

हिन्दी के प्राचीन-अर्वाचीन संसाधन

डॉ. मोहन लाल जाट

असिस्टेंट प्रोफ़ेसर & विभागाध्यक्ष: हिन्दी विभाग

स्नातकोत्तर राजकीय कन्या महाविद्यालय

सेक्टर-11, चंडीगढ़

***शोध-सारांश :** : किसी भी देश के विकास और निर्माण में वहां की भाषा का अहम योगदान होता है। शासन व्यवस्था से लेकर साँस्कृतिक-सामाजिक और आर्थिक परिदृश्यों में हिंदी भारत की सभी भाषाओं के शब्दों को अपनाते हुए बाजार एवं उद्योग की आवश्यकता के अनुरूप अपनी रूप-संरचना का निर्माण करती जा रही है। 'भाषा बहता नीर' के अनुरूप आज हिंदी अपना कलेवर बाजारीकरण के दृष्टिकोण से बदल रही है। बाजारवाद आज राजनीतिक, आर्थिक और साँस्कृतिक आदान-प्रदान का ग्लोबल रूप लिए भाषाओं की भाँती हिंदी राष्ट्रीय और अंतर्राष्ट्रीय स्तर पर सहयोग कर समय के साथ अपनी ढाँचागत संरचना में परिवर्तन कर रही है, यही कारण है कि इक्कीसवीं सदी की विश्व की सफल भाषाओं में हिंदी का दबदबा भी लगातार बढ़ता ही जा रहा है। उत्पाद, उपभोक्ता, बाजार, विज्ञापन और पूंजीगत आदान-प्रदान हेतु आज हिंदी भाषा का इस सबके लिए प्रयोग करना (विशेषतया भारत में) अनिवार्य-सा होता जा रहा है। यह सत्य है और खुशी की बात है कि आज भारतीय मनोरंजन जगत में उत्तर से दक्षिण और पूर्व से पश्चिम तक का सिनेमा भी हिंदी में फिल्मस, गाने आदि डबिंग करके हिंदी-दर्शकों में अपनी पैठ बना रहा है। यहाँ न ही कोई द्वेष है भाषागत और न ही कोई टकराव, केवल और केवल हिंदी को संचार रूप में स्वीकृति दी जा रही है।

***बीज शब्द :** हिंदीभाषा, भाषा का प्रयोग, भाषा की निर्मिति, हिंदी की भूमिका, साधन बनाम हथियार, मनोरंजन,

संचार साधन और हिंदी, हिंदी और बाजारवाद।

*** शोध-विधि :** व्याख्या-विश्लेषण और वर्णनात्मक विधियों का मिश्रित प्रयोग।

*** शोध-उद्देश्य :**

1 हिंदी भाषा और भारतीय भाषाओं के आपसी लचीले ग्राह्य सम्बन्धों को दर्शाना 2

संचार और नवाचार क्षेत्र में हिंदी की बढ़ती मजबूत स्थिति से अवगत होना।

3 भारत के बढ़ते साँस्कृतिक, आर्थिक, राजनैतिक महत्त्व में हिंदी भाषा को समझना-

समझाना।

4 भारत की भविष्य उन्मुखी प्रकृति को राष्ट्रीय-अंतरराष्ट्रीय परिप्रेक्ष्य में समझना 5 हिंदी भाषा के खुलते नए अवसरों एवं क्षेत्रों की जानकारी हासिल करना ।

***भूमिका:** प्रत्येक देश की अपनी भाषा और एक संस्कृति होती है, और उस देश की निर्मिति में भाषा का सबसे महत्वपूर्ण और ऊपर स्थान होता है, क्योंकि वही उस देश के समाज और संविधान को समझने-समझाने का एकमात्र आधार होती है । वैसे किसी राष्ट्र का निर्माण केवल भूगोल, जनता और राजा से नहीं हो जाता है, इसके लिए इन तीनों तत्वों के साथ वहां की संस्कृति और इन सबके बीच भाव-विचारादि विनिमय के लिए एक भाषा का होना परमावश्यक है । भारत राष्ट्र की पहचान हिंदी के तौर पर होनी चाहिए थी और काफी कुछ होती भी है, लेकिन यह हमारे देश के लिए एक हथियार बनकर रह गई है, जिसका इस्तेमाल अवसर-अनवसर पर विभिन्न रूपों में विभिन्न लोग करते हैं । ठीक वैसे ही, जैसे युद्धों में सभी देश जीत के लिए अलग-अलग और श्रेष्ठ हथियारों का प्रयोग करते हैं, वैसे ही हिंदी को आगे बढ़ाने, उसे लोकप्रिय बनाने, उसके व्यावसायिक से लेकर सामाजिक-सांस्कृतिक प्रयोग के भी अनेक उपाधान काम में लिए जाते हैं । इन्हीं साधनों यानि हथियारों के बल पर हिंदी आज भारत में ही नहीं विश्व में भी लोकप्रियता के पंख लगाकर लगातार उड़ रही है । उड़ने में उसे आनंद भी आ रहा है और दुनिया देखने-समझने का अवसर भी मिल रहा है । हिंदी की बढ़ती लोकप्रियता और जनसंचार साधनों में बढ़ाते उसके वर्चस्व को हम सर्वत्र महसूस कर रहे हैं इस सुगम कार्य को इतनी आसानी से गिना देना जितना सहज है, उतना ही मुश्किल है उसके आधार उपादानों और उसके नुकलीले हथियारों को स्मृतित रखना; जो किसी भाषा के व्यावहारिक प्रयोग के लिए उपयोगी होते हैं-

- जन-गण-मन
- संचार माध्यम
- मनोरंजन की दुनिया में हिन्दी का सुपर पैकेज
- बाजारवाद

*** जन-गण-मन:** भाषा वही जीवित और सक्रीय रहती है जिसे जन-गण-मन हृदय से अपनाता है और उसका सम्मान के साथ व्यावाहिक एवं सैद्धांतिक प्रयोग करता है । हिंदी का विकास इसी जनरुचि को दर्शाने के लिए पर्याप्त है । आज टूटी-फूटी हिंदी पूर्वोत्तर भारत से लेकर ठेठ दक्खन तक बोली और सुनी जा रही है । इन्हीं क्षेत्रों से हिंदी में लिखित साहित्य भी सम्मान पा रहा है । यह साहित्य हथियार भी बन रहा है वहां के लोगों की मानसिकता बदलने और रोजगार पाने का । केन्द्रीय सेवाओं में यहाँ के लोग

अब ज्यादा चयनित होने लगे हैं क्योंकि उन्होंने हिंदी को उत्तर भारतीयों की भाँति गले से लगाया है, अपने हृदय में बिठाया है, अपनी अकादमिक यात्रा का माध्यम बनाया है। भारत के मध्य, पश्चिम और उत्तर क्षेत्र में तो हिंदी भाषा पहले ही हृदयस्थली थी, आज भी है और भविष्य में भी रहेगी। जन-जन की मांग के अनुसार भारत में शैक्षणिक संस्थानों में हिंदी का वर्चस्व एवं प्रयोग बढ़ रहा है। भारत में ही नहीं, विदेशों में बसे भारतीयों के लिए भी वहाँ की स्थानीय सरकारें हिंदी के मानद संस्थान हिंदी भाषा और साहित्य को पढ़ने-पढ़ाने पर बल दे रही हैं। वहाँ रहने वाले हजारों-लाखों भारतीय अपनी मातृभाषा में किताबें-अखबार पढ़ते और पढ़ाते हैं, और साथ ही भारतीयता की श्याम-अनुभूति करते नहीं अघाते हैं। मोरिशस, फ़िजी, श्रीलंका, मलेशिया, कम्बोडिया, जावा, बाली, सुमात्रा, अमेरिका, कनाडा, दक्षिण अफ़्रीका, जर्मनी, फ़्रांस, इंग्लैंड, सोवियत रूस आदि ऐशियाई-यूरोपीयन तथा अमेरिकी देशों ने अपने-अपने देशों में हिंदी को बढ़ावा देने के लिए हिन्दी विद्यालय और विश्वविद्यालय एवं उनमें हिंदी विभाग तक खोले हैं, जिनमें हिन्दी को सिखाकर उसमें उत्पादों के अनुकूल भाषाई परिवर्तन किया जा सके। डॉ. कुलदीप सिंह लिखते हैं-“वैश्वीकरण के दौर में जहाँ एक तरफ़ सैकड़ों भाषाएं मर रही हैं, दूसरी तरफ़ एक सवाल उपस्थित है कि क्या आज ज्ञान और विज्ञान के लिए हिन्दी की कोई अहमियत बची है? इसका जवाब हां है क्योंकि हिन्दी एक विश्व भाषा है। मात्र इसलिए नहीं कि वह सर्वाधिक बोली और समझी जाती है बल्कि इसलिए कि पूरे विश्व में उसके अनेक रूप-रूपांतर प्राप्त होते हैं। जैसे- मोरिशस में ‘क्रिओली हिन्दी’, फ़ीजी में ‘फ़िजियन हिन्दी’, सूरीनाम में ‘सरनामी हिन्दी’, त्रिनिदाद में ‘त्रिनि हिन्दी’, नेटोल में ‘नेटाली हिन्दी’, तजाकिस्तान में ‘ताजिकी हिन्दी’ और रोम में ‘रोमानी हिन्दी’।¹

* **संचार माध्यम:** इलेक्ट्रॉनिक और प्रिंट मीडिया ने आज संचार को अत्यधिक सुगम बना दिया है। इस दौर में संचार माध्यमों-मोबाइल, टेलीविजन, कम्प्यूटर, लेपटोप, पत्र-पत्रिकाएं, किताबें, इन्टरनेट ने ऑनलाइन एवं ऑफ़ लाइन संचार में महती भूमिका निभाई है। इन माध्यमों में प्रयुक्त होने वाली हिन्दी शुद्ध साहित्यिक न होकर विश्व की सभी भाषाओं के शब्दों को अपने में समेटे हुए वह हिन्दी है जिसे बोलने, लिखने-पढ़ने में सुविधा तथा आसानी रहती है। आज फेसबुक, इन्स्टाग्राम, ट्विटर, टेलीग्राम, मेटा, यू ट्यूब, जैसे प्रसिद्ध प्लेटफोर्म पर चलताऊ और हिन्दुस्तानी मिश्रित हिंदी धड़ल्ले से लिखी, पढ़ी एवं समझी जा रही है। हिंदी में छोटी-छोटी रील, छोटे-छोटे वीडियो, मिम्स, और हर कार्य, खानपान, पहनावा आदि सीधा प्रसारण करना आज साधारण बात हो गई है। साहित्य के इत्तर प्रयुक्त होने वाली इस हिंदी के ये अत्याधुनिक तकनीकी हथियार

किसी वरदान से कम नहीं है। हिंदी ही नहीं, भारतीय भाषाओं के लिए ये सभी तकनीकी प्लेटफोर्म संजीवनी का कार्य कर रहे हैं। साहित्यिक और असाहित्यिक अनुवाद के लिए आज गूगल ट्रांसलेशन, गूगल इनपुट, जेमिनी, चैट जी. पी. टी., जैसे कृत्रिम मेधायुक्त प्लेटफोर्म संसाधन ऊर्जा की रफ्तार दे रहे हैं। आज स्पष्ट परिलक्षित होता है कि “भूमण्डलीकरण ने अर्थतंत्र, राजनीति, भाषा, साहित्य, सब पर अपना व्यापक प्रभाव डाला है। वैश्वीकरण के इस दौर में जब दुनिया एक साझा बाजार है और हम सब इस बाजार के उपभोक्ता, भाषा में विदेशी शब्दों का सम्मिश्रण, भाषा का अन्तर्राष्ट्रीयकरण तथा भाषा में सरलीकरण की प्रवृत्ति दृष्टिगोचर हो रही है। भाषा की तत्सम प्रधान भाषा के साथ-साथ रोजमर्रा में व्यवहृत होने वाली भाषा का एक रूप विकसित होता जा रहा है।”²

“आज संचार माध्यमों में मिश्रित शब्दावली की ‘हिंगलिश’ धड़ल्ले से प्रयुक्त हो रही है। टेलीविजन का कोई भी कार्यक्रम हो, खेल का मैदान हो, किसी घटना का सीधा प्रसारण हो, बच्चों के कार्टून नेटवर्क चैनल हो, ज्ञान-विज्ञान के राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय चैनल या पत्र-पत्रिकाएं हो, समाचार चैनल्स हो- सब जगह हिन्दी अपने कलेवर में विभिन्न भाषाओं के शब्दों को समेटे लोगों के दिल-ओ-दिमाग में छाई हुई है। यही कारण है कि शुद्ध अंग्रेजी में निकलने वाले अखबारों में भी हिन्दी विज्ञापन दिए जा रहे हैं। कई अंग्रेजी अखबार तो अंग्रेजी पाठकों की कमी और हिन्दी पाठकों की बढ़ती संख्या के चलते अब हिन्दी में छपने लगे हैं लेकिन इसके लिए हिन्दी को बहुत संघर्ष झेलना पड़ा। मोबाइल में आज कोई भी सन्देश आसानी से हिन्दी या किसी भी क्षेत्रीय भाषा में टाइप करके भेजा जा सकता है। कोरोना काल से तो मोबाइल ने अलग-अलग सॉफ्टवेयर-यूनिकोड, गूगल ट्रांसलेटर, वराह, कृतिदेव और ऑनलाइन प्लेटफ़ार्म- व्हाट्स एप, गूगल क्लासरूम, जूम, गूगल मीट- को लेकर ऑनलाईन क्लासेस के क्षेत्र में जबरदस्त क्रांति ला दी है। हिन्दी को लेपटोप तथा मोबाइल के लिए अनुपयुक्त और कठिन मानने वाले भी अब इसे सुविधाजनक रूप में नितप्रति प्रयोग कर रहे हैं। वैश्विक अन्तर्जाल यानि इन्टरनेट ने तो दिहाड़ी मजदूर से लेकर पूँजीपतियों तक को वैश्विक सन्दर्भ में एक मंच पर एक साथ ला खड़ा कर दिया है। इन्टरनेट पर आज अनेक सर्च इंजन मौजूद हैं- गूगल, क्रोम, फ़ायरफ़ोक्स और स्वदेशी सर्च इंजन ‘तलाश’। यदि किसी को हिन्दी या अंग्रेजी या किसी अन्य भाषा के किसी शब्द का अर्थ जानना है तो गूगल में जाकर शब्द लिखो और उसके ढेर सारे अर्थ आपकी आँखों के सामने दिखाई दे जाएंगे। यही नहीं, विश्व के किसी कोने में बैठे साहित्यकार की लिखी कविता, कहानी, उपन्यास, निबंध, नाटक या पुस्तक आदि नेट पर मिल जाते हैं और घर बैठे-बैठे ही हम उनको पढ़ सकते हैं।”³

‘वर्क फ्रॉम होम’ की संस्कृति का चलन काफी प्रचलन में हैं और इसका श्रेय तकनीकी क्रांति को ही जाता है। सभी के लिए सुलभ मोबाइल से आज गरीब-मजदूर के बच्चे भी दूर-दराज बैठे अपनों से विडियो कोल, व्हाटस एप, फ़ेसबुक आदि से आसानी से सुबह-शाम बातें करते हैं और विदेशों में कमाने गए नौकरीपेशा युवाओं-लोगों को भी हिन्दी या अपनी भाषा में यह सुविधा अपनत्व दिलाती है। कभी अमीरों का स्टेटस सिंबल रहा मोबाइल आज झोपड़-पट्टी में रहने वालों और उनके बच्चों के लिए ऑनलाईन शिक्षा का सशक्त माध्यम बना है। आज मोबाइल और इन्टरनेट के माध्यम से सरकारी हो कि निजी; विदेशों में बैठे-बैठे ही ऑनलाइन विडियो कॉन्फ़ेसिंग, ई-वेबिनार, ई मीटिंग्स जैसे आयोजन हिन्दी भाषा में सफलतापूर्वक हो रहे हैं। वास्तव में भूमण्डलीकरण के इस दौर में हिन्दी किसी अमीर-पूँजीपति की जायदाद न होकर आमजन की व्यावहारिक जीवन-शैली बनती जा रही है। इस संबंध में ऋषभ देव शर्मा का कथन एकदम उपयुक्त प्रतीत होता है- “यह कहना गलत न होगा कि संचार माध्यमों ने हिन्दी के जिस विविधतापूर्वक सर्वसमर्थ रूप का विकास किया है, उसने भाषा समृद्ध समाज के साथ-साथ भाषा वंचित समाज के सदस्यों को भी वैश्विक संदर्भों से जोड़ने का काम किया है। यह नई हिन्दी कुछ प्रतिशत अभीजात वर्ग के दिमागी शुगल की भाषा नहीं बल्कि अनेकानेक बोलियों में व्यक्त होने वाले ग्रामीण भारत की नई भाषा है। इसे भारत तक पहुंचने के लिए बड़ी से बड़ी बहुराष्ट्रीय कंपनियों को भी हिन्दी और भारतीय भाषाओं का सहारा लेना पड़ रहा है।”⁴

इतने तकनीकी विकास के बावजूद आज भी प्रिंट मीडिया ही स्थायी एवं प्रामाणिक साधन है, जिस पर भरोसा कायम है क्योंकि भाषाओं की असली पहचान एवं स्थायित्व वहीं सुरक्षित है। इलेक्ट्रॉनिक मीडिया में सतर्कता बेहद जरूरी है क्योंकि वहां हर पल परिवर्तन है, इसलिए प्रमाणीकरण की दरकार भी रहती ही है। इलेक्ट्रॉनिक साधनों का मूल्यांकन करते हुए राजेन्द्र उपाध्याय ने ‘इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में हिंदी’ आलेख में सख्त एवं स्पष्टतया लिखा है, “इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों ने हिंदी को किसी मजबूरी के तहत ही अपनाया हुआ है क्योंकि इसके बगैर उनका काम नहीं चलता। हिंदी भाषी एक बहुत बड़ा बाजार-एक बहुत बड़ा उपभोक्ता वर्ग- उसके हाथ से छूट जाएगा। इसलिए हर कोई एक अजीबोगरीब, एक नकली हिंदी हिन्दुस्तानियों के हाथ में थमा रहा है। मुहावरे भी विज्ञापन की भाषा में नए-नए गढ़े जा रहे हैं। आज ‘ढूँढते रह जाओगे’ और ‘कुछ पाने के लिए कुछ खोना पड़ता है’ जैसे मुहावरे प्रचालन में हैं- रिजर्व बैंक के छोटे-मुड़े-तुड़े नोटों की तरह- क्योंकि नए नोटों (मुहावरों) का प्रचालन बंद हो गया है। जोर का झटका धीरे से लगे, ये दिल मांगे मोर और ब्रेक के बाद के समय में इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों में

‘सप्लाई’ चल रही है आपूर्ति नहीं। ‘एलोटमेंट’ हो रहा है- आवंटन नहीं। ‘डेमोस्ट्रेशन’ बढ़ रहा है- प्रदर्शन नहीं। ‘एयरकंडीशन’ चल रहा है, वातानुकूलन नहीं। आर. के. पुरम चल रहा है, रामकृष्णपुरम नहीं। लोगों, चीजों और जगहों के नाम शार्ट में दिए जा रहे हैं। विस्तार में सुनाने की किसी को फुर्सत नहीं है। चीजों को जल्दी संप्रेषित करने के लिए कई बार भाषा के अर्थ का अनर्थ कर दिया जाता है।¹⁵ अब तो दिन-प्रतिदिन ये नाम और भी छोटे होते जा रहे हैं और सामान्य लोग इसे आसानी से समझ रहे हैं, ‘ए. सी., आर.बी.आई.’ आदि।

*** मनोरंजन की दुनिया में हिन्दी का सुपर पैकेज:** मनोरंजन व्यक्ति और व्यक्तित्व के विकास के लिए अपरिहार्य आवश्यकता है, चाहे उसके तरीके और साधन भिन्न-भिन्न और विचित्र हि क्यो न हों। व्यक्ति के “मनोरंजन के लिए आज अनेक साधन सहज ही उपलब्ध हैं- मोबाइल, टेलीविजन, आकाशवाणी रेडियो, कम्प्यूटर, लेपटोप, पत्र-पत्रिकाएं, किताबें, इन्टरनेट, इन्स्टाग्राम, ट्विटर, फ़ेसबुक, लिंकड इन, कृत्रिम बुद्धिमत्ता प्लेटफोर्म आदि। टेलीविजन पर प्रसारित होने वाले मनोरंजक कार्यक्रमों में सीरियल, फ़िल्म, लाइव शो, टैलेंट हंट शो, डांस शो, म्यूजिक शो, डोक्यूमेंट्री आदि में प्रयुक्त होने वाली हिंदी भाषा-सामग्री में सभी देशों के प्रचलित शब्दों को सम्मिश्रित रूप में परोसा जा रहा है अपने दर्शक-श्रोता के सामने, जिसे देख-सुनकर श्रोता-दर्शक झूम उठता है। टेलीविजन के अनेक भारतीय हिन्दी धारावाहिक-‘रामायण, महाभारत, श्रीकृष्ण, पवित्र रिश्ता, कुमकुम भाग्य’ आदि और अनेक टी. वी. शो-‘इण्डियन आईडल, सारेगामापा, डांस इंडिया डांस, बिग बोस, घर की सुपर स्टार’ आदि विभिन्न भारतीय टी. वी. चैनल्स के द्वारा भारत के साथ-साथ देश-विदेशों में बसे भारतीयों द्वारा खूब देखे और सराहे गए हैं। इसी श्रेणी में एक नाम आता है हिन्दी को लोकप्रिय बनाने और उसे प्रतिष्ठित करने में, और वह नाम है हिन्दी सिनेमा। हिन्दी फ़िल्म-उद्योग के अनेक सितारे आज हिन्दी के बलबूते ही भारत के घर-घर एवं व्यक्ति-व्यक्ति में लोकप्रियता लिए बैठे हैं। हिंदी मनोरंजन के इन सितारों द्वारा रुस, जर्मनी, जापान, फ़्रांस, इंग्लैंड, अमरिका, कनाडा, दक्षिणी अफ़्रीका, आस्ट्रेलिया और कई-कई देशों में लोकप्रिय हुई हैं। हिंदी के साथ-साथ फ़िल्मी सितारे अमिताभ बच्चन, शाहरुख खान, अनिल कपूर, आमिर खान, सलमान खान, ऐश्वर्या राय, माधुरी दीक्षित, श्रीदेवी आदि मुख्य हैं। यही नहीं, ये सब सितारे हिन्दी को विश्व-सिनेमा और रंगमंच पर भी स्थापित करने के प्रायासों में जुटे रहे हैं। पिछले चार-पाँच वर्षों से मलेशिया, त्रिनिदाद, टोबेगो, फ़ीजी, कंबोडिया, जावा, बाली, सुमात्रा, इण्डोनेशिया, श्रीलंका और भारत ने मिलकर एक अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर ‘रामायण

महोत्सव मनाना शुरु किया है जिसमें ये सभी अपने-अपने देश की परम्परानुसार देश में प्रचलित रामकथा को विभिन्न रूपों में झांकियों और नाटकों के माध्यम से रंगमंच पर दर्शाते हैं और हिन्दी के साहित्यिक-सांस्कृतिक महत्व को भी प्रतिष्ठापित कर रहे हैं। मनोरंजन की दुनिया में हिन्दी का बढ़ता यह एक नवीन फ़लक है जिसे नकारा या उपेक्षित नहीं किया जा सकता है।⁶

आज बड़े-बड़े शहरों में बड़े-बड़े में बड़े-बड़े कॉर्पोरेट ऑफिस, शोपिंग मॉल खुल रहे हैं। इनमें लोग नौकरी करने और शोपिंग करने जाते हैं और ज्यादातर घूमने, घुमाने और टाइम पास करने जाते हैं। इनमें बने पी. वी. आर. सिनेमाई मनोरंजन का सबसे बड़ा साधन हैं जिसने हिन्दी के प्रचलन को बदला है। कई चैनल्स हैं जिनकी मांग अब तेजी से हिंदी भाषियों के बीच अचानक से बढ़ती नजर आती है, जैसे-डिस्कवरी, ऐनिमल प्लेनेट, फ़ोक्स, फ़ैशन, सोनी, स्टार, निक, कार्टून नेटवर्क जैसे अंग्रेजी चैनल्स अब हिन्दी में ज्ञान-विज्ञान और बच्चों के मनोरंजन की सामग्री उपलब्ध करवा रहे हैं। बच्चे, जवान तथा बुजुर्ग भी इन्हें आराम से देखते हैं और अपना भरपूर मनोरंजन करते हैं। कारण स्पष्ट दिखाई देता है कि हिन्दी भाषी भारत में जनता की मांग आज भी हिन्दी में ही प्राथमिकता से पूरी की जा सकती है।

***बाजारवाद:** अर्थशास्त्र की दृष्टि से किसी समाज और देश की उन्नति का आधार वहां की अर्थव्यवस्था होती है और अर्थव्यवस्था पर निर्भर समाज एवा देशों को विकसित, विकासशील एवं गरीब श्रेणी में बांटा गया है। अर्थव्यवस्था में कृषि, उद्योग, बाजार, उत्पाद और उपभोक्ता आदि आते हैं लेकिन इन सभी का वजूद बनता-बिगड़ता है तो वह है भाषाई समृद्धि एवं उसका प्रयोग। यूरोप के देशों, अमेरिकी देशों तथा एशिया के देशों को देखें तो स्पष्ट होता है कि जिन देशों ने अपनी भाषा में व्यापार-वाणिज्य किया, आज वे सभी समृद्ध हैं वाणिज्यिक, राजनैतिक, सांस्कृतिक सभी रूपों में। आज राजनीति भी बहुत बड़ा बाजार है, प्रत्येक व्यक्ति, प्रत्येक वस्तु, प्रत्येक नीति सब कुछ बाजारवाद के अधीन होता जा रहा है। और तो और भाषाएँ भी बाजारवाद ही बना एवं बिगाड़ रहा है। अर्थात् आज बाजार, उत्पाद और उपभोक्ता का शुद्ध बाजारीकरण हो चुका है। बाजार में वही वस्तु या चीज बिकती है जो विज्ञापन में दिखाई जाती है। अहिन्दी भाषी हो या फिर अंग्रेजी माध्यम में पढ़े-लिखे मशहूर खिलाड़ी, नेता-अभिनेता-अभिनेत्री या मोडल हिंगलिश बनी हिंदी में किसी भी नवीन उत्पाद को बाजार में बेचते नजर आ जाते हैं, क्योंकि विज्ञापन बाजार उन्हें एक भाषा विशेष बोलने के लिए खरीद रहा है एवं बेच रहा है।

हिन्दी में आज विज्ञापन देना बाजार और बाजारवाद की महत्वपूर्ण आवश्यकता बन गई है। विश्व परिदृश्य के साथ भारतीय परिवेश में यह विज्ञापन संस्कृति तेजी से भारत के बड़े शहरों के साथ-साथ छोटे-छोटे शहरों, कस्बों और गाँवों के लोगों में चीजों के प्रति मोह, आकर्षण और आवश्यकता जगा रही है। चूँकि भारत की अधिकांश जनता आज भी कम पढ़ी-लिखी या अनपढ़ है तो उन तक चीजों को पहुँचाने के लिए उनकी ही भाषा में विज्ञापन बनाना पड़ेगा और टी. वी., अखबार, मोबाइल आदि में दिखाना पड़ेगा। यही कारण है कि भारत के छोटे-छोटे शहरों, कस्बों और गाँवों के लोगों से लेकर विश्व के विभिन्न देशों में रोजगार के लिए गए भारतीयों को लुभाने के लिए हिन्दी में आज विज्ञापन बनाए जा रहे हैं और उनका अन्तर्राष्ट्रीय स्तर पर प्रदर्शन किया जा रहा है। इस तरह हिन्दी विज्ञापन के केन्द्र की भाषा बनती जा रही है।⁷ यह अतिशयोक्ति भी कही जा सकती है परन्तु सच का हिस्सा भी बहुत कुछ इसमें अवश्य समाहित होगा, इससे इन्कार नहीं किया जा सकता है। इस संबंध में डॉ. कुलदीप सिंह का कथन विशेषतया दृष्टव्य है- “भूमण्डलीकरण के इस दौर में बाजार की केन्द्रीय भाषा हिन्दी होती जा रही है, क्योंकि बड़े शहरों का बाजार संतृप्त हो गया है इसलिए कंपनियाँ छोटे शहरों और गाँवों पर जोर दे रही है, जहाँ हिन्दी का बोलबाला है। यही कारण है कि कल तक हिन्दी के नाम पर नाक-भौं सिकोड़ने वाले तथाकथित भद्र लोग जो बड़ी-बड़ी अन्तर्राष्ट्रीय कंपनियों के शीर्ष पदों पर बैठे हैं, अपनी कंपनी के माल को भारतीय बाजार में बेचने के लिए हिन्दी में विज्ञापन देने का आश्चर्यजनक कार्य कर रहे हैं।”⁸

बाजार में कई तरह के विज्ञापन और विज्ञापनों की हिंदी भाषा देखने-सुनने को मिल जाती है। अब उपभोक्ता नहीं ‘कस्टमर’ के हिसाब से भाषा प्रयुक्त की जाती है। शहरी-ग्रामीण, शिक्षित-अशिक्षित सभी कस्टमर्स के लिए भाषा वही है परन्तु शब्द अलग-अलग स्तरीय हैं। “आज भारतीय शहरी बाजार और विदेशों में बसे प्रवासी भारतीयों के आकर्षण लिए विज्ञापन अंग्रेजी शब्दों के साथ हिन्दी में तैयार किए और दिखाए जा रहे हैं, जैसे-ये दिल मांगे मोर(पेप्सी), सण्डे हो या मण्डे, रोज खाएँ अण्डे, यही है राईट च्वाइस बेबी, आदि-आदि। पिज्जा, बर्गर, डोसा और फ़ास्ट फूड खाने और कोरपोरेट मोल संस्कृति में हाथों में हाथ डालकर घूमने वाले शहरी युवाओं के लिए यही सब कुछ आज का प्रिय शगल है। वहीं, दूसरी तरफ़ बहुसंख्यक कस्बाई और ग्रामीण आबादी के लिए विज्ञापनों की भाषा थोड़ी अलग है। उनके लिए हिन्दी फ़िल्मी गीतों के अन्तरे या मुखड़े जोड़कर विज्ञापन बनाए जाते हैं तो कहीं आश्चर्य जगाने वाले वाक्यों, कहीं प्रश्नात्मक वाक्यों, कहीं लोकोक्ति-कहावतों का प्रयोग करते हुए विज्ञापन तैयार किए

और दिखाए जाते हैं, जिनमें अपनापन महसूस करके जनमानस वस्तु लेने के लिए घरों से दौड़ पड़ते हैं। कुछ विज्ञापनों के उदाहरण देखिए- 'इण्डिया का नंबर वन डिटर्जेंट पाऊडर' और 'पहले इस्तेमाल करें, फिर विश्वास करें' (घड़ी), 'ईंटों से सरियों तक अल्ट्रा टेक सीमेंट, मजबूती का जोड़', 'इण्डिया का नंबर वन गोदरेज साबुन', 'हीरो होण्डा धक धक गो', 'ये है कोमल और निखरती त्वचा का राज (लक्स)', 'ठंडा-ठंडा कूल-कूल (हिमानी नवरत्न तेल)', 'सोफ्ट स्मूथ और ग्लोइंग त्वचा डव साबुन' आदि-आदि। उत्पादों पर अंग्रेजी के साथ हिन्दी में भी जानकारी दी होती है ताकि उसे सामान्यजन द्वारा समझा जा सके।

वैश्विक परिप्रेक्ष्य में आज हिन्दी अपनी धाक जमा रही है और उसकी स्वीकार्यता भी दिनों-दिन बढ़ती जा रही है। अनेक राष्ट्रीय-अन्तर्राष्ट्रीय कंपनीज ने अंग्रेजी की भरपूर पैरोकारी की लेकिन आज बाजार में वैश्विक स्तर पर हिन्दी भाषियों के उत्तरोत्तर छा जाने से अंग्रेजी मिश्रित हिन्दी विज्ञापनों की माँग बढ़ी है और बढ़ती ही जा रही है। धनाढ्य-बुर्जुआ वर्ग अपनी लाख कोशिशों के बावजूद भी हिन्दी को बाजार, उत्पाद, और उपभोक्ता की भाषा बनने से रोक नहीं पाया है। पत्र-पत्रिकाओं से लेकर टेलीविजन के विभिन्न चैनल्स तक पर हिन्दी मिश्रित विज्ञापन देना और दिखाना अमीरों की मजबूरी है और इन्हें दिखाना संचार साधनों की इससे भी बढ़कर मजबूरी है, क्योंकि इनके बिना इन सबका अस्तित्व खतरे के कगार को दिग्दर्शित करता है।¹

निष्कर्ष: अधिक न कहते हुए यही कहना उचित होगा कि आज हिन्दी की दशा और दिशा सुखद है, चूंकि आज की आधुनिक हिन्दी जन-जन की परम्पराओं, रोजमर्रा के कार्यों से लेकर नौकरीपेशा वर्ग, प्रत्येक क्षेत्र में कार्यरत साधकों तक में दिन-प्रतिदिन नए कलेवर को धारण करते हुए संजीदगी से जीवित है, उनमें प्रचलित है और दिनों-दिन अर्वाचीन संसाधनों बनाम अधुनातन तकनीकों में निरंतर नूतन-नूतन रूप में प्रयुक्त हो रही है। सांस्कृतिक विरासत हो, मनोरंजन हो, तकनीकी संसाधन हो कि वैश्विक बाजारीकरण; हमें अत्यंत सतर्क रहने की जरूरत भी है, क्योंकि इस दौर में विश्व की बहुराष्ट्रीय कंपनीज भारतीय बाजार में ही हिन्दी की आत्मा की हत्या न कर दे, उसे उसके भाव-विचार से कहीं उखाड़ न फेंके! इसलिए हिन्दी का प्रयोजनमूलक रूप अपनी वृद्धि करता रहे और यही करना भी होगा वैश्विक भाषाओं के बीच स्थापित होने के लिए, लेकिन इस अखाड़े में फूंक-फूंक कर कदम रखना होगा ताकि अपनी भाषाई पहचान की रक्षा हो सके और प्रगतिगामी की प्रक्रिया में भी उर्ध्वमुखी बने रह सकें।

***सहायक और सन्दर्भ ग्रन्थ सूची:-**

1 भूमण्डलीकरण का हिन्दी भाषा पर प्रभाव (आलेख) - डॉ. कुलदीप सिंह, पृष्ठ-18

- 2 भूमण्डलीकरण के सन्दर्भ में हिन्दी भाषा (आलेख) - डॉ. राजिन्द्र पाल सिंह, पृष्ठ-1
- 3 बोहल शोध मञ्जूषा (शोध पत्रिका), संपादक: डॉ. नरेश सिहाग, प्रकाशन: गुगनराम एजुकेशनल & रिसर्च
सोसाइटी, भिवानी (हरियाणा), अंक: जनवरी 2023, volume-17, ISSN:2395-7115, पृष्ठ-138-139
- 4 भूमण्डलीकरण की चुनौतियां: संचार माध्यम और हिन्दी (आलेख) - ऋषभ देव शर्मा, पृष्ठ-2
- 5 आज का मीडिया: समकालीन सृजन- संपादक: शंभुनाथ, (साहित्य और सामाजिक आलोचना की पत्रिका),
कलकत्ता-700007, प्रकाशन वर्ष- 2000, पृष्ठ- 166-167
- 6 बोहल शोध मञ्जूषा (शोध पत्रिका), संपादक: डॉ. नरेश सिहाग, प्रकाशन: गुगनराम एजुकेशनल & रिसर्च
सोसाइटी, भिवानी (हरियाणा), अंक: जनवरी 2023, volume-17, ISSN:2395-7115, पृष्ठ-140
- 7 बोहल शोध मञ्जूषा (शोध पत्रिका), संपादक: डॉ. नरेश सिहाग, प्रकाशन: गुगनराम एजुकेशनल & रिसर्च
सोसाइटी, भिवानी (हरियाणा), अंक: जनवरी 2023, volume-17, ISSN:2395-7115, पृष्ठ-141
- 8 भूमण्डलीकरण का हिन्दी भाषा पर प्रभाव(आलेख) - डॉ. कुलदीप सिंह, पृष्ठ-20
- 9 बोहल शोध मञ्जूषा (शोध पत्रिका), संपादक: डॉ. नरेश सिहाग, प्रकाशन: गुगनराम एजुकेशनल & रिसर्च
सोसाइटी, भिवानी (हरियाणा), अंक: जनवरी 2023, volume-17, ISSN:2395-7115, पृष्ठ-142
