

## अंग्रेजी की अनिवार्यता बीमा व्यवसाय के विकास में रोड़ा !

किसी भी देश के विकास में उस देश की मातृ-भाषा की भूमिका महत्वपूर्ण होती है। अगर कार्यालय के काम-काज की भाषा आम जनता द्वारा बोली जाने वाली भाषा है तो तथ्यों की बारीकियों को समझना उनके लिए बेहद आसान हो जाता है। इससे समस्त क्रियान्वयन को गति मिलती है। यह इस तथ्य से प्रमाणित होता है कि अंतर्राष्ट्रीय मुद्रा कोष द्वारा जारी ताजे आंकड़ों के अनुसार सकल घरेलू उत्पाद की सूची में अमेरिका, चीन तथा जापान का स्थान क्रमशः पहला, दूसरा तथा तीसरा है। यहाँ यह बताने की कतई आवश्यकता नहीं है कि इन देशों की सरकारी भाषा यानि समस्त कार्य-कलापों की भाषा उन देशों की मातृ-भाषा क्रमशः अंग्रेजी, चीनी और जापानी है। लेकिन, चिंता का विषय यह है कि जनसंख्या की दृष्टि से दुनिया का दूसरा सबसे बड़ा देश होने के बावजूद भारत इस सूची में दसवें स्थान पर है। अगर बीमा उद्योग की बात करें तो बीमा विनियामक एवं विकास प्राधिकरण द्वारा भारतीय बीमा बाजार को निजी कंपनियों के लिए खोलने के दस वर्षों के बाद भी लाईफ इंश्योरेंस की पहुँच लगभग 4 प्रतिशत लोगों तक ही हो पायी है। नॉन-लाईफ इंश्योरेंस की स्थिति तो और भी दयनीय है। मात्र 0.7 प्रतिशत भारतीय ही नॉन-लाईफ इंश्योरेंस का लाभ उठा रहे हैं जिसमें अनिवार्य मोटर इंश्योरेंस भी शामिल है। इसका एक सबसे बड़ा कारण बीमा कंपनियों का वृहत पैमाने पर अंग्रेजी भाषा का प्रयोग है।



वर्ष 2011 की जनगणना के अनुसार भारत की जनसंख्या 1,290,193,422 है जो कि विश्व की जनसंख्या का लगभग 17.12 प्रतिशत है। कुल आबादी का लगभग 41.03 प्रतिशत भारतीय की बोल-चाल की भाषा हिन्दी है तथा शेष आबादी हिन्दी से मिलती जुलती भाषा बोलती हैं जिनमें से अधिकतर हिन्दी भी भली-भाँति समझते हैं। जबकि नवीनतम आँकड़ों के अनुसार महज़ 12 प्रतिशत भारतीय ही अंग्रेजी की समझ रखते हैं। यह दुर्भाग्य ही है कि बीमा कम्पनियाँ इतनी बड़ी आबादी को नज़रअंदाज कर सिर्फ 12 प्रतिशत आबादी को लक्ष्य बनाते हुए कार्य-कलापों की भाषा अंग्रेज़ी रखी है। फलस्वरूप, अधिकांश जनता बीमा व्यवसाय से अपने आप को जोड़ नहीं पाती। बीमा की जटिल शब्दावलियों को समझ पाना उनके लिए असम्भव सा हो जाता है, जिससे बीमा का प्रचार-प्रसार सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों तक नहीं हो पाता। नतीज़तन, बीमा बाज़ार की आपार सम्भावनाओं के बावजूद भारत में इसका विकास बहुत कम हुआ है। एक आँकड़ा के अनुसार विगत कुछ वर्षों में सिर्फ अंग्रेजी भाषा की वज़ह से 6 लाख से अधिक बीमा एजेंट अपना रोजगार बदल चुके हैं।

बीमा बाज़ार को व्यापक रूप से प्रसारित करने तथा आम जनता तक इसकी पहुँच को सुनिश्चित करने के लिए यह आवश्यक है कि बीमा कम्पनियाँ, ब्रोकर एवं टी.पी.ए बीमा कागज़ातों एवं समस्त कार्य-कलापों को यथासम्भव मातृ-भाषा में करें। यद्यपि, सरकारी क्षेत्र की बीमा कम्पनियाँ इस क्षेत्र में कुछ हद तक काम कर रही हैं; तथापि, निजी क्षेत्र की बीमा कम्पनियाँ अभी तक इसकी ज़रूरत को महसूस नहीं कर पा रही हैं। आम जनता एवं बीमा कंपनियों के बीच पारदर्शिता को बेहतर करने के उद्देश्य से इंश्योरिंग इंडिया डॉट कॉम, जो कि बीमा विनियामक एवं विकास प्राधिकरण द्वारा मान्यता प्राप्त एक जानी-पहचानी इंश्योरेंस ब्रोकिंग कम्पनी है, ने अपनी वेबसाइट को अंग्रेजी एवं हिंदी के साथ-साथ 8 अन्य महत्वपूर्ण भारतीय भाषाओं में जारी किया है। निश्चित ही लोग बीमा की जटिल शब्दावलियों एवं विषयों को अपनी मातृ-भाषा में सहजता से समझ पायेंगे तथा अपने लिए उपयुक्त बीमा का चुनाव कर पायेंगे।

## बीमा में हिंदी भाषा की आवश्यकता क्यों ?

1. हिंदी भाषा के प्रयोग से ग़लत बीमा पॉलिसी की बिक्री पर रोक लगेगी
2. यह भाषा 60 करोड़ से भी अधिक लोगों के बीच बोली एवं समझी जाती है
3. हिंदी भाषा लिखने के लिए प्रयुक्त देवनागरी लिपि अत्यंत वैज्ञानिक है
4. यह एक ऐसी भाषा है जिसमें सबसे कम अपवाद हैं
5. अंग्रेजी के 10,000 मूल शब्दों की तुलना में हिंदी में 2,50,000 से भी अधिक मूल शब्द हैं जिससे तथ्यों की विरोधाभास की सम्भावना बहुत कम
6. बीमा कंपनी एवं जनता के बीच अधिकतम पादर्शिता के कारण विवादों की सम्भावना बहुत कम
7. आम जनता बीमा की अच्छाईयों को समझ पायेंगे जिस कारण उनका रुझान बीमा के प्रति बढ़ेगा
8. कई बार अंग्रेजी की दोहरी समझ से बीमा धारक एवं बीमा कंपनी के बीच विवाद उत्पन्न होता है, जिसका खामियाज़ा बीमा धारक को उठाना पड़ता है
9. नये रोजगार की सम्भावनाओं में वृद्धि
10. बीमा बाज़ार का विकास, फलस्वरूप सकल घरेलू उत्पाद में बीमा क्षेत्र के योगदान में वृद्धि, और
11. दावों के निबटारे में प्रतिशत वृद्धि आदि।