचार पत्र की भाषा जन-जन की भाषा बन चुकी है । तो क्यों न हिन्दी समाचार पत्रों की भाषा को सरल बनाया जाए ? इसीलिए हिन्दी भाषा अपने मानक रूप से दूर होती जा रही है । 21वीं सदी के समाचार पत्रों में सजगता का भाव विलुप्त हो गया है , प्राथमिकता केवल सूचना निर्माण, सूचना संकलन, सूचना प्रस्तुति की रह गई है । भूमंडलीय परिप्रेक्ष्य के दबाव के कारण हिन्दी का नया व्याकरण उत्पन्न हो गया है । हिन्दी भाषा अपने युग की स्थितियों और प्रेरणाओं के अनुसार बदलती आई है । आज डीजिटल क्रांति के युग में भी वह बदलाव की ओर तेजी से बढ़ रही है ।
