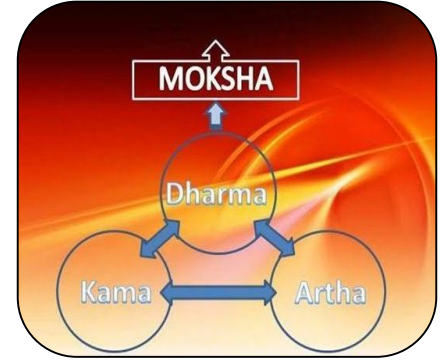




विश्व परिदृश्यमें हिंदी : पुरुषार्थ की दिशाएँ

डॉ.सानप शाम बबनराव

कालिकादेवी कला, वाणिज्य एवं विज्ञान महाविद्यालय,
शिरूर का., जि.बीड



प्रस्तावना

हिंदू संस्कृति में चार पुरुषार्थ बताए गए हैं—१. धर्म, २. अर्थ, ३. काम, और ४. मोक्ष। 'पुरुषार्थ' से तात्पर्य मानव के लक्ष्य या उद्देश्य से है। चार पुरुषार्थों में 'अर्थ' का द्वितीय स्थान माना गया है। वर्तमान भौतिक जगत में प्रायः 'अर्थ' ही जीवन की अर्थवत्ता बढ़ाने हेतु योगदान देता है। इस लिए धर्म—मार्ग से युक्त अर्थ प्राप्ति करने हेतु मनुष्य ने प्रयत्न करना आवश्यक है। अपने पुरुषार्थ से अर्जित धन की महत्ता का गान करते हुए कवि रहीम कहते हैं—रहिमन निज संपत्ति बिना, कोउ न बिपति सहाय। बिनु पानी ज्यों जलज को, नहिं रवि सके बचाय। प्राचीन काल से ही 'भाषा' अर्थ प्राप्ति का साधन बनी हुई है। भाषा का मुख्य उद्देश्य ही सामाजिक व्यवहार है। अकेले व्यक्ति को तो भाषा की कोई आवश्यकता नहीं होती। अतः जहाँ समाज होता है वही भाषा होती है। समाज में परस्पर व्यवहार में ही भाषा का विकास होता है। भाषा में नयी ध्वनियाँ, नये शब्द तथा वाक्य विन्यास की नयी शैली विकसित होती है। सामाजिक दृष्टि से भाषा का सर्वाधिक व्यवहार भाव सम्प्रेषण होता है। समाज का प्रत्येक व्यक्ति अपने भावों और विचारों का आदान—प्रदान करता है। यह सामाजिक आदान—प्रदान की प्रक्रिया व्यक्ति और समाज को एकान्वित करके एकता की सृष्टि करती है। भावों के आदान और प्रदान के लिए ही समाज भाषा का सर्वाधिक ऋणी है। ज्ञान, विज्ञान, कला, संस्कृति आदि के सभी अंगों में आवश्यक सूचना देकर समाज को अग्रसर करना ही भाषा का उद्देश्य रहता है। इतिहास और भूगोल आदि, अतीत और वर्तमान की सूचना देते हैं। हमारा लिखित और प्रकाशित साहित्य मानवोपयोगी सूचनाएँ प्रसारित करता है। समाचार पत्र—पत्रिकाएँ दैनिक घटनाओं और राष्ट्रीय गतिविधि आदि की सूचनाएँ देते हैं। पत्र—पत्रिकाएँ रेडियो, वायरलेस टेलिविजन आदि इसी प्रक्रिया के अंग हैं।

हिंदी केवल एक भाषा नहीं है, सदियों लंबी एक यात्रा है, जिसने कई पड़ाव पार किये हैं। जिस प्रकार एक नदी अपनी यात्रा में अनेक नई धाराओं को अपने में समाहित करती चलती है, उसी प्रकार हिंदी भी अनेक भाषाओं और बोलियों की धारा को अपने में समेटती हुई आज अत्यंत सक्षम, समर्थ और लोकप्रिय रूप में संसार के समक्ष है। भाषा कारखाने में पैदा नहीं होती बल्कि यह लोक—व्यवहार और बोलचाल से बनती है। पतंजलि ने कहा था कि कोई व्याकरण के पास जाकर नहीं कहता कि शब्द गढ़ दो, यह तो लोक व्यवहार से ही पैदा होता है। साहित्यिक भाषा पुस्तकों और ज्ञान के क्षेत्र में तो खरी उतरती है, पर किसी भी भाषा का जीवन और लोकप्रियता सामान्य जन के बीच उसकी सहजता एवं जीवंतता से ही तय होता है। "जीवित भाषा वह होती है, जो मचलने, हँसने, लड़ने और खेलने के काम आए। वह पूरी तरह लोकमुखी हो। हमारे लिये हिंदी ऐसी ही है। वह आरम्भ में गंगा के उद्गम की तरह क्षीण धारा भले ही रही हो, पर छोटी—छोटी लहरों—धाराओं से मिलती हुई आज निर्मल हो गयी है। वह जनता के हृदय सिंधु में मिलकर अनंत संभावनाओं का राग अलापती है।" हिंदी से जुड़े कुछ बुद्धिजीवी यदा—कदा भाषा की शुद्धता, व्याकरण—निष्ठता और तत्सम शब्दों के अतिरेक में उलझ जाते हैं ये लोग हिंदी की कुलीनता के हामी हैं, पर ऐसी भाषा औपचारिक एवं गरिष्ठ बनकर सीमित दायरे में सिमटकर रह जाएगी। फिर वह न लोकप्रिय बन पाएगी और न ही भूमंडलीकरण के इस दौर में सर्वव्यापी और ग्राह्य हो पाएगी।

हिंदी की प्रकृति तद्भव परक है, वह निरंतर कठिनता से सरलता की ओर उन्मुख होती चलती है। परिवेश के अनुसार ढल जाने का स्वाभाविक गुण उसमें मौजूद है। अपने संपर्क में आने वाली भाषाओं और बोलियों से नए शब्द ग्रहण करती हुई हिंदी लगातार सामान्य जन के लिये सरल सहज और अपनेपन से लबरेज होती जा रही है और यह हिंदी की एक नई विकासयात्रा है, जिसने पूरे भूमंडल को अपने में समेट लिया है। हिंदी के इस सहज और लोकप्रिय स्वरूप का बहुत कुछ श्रेय इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट

मीडिया को दिया जाना चाहिये जिसने हिंदी को बेहद रोचक और अभिव्यक्ति को सशक्त बना दिया है। दूरदर्शन और समाचार-पत्रों की सुर्खियां या विज्ञापन इसके उदाहरण हैं। सहज हिंदी में समाचार बोझिल न होकर मनोरंजक हो जाते हैं साथ ही बोधगम्य भी। प्रिंट मीडिया के नए प्रयोगों में उदाहरण स्वरूप “निमाड़ में सिमटने लगा घना जंगल”, “आवेदन पत्र-ऑनलाइन उपलब्ध” या आम की प्रदर्शनी पर समाचार पत्र की सुर्खियाँ “राजा चुना गया बिलासपुर का लंगड़ा”, सजी है आम की बारात, आज बिदाई।” इसी प्रकार विज्ञापनों में भी भाषा के रोचक और नवीन प्रयोग दिखाई देते हैं, यथा—

“पप्पू पास हो गया”(केडबरी चॉकलेट)
 “हर घर कुछ कहता है”(एशियन पेंट)
 “इसको लगा डाला तो लाईफ झिंगालाला”(टाटा स्काई)
 “दाग अच्छे है” या सर्फ की खरीदारी में ही समझदारी है(सर्फ)
 “पानी का डॉक्टर एक्वागार्ड”(एक्वागार्ड) आदि।

हालांकि इस प्रकार की हिंदी को लेकर बहुत विवाद भी हुए। किन्तु जब हम भाषा को बहता पानी बोलते हैं तो पानी का तो स्वभाव ही अनुकूलन है। भाषा को मीडिया के बदलते रूप के साथ बदलता देखने के लिये एक उदार दृष्टि और आत्मविश्वास का होना जरूरी है। जब हम अन्य भाषाओं के शब्दों को स्वीकार कर रहे हैं तो मीडिया में उनके रोचक और चमत्कारिक प्रयोग पर आपत्ति क्यों? “ये दिल मांगे मोर” या “धक-धक गो” जैसे उदाहरण एक तरफ भाषा के लचीलेपन को दर्शाते हैं तो दूसरी और भाषा की ताकत के प्रतीक हैं। विज्ञापनों की इस रंगीन दुनिया ने रोजगार के क्षेत्र में अनेक संभावनाएं जगाई हैं।

बाजार हिंदी को जानने समझने लगा है देवनागरी लिपि का प्रयोग विज्ञापनों में जमकर हो रहा है। दिल को छू लेने वाली “टैग लाइन्स” ने बच्चों तक के दिल में जगह बना ली है। कल तक जो हिंदी हाशिये पर दिखाई देती थी, उस हिंदी ने आज विश्व पटल पर अपनी धाक जमा ली है। अब उसे अस्मिता की लड़ाई लड़ने की जरूरत नहीं है।¹ “समाज शास्त्रियों का कहना है कि हिंदी बोलने वालों की संख्या आज विश्व में सर्वाधिक है। पहले चीनी यानि मंडारिन बोलने वाले जनसंख्या की दृष्टि से आगे थे। अब हिंदी बोलने वाले। सभी चीनी मंडारिन नहीं बोलते विश्व के स्रोतग्रंथ हिसाब लगाकर बताते हैं कि चीनी भाषियों की संख्या लगभग ७० करोड़ है, जबकि पूरी दुनिया में हिंदी बोलने और समझने वालों की संख्या एक अरब से भी ज्यादा है।” विश्व भाषा का दर्जा प्राप्त अंग्रेजी को बोलने वाले तो संसार में ३५ करोड़ ही हैं। अंग्रेजी के समक्ष सम्पन्न और समर्थ हिंदी में शब्दों की विशाल संपदा है। प्रत्येक विषय की अभिव्यक्ति के लिये अनुपम शब्दों का भंडार है। इसलिये यह बात कि हिंदी उच्च शिक्षा के लिये या कम्प्यूटर तथा इंटरनेट के लिये अनुपयुक्त है, भ्रान्ति सिद्ध हो चुकी है। मोबाइल, एस एम एस, कम्प्यूटर, इंटरनेट, ब्लॉग, ट्विटर, फेसबुक हर जगह हिंदी का बोलबाला है और इन्हीं नए उपकरणों ने हिंदी के माध्यम से रोजगार के क्षेत्र में बहुत सेविकल्प प्रस्तुत कर दिए हैं। चंडीगढ़ की एक फ्रेंच टीचर किसी कविता का हिंदी अनुवाद कर ब्लॉग पर डालती है और केरल और अमेरिका का हिंदी पाठक उसे पसंद कर अपनी राय जाहिर करता है। इस पर वरिष्ठ पत्रकार निधीश त्यागी कहते हैं—“भाषालोगों के बीच से गुजरती हुई नदी की तरह होती है, और जितने ज्यादा लोगों में जितनी ज्यादा तरह से जितने भी स्वरूपों में वह प्रवाहित होती है, वह उतनी ही ज्यादा बढ़ती जाती है। यह हिंदी के स्वरूप को और विकसित करेगा और लचीला बनायेगा।” उनका मानना है कि ‘इंटरनेट ने हिंदी भाषा और सोच को नई दिशा दी है।’ यह सच है कि हिंदी के ब्लॉग और सोशल मीडिया ने हमारी यादों को ताजा कर दिया है। हममें जो दबा-छिपा था वह बाहर आने लगा है। भूमंडलीकरण के इस दौर में जब हिंदी ने पूरे विश्व में अपने पंख पसार लिये हैं—विदेशी कंपनियों ने भारत में एक व्यापक, विशाल बाजार की संभावना देखी है और यदि उसे हमारे बाजार पर कब्जा करना है तो उसे हिंदी सीखनी ही होगी। हिंदी के अभाव में वह हमारे बाजार की नब्ज नहीं पकड़ सकता। जो हिंदी बोलेगा वही धन कमाएगा और सफल होगा।

अर्थजगत् में भारत के उज्ज्वल भविष्य को देखते हुए विदेशों में हिंदी शिक्षण का प्रचार-प्रसार हो रहा है। आस्ट्रेलिया में हिंदी भाषा को राष्ट्रीय पाठ्यक्रम में सम्मिलित कर लिया गया है। अमेरिका की प्रख्यात सिल्वेनियायुनिवर्सिटी ने एम.बी.ए. के छात्रों के लिये हिंदी का द्विवर्षीय पाठ्यक्रम अनिवार्य कर दिया है। विश्व के अनेक देश हिंदी सीखने-सिखाने के लिये करोड़ों डॉलर खर्च कर रहे हैं। विदेशों में हिंदी शिक्षण ने हमारे यहाँ के हिंदी अध्यापकों के लिये विदेश में अध्यापन के सुअवसर उपलब्ध कराए हैं। विदेशी भाषा के रूप में हिंदी विश्व के १५० से अधिक विश्वविद्यालयों में पढ़ाई जा रही है। हिंदी संकायों में हिंदी पढ़ाने के लिये अतिथि अध्यापकों के अलावा सांस्कृतिक आदान प्रदान के तहत प्रतिनियुक्त अध्यापक और हिंदी के नियमित अध्यापक कार्यरत हैं।² अध्यापन के अलावा शब्दकोश की रचना भी आज के समय की बड़ी आवश्यकता बन चुकी है। वैश्वीकरण के साथ-साथ

अन्य भाषाओं को सीखना एक बड़ी जरूरत बन गयी है। प्रसिद्ध भाषाविद् अरविंद कुमार का कहना है—“तेजी से बदलती दुनिया अपने साथ हर दिन नई तकनीक की शब्दावली लाती रही है।

हम कह सकते हैं कि बीसवीं सदी से लेकर अब तक हिंदी के विकास का इंजन मीडिया रहा है। आज अमेरिका उन सभी देशों और भाषाओं के कोशों का संकलन कर रहा है जिनसे वह संबंध बढ़ाना चाहता है।” आज की हिंदी मीडिया और सिनेमा की हिंदी है जो तेजी से विकसित हो रही है। अब हमें हिंदी—हिंदी शब्दकोष के अलावा हिंदी—चीनी, जापानी, अरबी, स्पेनी, जर्मन, फ्रेंच आदि भाषाओं के द्विभाषी कोष रचना पर ध्यान देना चाहिये जो कि वैश्वीकरण की प्रबल आवश्यकता है। इसी प्रकार विश्व साहित्य का हिंदी अनुवाद भी रोजगार का एक विकल्प है। हैरीपॉटर सीरिज एवं बेस्टसेलर किताबों के अनुवादों की लोकप्रियता एवं जबरदस्त बिक्री से यह साफ जाहिर होता है कि अनुवाद भविष्य में एक बड़ा रोजगार साबित होगा। भारत में ई—बुक्स का भी बड़ा बाजार है जिसमें हिंदी प्रकाशक हिंदी में ई—पुस्तकें तैयार कर सकते हैं। इंटरनेट के विस्तार के साथ ई—पुस्तकों का बाजार बढ़ा है। हालांकि अभी इसे बहुत लोकप्रियता हासिल नहीं हुई है। आर्काइव डॉट ओ आर जी, वाइडवर्ड, आदि चंद वेबसाइट्स पर कुछ सीमित विषयों पर किताबें तो बहुत उपलब्ध हैं पर इसमें अभी काफी संभावनाएँ नजर आती हैं। प्रकाशक ई—पुस्तकों के जरिये एक नया बाजार स्थापित कर सकते हैं। आज हिंदी ने विश्व परिदृश्य पर अपनी जो छवि बनाई है एवं लोकप्रियता हासिल की है उसमें हिंदी फिल्मों एवं गानों के साथ टी.वी.सीरियलों के योगदान को नहीं नकारा जा सकता। २४ घंटे चलने वाला टी.वी., लगातार प्रसारित होती खबरें और नित नये हिंदी सीरियलों ने जहाँ हिंदी को विश्वव्यापी बनाया है, वहीं बेरोजगारों को रोजगार के अनेक अवसर उपलब्ध कराए हैं। हिंदी का जो आज अखिल भारतीय और वैश्विक स्वरूप है, उसे स्थापित करने का श्रेय जहाँ हम इलेक्ट्रॉनिक एवं प्रिंट मीडिया को दे सकते हैं, वहीं यह भी सत्य है कि हिंदी भाषा को लेकर एक उदार और व्यापक दृष्टि ने उसे अंतर्राष्ट्रीय स्तर तक पहुंचाया है। छोटे—मोटे व्यवधानों को छोड़ दें तो वह निरंतर जीवंत संपर्क की भाषा बनी हुई है। अपनी हिंदी को जन—जन के बीच सहज सुगम बनाने के लिये हमें इसके समावेशी चरित्र को सुदृढ़ रखना होगा, जो दुनिया भर से आने वाली मुक्त हवाओं के झोंकों के लिये बाहें फैलाये तैयार हो।

संदर्भ

१. हिन्दी : राष्ट्र की अस्मिता (अभिनंदन ग्रंथ) (२०११)
२. विवरणिका : म.प्र. हिन्दी साहित्य सम्मेलन (अक्टूबर १९८७)
३. दैनिक भास्कर : हिन्दी दिवस विशेष अंक (२०११ एवं २०१२ सितम्बर)
४. आधुनिक जनसंचार और हिन्दी—प्रो. हरिमोहन