

# हिन्दी समाचार शीर्षकों की भाषिक संरचना

डॉ. अमित भारद्वाज

असिस्टेंट प्रोफेसर राजकीय स्नातकोत्तर नेहरू महाविद्यालय, झज्जर

*सारांश*— पत्रकारिता का संसार शब्दों से निर्मित होता है और इन शब्दों का सबसे प्रभावशाली रूप होता है - समाचार शीर्षक। शीर्षक केवल समाचार की शुरुआत नहीं है अपितु वह उस समाचार की आत्मा है। यह पाठक का पहला स्पर्श है, जो उसे या तो भीतर खींच लेता है या वहीं रोक देता है। आज जब मीडिया केवल सूचना का माध्यम नहीं, बल्कि प्रभाव और मनोरंजन का मंच बन चुका है, तब समाचार शीर्षकों की भाषा भी गहराई से परिवर्तित हो चुकी है।

## I. समाचार शीर्षक की प्रकृति और भूमिका

समाचार शीर्षक का मुख्य कार्य है, समाचार की मूल बात को संक्षेप, सटीक और प्रभावशाली रूप में प्रस्तुत करना। यह कार्य जितना सरल दिखता है, उतना नहीं है।

एक शीर्षक को केवल सूचना नहीं देनी होती बल्कि उसे पाठक का ध्यान खींचना, भावनात्मक प्रतिक्रिया उत्पन्न करना और खबर के महत्व को रेखांकित करना होता है। पत्रकारिता की परंपरा में शीर्षक को 'समाचार का चेहरा' कहा गया है। चेहरे की तरह, शीर्षक भी पूरे समाचार की पहचान बन जाता है। अतः शीर्षक-लेखन मात्र तकनीकी प्रक्रिया नहीं, बल्कि यह एक रचनात्मक कला है, जो भाषा के सौंदर्य और समाज की संवेदना, दोनों का संयोजन करती है।

## II. प्रारंभिक हिंदी पत्रकारिता में शीर्षकों की भाषा

उन्नीसवीं शताब्दी के हिंदी समाचार पत्रों, जैसे उदन्त मार्तण्ड, हिंदुस्तान, भारत मित्र आदि में शीर्षक की भाषा अत्यंत सादी, तथ्यपरक और औपचारिक हुआ करती थी। उन दिनों पत्रकारिता का उद्देश्य शिक्षित वर्ग को समाज, शासन और नीति से परिचित कराना था। यह भाषा न संयोजनात्मक थी, न अतिरंजित। उसका बल केवल सत्य प्रस्तुति पर था, न कि संवेदना प्रस्तुति पर। यह समय था जब पत्रकारिता सेवा थी, व्यवसाय नहीं।

## III. मीडिया के विकास के साथ भाषा में परिवर्तन

बीसवीं शताब्दी के उत्तरार्ध में जब समाचार पत्रों का प्रसार बढ़ा, रेडियो और टीवी ने घर-घर तक पहुँच बनाई, तब समाचार शीर्षकों की भाषा में गति, भाव और दृश्य प्रभाव की आवश्यकता महसूस हुई। दृश्य माध्यमों के आगमन ने भाषा को 'तेज' और 'तत्काल' बना दिया। जहाँ पहले शीर्षक तथ्य प्रस्तुत करता था, अब उसे दर्शक को रोकने, चौंकाने और बाँधने का दायित्व भी मिला।

उदाहरण के लिए, "संसद में आज आर्थिक बिल पेश" का स्थान लेने लगा -

'आज संसद में आर्थिक भूचाल, जानिए क्या बदल सकता है आपकी जेब में!'

यह परिवर्तन सूचनात्मक से भावनात्मक की दिशा में एक निर्णायक मोड़ था। पत्रकारिता का स्वरूप अब केवल 'सूचना माध्यम' नहीं, बल्कि 'मनोरंजन उद्योग' का हिस्सा बनने लगा था।

## IV. डिजिटल पत्रकारिता और क्लिकबेट प्रवृत्ति

इक्कीसवीं सदी में डिजिटल पत्रकारिता ने भाषा को नई चुनौती दी। ऑनलाइन प्लेटफॉर्म पर समाचार का मूल्य 'क्लिक' और 'व्यू' से मापा जाने लगा। इससे 'क्लिकबेट शीर्षक' की प्रवृत्ति जन्मी, ऐसे शीर्षक जो अतिशयोक्ति या रहस्य के माध्यम से पाठक को क्लिक करने को प्रेरित करें, भले ही समाचार का विषय सामान्य ही क्यों न हो।

जैसे - 'आप यक्रीन नहीं करेंगे इस व्यक्ति ने क्या किया!'

'सरकार का ऐसा फैसला जिसने सबको हैरान कर दिया!'

ये शीर्षक पाठक में उत्सुकता और आवेग उत्पन्न करते हैं, परंतु प्रायः सूचना की सटीकता से समझौता करते हैं। यहाँ भाषा का उद्देश्य सत्य नहीं, बल्कि ध्यानाकर्षण बन जाता है। यही वह बिंदु है जहाँ पत्रकारिता और विज्ञापन की भाषा के बीच की सीमा धुंधली पड़ने लगी।

#### V. विचारधारात्मक झुकाव और शीर्षक की भाषा

हर भाषा किसी विचारधारा का वाहक होती है। समाचार शीर्षकों में यह झुकाव सूक्ष्म रूप में प्रकट होता है। एक ही घटना को भिन्न मीडिया संस्थान अपनी-अपनी वैचारिक दृष्टि से प्रस्तुत करते हैं।

उदाहरण के लिए, एक समाचार पत्र का शीर्षक हो सकता है 'सरकार का ऐतिहासिक निर्णय : जनता में खुशी की लहर' जबकि दूसरा समाचार पत्र उसी घटना को प्रस्तुत कर सकता है - 'विवादास्पद निर्णय पर जनता बंटी, विपक्ष ने उठाए सवाल'

यहाँ दोनों शीर्षकों का तथ्य समान है, परंतु भाव और दृष्टिकोण पूरी तरह अलग हैं। इससे स्पष्ट है कि शीर्षक केवल भाषा का उत्पाद नहीं, बल्कि विचारधारा की अभिव्यक्ति भी है। आज के डिजिटल युग में यह झुकाव अधिक तीव्र हुआ है, क्योंकि मीडिया अब स्वतंत्र संस्था नहीं, बल्कि कॉर्पोरेट संरचना का हिस्सा बन चुका है।

#### VI. हिंदी शीर्षकों में हिंग्लिश की प्रवृत्ति

आधुनिक हिंदी पत्रकारिता पर अंग्रेज़ी का गहरा प्रभाव पड़ा है। आज अधिकांश समाचार शीर्षकों में हिंदी और अंग्रेज़ी का मिश्रण देखा जा सकता है।

जैसे 'IPL में Team India का धमाका, Fans हुए Crazy!' 'Budget 2025 में Middle Class को मिली Relief की सौगात'

यह मिश्रण आधुनिक पाठक की भाषा को दर्शाता है, जो हिंदी में सोचता है पर अंग्रेज़ी में प्रभाव चाहता है। 'हिंग्लिश' शैली शीर्षकों को अधिक सहज और युवा दर्शकों के लिए आकर्षक बनाती है, परंतु यह हिंदी की शुद्धता और सांस्कृतिक गरिमा के लिए चुनौती भी है। यह परिवर्तन भाषिक यथार्थ को तो स्वीकार करता है, परंतु पत्रकारिता के भाषिक अनुशासन को कमजोर भी करता है।

#### VII. भाषा का मनोवैज्ञानिक और सामाजिक प्रभाव

समाचार शीर्षकों की भाषा का सबसे गहरा प्रभाव पाठक की मनोवृत्ति पर पड़ता है।

कई शोधों में पाया गया है कि नकारात्मक या सनसनीखेज शीर्षक पाठकों के मन पर स्थायी छाप छोड़ते हैं। वे भय, चिंता या आक्रोश उत्पन्न करते हैं, जिससे समाज में असंतुलन और नकारात्मकता बढ़ सकती है।

उदाहरण के लिए 'देश संकट में!', 'मौसम ने मचाई तबाही!', 'सरकार की लापरवाही से जनता बेहाल!'

ये शीर्षक वास्तविकता से अधिक भय का वातावरण निर्मित करते हैं। दूसरी ओर, सकारात्मक या संतुलित शीर्षकों की संख्या अपेक्षाकृत कम होती है। इस प्रवृत्ति से समाज की सामूहिक मानसिकता 'नकारात्मक समाचारों की भूख' में बदलती जा रही है।

#### VIII. भाषा, तकनीक और एल्गोरिदम का गठजोड़

आज समाचार शीर्षक केवल संपादक की सृजनशीलता से नहीं, बल्कि कंप्यूटर एल्गोरिदम से भी प्रभावित होते हैं। इससे भाषा का भावात्मक पक्ष दब जाता है, और तकनीकी रणनीति प्रमुख हो जाती है। इस प्रकार शीर्षक अब एक डेटा-निर्माण उपकरण भी बन चुका है, जो समाचार को खोज इंजन में ऊपर लाने के लिए प्रयुक्त होता है। यह प्रक्रिया पत्रकारिता के मानवीय और सांस्कृतिक पक्ष को तकनीकी यंत्रों की पकड़ में लाती है। इससे भाषा में संवेदना और रचनात्मकता का स्थान घटने लगता है।

#### IX. पत्रकारिता की नैतिकता और भाषा का संकट

पत्रकारिता की आत्मा विश्वसनीयता में निहित है। यदि शीर्षक ही भ्रामक, अतिशयोक्तिपूर्ण या पक्षपाती हो, तो समाचार की विश्वसनीयता स्वतः प्रश्नों के घेरे में आ जाती है। आज 'ब्रेकिंग न्यूज़' और 'पहले दिखाने की दौड़' में शीर्षक-लेखन की सावधानी कम हो गई है। वाक्य-विन्यास में जल्दबाज़ी, व्याकरण में त्रुटियाँ, और तथ्यात्मक असावधानी आम हो गई हैं। इससे पत्रकारिता की भाषा में 'तात्कालिकता' तो आई है, परंतु 'गंभीरता' खो गई है। यह प्रवृत्ति समाज में भ्रम और अविश्वास पैदा करती है। अतः यह आवश्यक है कि मीडिया संस्थान भाषा के प्रति पुनः संवेदनशील हों।

#### X. कुछ उदाहरण और प्रवृत्तियाँ

टीवी चैनलों पर आक्रामक भाषा: "अब होगा असली मुकाबला!", "कौन जीतेगा सिंहासन?" जैसे शीर्षक युद्ध और प्रतियोगिता की भावना को उकसाते हैं।

ऑनलाइन पोर्टलों की भावनात्मक भाषा: 'माँ के आँसू देखकर टूट गया बेटा', 'इस तस्वीर ने जीत लिया दिल'; ये शीर्षक समाचार से अधिक भावनात्मक प्रभाव पर केंद्रित हैं। राजनीतिक शीर्षकों में विभाजनकारी भाषा: 'सरकार का मास्टरस्ट्रोक' बनाम 'विपक्ष की घबराहट', ये शीर्षक केवल

तथ्य नहीं, बल्कि विचारधारा का प्रचार भी करते हैं। इन उदाहरणों से स्पष्ट है कि शीर्षक अब समाचार का सार नहीं, बल्कि मीडिया-रणनीति का हिस्सा बन गए हैं।

#### XI. भविष्य की दिशा

भाषा परिवर्तनशील है और पत्रकारिता को समाज की गति के साथ चलना ही होगा।

परंतु यह आवश्यक है कि आकर्षकता के साथ नैतिकता और सटीकता भी बनी रहे।

एक सशक्त शीर्षक वही है जो पाठक को खींचे भी और सत्य से विचलित भी न करे।

भविष्य में शीर्षक-लेखन में निम्नलिखित बातों का ध्यान रखना होगा

1. भाषा को प्रभावी बनाते समय तथ्यों की सटीकता न खोएँ।
2. विचारधारात्मक पक्षपात से बचें।
3. हिंग्लिश का प्रयोग तभी करें जब वह संप्रेषण में सहायक हो।
4. डिजिटल तकनीक का उपयोग रचनात्मकता को बढ़ाने में करें, न कि केवल व्यूज़ के लिए।

समाचार शीर्षकों की भाषा पत्रकारिता की आत्मा का दर्पण है। यह समाज की संवेदनाओं, विचारों और प्रवृत्तियों का सूचक होती है। सूचना से आकर्षण की यह यात्रा जहाँ एक ओर पत्रकारिता को जन-सुलभ बनाती है, वहीं दूसरी ओर उसकी विश्वसनीयता की परीक्षा भी लेती है। शीर्षक की भाषा में सादगी और संवेदना का समन्वय ही पत्रकारिता की असली पहचान है। जब शब्द केवल ध्यान आकर्षित करने के लिए नहीं, बल्कि सत्य को प्रकाशित करने के लिए लिखे जाएँ, तभी पत्रकारिता अपने वास्तविक अर्थ में समाज का दर्पण बन सकेगी। इसलिए आवश्यक है कि समाचार शीर्षक केवल 'खबर' न रहें, बल्कि 'सच की भाषा' बने रहें क्योंकि भाषा ही वह सेतु है, जो पत्रकारिता को जन-विश्वास से जोड़ता है।

#### संदर्भ

- [1] द्विवेदी, कपिलदेव : भाषा-विज्ञान और भाषा-शास्त्र, विश्वविद्यालय प्रकाशन, वाराणसी।
- [2] वैदिक, वेदप्रताप : हिन्दी पत्रकारिता-विविध आयाम, हिन्दी बुक सेंटर, नई दिल्ली।
- [3] दीक्षित, सूर्य प्रसाद संचार भाषा हिन्दी, लोक भारती प्रकाशन

[4] नारायणन, के.पी.संपादन कला, मध्य प्रदेश हिन्दी ग्रंथ अकादमी, भोपाल।

[5] Jespersen, Otto Language, Allen and Unwin, London.

[6] Robins, R.H. An Introduction to General Linguistics, Longman, London.

[7] Sharma, Aryendra: A Basic Grammar of Modern Hindi, Central Hindi Directorate, Agra