

# साहित्य और विज्ञापन में अनुवाद की चुनौतियाँ

प्रा. कु. मोकळ एम. डी.

कला, वाणिज्य एवं विज्ञान महाविद्यालय, पुणतांबा

तहसील राहाता, जि. अहिल्यानगर (महाराष्ट्र)

## प्रस्तावना –

अनुवाद का अर्थ किसी शब्द को एक भाषा से दूसरी भाषा में मात्र बदलना नहीं होता। वास्तविक चुनौती यह होती है कि लेखक या रचनाकार के विचार, भाव और संस्कृति को सही ढंग से दूसरी भाषा में पहुँचाया जाए। भारतीय भाषाओं में अनुवाद करते समय जब भाषागत दूरी या भाव-ग्रहण में मनोवैज्ञानिक बाधाएँ होती हैं, तब अनुवाद की समस्याएँ उत्पन्न होती हैं। भारतीय भाषाओं से हिंदी में अनुवाद की समस्याओं को समझने के लिए उनके मूल स्रोतों तक जाना पड़ता है। उस भाषा को उसके इतिहास, भूगोल और समाजशास्त्रीय संदर्भों के साथ, अर्थगत बनावट के बीच से समझना पड़ता है, ताकि रचनात्मक संवेदना का सही बोध हो सके। तभी कहा जा सकता है कि अनुवाद मानव सभ्यता की सबसे प्राचीन और महत्वपूर्ण बौद्धिक प्रक्रियाओं में से एक है।

जब से मनुष्य ने विभिन्न भाषाओं और संस्कृतियों के बीच संवाद स्थापित किया है, तब से अनुवाद की आवश्यकता उत्पन्न हुई। अर्थात् अनुवाद विचार, भावना और संस्कृति जैसे सामाजिक अवयवों के आदान-प्रदान का माध्यम माना जाता है। इसीलिए साहित्य और विज्ञापन जैसे क्षेत्रों में अनुवाद की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण मानी जाती है। यद्यपि इन दोनों क्षेत्रों में अनुवाद की चुनौतियाँ भिन्न-भिन्न हैं, फिर भी वे कई स्तरों पर एक-दूसरे से जुड़ी हुई हैं।

## अनुवाद के स्वरूप और उसके सैद्धांतिक –

रामविलास शर्मा 'भाषा और समाज' में कहते हैं कि “भाषा केवल संप्रेषण का साधन नहीं है, बल्कि वह समाज की चेतना और संस्कृति की वाहक होती है।”<sup>1</sup> जब किसी रचना का अनुवाद किया जाता है, तो वास्तव में एक संस्कृति का दूसरी संस्कृति में रूपांतरण होता है। इस दृष्टि से अनुवाद एक रचनात्मक और उत्तरदायित्वपूर्ण कार्य है। साहित्य और विज्ञापन में अनुवाद करते समय यह ध्यान रखना आवश्यक है कि मूल भाषा की आत्मा को किसी भी रूप में क्षति न पहुँचे।

अनुवाद करते समय साहित्यिक अनुशासन की समझ और उसकी सीमाओं का बोध होना अत्यंत आवश्यक है। इस संदर्भ में डॉ. नामवर सिंह के विचार उल्लेखनीय हैं। वे कहते हैं, “साहित्य में भाषा केवल सूचना देने का माध्यम नहीं होती, बल्कि वह अनुभूति और संवेदना की रचना करती है। कविता, कहानी या उपन्यास में शब्दों के साथ भाव, लय और संकेत भी जुड़े होते हैं।”<sup>2</sup> यही कारण है कि साहित्यिक अनुवाद में शब्दों का शाब्दिक रूपांतरण प्रायः असफल हो जाता है। एक भाषा में प्रयुक्त मुहावरे, प्रतीक और बिंब दूसरी भाषा में वही प्रभाव उत्पन्न नहीं कर पाते। अतः अनुवादक को मूल रचना के भावों को समझकर उन्हें नई भाषा में पुनः रचना करनी पड़ती है।

## अनुवाद का एक महत्वपूर्ण दार्शनिक पहलू –

सांस्कृतिक संघर्ष से के आधार पर जुड़ा है। इस संदर्भ में डॉ. भीष्मनाथ तिवारी 'भाषा और शैली' में मानते हैं कि “हर भाषा अपनी विशिष्ट सांस्कृतिक परंपरा के साथ विकसित होती है। साहित्य में लोकजीवन, परंपराएँ, धार्मिक विश्वास और ऐतिहासिक चेतना गहराई से जुड़ी होती हैं।”<sup>3</sup> उनका मत है कि जब इन सांस्कृतिक तत्वों का अनुवाद किया जाता है, तब सबसे बड़ी चुनौती यह होती है कि लक्ष्य भाषा का पाठक उन संवेदनाओं को किस हद तक समझ पाएगा। कई बार अनुवादक को व्याख्या जोड़नी पड़ती है या मूल शब्द को यथावत रखना पड़ता है, जिससे रचना का प्रवाह प्रभावित हो सकता है। साहित्यिक रचना की आत्मा उसकी शैली और भावात्मक गहराई में निहित होती है।

डॉ. मदन मोहन पाण्डेय 'साहित्य और समाज' में लिखते हैं कि “साहित्यिक रचना की आत्मा उसकी शैली में निहित होती है। लेखक की भाषा, वाक्य-संरचना और दृष्टिकोण ही उसे विशिष्ट बनाते हैं।”<sup>4</sup> अनुवादक के सामने यह चुनौती होती है

कि वह मूल लेखक की शैली को बनाए रखते हुए नई भाषा में उसी भावात्मक गहराई को प्रस्तुत करे। यदि शैली नष्ट हो जाती है, तो अनुवादित रचना साहित्य न रहकर केवल सूचना बनकर रह जाती है।

### साहित्यिक अनुवाद के विपरीत विज्ञापन –

अनुवाद का उद्देश्य सौंदर्य या गरिमा से अधिक प्रभाव और मनोवैज्ञानिक प्रतिक्रिया उत्पन्न करना होता है। विज्ञापन अनुवाद के स्वरूप पर विचार करते हुए डॉ. पुरुषोत्तम अग्रवाल 'सांस्कृतिक विमर्श' में बताते हैं कि "विज्ञापन की भाषा मनोवैज्ञानिक होती है। उसका लक्ष्य उपभोक्ता के मन को तुरंत प्रभावित करना होता है।" 5 इसलिए विज्ञापन में अनुवाद करते समय शब्दों से अधिक भावनात्मक संदर्भ का महत्व होता है। उदाहरण के लिए, भारतीय बाजार में आने वाले कई विज्ञापन सीधे देशभक्ति या स्थानीय भावनाओं को लक्षित करते हैं। अतः कई बार मूल विज्ञापन के शाब्दिक अनुवाद को त्यागकर उसे रचनात्मक रूप में प्रस्तुत किया जाता है, ताकि वह स्थानीय संस्कृति के अनुरूप बन सके।

### विज्ञापन में संक्षेप और सरल शब्दों को विशेष महत्व –

इस संदर्भ में डॉ. विजय मोहन सिंह कहते हैं कि "जो नारा एक भाषा में अत्यंत प्रभावशाली होता है, वह दूसरी भाषा में अनुवाद करने पर अपना आकर्षण खो सकता है।" 6 ऐसी स्थिति में अनुवादक को मूल अर्थ से अधिक लक्ष्य समाज की मानसिकता को ध्यान में रखना पड़ता है। यही कारण है कि विज्ञापन अनुवाद को प्रायः "रचनात्मक अनुवाद" कहा जाता है।

### अनुवाद का वैश्वीकरण –

इस तीव्र दौर में विज्ञापन केवल उत्पाद का प्रचार नहीं करता, बल्कि एक जीवन-शैली भी प्रस्तुत करता है। डॉ. अशोक वाजपेयी 'समय, समाज और साहित्य' में कहते हैं कि "मीडिया और विज्ञापन की भाषा ने सांस्कृतिक मूल्यों को भी प्रभावित किया है।" 7 इसलिए यदि विज्ञापन अनुवाद में सांस्कृतिक संदर्भों की उपेक्षा की जाए, तो संदेश का अर्थ विकृत भी हो सकता है। अतः विज्ञापन अनुवाद में भाषा के साथ-साथ संस्कृति का अनुवाद भी आवश्यक हो जाता है।

### साहित्य और विज्ञापन –

अनुवाद की तुलना की जाए, तो स्पष्ट होता है कि दोनों के उद्देश्य भिन्न हैं। साहित्यिक अनुवाद में रचनात्मक प्रभाव और भावात्मक गहराई महत्वपूर्ण होती है, जबकि विज्ञापन अनुवाद में मनोवैज्ञानिक प्रभाव तथा उपभोक्ता की मानसिकता प्रमुख भूमिका निभाती है। जहाँ साहित्य में अनुवादक लेखक के प्रति उत्तरदायी होता है, वहीं विज्ञापन में वह बाजार और उपभोक्ता के प्रति। फिर भी दोनों ही क्षेत्रों में भाषा की संप्रेषणशीलता और रचनात्मकता समान रूप से आवश्यक होती है।

वर्तमान समय में मशीन अनुवाद और कृत्रिम बुद्धिमत्ता ने अनुवाद को अपेक्षाकृत सरल बना दिया है, किंतु साहित्य और विज्ञापन जैसे क्षेत्रों में मशीन अनुवाद की सीमाएँ स्पष्ट दिखाई देती हैं। मशीन शब्दों का अनुवाद तो कर सकती है, परंतु भाव, संकेत और सांस्कृतिक अर्थों को पूर्णतः नहीं समझ पाती। इसलिए साहित्य और विज्ञापन के अनुवाद में मानवीय अनुभव और संवेदना अनिवार्य बनी रहती है।

उपरोक्त विवेचन से यह स्पष्ट होता है कि साहित्य और विज्ञापन में अनुवाद की चुनौतियाँ बहुआयामी हैं। साहित्यिक अनुवाद में भाव, शैली और संस्कृति की रक्षा सबसे बड़ी चुनौती है, जबकि विज्ञापन अनुवाद में प्रभाव, बाजार और उपभोक्ता की मानसिकता प्रमुख भूमिका निभाती है।

### निष्कर्ष :

अनुवाद दोनों ही स्थितियों में एक सेतु की भूमिका निभाता है—दो भाषाओं, दो संस्कृतियों और दो समाजों के बीच। एक सफल अनुवाद वही है, जो मूल रचना की आत्मा को सुरक्षित रखते हुए नई भाषा में उसे नया जीवन प्रदान कर सके।

## संदर्भ ग्रंथ :

1. भाषा और समाज — डॉ. रामविलास शर्मा, पृष्ठ 97
2. भाषा और शैली — डॉ. भीष्मनाथ तिवारी, पृष्ठ 101
3. आधुनिकता और साहित्य — डॉ. नामवर सिंह, पृष्ठ 62
4. साहित्य और समाज — डॉ. मदन मोहन पाण्डेय, पृष्ठ 145
5. सांस्कृतिक विमर्श — डॉ. पुरुषोत्तम अग्रवाल, पृष्ठ 35
6. वैश्वीकरण और साहित्य — डॉ. विजय मोहन सिंह, पृष्ठ 66
7. समय, समाज और साहित्य — डॉ. अशोक वाजपेयी, पृष्ठ 173

### • Copyright & License:

© Authors retain the copyright of this article. This work is published under the Creative Commons Attribution 4.0 International License (CC BY 4.0), permitting unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.