

# मीडिया और लोकतन्त्र

सम्पादक  
प्रो. रवीन्द्रनाथ मिश्र



वाणी प्रकाशन



## वाणी प्रकाशन

4695, 21-ए, दरियागंज, नयी दिल्ली 110 002

शाखा

अशोक राजपथ, पटना 800 004

फ़ोन: +91 11 23273167 फ़ैक्स: +91 11 23275710

[www.vaniprakashan.in](http://www.vaniprakashan.in)

[vaniprakashan@gmail.com](mailto:vaniprakashan@gmail.com)

MEDIA AUR LOKTANTRA

*Edited by Prof. Ravindranath Mishra*

ISBN : 978-93-5072-412-5

Media/Criticism

© 2013 सम्पादक व लेखकगण

प्रथम संस्करण

मूल्य : ₹ 250

इस पुस्तक के किसी भी अंश को किसी भी माध्यम में प्रयोग करने के लिए प्रकाशक से लिखित अनुमति लेना अनिवार्य है।

न्यू कृष्णा ऑफ़सेट, दिल्ली-110093 में मुद्रित

वाणी प्रकाशन का लोगो मक़बूल फ़िदा हुसेन की कूची से

## हिन्दी भाषा और मीडिया समाचार

रवीन्द्रनाथ मिश्र

भाषा और संस्कृति का बहुत घनिष्ठ सम्बन्ध है। किसी व्यक्ति की भाषा से उसके परिवेशगत संस्कृति का पता चल जाता है। जीवन के समस्त कार्य व्यापार एवं विचारों के आदान-प्रदान के लिए भाषा एक सशक्त माध्यम है। एक तरह से कहें तो हवा, पानी एवं प्रकाश की भाँति भाषा का भी जीवन के लिए अपना विशेष महत्त्व है। भाषा का सम्बन्ध राष्ट्र की सांस्कृतिक अस्मिता से जुड़ा होता है। इसके साथ ही भाषा का अपना राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय एवं परिवेशगत महत्त्व भी है। भाषा सामाजिक रिश्तों की भाँति अपना विविध रूप धारण करती रहती है। समय, स्थान एवं व्यक्ति के अनुसार हमारी भाषा भी बदल जाती है। जहाँ हम भाषा में सत्यवादी, कर्मठ, नेक, ईमानदार बनते हैं वहीं पर चोरी, ठगी, कपटी और षडयंत्र की भूमिका भी निभाते हैं। कहने का तात्पर्य यह है कि भाषा का प्रयोग हम गंगा जल की भाँति करते हैं। वह हमारी कामधेनु और कल्पवृक्ष है। भाषा अपने सहज-सरल, कोमल, मिठास, प्रेम आदि रूपों में जहाँ हमारा कल्याण करती है वहीं पर असहज, कठोर, परुष, तिक्त, रोष आदि रूपों में विनाश का कारण भी बनती है। वैसे तो शब्द को ब्रह्म भी कहा गया है जोकि उसी के समान हमारे चारों तरफ परिव्याप्त है। जिसके अनन्त रूप हैं। तुलसीदास के शब्दों में कहें तो यह भी 'हरि अनन्त हरि कथा अनन्ता' की भाँति है।

आधुनिक भारतीय भाषाओं में हिन्दी को जनभाषा, राजभाषा और सम्पर्क भाषा का दर्जा मुफ्त में नहीं अपितु उसकी अपनी गुणवत्ता, व्यापकता और महत्ता के कारण दिया गया है। विस्तृत भौगोलिक क्षेत्र में प्रयुक्त होने से इसमें वैविध्य होना स्वाभाविक है। सुविधा की दृष्टि से हम हिन्दी भाषा के सामान्य और विशिष्ट रूपों की चर्चा करेंगे। वैसे तो इसके कई रूप हैं।

पहले सामान्य भाषा की बात करें तो यह दैनिक जीवन के कार्य-व्यापार में प्रयुक्त होती है। इसमें व्याकरणिक नियमों पर ध्यान नहीं दिया जाता। घर, बाजार, मेले, धार्मिक उत्सवों आदि जगहों पर हम सामान्य भाषा का प्रयोग करते हैं।

आजकल साहित्य, प्रिंट एवं इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में इसका प्रयोग धड़ल्ले से हो रहा है। दरअसल बोलचाल की भाषा की जड़ लोकजीवन की माटी में है, जहाँ से वह हवा-पानी प्राप्त कर पुष्पित और पल्लवित होती है। सर्जनात्मक भाषा जिससे जुड़कर गौरव का बोध करती है। 'रामचरितमानस' का उदाहरण हमारे सामने है। आजकल विभिन्न हिन्दी फिल्मों एवं धारावाहिकों में सामान्य हिन्दी का प्रयोग बहुतायत रूप में हो रहा है। विगत कई महीनों से दूरदर्शन पर प्रत्येक बुद्धवार को रात साढ़े नौ बजे दिखाए जाने वाले धारावाहिक 'मिस इंडिया' में राजा नामक पात्र एवं उसके मित्रों द्वारा सामान्य यानी कि बम्बइया हिन्दी का प्रयोग किया जा रहा है।

हिन्दी का दूसरा रूप सर्जनात्मक भाषा का है, जिसका सम्बन्ध तत्सम, तद्भव, विदेशी और देशज शब्दों से होता है। वस्तुतः यह रचनाकार की अनुभूति, संवेदना, संस्कृति, परिवेश, अध्ययन आदि पर निर्भर होता है। वैसे तो जब हम बोलचाल की भाषा को व्याकरण, विचार, भाव, कल्पना, रस, अंलकार, मुहावरे आदि का जामा पहना देते हैं, तब वह सर्जनात्मक भाषा का रूप धारण कर लेती है। जिसका प्रयोग पद्यात्मक और गद्यात्मक दोनों रूपों में होता है। यहाँ सर्जनात्मक भाषा के पद्यात्मक रूप का एक उदाहरण द्रष्टव्य है, जहाँ पर शब्द के विविध रूपों, बिम्बों, प्रतीकों, अलंकारों के माध्यम से अमूर्त भाव को मूर्त रूप प्रदान किया गया है। इससे रचना का लालित्य निखर पड़ा है। यहाँ शमशेर की 'उषा' नामक कविता की कुछ पंक्तियाँ उल्लिखित हैं।

प्रात का नभ था बहुत नीला शंख जैसे

भोर का नभ

राख से लीपा हुआ चौका

(अभी गीला पड़ा है)

बहुत काली सिल जरा-से लाल केसर से

कि जैसे कि धुल गयी हो

हिन्दी भाषा का तीसरा रूप प्रिंट, श्रव्य एवं दृश्य-श्रव्य संचार माध्यमों द्वारा राष्ट्रीय ही नहीं अपितु विश्व के क्षितिज पर अपने पाँव पसार रहा है। चूँकि मीडिया का सम्बन्ध समाज के विभिन्न वर्गों से है, इसलिए जाहिर है कि इसमें हिन्दी भाषा के बोलचाल के शब्दों का प्रयोग बहुतायत रूप में होता है। मीडिया का प्रचार-प्रसार होने के पहले उत्तर भारतीय मूल के लोगों ने विदेशों में हिन्दी भाषा के विविध रूपों का प्रचार किया। वे अपने साथ रामायण का गुटका लेकर मारीशस, गयाना, सूरीनाम, ट्रिनीडाड आदि देशों में गये और वहाँ जाकर जपनी भाषा और संस्कृति का प्रचार किया। आज इलेक्ट्रॉनिक संचार माध्यमों का आधार पाकर हिन्दी दिक्-काल की सीमा पार कर वैश्विक धरातल को अपना चुकी है। सिनेमा, आकाशवाणी, दूरदर्शन, दूरसंचार, कम्प्यूटर आदि संचार माध्यमों के द्वारा हम हिन्दी के बढ़ते हुए चरण को देख सकते हैं।

इलेक्ट्रॉनिक मीडिया के बढ़ते हुए प्रभाव के बाद भी समाचार-पत्र एवं पत्रिकाओं का महत्त्व कम नहीं हुआ है। सुबह की चाय के समय समाचार-पत्र के साथ श्रव्य संचार माध्यमों में आकाशवाणी का भी सर्वाधिक महत्त्व है। इसके माध्यम से हिन्दी का प्रयोग भारत में ही नहीं अपितु विश्व स्तर पर हो रहा है। दूरदर्शन आने के पूर्व बी.बी.सी. लंदन का समाचार और उर्दू सर्विस के फरमाइशी गानों की लोकप्रियता किसी से छिपी नहीं है। आकाशवाणी के माध्यम से समाज के विविध वर्गों को सूचना, ज्ञान एवं मनोरंजन का भरपूर आनन्द मिलता था। खासकर अनपढ़ जनता का यह लोकप्रिय माध्यम था और आज भी है। इसके माध्यम से हिन्दी में समाचार, वार्ता, परिसंवाद, नाटक और विशेष रूप से फिल्मी गानें प्रस्तुत किये जाते हैं। हिन्दी न जानने वाला व्यक्ति भी फिल्मी गानों की धुनों में रम कर गुनगुनाने लगता है। रेडियो पर फिल्मी गाने सुनकर थका हारा एवं गमों में डूबा इनसान थोड़ी देर के लिए सबकुछ भूल जाता है। इसे हम कहीं भी जंगल, पहाड़, खेत-खलिहान आदि स्थानों पर ले जाकर मन पसन्द गाने एवं कार्यक्रम सुन सकते हैं। दूरदर्शन आने के पूर्व सामान्य जनता का यह लोकप्रिय माध्यम था।

आज माध्यमों की रस्ता-कस्ती में आकाशवाणी के कार्यक्रमों के वैविध्य एवं स्वरूप में काफी बदलाव आया है। पहले आकाशवाणी पर रात पौने नौ बजे हिन्दी समाचार के लिए अधिक से अधिक पन्द्रह मिनट का समय निर्धारित था। आज मीडिया की होड़ में उसे आधा घंटे का कर दिया गया है। पहले समाचार की प्रस्तुति इस प्रकार होती थी—‘यह आकाशवाणी का दिल्ली केन्द्र है। सुबह के आठ बजने वाले हैं। अब आप देवकीनन्दन पाण्डेय से समाचार सुनिए।’ अब उसके स्वरूप में बदलाव लाते हुए पहले विज्ञापन एवं उसके बाद एक विशेष संगीतमय ध्वनि के साथ ‘समाचार प्रभात’ की शुरुआत होती है और अन्त के पाँच मिनट में किसी पत्रकार के साथ समसामयिक महत्त्वपूर्ण समाचार-पत्रों की सुर्खियों पर बात-चीत की जाती है। इसी प्रकार अन्य कार्यक्रमों में भी आमूल-चूल परिवर्तन किये गये हैं।

टी.वी. के विभिन्न चैनलों पर विविध कार्यक्रमों एवं समाचारों की बाढ़ के कारण हिन्दी के विविध रूपों का प्रयोग सर्वाधिक हो रहा है। प्रत्येक चैनल शब्दों की जादूगरी द्वारा उपभोक्ताओं को रिझाने में लगे हुए हैं। उन्हें विज्ञापनों द्वारा अधिक से अधिक धन कमाने की पड़ी है। उपभोक्ता संस्कृति के प्रचार-प्रसार के कारण दूरदर्शन पर हिन्दी के नित नये रूपों का प्रयोग किया जा रहा है। दूरदर्शन पर शब्द अपने ब्रह्म रूप में अनेकानेक लीलाएँ कर रहा है। दर्शक विमुग्ध भाव से उसे देख रहा है। दूरदर्शन के बिना जैसे लगता है कि हमारी जिन्दगी थम-सी गयी है। अमानुषीय घटनाओं, निरीह हत्याओं, जलती हुई झोपड़ियों को हम सहज भाव से देखते हैं। मीडिया उसे शब्दों के वाग्जाल से विविध रूपों में दर्शकों के समक्ष प्रस्तुत करता है। समाचारों, धारावाहिकों, विज्ञापनों एवं अन्य कार्यक्रमों की प्रतिस्पर्धा में हिन्दी नाना

वेश धारण कर रही है। तत्सम, तद्भव, देशी, विदेशी, प्रान्तीय एवं लोक शब्दों के मिश्रित रूपों का प्रयोग बड़े धड़ल्ले से हो रहा है। आप जरा राष्ट्रीय, रोजाना, आँखों देखी, आजतक, स्टार न्यूज आदि समाचारों की शब्दावली पर गौर करें तो हिन्दी प्रयोग की विविधता से भली-भाँति परिचित हो जाएँगे। बाजारवाद के इस दौर में विज्ञापन उपभोक्ताओं को शब्दों के मायाजाल में बाँधकर अपनी दुकान चमका रहा है।

हिन्दी का अन्य रूप हम टेलीफोन, फ़ैक्स, कम्प्यूटर-इंटरनेट आदि पर देख सकते हैं। इसमें भाषा की सामाजिक संस्कृति का विकास हो रहा है। भाषा की संक्षिप्तता और सरलता का एक नया व्याकरण निर्मित हो रहा है। कम्प्यूटर ने तो मानव-जीवन की कार्य-शैली को ही बदल दिया है। मनुष्य जानकारियों के इस पिटारे से ज्ञात-अज्ञात चीजें प्राप्त कर रहा है। अब इस पर अंग्रेजी भाषा का वर्चस्व भी धीरे-धीरे कम हो रहा है। इसकी अगली कड़ी मोबाइल ने तो सम्पूर्ण दुनिया को अपनी मुट्ठी में कैद कर रखा है। इस पर तो हिन्दी का एक अलग स्वरूप ही विकसित हो रहा है।

आजकल विभिन्न संचार माध्यमों के कारण हिन्दी के विविधरूपों के प्रयोग को लेकर भी जंग मची हुई है। प्रत्येक माध्यम शब्दों के मायाजाल एवं अन्य उपायों से जनता को अपनी तरफ आकर्षित कर स्वयं की पहचान बनाने में लगे हुए हैं। आजकल प्रिंट और इलेक्ट्रानिक मीडिया में एक-दूसरे से आगे निकल जाने की रस्सा-रस्ती मची हुई है। फलस्वरूप जनसंचार माध्यमों पर परम्परागत रूढ़ शब्दावलियों के स्थान पर नवीन एवं ताजी शब्दावलियों का प्रयोग ही नहीं हो रहा है अपितु उसे व्यक्त करने की भावभंगिमा भी बदल रही है। यहाँ कतिपय समाचार-पत्रों में प्रयुक्त शब्दावलियों के उदाहरण द्रष्टव्य है—29 जनवरी 2006 को प्रकाशित 'आज', 'अमर उजाला', 'दैनिक जागरण', 'जनसत्ता' में क्रमशः 'क्या कराची में होगा फैसला'। 'कराची में दादा को मौका, भज्जी बाहर'। 'आखिरी टेस्ट आज से'। 'कराची में घास तो छोड़ा है, पर चरेगा कौन' नामक शीर्षक से क्रिकेट की एक ही न्यूज विभिन्न शब्दावलियों में प्रकाशित हुई है। इसी प्रकार कर्नाटक में एच.डी. कुमारस्वामी के नये मुख्यमंत्री बनने के समाचार पत्रों ने क्रमशः इस प्रकार प्रकाशित किया है 'धरम 'राज' का अंत'। 'धरम का इस्तीफा, कुमारस्वामी तीन को पद संभालेंगे'। 'धरम राज खत्म, अब कुमार 'स्वामी'। 'कुमारस्वामी होंगे कर्नाटक के नये मुख्यमंत्री'।

15 फरवरी 2006 को कानपुर से प्रकाशित दैनिक जागरण ने वेलेंटाइन डे के समाचार को जहाँ 'कहीं खुल के हुआ प्यार, कहीं छिप के मिले यार' शीर्षक से सचित्र युवा-युवतियों को हाथ मिलाते हुए और 'वेलेंटाइन डे वेश्यावृत्ति, गनना, हिंसा' आदि पोस्टर पर लिखे हुए शब्दों के साथ मुख्य पृष्ठ पर छापा तो वहीं पर 'आज' ने 'प्रेम का उत्सव उत्साह से मना, विरोध भी हुआ' समाचार के मुख्य पृष्ठ पर साइड में प्रकाशित कर इसे कोई विशेष महत्त्व नहीं दिया। इसी प्रकार 'अमर उजाला' ने

‘वेलेंटाइन डे सख्खी-मस्ती’ और ‘स्वतन्त्र भारत’ ने ‘नगर के विभिन्न चौराहों पर हुआ वेलेंटाइन डे का विरोध’ शीर्षक से छापा। इन उपरोक्त शीर्षकों से विभिन्न समाचार-पत्रों की नीतियों का पता चलता है। उत्तर प्रदेश के बजट समाचार को जहाँ अमर उजाला ने 16 जनवरी 2006 को ‘बेरोजगारों को मिलेगा भत्ता, मुलायम ने नये वित्तीय वर्ष के बजट में की ऐतिहासिक घोषणा’ शीर्षक से छापा तो वहीं पर दैनिक जागरण ने ‘बेरोजगार स्नातकों को 500 रु. मासिक भत्ता, मुलायम का कर रहित 364 करोड़ घाटे का लोक लुभावन बजट पेश’ शीर्षकों से प्रकाशित किया।

15 जुलाई 2007 को इलाहाबाद से प्रकाशित ‘दैनिक जागरण’ ने मुख्य पृष्ठ पर बड़े शब्दों में उपराष्ट्रपति के चुनाव को लेकर जहाँ ‘गैरहाजिर रहेगा तीसरा मोर्चा’ शीर्षक दिया है तो वहीं पर युनाइटेड भारत समाचार-पत्र ने ‘शेखावत को झटका’ शीर्षक से प्रकाशित किया है। भोपाल से प्रकाशित 22 जुलाई 2007 को दैनिक भास्कर ने राष्ट्रपति की जीत का समाचार ‘प्रतिभा बनीं प्रथम नागरिक’ शीर्षक से प्रकाशित किया तो दैनिक जागरण ने इसी समाचार को खूब बड़ा-चढ़ा कर ‘ऐतिहासिक दिन, ऐतिहासिक जीत, प्रतिभा बनीं देश की पहली महिला राष्ट्रपति’।

जीवन-जगत का कोई ऐसा कोना नहीं बचा है जहाँ मीडिया की दृष्टि न पहुँच रही हो। पहले दूरदर्शन पर नियमित समय पर समाचार आने से उसे सुनने के प्रति उत्सुकता बनी रहती थी। आज टी.वी. चैनलों के महासागर में मनुष्य डूब-उतरा रहा है। इस हालत में वह स्वभावतः हमेशा कुछ नया सुनने, देखने और जानने के लिए विवश, उतावला एवं व्यग्र बना रहता है। दूरदर्शन भी जनता की नब्ज को टटोलते हुए कुछ न कुछ नया परोसने में तत्पर है। इसके लिए भाषा का नया प्रयोग ही सबसे सशक्त माध्यम बन रहा है। डी-2 पर सोमवार से शुक्रवार तक सायं छः एवं सात बजे क्रमशः आँखों देखी और रोजाना के समाचारों में तथा एन.डी.टी.वी., आजतक स्टारन्यूज आदि चैनलों पर हिन्दी भाषा के विविध रूप सुनने को मिलते हैं। समाचारों के बीच-बीच में शैरो-शायरी और लोक संस्कृति के शब्दों की छौंक से भाषा को रुचिकर बनाया जा रहा है ताकि हम उसे सुनने के लिए उत्सुक बने रहें। अंग्रेजी, उर्दू, देशज शब्दों के प्रयोग से भाषा को सरल, सुगम और रुचिकर बनाया जा रहा है। हिन्दी समाचार-पत्रों में अंग्रेजी शब्दों को देवनागरी लिपि में और हिन्दी के शब्दों को रोमन लिपि में धड़ल्ले से लिखा जा रहा है। पूर्व प्रधानमंत्री श्री अटल बिहारी वाजपेयी के हिन्दी कथनों को अंग्रेजी में उसी रूप में रोमन लिपि में प्रकाशित किया जाता था।

यहाँ मैं 18 जनवरी 2006 को रोजाना समाचार की कुछ पंक्तियों के माध्यम से भाषा के विविध रूप की चर्चा करना चाहता हूँ। ‘सपा और कांग्रेस में लगी आग और धधकेगी’। ‘हमारे युवाओं पर पाश्चात्य संस्कृति का प्रभाव गहराता जा रहा है।’ ‘मुख्यमंत्री नीतिश कुमार ने कानून व्यवस्था को सही पटरी पर लाने के लिए कड़े निर्देश दिये’। ‘वह मासूम भी ऐसे युवक पर भरोसा कर बैठी’। ‘सानिया मिर्जा ने

इरडिन में झंडा फहरा दिया'। 'स्थानीय लोगों को भक्ति में शक्ति की बात रास नहीं आती'। इसी प्रकार 31/07/07 को रोजाना समाचार में हिन्दी भाषा का स्वरूप—'हमारे गेंदबाजों ने अंग्रेजों को अच्छी शिकस्त दी'। 'मास्टर ब्लास्टर सचिन की उम्दा गेंदबाजी से इंडिया टीम को ताकत मिली'। 'टीम इंग्लैण्ड ताश के पत्तों की तरह ढह गयी'। 'टाडा अदालत ने संजय बाबा के खिलाफ अपना फैसला सुना दिया।' 'संजय के लिए मंगलवार मंगलकारी नहीं रहा'।

यहाँ डी.डी.-1 के समाचार और डी.डी.-2 के रोजाना समाचार की क्रमशः एक पंक्ति से हम हिन्दी भाषा के स्वरूप को देख सकते हैं—'समाचारों का सिलसिला जारी रहेगा एक छोटे से ब्रेक के बाद' (डी.डी.-1) एवं 'ब्रेक के बाद चर्चा करेंगे हमारी और आपकी जिन्दगी से जुड़ी कुछ अन्य खबरों की' (डी.डी.-2)। इसमें दूरदर्शन की शब्दावली बोधगम्यता की दृष्टि से साधारण, सहज और सामान्य लगती है किन्तु रोजाना की प्रभावपूर्ण, आकर्षक एवं मारक। इन दोनों वाक्यों में ब्रेक, सिलसिला, जिन्दगी, अंग्रेजी और उर्दू के शब्दों का प्रयोग मिलता है। इलेक्ट्रानिक मीडिया और कम्प्यूटर के आने से प्रिंट मीडिया में भी अंग्रेजी शब्दों की भरमार मिलती है। जिसे हम नवभारत टाइम्स समाचार-पत्र के 4 सितम्बर, 2007 के सम्पादकीय 'फिर कामयाबी' शीर्षक में देख सकते हैं। इसके अतिरिक्त इसी समाचार-पत्र में नन्दकिशोर भारतीय ने अपने लेख 'किसे फिक्र है हमारी सेहत की' में इंडस्ट्रियल कम्पनी, क्वालिटी, प्रॉडक्सन, इम्पोर्टेड, रिसाइकल, प्रसेंट, सिस्टम, सप्लाई, ग्लोबलाइजेशन, स्टैंडर्ड, टाइट आदि जैसे अंग्रेजी के भरपूर शब्दों का प्रयोग किया है। जबकि इनमें से अधिकांश शब्दों का सरल हिन्दी में प्रयोग हो सकता था।

वस्तुतः अंग्रेजी के शब्द हमारे रोजमर्रा की जिन्दगी में इस प्रकार घुलमिल गये हैं कि उनका हम सहज भाव से प्रयोग करते हैं। यह बात मौखिक और लेखन दोनों स्तरों पर हो रही है। अभी तो अंग्रेजी शब्दों का अवधी, भोजपुरी करण कर दिया गया है। गाँव का सामान्य बिना पढ़ा-लिखा व्यक्ति भी टिकटवा, स्टेशनवा, ट्रेनवा, फार्मवा, आदि शब्दों का प्रयोग करता है।

वस्तुतः सूचना तकनीकी, मीडिया विस्फोट, बाजारवाद, भूमंडलीकरण, भौतिकता आदि के बढ़ते कदम के कारण हमारी जिन्दगी का ढर्रा ही बदलता जा रहा है। पीढ़ी दर पीढ़ी की संस्कृति, खानपान, रहन-सहन, सोच-समझ, आचार-विचार आदि के बदलाव के साथ भाषा का स्वरूप भी बदल रहा है। चूँकि मीडिया का सम्बन्ध समाज के सभी वर्गों से होता है इसलिए वह उसी के अनुरूप भाषा के विविध रूपों का चयन कर उनके सामने परोस रहा है। मीडिया का उद्देश्य था जनता को विश्वसनीय एवं तथ्यपरक जानकारी देना, ज्ञान प्रदान करना और साथ ही मनोरंजन करना। वैसे आज भी मीडिया उक्त उद्देश्यों के प्रति संलग्न है, लेकिन अब उसका प्रधान उद्देश्य हो गया है पैसे कमाना।



एक जमाना था जब सम्पादक निःस्वार्थ भाव से बिना किसी आर्थिक लोभ के अपने झोले में समाचार-पत्र लेकर घर-घर देते ही नहीं थे, अपितु बाँचकर सुनाते भी थे। उनके मन में राष्ट्रीयता और सामाजिक जागरण की भावना कूट-कूट कर भरी हुई थी। पत्रकारों के जीवन का उद्देश्य व्यापक राष्ट्र एवं समाज हित था। समाचार-पत्र प्रकाशन के संसाधनों के अभाव में ईमानदारी, निष्ठा, परिश्रम और अध्यवसाय उनके जीवन की सफलता की कुंजी थी। परिवर्तन की प्रक्रिया में आज हालत यह है कि एक-एक शहर से सात-सात, आठ-आठ पेपर प्रकाशित हो रहे हैं। इन सब के मूल में अर्थ लाभ सर्वोपरि है। बाजारवाद के इस दौर में मीडिया क्षेत्र में भी दौड़ मची हुई है। प्रिंट एवं अन्य मीडिया की प्रसिद्धि का भव्य महल भाषा प्रयोग पर भी आधारित है। यही कारण है कि आजकल मीडिया पर हिन्दी भाषा के विविध रूपों के माध्यम से शब्दों का मायाजाल खड़ा किया जा रहा है।