
इकाई 20 पर्यटन और अनुवाद

इकाई की रूपरेखा

- 20.0 उद्देश्य
- 20.1 प्रस्तावना
- 20.2 पर्यटन क्या है?
- 20.3 पर्यटक कौन है?
- 20.4 पर्यटन के प्रकार
 - 20.4.1 सामाजिक एवं भौगोलिक आधार पर पर्यटन
 - 20.4.2 मौसम की अनुकूलता के आधार पर पर्यटन
 - 20.4.3 सांस्कृतिक पर्यटन
 - 20.4.4 धार्मिक सर्किट और पर्यटन
 - 20.4.5 शैक्षिक और स्वास्थ्य सेवाओं संबंधी पर्यटन
 - 20.4.6 सम्मेलन और व्यापार पर्यटन
 - 20.4.7 पर्यावरण और वन्य-जंतु दर्शन
 - 20.4.8 आउटसोर्सिंग तथा बी.पी.ओ. उद्योग
 - 20.4.9 पैकेज पर्यटन
- 20.5 पर्यटन सेवाएँ और अनुवाद : स्वरूप
- 20.6 पर्यटन उद्योग में अनुवाद : आवश्यकता एवं महत्व
- 20.7 पर्यटन साहित्य का अनुवाद : विविध आयाम
- 20.8 पर्यटन संबंधी साहित्य का अनुवाद : अभ्यास एवं विश्लेषण
- 20.9 पर्यटन साहित्य-अनुवादक में अपेक्षित गुण
- 20.10 पर्यटन क्षेत्र में अनुवादकों के लिए अवसर
 - 20.10.1 अनुवादक के रूप में
 - 20.10.2 दुभाषिया और गाइड के रूप में
- 20.11 पर्यटन संबंधी साहित्य के अनुवाद की सीमाएँ
- 20.12 सारांश
- 20.13 अभ्यास के लिए प्रश्न
- 20.14 उपयोगी पुस्तकें

20.0 उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप यह जान सकेंगे कि :

- पर्यटन क्या है और पर्यटक कौन है तथा पर्यटन कितने प्रकार का होता है;
- अनुवाद के विभिन्न क्षेत्रों में पर्यटन भी एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है तथा इस क्षेत्र में एक व्यापक साहित्य, शब्दावली एवं प्रयुक्तियाँ हैं जिनका पर्यटन संबंधी गतिविधियों के सुसंचालन में महत्वपूर्ण स्थान है;

- पर्यटन का अनुवाद के साथ गहरा संबंध है तथा गुणात्मक अनुवाद से पर्यटन गतिविधियों में संवर्धन तथा विश्व में राष्ट्रीयता को बेहतर रूप में प्रस्तुत किया जा सकता है; और
- पर्यटन के क्षेत्र में विविध उप-क्षेत्र हैं, जिनमें अनुवाद कार्य तथा कौशलयुक्त अनुवादकों के लिए समुचित रोजगार और ज्ञानार्जन कार्य के व्यापक अवसर हैं।

20.1 प्रस्तावना

पर्यटन को व्यापक तौर पर वाणिज्यिक अनुवाद के संदर्भ में देखा जाता है। “पर्यटन और अनुवाद” शीर्षक की इस इकाई में आप मूलतः अनुवाद का पर्यटन से संबंध और पर्यटन संबंधी विभिन्न गतिविधियों में अनुवाद की भूमिका की जानकारी प्राप्त करेंगे। इस संदर्भ में सबसे पहले आपको यह बताया जाएगा कि पर्यटन क्या है और पर्यटक किसे कहते हैं तथा उसकी अपेक्षाएँ एवं जरूरतें क्या-क्या होती हैं और किन-किन विशेष परिस्थितियों के कारण “व्यक्ति” पर्यटक की श्रेणी में शामिल होता है – इन सभी विषयों पर विचार इस इकाई में किया गया है। पर्यटन के क्षेत्र में कौन-कौन सी गतिविधियाँ शामिल होती हैं तथा किस-किस प्रकार का साहित्य अथवा सामग्री का अनुवाद आवश्यक होता है – पर्यटन के इन क्षेत्रों पर अलग-अलग क्षेत्र विशेष के संदर्भ को ध्यान में रख कर चर्चा की गई है। पर्यटन के इन विभिन्न क्षेत्रों में अनुवाद की प्रकृति किस प्रकार की होती है – इन सब बिंदुओं पर भी जानकारी इस इकाई में देने का प्रयास किया गया है। विभिन्न स्थितियों में किस प्रकार पर्यटक आपसी संवाद सुगमित कर सकता है – उन पर भी जानकारी प्रदान की गई है। पर्यटन के क्षेत्र में अनुवाद की भूमिका पर कमोबेश हर प्रकार की जानकारी उपलब्ध कराने के साथ-साथ अनुवाद के माध्यम से देशों के मध्य समझ और आपसी सहयोग को बढ़ाने संबंधी विभिन्न पहलुओं पर ध्यान देते हुए आपको यह बताने का प्रयास किया गया है कि पर्यटन से बहुलक्षित लाभ और मानवीय संबंध किस प्रकार आत्मीय बन सकते हैं।

देश और विश्व में जैसे-जैसे पर्यटन लोकप्रिय होता जा रहा है, वैसे-वैसे पर्यटन उद्योग के लिए अनुवाद सेवाओं का महत्व और आवश्यकता भी महत्वपूर्ण हो गई है। अनुवाद सेवा पर्यटन में अनेक कारणों से अनिवार्य हैं। एक कारण यह है कि किसी भी अन्य स्थान या देश में जाने पर व्यक्ति प्रतिस्थानी (displaced) या प्रवासी/विदेशी हो जाता है और स्थानीय सूचना जानकारी और परस्पर विचार विनिमय में प्रभावी ढंग से संवाद स्थापित करने के लिए अनुवाद की आवश्यकता पड़ती ही है। इससे नई संभावनाओं को तलाशने में भी मदद मिलती है। लिखित सूचना साहित्य का अनुवाद, मौखिक रूप से पर्यटन निर्देशन, दृश्य-श्रव्य माध्यमों आदि विभिन्न विधाओं से यह कार्य संपादित होता है। इससे पर्यटन निर्बाध एवं सुचारु रूप से संचालित होता है। यही नहीं, पर्यटक भी उपलब्ध जानकारी के रहते अपने को सहज अनुभव करता है और संवाद की समस्या न रहने से ज्यादा से ज्यादा गंतव्य-स्थलों पर जाना चाहता है तथा अपने अनुभवों को अधिक मनोरंजक एवं उपयोगी बनाता है। स्वाभाविक है कि यदि पर्यटक के अनुभव एवं यात्रा संतोषजनक होगी तो वह दूसरों को भी अपने अनुभवों से प्रेरित करेगा। इससे पर्यटन में और अधिक गति तथा विस्तार आता है।

इस इकाई को पढ़ने के बाद आपको यह स्पष्ट हो जाएगा कि जहाँ पर्यटन-व्यवसाय के लिए अनुवाद की वाणिज्यिक महत्ता है वहीं इससे सांस्कृतिक आदान-प्रदान एवं देशों के मध्य संबंध मजबूत भी होते हैं। प्रस्तुत इकाई में पर्यटन संबंधी साहित्य और उसकी प्रकृति एवं विभिन्न स्वरूपों पर भी जानकारी देने का उपक्रम किया गया है।

पर्यटन साहित्य के अनुवाद में आने वाली समस्याओं और उनके समाधान पर भी चर्चा की गई है। पर्यटन साहित्य का अनुवाद क्षेत्र सूचनापरक होने के साथ-साथ संस्कृति एवं इतिहास की भी जानकारी देता है। इसलिए पर्यटन साहित्य के अनुवादकों के लिए अपेक्षित गुण एवं उनके लिए संभावित रोजगार के अवसरों के विषय में भी चर्चा इस इकाई में की गई है।

20.2 पर्यटन क्या है?

“पर्यटन” शब्द अंग्रेजी के “टूरिज़्म” (tourism) शब्द का हिंदी पर्याय है। अंग्रेजी का यह “Tourism” शब्द मूलतः लैटिन भाषा के toros से लिया गया है, जिसका अर्थ है – एक प्रकार का औजार। फ्रांसीसी साहित्य में “तूर” अथवा “ग्रॉद तूर” जैसे शब्द “टूरिज़्म” शब्द के अर्थ में प्रयुक्त होते हैं, जिसका अर्थ है फ्रांस, जर्मनी, स्विटजरलैंड तथा इटली आदि यूरोप के कुछ देशों की यात्रा।

शब्दकोश में दी गई परिभाषा के अनुसार “tourism” (पर्यटन) का अर्थ है – दृश्यावलोकन करने वाला व्यक्ति जो कि यात्रा करता है। यूनिवर्सल शब्दकोश (Universal Dictionary) के अनुसार “tourist” (पर्यटक) शब्द 1876 से पहले भी प्रयुक्त होता रहा है जिससे सामान्य तात्पर्य उस व्यक्ति से है जो जानकारी तथा मनोरंजन के लिए यात्रा करता है तथा बाद में दूसरों के लिए अपनी यात्रा का वर्णन करता है। वेबस्टर शब्दकोश (Webster Dictionary) के अनुसार Tour का अर्थ है – जहाँ से यात्रा का आरंभ हो वहीं प्रत्यावर्तित होना। इसी प्रकार, इंटरनेशनल यूनियन ऑफ ऑफिशियल ट्रेवल ऑर्गेनाइजेशन (International Union of Official Travel Organisations - IUOTO) के अनुसार यह केवल सैर-सपाटा ही है।

संस्कृत साहित्य में भी “पर्यटन” शब्द (परितः अटति इति पर्यटन) से अभिप्राय मूलतः पर्यटन, देशाटन तथा तीर्थाटन लिया जाता है, जिनका अर्थ, क्रमशः, आराम, मनोविनोद, राष्ट्रों का भ्रमण तथा धार्मिक स्थलों का दौरा करना होता है। जी.ई.डी. अग्रीला (G.E.D. Agreela) का भी मानना है कि पर्यटन मूलतः एक प्रकार की साहसिक गतिविधि है जबकि स्विस दार्शनिक हुंजीकार (Hunjekar) का मानना है कि पर्यटन आवश्यक रूप से एक अस्थायी गतिविधि है तथा इसमें यात्री के किसी परिवेश में ठहरने से उत्पन्न परिस्थितियों एवं संबंधों का समावेश है। परंतु यह पूर्ण नहीं लगती है क्योंकि पर्यटक अनेक प्रकार के अनुभव यात्रा से हासिल करता है जो उसकी पर्यटक प्रवृत्ति को परिभाषित करते हैं।

एक अन्य अर्थशास्त्री नॉर्मल (Normal) का मानना है कि कोई भी व्यक्ति देश से बाहर जब स्थायी तौर पर बसने अथवा धन अर्जन के अतिरिक्त अन्य उद्देश्य से जाता है तो यह पर्यटन ही होता है, परंतु लिकोरिस (Likoris) के अनुसार यदि कोई व्यक्ति जो चौबीस घंटे की अवधि से कम समय के लिए कहीं भी ठहरता है तो वह “सैलानी” ही कहलाएगा। “दि लैंग्वेज ऑफ टूरिज़्म : ए सोशियो-लिंग्विस्टिक्स परस्पेक्टिव” (The Language of Tourism : a Socio-Linguistic Perspective) के लेखक डैन जी.एम.एस. के अनुसार पर्यटन एक सामाजिक-भाषिक गतिविधि है। पर्यटन साहित्य और उसके प्रयोगकर्ता के बीच एक विशेष प्रकार का विमर्श शामिल रहता है और पर्यटक अपने अनुभव से पर्यटन साहित्य की भाषा, स्वरूप और प्रोक्ति में योगदान देता है। पर्यटन की विभिन्न अवस्थाओं में घटित होने वाली प्रक्रियाओं से उत्पन्न प्रयुक्तियों (उदाहरण के लिए, ‘Green speak’ (Eco-Tourism), ‘ol’talk’,

‘nostalgia’, ‘spasprech’ (health tourism), ‘Gastrolingual’ (food and drink) आदि का भी अनुवादक का ज्ञान होना अपरिहार्य है।

“Bon voyage” अथवा “आपकी यात्रा शुभ हो” यह कहने की प्राचीन परंपरा भी पर्यटन की ओर संकेत करती है। इसी प्रकार यूरोप के पूर्वज Homoerectus जब अफ्रीका से आए तो यह भी किसी न किसी रूप में यात्रा ही थी। पुराने खोजियों – मार्को पोलो, इब्ने बतूता, क्रिस्टोफर कोलम्बस, फर्डिनेंड मेगलेस और थॉमस कुक जैसे साहसिक यात्री भी पर्यटन को अपने उद्देश्य में शामिल कर अनजानी राहों पर निकले और विश्व का ज्ञान प्राप्त कर सके तथा उसे विश्व को संपूर्ण अथवा अधूरे, जिस भी रूप में दे सके वह मानव सभ्यता को नई दिशा तो दे ही चुका है।

इस प्रकार यह कहा जा सकता है पर्यटन एक ऐसी गतिविधि अथवा क्रिया है जिसमें अस्थायी आवास निश्चित रूप से रहता है तथा इसमें प्रमुख रूप से आराम, मनोविनोद, आर्थिक घटक एवं ज्ञान अन्वेषण निहित रहते हैं। मिस्र के अलगजेंदरिया विश्वविद्यालय के अनुसार पर्यटन एक महत्वपूर्ण मानवीय गतिविधि है जिसमें व्यक्ति एक स्थान से दूसरे स्थान या दूसरे राष्ट्र की यात्रा करता है तथा वहाँ की सभ्यता, संस्कृति और इतिहास का ज्ञान प्राप्त करता है। पर्यटन से आर्थिक, राजनैतिक तथा ऐतिहासिक अवसर सृजित होते हैं जिनसे नव-समाज का निर्माण तथा राष्ट्र विकास के मार्ग प्रशस्त होते हैं। जी.जनता (G. Janata) के अनुसार पर्यटन एक महत्वपूर्ण गतिविधि है जो प्रमुख रूप से दो भागों में बाँटी जा सकती है – स्थायी एवं अस्थायी। केल्ली (Kelly) के अनुसार पर्यटन मनुष्य की एक बुनियादी आवश्यकता है, यह उसके आत्म सम्मान, उबाऊ जिंदगी से बदलाव, अथवा विशिष्ट अभिलाषा की पूर्ति के लिए होता है। अतः पर्यटक की सही-सही आवश्यकताओं को जान पाना मुमकिन नहीं है। चूँकि कोहेन (Cohen) ने पर्यटक को एक उपभोक्ता माना है, इसलिए उसका मूल उद्देश्य मूल्य चुकाकर स्वैच्छिक भ्रमण तथा आनंददायक सेवाओं की इच्छा होती है। इसी को ग्रे (Grey) ने “सन-लस्ट” और “वंडर लस्ट” (Sun-lust & Wonder lust) कहा है। मास्लोव (Maslov) के अनुसार पर्यटक की तीन प्रकार की आवश्यकताएँ होती हैं – प्रत्यक्षदर्शी, संज्ञानात्मक, सौंदर्यात्मक-कलात्मक तथा उत्कृष्ट भावनापरक। इनके अतिरिक्त पर्यटक की कुछ मनोवैज्ञानिक आवश्यकताएँ होती हैं। सुरक्षा संबंधी, सामाजिक प्यार-समूहेच्छा और आत्म-गौरव जैसी आवश्यकताएँ तो पर्यटन में सदैव बनी ही रहती हैं।

20.3 पर्यटक कौन है?

यूँ तो मनुष्य स्वभावतः पर्यटक ही है, उसका सामाजिक सरोकार, संबंध निर्माण और संरक्षण तथा संवर्धन उसे निरंतर चलायमान रखता है। इस सचलता रूपी प्रवृत्ति से मनुष्य सदैव नवोन्मेषी बना रहता है। यह नव-अन्वेषण नया स्थान, नई जानकारी, ज्ञान अथवा नए पारस्परिक संबंधों तथा रोमांच एवं स्वास्थ्य लाभ के लिए हो सकता है। इन सभी गतिविधियों में मूल रूप से मनुष्य को अपने परिवेश से बहिरंग दूसरे परिवेश में गमन करना अनिवार्य हो जाता है। इसलिए पर्यटन की क्रिया स्वाभाविक रूप से उत्सृजित हो जाती है। दूसरे शब्दों में, मनुष्य अपनी अन्वेषी मानसिक प्रकृति और शारीरिक संरचना से भी पर्यटक अर्थात् चतुर्दिक भ्रमणशील बना रहता है।

सेंट अगस्टाइन (Saint Augustine) का यह शाश्वत कथन ‘The World is a book. He who stays at home reads only one page.’ सर्वकालिक सत्य है तथा संकेत

करता है कि विश्व अनेक परतों में लिपटा एक ऐसा शरीर है जिसे जितनी गहनता से बार-बार देखा जाएगा वह उतनी ही नवीनता में हमारे सामने आता जाएगा।

पर्यटन से सामान्यतः तात्पर्य मनोरंजन, आराम अथवा व्यवसाय है। विश्व पर्यटन संगठन (World Tourism Organization) के अनुसार जब कोई व्यक्ति अपने परिवेश के बाहर 24 घंटे से अधिक परंतु एक वर्ष से कम समय के लिए किसी निश्चित मानदेय या रोजगार रहित गतिविधि के लिए जाता है अथवा निवास करता है और उसका एकमात्र उद्देश्य यात्रा करना, यात्रा से प्राप्त अनुभूतियों से आनंदित होना, नई-नई ऐतिहासिक तथा सांस्कृतिक जानकारियाँ लेना और खरीदारी एवं आराम से समय व्यतीत करना हो तो उसे "पर्यटक" माना जाता है – 'Travel to and stay in places outside their usual environment for more than twenty-four hours and not more than one consecutive year for leisure, business and other purposes not related to the exercise of an activity remunerated from within the place visited.' (World Tourism Organization – 1995, p. 14) जबकि ऑक्सफोर्ड डिक्शनरी (Oxford Dictionary) के अनुसार, "पर्यटक वह व्यक्ति है जो यात्रा करता है अथवा वह व्यक्ति जो अपनी रुचि के लिए अथवा प्राकृतिक सौंदर्य देखने आदि के लिए अनेक स्थानों का भ्रमण करता है।"

वस्तुतः रोमांच, रहस्यान्वेषण, नव-ज्ञानार्जन, परस्पर मेल-जोल, आमोद-प्रमोद, सैर-सपाटा तथा सेहत आदि के लिए यात्रा करने वाला व्यक्ति भी मूलतः "पर्यटक" ही होता है। पर्यटक का एक और स्वाभाविक गुण यह भी है कि वह सेवा का क्रय करता है तथा तत्काल और केवल थोड़े समय के लिए विभिन्न सुविधाओं की अपेक्षा करता है। इसके अतिरिक्त, सेवा क्षेत्र (यथा होटल, स्थल एवं हवाई परिवहन, ट्रेवल एवं टूर सेवाओं) तथा ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और आपसी संबंधों में योगदान करने वाला भी "पर्यटक" ही कहलाएगा। इन सभी गुणों के साथ-साथ पर्यटक क्षेत्र-विशेष, राष्ट्रियता, सामाजिक, आर्थिक श्रेणी, विशेष आयु तथा लैंगिक वर्ग का प्रतिनिधि भी होता है, जो इन सभी विशेषताओं के अनुरूप प्रदाता से सेवाओं की अपेक्षा रखता है। ये एक अलग सेवा बाजार का निर्माण करती हैं। इन्हीं सेवाओं में से एक "अनुवाद" भी है जो वर्ग-विशेष की तात्कालिक आवश्यकताओं की पूर्ति करता है। कुल मिलाकर पर्यटन को समझने के लिए यही बातें पर्यटक की रूपरेखा निर्मित करती हैं तथा पर्यटन को हमारी आर्थिक-व्यवस्था के साथ जोड़ती हैं।

20.4 पर्यटन के प्रकार

पर्यटक और पर्यटन की नजदीक से परख करने पर बुनियादी रूप में यह कहा जा सकता है कि प्रत्येक प्रकार की पर्यटन गतिविधि दो प्रकार की ही होती है। ये हैं – (क) स्थायी पर्यटन गतिविधि; और (ख) अस्थायी पर्यटन गतिविधि।

(क) "स्थायी पर्यटन गतिविधि" में वे सभी आधारभूत ढाँचागत सुविधाएँ और क्रियाएँ आती हैं जो पर्यटन को सृजित और सुगमित करने में मूल कारक होती हैं। इन सुविधाओं-क्रियाओं में होटल, परिवहन, जमीनी सुविधाएँ, यथा हवाई अड्डा, बस अड्डा, समुद्री यात्रा सुविधाएँ, प्राकृतिक पर्यावास (natural habitat) और पार्क एवं मानव विकसित मनोरंजन सैरगाहें शामिल हैं।

(ख) "अस्थायी पर्यटन गतिविधि" में वे सभी उप-क्रियाएँ आती हैं जो पर्यटक विशेष से संबंधित या उसकी रुचि पर निर्भर करते हैं। इन उप-क्रियाओं में स्थल-भ्रमण,

खेल, मनोरंजन, यात्रा, खरीदारी, आर्थिक विनिमय, ज्ञान अर्जन तथा साहसिक उद्यम आदि शामिल हैं।

पर्यटन के पीछे भी अनेक प्रकार के स्थायी अथवा उप-स्थायी कारक होते हैं, जो पर्यटन को सृजित, प्रोत्साहित और सुगमित करते हैं। यही कारक पर्यटन को स्थानीय, राष्ट्रीय तथा उससे परे यानि वैश्विक स्तर पर परस्पर संबद्ध और प्रसारित करने में मुख्य भूमिका निभाते हैं।

अस्थायी पर्यटन में लोगों का थोड़े समय के लिए किसी एक स्थान पर जाना तथा अल्पकालिक गतिविधियों के लिए किया जाने वाल प्रवास शामिल है, जिसे अंग्रेजी में 'Temporary stay for business or interaction or leisure and hobby' कहा जा सकता है। अस्थायी पर्यटन में विभिन्न खेल गतिविधियों में प्रतिभागिता, विभिन्न संस्थाओं द्वारा आयोजित टूर एवं अंतरराष्ट्रीय संगोष्ठियाँ तथा सम्मलेन आदि भी शामिल किए जा सकते हैं। वस्तुतः पर्यटन का यही पक्ष सेवाओं की अपेक्षा करता है और आधारभूत पर्यटन ढाँचे को वास्तविक रूप से प्रयोजनपरक बनाने में संवाद अर्थात् सुविधाओं और उपभोक्ता (पर्यटक) के मध्य संवाद की अपेक्षा करता है।

घरेलू एवं विभिन्न अंतरराष्ट्रीय परिस्थितियों को ध्यान में रखते हुए पर्यटन की प्रकृति के आधार पर वर्णित क्षेत्र विभिन्न श्रेणियों में शामिल किए जा सकते हैं। ये हैं – सामाजिक एवं भौगोलिक आधार पर पर्यटन, मौसम की अनुकूलता के आधार पर पर्यटन, सांस्कृतिक पर्यटन, धार्मिक सर्किट और पर्यटन, शैक्षिक और स्वास्थ्य सेवाओं संबंधी पर्यटन, सम्मेलन और व्यापार पर्यटन, पर्यावरण और वन्य-जंतु दर्शन पर्यटन, आउटसोर्सिंग तथा बी.पी.ओ. उद्योग; और पैकेज पर्यटन। आइए, इन सभी श्रेणियों पर क्रमशः विचार करें।

20.4.1 सामाजिक एवं भौगोलिक आधार पर पर्यटन

सामाजिक एवं भौगोलिक आधार पर पर्यटन करने वाले इस प्रकार के पर्यटक यात्रा को जारी रखते हुए भी किसी एक स्थान पर कुछ लंबा समय व्यतीत करते हैं। इस प्रकार के पर्यटन में पर्यटक का उद्देश्य मुख्यतः सैर-सपाटा एवं मनोविनोद आदि होता है। यह एक प्रकार का "आवासीय पर्यटन" (Residential Tourism) होता है। इस प्रकार के पर्यटक किसी स्थान विशेष की जलवायु से प्रभावित होकर अपेक्षाकृत एक ही स्थान पर लंबा समय व्यतीत करते हैं, जबकि कुछ अन्य पर्यटक सर्दी अथवा गर्मी या फिर पतझड़ अथवा वसंत आदि के समय किसी स्थान विशेष पर जाना पसंद करते हैं और यह अल्पावधि के लिए प्रवास करते हैं। यह एक प्रकार का "मौसमी पर्यटन" (seasonal tourism) कहलाएगा। इसके विपरीत, कुछ पर्यटक लगातार घूमना पसंद करते हैं तथा किसी एक स्थान पर तीन या चार दिनों से अधिक नहीं रुकते हैं। "सामाजिक पर्यटन" वह पर्यटन है जो उन व्यक्तियों द्वारा किया जाता है जो किसी भी प्रकार की बाह्यपक्षीय दखलंदाजी या किसी संगठन की मदद के बिना स्वयं ही यात्रा और अन्य खर्चों का भार वहन करते हैं। कुछ पर्यटक केवल मनोरंजन और आराम के लिए ही घूमने-फिरने जाते हैं तथा इसका मुख्य उद्देश्य व्यस्त जिंदगी को थोड़ा सहज बनाना होता है। ऐसे पर्यटक स्वास्थ्य लाभ भी करना चाहते हैं और आलीशान होटलों/रिजॉर्ट्स में रुकना पसंद करते हैं। आजकल अनेक बहुराष्ट्रीय कंपनियाँ तो अपने कर्मियों को लुभावने पैकेज भी देती हैं ताकि उनकी कार्यकुशलता बनी रहे। इसी प्रकार, खेलों और अन्य आयोजनों से जुड़ा पर्यटक वर्ग भी है। प्रांतीय खेल, राष्ट्रीय खेल, एशियाई खेल, राष्ट्रमंडल खेल, ओलंपिक और अनेक प्रकार की अन्य प्रतियोगिताएँ (चैंपियनशिप्स) आदि पर्यटकों को आकर्षित करती हैं।

20.4.2 मौसम की अनुकूलता के आधार पर पर्यटन

मौसम की अनुकूलता के आधार पर भी पर्यटन का एक व्यापक क्षेत्र विकसित रहा है। भारत तथा यूरोप और अफ्रीका के साथ-साथ विश्व के अनेक देशों में गर्म, शीत, शीतोष्ण एवं सम-शीतोष्ण जलवायु पाई जाती है। अतः पर्यटक अपनी रुचि के आधार पर मौसम का चुनाव कर गर्मी से राहत, या फिर सर्दी की बर्फ अथवा सर्दी की धूप का आनंद लेने के लिए अपनी मनपसंद जगह पर जाना पसंद करते हैं। उदाहरण के लिए, भारत में कुछ पर्यटक मनाली या शिमला की "स्नो लाइन" (snow line) अथवा कश्मीर में पतझड़ या वसंत (Autumn and Spring) के मौसम में पत्तों के गिरने और फूलों के खिलने के नजारे का आनंद लेना चाहते हैं। इसी तरह, सुदूर दक्षिण में समुद्री तटों और "बैक वाटर्स" (Back waters) का विशेष आकर्षण है। भारत की विविधतापूर्ण जलवायु एवं नदियों और ऊँची बर्फ से ढकी पर्वतमालाओं तथा लंबे फैले हुए समुद्री-तटों और वनस्पति और वन्य जीवन के कारण भारी संख्या में रोमांचकारी और साहसिक पर्यटन के लिए सैलानी वर्ष-भर यहाँ आते रहते हैं। गर्मियों के मौसम में स्विटजरलैंड जैसे यूरोपीय देशों की यात्रा करना भी मौसम की अनुकूलता के आधार पर पर्यटन का उदाहरण है।

20.4.3 सांस्कृतिक पर्यटन

हमारी पृथ्वी एक ऐसा उपग्रह है जिस पर मौसम संबंधी विभिन्नताओं के साथ-साथ जलवायु के अनुकूल खान-पान, सामाजिक रस्मों-रिवाज, पहनावा आदि जीवन-व्यवहार के अनेक ऐसे पक्ष हैं जो इसे विलक्षण बनाते हैं। अनेक ऐतिहासिक और राजनैतिक महत्व के नगर तथा प्राचीन धरोहरों वाले भवन भी भारत की सांस्कृतिक विविधता के परिचायक हैं। स्वाभाविक है कि देश-विदेश से लोग इन स्थानों पर आते हैं। दक्षिण भारत के प्रख्यात मंदिर हों अथवा मध्य भारत की मुगलकालीन धरोहरें अथवा कश्मीर के पुराने और अब खंडहर हो चुके अवंतीपुर के अवशेष या फिर "गुलाबी शहर" (पिंक सिटी) जयपुर की अपनी निर्माण-शैली का आकर्षण, अजमेर, बाडमेर, जोधपुर और आमेर के किले, दिल्ली का लाल किला, कुतुब मीनार, आगरा और फतेहपुर सीकरी के मकबरे और मुगलकालीन राजशाही भवन आदि – इन सभी का अपना महत्व है। विश्व के सात अजूबे पर्यटकों को आकर्षित करते हैं। मेले और त्यौहार भी इस दिशा में अत्यंत महत्पूर्ण हैं। राजस्थान का मरु उत्सव हो अथवा केरल में नावों की दौड़ या फिर कुल्लू का दशहरा, लद्दाख उत्सव अथवा विभिन्न प्रांतों के खानपान संबंधी विशेष मेले, दिल्ली हाट (Dilli Haat) जैसे स्थायी आयोजन भी पर्यटकों का मन लुभाते हैं। संस्कृति का एक बड़ा हिस्सा हमारी वास्तु-कलाकृतियाँ, स्मारक, धरोहरें, तथा संगीत भी है। भारत में हर वर्ष अनेक संगीत समारोह आयोजित किए जाते हैं जिनमें लाखों की संख्या में संगीत-प्रेमी पर्यटक आते हैं। इसी प्रकार, नृत्य समारोह और प्रदर्शनी आदि के आयोजन भी होते रहते हैं, जो हमारी संस्कृति को प्रदर्शित (show-case) करते हैं।

20.4.4 धार्मिक सर्किट और पर्यटन

प्राचीन समय से ही भारत एवं विश्व के अनेक भागों में लोग धार्मिक मान्यताओं के अंतर्गत एक स्थान से दूसरे स्थान पर, एक राष्ट्र से दूसरे राष्ट्रों की यात्राएँ करते रहे हैं। भारत में बौद्ध स्मारक आज भी विश्व-भर के बौद्ध-अनुयायियों के लिए अत्यंत श्रद्धा और धार्मिक आस्था के प्रतीक हैं। लाखों पर्यटक महात्मा बुद्ध के जन्म-स्थल तथा राजगीर और बोधगया आदि स्थानों की यात्रा करते हैं। वे बौद्ध-विहारों और

सुदूर लद्दाख में बौद्ध सभ्यता के स्तंभों और गोंपाओं को देखने जाते हैं। भारत में दक्षिण-पूर्व के देशों के नागरिकों के लिए यह एक बृहत "पर्यटन सर्किट" माना जाता है।

इसी प्रकार, हिंदू धर्म के अनुयायी भी चार-धाम यात्रा करना कहते हैं। वे लोग काशी विश्वनाथ, जगन्नाथ पुरी, द्वारिका, रामेश्वरम, बदरीनाथ आदि स्थानों की यात्रा के साथ अन्य अनेक स्थलों की भी यात्राएँ करते हैं। मुस्लिम समुदाय के लोग अजमेर शरीफ में गरीब नवाज की जियारत और मक्का मदीना में हज के लिए विश्व-भर से आते हैं। यह एक बहुत बड़ा यात्रा आयोजन है तथा इसका पर्यटन पर महत्वपूर्ण प्रभाव पड़ता है। इसी प्रकार ईसाई समुदाय के लोग भी वैटिकन और यरुशलम की यात्रा करना चाहते हैं। भारत में कुंभ मेले का आयोजन, माघ मेला, उत्तर भारत में देवी दर्शन, दक्षिण में तिरुमल यात्रा, तथा बंगाल में दुर्गा पूजा आयोजन में विश्व-भर से न केवल हिंदू अपितु अन्य समुदायों के लोगों को भी आकर्षित करते हैं।

वस्तुतः भारत और विश्व के अनेक स्थानों पर आज "सर्किट पर्यटन" भी लोकप्रिय होता जा रहा है। इसमें धार्मिक और प्राचीन धरोहरों के स्थलों की यात्रा का संयुक्त कार्यक्रम बनाकर कर पर्यटकों के लिए प्रदान किया जाता है। उत्तराखंड में हरिद्वार और गढ़वाल क्षेत्र तथा महाराष्ट्र में शिरडी, आंध्र में तिरुपति, असम में कामाख्या तथा कश्मीर में अमरनाथ जैसे अनेक धार्मिक स्थल हैं, जहाँ लाखों की संख्या में पर्यटक धार्मिक आस्था के साथ-साथ सैलानी के रूप में भी लंबी यात्राएँ करते हैं। इस तरह यह कहा जा सकता है कि धर्म का क्षेत्र भी पर्यटन की दृष्टि से अत्यंत महत्वपूर्ण है। इसका मुख्य कारण यह है कि पर्यटक जहाँ अपनी धार्मिक मान्यता पूरी करता है वहीं उसे इन स्थानों तक पहुँचने के मार्ग के आस-पास भारी पर्यटक गतिविधि भी देखने को मिलती है। इससे स्थानीय पर्यटन को बढ़ावा मिलता है। अमृतसर में स्थित सिक्खों के पवित्र स्थल हरमंदिर साहिब, महाराष्ट्र के नांदेड में स्थित हुजूर साहिब, बिहार में पटना साहिब, हिमाचल प्रदेश में मणिकर्ण तथा पांवटा साहिब और उत्तराखंड में हेमकुंट साहिब जैसे अनेक महत्वपूर्ण पवित्र स्थल हैं जहाँ श्रद्धालु जाते हैं और समीप के अन्य स्थानों की भी सैलानी के रूप में यात्रा करते हैं।

20.4.5 शैक्षिक और स्वास्थ्य सेवाओं संबंधी पर्यटन

पिछले कुछ वर्षों में भारत शिक्षा के एक महत्वपूर्ण केंद्र (Hub) के रूप में उभर कर सामने आया है तथा बड़ी संख्या में विदेशी विद्यार्थी भारत में विभिन्न विश्वविद्यालयों और उच्च शिक्षण संस्थानों में आकर यहाँ शिक्षा हासिल कर रहे हैं। इन विश्वविद्यालयों-संस्थाओं में हिंदमहासागरीय देशों, दक्षिण एशिया, अफ्रीका और सार्क देशों के विद्यार्थियों के लिए तो विशेष रूप से सुविधाएँ भी प्रदान की जाती हैं। सार्क, आसियान, पैन-अफ्रीकन और कामनवेल्थ तथा यूनेस्को की छात्रवृत्तियों के अलावा उन्हें प्रवेश में प्राथमिकता तथा रहने की रियायती सुविधाएँ भी उपलब्ध कराई जाती हैं। आजकल शैक्षिक संस्थाओं में "विद्यार्थी आदान-प्रदान कार्यक्रम" व्यापक स्तर पर आयोजित हो रहे हैं तथा इस क्रम से बड़ी संख्या में विद्यार्थी-पर्यटक विभिन्न देशों में आते-जाते हैं।

इसी तरह से स्वास्थ्य सेवाओं संबंधी पर्यटन को भी देखा जा सकता है। उदाहरण के लिए, देश में विकसित स्वास्थ्य सेवाओं के माध्यम से अब भारत विश्व-स्तरीय स्वास्थ्य सेवाएँ लगभग 30 प्रतिशत कम मूल्य पर उपलब्ध कराता है। इसलिए विश्व के केवल विकासशील देशों के ही नहीं, बल्कि विकसित देशों के नागरिक भी बड़ी संख्या में

भारत में इन सेवाओं का लाभ उठाने के लिए आने लगे हैं। इन नागरिकों का यह भ्रमण मूल रूप में स्वास्थ्य से संबंधित होता है परंतु वे इस यात्रा का लाभ अन्य स्थानों की यात्रा करने में भी उठा लेते हैं। भारतीय चिकित्सा पर्यटन (Indian Medical Tourism) के आँकड़ों के अनुसार भारत में यह पर्यटन व्यवसाय कुल आर्थिकी में बड़े घटक के रूप में स्थापित हो चुका है। निश्चित रूप से पर्यटन के क्षेत्र में यह बड़े महत्व का घटक है। देश के कुछ हिस्सों में विगत एक दशक में पारंपरिक भारतीय चिकित्सा केंद्र (उदाहरण के लिए पंचकर्म, योग कर्म) और अत्याधुनिक स्पा (Spa) तथा उन्नत चिकित्सा क्लब (एडवांस मेडिकल क्लब) भी स्थापित हो चुके हैं। केरल के कई स्थानों के अलावा मुंबई, दिल्ली, हैदराबाद, चेन्नई, उत्तराखंड, धर्मशाला तथा बेंगलुरु में सुविकसित तकनीक से सुसज्जित अस्पताल भी आज स्वास्थ्य पर्यटन को आगे ले जाने में अपनी भूमिका का निर्वहन कर रहे हैं।

20.4.6 सम्मेलन और व्यापार पर्यटन

विश्व की सशक्त अर्थव्यवस्थाओं में से एक होने के कारण भारत में राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय सम्मेलन पूरे देश-भर में आयोजित होते रहते हैं। इनमें देश-विदेश के प्रतिनिधि भारी संख्या में शामिल होते हैं। इन सम्मेलनों के लिए आधारभूत ढाँचे के साथ-साथ प्रतिनिधियों और अतिथियों के लिए मनोरंजन, यात्रा और सुप्रसिद्ध पर्वतीय स्थलों का भ्रमण भी शामिल किया जाता है। इसके अतिरिक्त सरकारी सम्मेलन जैसे विश्व हिंदी सम्मलेन, अप्रवासी भारतीय सम्मेलन, विश्व पुस्तक मेला, सैन्य अस्त्र एवं वाहन मेला, विमानन मेला, वस्त्र मेला तथा इसी प्रकार दूसरे आयोजन भी आपसी मेल-जोल तथा पर्यटन को प्रोत्साहित करते हैं। विश्व में व्यापार संबंधी गतिविधियों के उदारीकरण के बाद आपसी व्यापार और आर्थिक आदान-प्रदान पर अधिक बल दिया गया है। परिणामस्वरूप व्यवसायियों का आना काफी बढ़ा है। साथ ही आर्थिक एवं तकनीकी सहयोग में भी प्रगति हो रही है। इसलिए आज पर्यटन में एक बड़ा वर्ग इसी समूह से आता है जो व्यावसायिक हित के साथ-साथ सैर-सपाटा भी करता है। आज शिक्षा, प्रकाशन/मुद्रण, सैन्य, रक्षा, विज्ञान एवं प्रौद्योगिकी, पर्यावरण संक्षरण, उद्योग तथा ऐसे अनेक क्षेत्र हैं जिनमें आपसी सहमति के आधार पर व्यापार और देश में इस प्रकार की सामग्री के उत्पादन पर जोर दिया जा रहा है। इस कारण भी भारी संख्या में विदेशी नागरिक आते हैं, जो कुशल व्यवसायियों के साथ-साथ पर्यटक भी बन जाते हैं।

20.4.7 पर्यावरण और वन्य-जंतु दर्शन

पश्चिम के अति-उपभोक्तावादी और चरम विकास के कारण अनेक नागरिक शांत और सुरम्य स्थलों का दौरा करना चाहते हैं। वे वन्य जीवन एवं प्राकृतिक सौंदर्य का अनुभव करना चाहते हैं। भारत के हिमालयी और दक्षिणी समुद्री-तटों के एकाकी स्थलों में अनेक नागरिक मूल जीवन शैली की खोज में आज भी देखे जा सकते हैं। भारत में जलवायु विविधता के अनेक रंग और उसके कारण प्राकृतिक नैसर्गिक दृश्य देखने को मिलते हैं। नेशनल पार्क, अभयारण्य, वन्य जंतुओं की विविधता, जैव वैविध्य तथा पर्वतमालाओं की सुरम्य वादियाँ और मरुस्थल का जीवन भी भारी संख्या में सैलानियों को आकर्षित करता है। लुप्तप्राय एवं विलीन होने वाले स्थानों का भी सैलानियों के लिए आकर्षण रहता है। किलिमंजारो की पर्वतमालाओं, ग्रेट बैरियर रीफ और ओडिशा के कछुआ प्रजनन तट, स्वर्णिम समुद्री-तट तथा तटीय क्षेत्रों के लगातार समुद्र में विलीन होते पारिस्थितिकीय दृष्टि से संवेदनशील स्थानों को अंतिम बार

देखने के लिए पर्यटकों का तांता लगा रहता है। पर्यटन के क्षेत्र में इसे “डार्क पर्यटन” (Dark Tourism) अथवा “डूम पर्यटन” (Doom Tourism) का नाम दिया गया है।

20.4.8 आउटसोर्सिंग तथा बी.पी.ओ. उद्योग

भारत में कम लागत पर बेहतर मानव संसाधन तथा विकसित सूचना प्रौद्योगिकी सेवाओं के परिणामस्वरूप बी.पी.ओ./के.पी.ओ. (Business Process Outsourcing (BPO)/Knowledge Process Outsourcing (KPO) का अप्रत्याशित विस्तार हुआ है। देश के सकल घरेलू उत्पाद का लगभग 1 प्रतिशत इस उद्योग से आता है और भविष्य में इसकी प्रतिशतता में बढ़ोतरी होने की उम्मीद है। इस क्षेत्र में जहाँ भारी तादाद में नियमित रोजगार की संभावनाएँ हैं, वहीं अल्पकालीन कर्मियों की आवाजाही भी बनी रहती है। इनके लिए मूलभूत सुविधाओं के अलावा सैलानियों की ही तर्ज पर अन्य सुविधाएँ भी अपेक्षित रहती हैं। देश में मुख्य रूप से मुंबई, दिल्ली, बेंगलुरु, हैदराबाद, चंडीगढ़ तथा अन्य स्थानों पर देश-विदेश की अनेक संस्थाएँ और प्रतिष्ठित बहुराष्ट्रीय संस्थान बी.पी.ओ. सेवाएँ प्रदान कर रहे हैं। जाहिर है पर्याप्त संख्या में इन प्रतिष्ठानों के अधिकारी, तकनीकी विशेषज्ञ देश-विदेश की यात्रा करते हैं जिनका प्रवास अल्पकालीन ही होता है। इसलिए स्वाभाविक रूप से यह कहा जा सकता है कि आउटसोर्सिंग उद्योग और बी.पी.ओ. उद्योग, पर्यटन के एक नए क्षेत्र के रूप में उभर कर सामने आ रहा है।

20.4.9 पैकेज पर्यटन

“पैकेज पर्यटन” के रूप में पर्यटन का एक नया क्षेत्र विकसित हुआ है। संसार-भर में आज पर्यटन एजेंसियाँ और हवाई कंपनियाँ तथा होटल और ट्रांसपोर्टर आपस में मिलकर पैकेज टूर का विशाल पैमाने पर आयोजन कर रहे हैं। यह पर्यटन का वह रूप है जिसमें पर्यटकों की सभी प्रकार की आवश्यकताओं का ध्यान टूर प्रबंधन स्वयं ही करता है।

इस प्रकार के पर्यटन का विश्व के कई देशों की अर्थव्यवस्थाओं पर भी सकारात्मक प्रभाव पड़ा है। पैकेज पर्यटन के विकास से देश के अनेक हवाई अड्डों पर सीधी घरेलू और अंतरराष्ट्रीय हवाई यात्रा में अप्रत्याशित वृद्धि हुई है। भारत में गोआ, अमृतसर, श्रीनगर तथा अन्य पर्यटन-स्थल इस प्रकार के पर्यटन से लाभान्वित हुए हैं। विदेशों में बसे भारतीय भी आजकल इस प्रकार के पैकेज के द्वारा यात्रा करने लगे हैं। खाड़ी के देशों में बसे भारतीय भी पर्यटन के क्षेत्र में व्यापक योगदान करते हैं। ये लोग अपने घर की यात्रा अथवा रिश्तेदारों से मिलने के लिए अक्सर अधिकाधिक संख्या में अल्पकालीन यात्राएँ कर रहे हैं।

20.5 पर्यटन सेवाएँ और अनुवाद : स्वरूप

पर्यटक तथा पर्यटन के विभिन्न प्रकारों के बारे में अब तक किए गए अध्ययन से आपको यह स्पष्ट हो गया होगा कि पर्यटन मूलतः सेवा क्षेत्र है। इसी कारण से पर्यटन को “आतिथ्य और सेवा क्षेत्र” (Hospitality and Service Sector) के रूप में उद्योग का दर्जा प्राप्त है। इनमें खान-पान, परिवहन, बैंकिंग और मुद्रा, होटल एवं आवास तथा रहन-सहन सेवाओं के साथ-साथ अन्य व्यवसाय तथा कारोबार संबंधी सुगमक (catalyst) सेवाएँ भी प्रमुख होती हैं। पर्यटन के दौरान पर्यटक मूल रूप से अपने दैनंदिन कार्य से अलग एक नए और मनोरंजक अल्पकालिक निवास के लिए

अस्थायी प्रवास पर होता है। इसलिए इन सेवाओं के उपभोग और उनमें तात्कालिकता और नयेपन की अपेक्षा पर्यटक में बनी रहती है।

पर्यटन सेवाओं में सर्वप्रथम किसी भी स्थान के विषय में प्रारंभिक जानकारी, उस स्थान की विशेषताओं, दर्शनीय स्थलों की सांस्कृतिक और ऐतिहासिक पृष्ठभूमि, आवागमन संबंधी सुविधाओं, रहने और खाने-पीने की जानकारी, व्यवसाय अथवा कारोबारी जानकारी, बैंक संबंधी सुविधाओं के विषय में ज्ञान, पर्यटन की प्रकृति के अनुरूप खरीदारी तथा खेल एवं मनोरंजन, प्राकृतिक विशिष्टताओं और पर्यावरण के विशिष्ट पहलुओं का ज्ञान, स्थानीय मुद्रा एवं मुद्रा विनिमय दरों की पूर्व-जानकारी और स्थान-विशेष की राजनैतिक गतिविधियों का परिचय (जैसे, राजनैतिक अस्थिरता के कारण प्रवास के दौरान सुरक्षा) संबंधी प्रश्नों से जुड़ी जानकारी भी पर्यटकों को अपेक्षित रहती है। पर्यटन परामर्शी (Tourism Advisory) द्वारा विभिन्न राष्ट्र अपने नागरिकों के लिए यात्रा के लिए सुरक्षित देशों और क्षेत्रों की सूचना प्रसारित करते रहते हैं जो आपदा, संकट, गृहयुद्ध अथवा आंतरिक अशांति आदि के काल में जारी की जाती है। स्वाभाविक है कि इनमें सूचना अथवा सूचना साहित्य को तुरंत उपलब्ध कराना तथा उसका पर्यटक की भाषा में सुलभ किया जाना अनिवार्य है। इसलिए पर्यटन के क्षेत्र में लिखित अनुवाद के साथ-साथ आशु अनुवाद का भी महत्व है।

उद्योग सेक्टर होने की वजह से पर्यटन उन सभी व्यापारिक गतिविधियों की अपेक्षा रखता है, जो एक सामान्य व्यवसाय में घटित होती हैं। इन गतिविधियों में सेवाओं तथा संरचनात्मक ढाँचे की विज्ञापित जानकारी, आकर्षक पत्र-पत्रिकाएँ, सूचना-पत्र, लघु-चित्र एवं चलचित्र, विज्ञप्तियाँ, आलेख, दृश्य-श्रव्य माध्यमों पर विज्ञापन, सम्मेलन एवं अन्य सभी प्रकार की व्यापार प्रोत्साहन नीतियाँ अपनाई जाती हैं। पर्यटन के लिए राष्ट्रीय और अंतरराष्ट्रीय स्तर पर सभी प्रकार के सूचना साहित्य और प्रकाशनों और संचार माध्यमों की अनिवार्यता है। "विश्व पर्यटन संगठन" के अनुसार सभी देशों में निम्नलिखित प्रकार की पर्यटन संबंधी प्रकाशन सामग्री उपयोग में लाई जाती है :

- विभिन्न राष्ट्रों और प्रांतों द्वारा प्रकाशित की जाने वाली पर्यटन संबंधी सांख्यिकीय वार्षिक पुस्तिकाएँ (Annual statistical booklets of tourism)
- वार्षिक पर्यटन सांख्यिकी सार-संकलन (Annual tourism statistics compendium)
- यात्रा एवं पर्यटन बैरोमीटर (त्रैमासिक) (Travel and Tourism Barometer (quarterly))
- यात्रा और पर्यटन शिक्षा एवं प्रशिक्षण (Travel and tourism education and training)
- दर्शनीय स्थलों/सैरगाहों के विकास के लिए समन्वित प्रयास (Coordinated efforts for development of visiting recreational places)
- राष्ट्रीय पार्कों और पर्यटन के लिए रक्षित क्षेत्रों के विकास संबंधी दिशा-निर्देश (Guidelines for development of National Parks and protected places for tourism)
- पर्यटक संवहन-क्षमता (Tourism carrying capacity)
- स्थानीय प्रयोजन के लिए पर्यटन गाइड (Tourism guide for local planners); तथा

- आगामी 20 वर्षों के लिए विश्व पर्यटन अनुमान (World tourism forecasts for coming 20 years)

इनमें से अधिकांश सामग्री नियमित रूप से विभिन्न (राष्ट्रीय एवं स्थानीय) भाषाओं में प्रकाशित होती है। पर्यटन अब सामाजिक उपभोग की वस्तु भी बन गया है। इसलिए पर्यटन के विषय में प्रचार-प्रसार होना आवश्यक है। पर्यटन सेवाओं को प्रचारित करने के लिए मुख्य रूप से निम्नलिखित प्रकार के माध्यम उपयोग में लाये जाते हैं :

- प्रेस विज्ञप्तियाँ
- प्रेस सम्मेलन
- आयोजित विशेष यात्राएँ
- प्रस्तुतियाँ
- अनौपचारिक सूचना सभाएँ
- प्रायोजित (उपहार) वस्तुएँ
- पत्रिकाएँ
- सामयिक
- सूचना पत्र
- सांस्थानिक उद्घोषणा पत्र आदि
- संग्रहालयों तथा प्रदर्शनी संबंधी सूचना साहित्य
- संपर्क एवं पत्राचार
- संदर्शिकाओं एवं आगंतुक पंजियों का अनुवाद
- ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और पुरातात्विक महत्व के प्रलेखन आदि के रूप में जानकारी प्रकाशन
- आनलाइन वेबसाइट और डाटा संबंधी अनुवाद
- शोध-पत्रों/विवरणिकाओं, सम्मेलन, संगोष्ठियों आदि के अग्रिम सूचना-पत्र तथा रिपोर्ट विवरण।

इस विभिन्न प्रकार की प्रचार सामग्री के माध्यम से पर्यटन के आधारभूत ढाँचे की जानकारी तो दी ही जाती है, साथ ही, कॉर्पोरेट क्षेत्र में भी अनेक प्रकार की अंतर्विभागीय और अंतःविभागीय कार्य-क्षमता बढ़ाने के लिए समय-समय पर अंतर्देशीय और अंतरराष्ट्रीय आमोद-प्रमोद यात्राओं तथा आपसी सौजन्य के लिए विचार-विमर्श तथा संगोष्ठियों का आयोजन किया जाता है। इनके लिए भी सूचना साहित्य तथा स्थानीय भाषा में संबंधित देश अथवा कॉर्पोरेट घराने की समग्र जानकारी दी जाती है। इस प्रकार की सामग्री के अनुवाद की आवश्यकता रहती है। वर्तमान में इस प्रकार के पर्यटन का विश्व-स्तर पर पर्याप्त महत्व है क्योंकि सकल पर्यटन में इस प्रकृति के पर्यटकों की संख्या में पहले की तुलना में काफी बढ़ोतरी हुई है।

संक्षेप में कहा जा सकता है कि पर्यटन में अनुवाद संबंधी आवश्यकताएँ दो प्रकार की होती हैं – (1) लिखित-साहित्य तैयार करना अथवा पहले से रचित साहित्य का अनुवाद करना; और (2) आशु अनुवाद (Simultaneous Translation/Interpretation)।

जहाँ तक लिखित-साहित्य तैयार करने अथवा पहले से रचित साहित्य के अनुवाद का संबंध है, इसके अंतर्गत ऐतिहासिक, सांस्कृतिक, प्रशासनिक तथा विभिन्न माध्यमों के लिए तैयार किए जाने वाले साहित्य का अनुवाद करना शामिल रहता है। वहीं, आशु अनुवाद का संबंध मौखिक अनुवाद से है। आप जानते ही हैं कि प्रायोजित और बड़े ऑपरेटरों द्वारा संचालित टूर (conducted tours) में अक्सर आशु अनुवाद की सुविधा से पर्यटकों को स्थल, सामग्री, घटनाओं, रीति-रिवाजों और परंपराओं की जानकारी दी जाती है। इसके अलावा, सम्मेलनों, बैठकों और गोष्ठियों के साथ-साथ खेल, महत्वपूर्ण यात्राओं (उदाहरण के लिए, किसी राष्ट्राध्य की यात्रा), मेलों और महत्वपूर्ण संगीत एवं स्मारकों पर आयोजित समारोहों (जैसे, कुंभ मेला, खजुराहो उत्सव, लद्दाख उत्सव, कृष्ण जन्मोत्सव आदि) का भी आँखों देखा हाल विभिन्न भाषाओं में प्रसारित किया जाता है। यह सीधा प्रसारण (live telecast) होता है। यह पर्यटकों से संबंधित एक बृहद गतिविधि है, जिसमें अनुवाद का व्यापक पैमाने पर उपयोग होता है। आशु अनुवाद के बारे में आपको एम.टी.टी-052 पाठ्यक्रम में अन्यत्र विस्तार से जानकारी दी जाएगी।

20.6 पर्यटन उद्योग में अनुवाद : आवश्यकता एवं महत्व

अनुवाद का विस्तार जीवन के लगभग प्रत्येक पहलू में है। यही तथ्य व्यवहार क्षेत्र में भी लागू होता है। शिक्षा, संस्कृति, खान-पान, खेल-कूद, विज्ञान, प्रौद्योगिकी, साहित्य, राजनीति, वाणिज्य, बैंकिंग एवं बीमा तथा अन्य अनेक क्षेत्रों में अनुवाद का विस्तार हो चुका है। पर्यटन का क्षेत्र भी इससे अछूता नहीं है। बल्कि कहा जा सकता है कि अनुवाद पर्यटन उद्योग का आधार है।

आज विश्व अर्थव्यवस्था में पर्यटन न केवल एक महत्वपूर्ण घटक है बल्कि अनेक देशों की अर्थव्यवस्था पूरी तरह से पर्यटन पर ही टिकी हुई है। अतः इसे उद्योग का दर्जा भी दिया गया है। मिस्र, यूनान, लेबनन, स्पेन, थाईलैंड के साथ-साथ सेशल्स, मालदीव, मलेशिया, इंडोनेशिया, बहामास, वेस्टइंडीज एवं फिजी जैसे टापू वाले देशों की अर्थव्यवस्था पूरी तरह से पर्यटन गतिविधि पर आश्रित है। यही नहीं, अनेक विकसित देशों की अर्थव्यवस्था भी हवाई यात्रा, समुद्री लज्जरी यात्रा (Luxury Sea Lines and Yachts) तथा अन्य अनेक प्रकार की कार्य-प्रणालियाँ (जैसे होटल एवं यातायात संबंधी वाणिज्यिक अर्थव्यवस्था) भी इस उद्योग से जुड़ी हुई हैं। वर्ल्ड ट्रेवल एंड टूरिज़्म काउंसिल (World Travel and Tourism Council - WTTC) के अनुसार आगामी वर्षों से प्रत्यक्ष एवं अप्रत्यक्ष पर्यटन कारोबार विश्व के अनेक देशों के सकल घरेलू उत्पाद का 10 प्रतिशत तक हो जाएगा। इस प्रकार अनुवाद के अन्य क्षेत्रों के साथ-साथ पर्यटन का क्षेत्र एक महत्वपूर्ण राष्ट्रीय क्षेत्र है इसलिए पर्यटन गतिविधियों, पर्यटन साहित्य एवं पर्यटन सेवाओं पर अनुवाद का पर्याप्त प्रभाव है।

कुल आर्थिकी के सुसंचालन (perfect execution) और उत्तरेण के लिए पर्यटन एक महत्वपूर्ण घटक है। पूरी दुनिया में फ्रांस, स्पेन एवं इटली जैसे भौगोलिक रूप से छोटे देश पर्यटन के क्षेत्र में अग्रणी बने हुए हैं, जबकि अमेरिका भी अपनी उत्तम पर्यटन सेवाओं और संसाधनों के कारण तीसरे स्थान पर है। हालाँकि भारत जैसे बहुसंस्कृति संपन्न, बहुभाषी एवं मिश्रित जलवायु वाले राष्ट्र के लिए यह चिंता का विषय है कि विश्व पर्यटन में हमारा हिस्सा केवल 4 प्रतिशत ही है। संभवतः पर्यटन सेवाओं में सूचना एवं सेवा संबंधी गतिविधियों के विस्तार तथा उनमें वैश्विक स्वीकार्यता, सहजता और गुणवत्ता लाने में अनुवाद एक अत्यंत केंद्रीय भूमिका निभा सकता है।

अनुवाद एक ऐसा साधन है जो मनुष्य को उसकी आनुवांशिकीय, भाषिक, सांस्कृतिक तथा भौगोलिक विभिन्नता के संरक्षण एवं संवर्धन में सहायता करता है। साथ ही यह मनुष्य को अपने अलावा दूसरों के बारे में सोचने का अवसर प्रदान करता है। “किस समय, किस काल में, किस भाषा में क्या कहा, लिखा गया अथवा हमारी ही भाषा में क्या-क्या हुआ” – यह सब अनुवाद स्मरण-क्षमता के सशक्तीकरण के माध्यम से करता है। मनुष्य ने “कहाँ क्या देखा, क्या अनुभव किया” अनुवाद इन सबको जोड़ता है तथा उसे याददाश्त के रूप में स्थायित्व प्रदान करता है। पर्यटन गतिविधि का एक महत्वपूर्ण पक्ष संस्मरणों को सहेजने और उन्हें साझा करने में भी है जिसमें अनुवाद की भूमिका स्वयं सिद्ध है।

पर्यटन साहित्य की राष्ट्रीय विकास तथा भाषा योजना में महत्वपूर्ण भूमिका है। अनुवाद से जहाँ भाषायी आधुनिकता को पुष्ट किया जाता है वहीं यह विज्ञान, तकनीकी और अन्य क्षेत्रों में भारत तथा विभिन्न राष्ट्रों के बीच दूरियों को भी मिटाने का साधन है। अनुवाद राष्ट्रीय एकता को प्रगाढ़ करने का भी महत्वपूर्ण कारक है। इसके अलावा, अनुवाद अंतरराष्ट्रीय स्तर पर भी मैत्रीपूर्ण मानवीय संबंध स्थापित करने में सहायक सिद्ध हुआ है। पर्यटन साहित्य की एक विशेषता यह भी है कि इसे सौहार्द तथा आपसी समझ को सतत ‘स्थायी’ बनाने के लिए उपयोग में लाया जा सकता है। अनुवाद की भूमिका सामाजिक विज्ञान के अन्य क्षेत्रों में जितनी महत्वपूर्ण है उससे कहीं अधिक इसकी आवश्यकता और अनिवार्यता पर्यटन के क्षेत्र में है क्योंकि इससे न केवल आर्थिक और भौगोलिक दूरियाँ ही मिटती हैं बल्कि मानवीय संबंध प्रगाढ़ होते हैं। प्रगाढ़ मानवीय संबंधों के भावी राजनैतिक प्रभाव दूरगामी परिणामोन्मुखी होते हैं। इसलिए पर्यटन साहित्य का अनुवाद निश्चित रूप से महत्वपूर्ण किंतु चुनौती-भरा है।

अनुवाद और विशेष तौर पर आशु अनुवाद अनेक अवसरों पर तात्कालिक पर्यटन आवश्यकताओं (जैसे, निर्देशित यात्राओं, क्रीड़ा गतिविधियों, सभाओं, संगोष्ठियों और सम्मेलनों) तथा महत्वपूर्ण दौत्य संबंधी अवसरों (Diplomatic Occasions) पर परस्पर संवाद को सरल-सहज करने और संबंध प्रगाढ़ता में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। इसके अलावा, अनुवाद परस्पर सहमति में सुसाधन और उत्प्रेरक (कैटलिस्ट) के रूप में पर्यटन व्यवसाय के सुदृढीकरण के साथ-साथ बेहतर सांस्कृतिक एवं आर्थिक परिवेश निर्माण में भी केंद्रीय भूमिका निभाता है। अनेक महत्वपूर्ण अवसरों पर आशु अनुवादकों ने राष्ट्रों के बीच गंभीर स्थितियों से उबरने में सकारात्मक भूमिका भी निभाई है।

20.7 पर्यटन साहित्य का अनुवाद : विविध आयाम

पर्यटन साहित्य मूल रूप से सूचना प्रधान और मानविकी तथा सामाजिक विज्ञान और विशेष रूप से समाजशास्त्रीय प्रकृति का होता है। पर्यटन साहित्य में सूचना का निष्ठापूर्वक अंतरण अर्थात् लक्ष्य भाषा में कथ्य की यथासंभव मूल आशय के अनुसार अभिव्यक्ति और सही सही सम्प्रेषण अनिवार्य है। परंतु अनेक परिस्थितियों में पर्यटन साहित्य संस्कृति और इतिहास का वाहक भी बन जाता है। ऐसी स्थिति में अनुवाद न केवल तथ्यों के प्रति सजगता की अपेक्षा करता है बल्कि राष्ट्र की अस्मिता, इतिहास और संस्कृति की रक्षा की भी सुरक्षा मांगता है। यह परिस्थिति निश्चित रूप से किसी भी अनुवादक के लिए तलवार की धार पर चलने से कम नहीं है। यह कार्य एक तरफ तथ्यों को सुरक्षित रखने का दायित्व तथा दूसरी तरफ संस्कृति के अंतरंग और परंपरागत रीति-रिवाजों की मूल भावना (आत्मा) को अक्षुण्ण रखते हुए लक्ष्य भाषा-संस्कृति में अभिव्यक्त करने के दायित्व से जुड़ा हुआ है। उदाहरण के लिए,

हिमाचल प्रदेश के मलाना जनपद पंचायत क्षेत्र में जमलु देव के नियमों के अनुसार न्याय प्रथा और दैनिक जनजीवन का संचालन होना अन्य संस्कृति के लोगों को अविश्वसनीय लगता है। अफ्रीकी महाद्वीप में ऐसी ही अनेक ऐसी प्रथाएँ आज भी सांस्कृतिक और धार्मिक परंपराओं के अंग के रूप में प्रचलित हैं और जन-जीवन का अभिन्न और अनिवार्य हिस्सा हैं। इनका अनुवाद करते समय उन्हें केवल *Erotica, Barbarious, Crude* कहने के बजाय "स्थानीय निवासी" की दृष्टि से देखने और उसी के अनुरूप अनूदित करने की अनिवार्यता है। इस तरह के अनुवाद कर्म में अनुवादक को पर्याप्त अध्ययन-अनुसंधान करना होता है और इसके लिए पारंपरिक ज्ञान से परिचय तथा संबद्ध समाज के प्रबुद्धों का परामर्श विशेष तौर पर सहायक होता है। इसके अभाव में किसी प्रांत, राष्ट्र या समुदाय के विषय में भ्रामकता फैलने का डर हमेशा बना रहता है।

सूचना साहित्य हालांकि तात्कालिक संदर्भ और उपयोग का होता है, लेकिन, फिर भी पर्याप्त स्थानीय समझ की अपेक्षा करता है। अंग्रेजी भाषा में प्रकाशित होने वाले *Journal of Specialized Translation* में प्रकाशित एक लेख में *लीओंग को* ने स्थानीय समझ की अपेक्षा की ओर ध्यान आकर्षित किया है और कहा है कि पर्यटन संबंधी साहित्य में स्थानीय संकेतों, नामों और पतों तथा तत्संबंधी साहित्य का अनुवाद काफी महत्वपूर्ण होने के साथ-साथ चुनौती-भरा भी होता है।

स्थानीय रूप से समझ में आने वाले छोटे-छोटे वाक्य बाहर से आने वाले पर्यटकों के लिए अनबूझ पहेली हो सकते हैं। इस तथ्य को समझने के लिए हम एक उदाहरण लेते हैं। उदाहरण के लिए, शिमला में मॉल रोड पर वाहनों का आना-जाना निषिद्ध है, जिसके लिए विशेष परमिट की आवश्यकता होती है। यहाँ यह लिखा रहता है कि 'Restricted Road or Sealed Road, violation shall amount to fine of Rs. 2000/.' यहाँ "सील्ड या प्रतिबंधित सड़क" से अभिप्राय केवल वाहनों के प्रवेश के लिए है, परंतु विदेशी पर्यटकों के लिए इस वाक्य का सही अर्थ है – 'Vehicles are not permitted on Mall Road and other sealed and restricted roads.' अनुवादक से मूलतः इसी अर्थ को ध्यान में रखकर पर्यटक सूचना के लक्ष्य के लिए अनुवाद अपेक्षित होता है। "नमस्ते" में उत्तर देना और झुककर अदब अथवा सत्कार अर्थ है – "हम आपके आगमन से खुश हैं"। इसी प्रकार "सिर हिलाने" के कई अर्थ हैं। जैसे, ऊपर-नीचे सिर झुकाने का अर्थ है – "सहमति"; सिर दाएँ-बाएँ हिलाने का अर्थ है – "असहमति"।

इसी तरह से कई अन्य परिस्थितियों में भी अनुवाद करते समय सहजता लाने की आवश्यकता होती है। उदाहरण के लिए, चीनी और जापानी भाषाओं में धरोहर भवनों अथवा सुप्रसिद्ध पारिस्थितिकी पार्कों में पर्यावरण और रख-रखाव की दृष्टि से कई प्रकार के सूचना संदेश रखे जाते हैं। जैसे, "आप अपने पदचिह्न यहाँ न छोड़ें और मधुर स्मृतियाँ ले जाएँ।" जिसका अर्थ यह है कि आप यहाँ कोई गदंगी न छोड़ें (do not leave any garbage or waste here)। इसी तरह से 'Mind the steps' का अर्थ है – "ध्यान से चलें" न कि "अपने पग का ध्यान रखें"।

स्पष्ट है कि अनुवादक को पर्यटन साहित्य का अनुवाद करते समय शब्द के स्थान पर भाव को ध्यान में रखकर चलना चाहिए। भावानुवाद की इस प्रक्रिया के दौरान अनुवादक मूल का लक्ष्य भाषा में कवितामय अनुवाद भी कर सकता है। उदाहरण के लिए, निम्नलिखित अंग्रेजी मूल और उनके हिंदी काव्यमय अनुवाद देखिए :

- We are beautiful but tender, need your care, don't play harsh on us ।

हम खूबसूरत परंतु कोमल हैं – हमारी कद्र करें, हमें न रौंदें।

इसी तरह से 'This paradise or fairyland on earth does not consume smoke or fire.' वाक्य को देखा जा सकता है। इस वाक्य में यह भाव निहित है कि "यहाँ आप धूमपान न करें।" और, 'Please don't touch me. You are fearful of polluted water, while I am fearful of pollution!' वाक्य का स्पष्ट अर्थ है – "मुझे प्रदूषण से परहेज है, आप प्रदूषण न फैलाएँ।"

पर्यटन साहित्य के अनुवाद में संदर्भ, स्थिति और स्थान को ध्यान में रखकर भी अनुवाद करना अपेक्षित होता है। भारत में सार्वजनिक स्थानों/उपयोगिताओं पर धूमपान करना निषिद्ध ही नहीं, अपराध भी है। परंतु सभी देशों में ऐसा नहीं है। इसलिए विदेशी पर्यटकों के लिए "धूमपान निषिद्ध क्षेत्र" या "धूमपान अनुमत क्षेत्र" (हवाई अड्डा, रेलवे स्टेशन अथवा व्यावसायिक परिसरों आदि में) 'No Smoking Zone/Smoking Zone' करना उचित होगा न कि 'Smoking prohibited Zone' या 'Smoking permitted Zone'। इसी प्रकार, स्कूल, अस्पताल आदि के बाहर से गुजरती सड़क पर थैला लटकाए बच्चे का चित्र या आयुर्विज्ञान चिह्न युक्त चित्र का अनुवाद 'Go Slow/Drive Slow' किया जाना अपेक्षित होगा।

पर्यटन साहित्य का अनुवाद पाठपरक या अर्ध-पाठपरक अथवा मुक्त, कुछ भी हो सकता है। कई बार तो स्थिति यह होती है कि किसी को आधार बनाकर अनुवाद करने की गुंजाइश नहीं रहती। इसलिए पर्यटन साहित्य का अनुवाद करते समय अनुवादक को स्रोत और लक्ष्य विषयक तथा बहुसंकायिक होना अत्यंत आवश्यक है। चूँकि पर्यटन संबंधी अनुवाद में मुख्यतः सूचना साहित्य की प्रधानता रहती है इसलिए पर्यटन साहित्य का निर्माण करते समय उपभोक्ता (कंज्यूमर) की रुचियों और प्राथमिकताओं, उसके शिक्षा-स्तर, देश एवं अन्य सांस्कृतिक और धार्मिक आस्थाओं आदि का भी ध्यान रखा जाता है। अभिप्राय यह कि सूचना की उपयोगिता एवं प्रासंगिकता के अलावा सरल एवं सुबोध्यता भी होनी चाहिए।

पर्यटन मूल रूप से एक वाणिज्यिक आर्थिक गतिविधि ही है, इसलिए उसमें स्वाभाविक रूप से अर्थ, मार्केट और उपभोक्ता के संदर्भ आएँगे। मौसम, पर्यावरण, प्रदूषण, जैविकी, पारिस्थितिकी, भूविज्ञान, यातायात, परिवहन, बैंक तथा अन्य वित्तीय संदर्भ भी बारंबार आते रहेंगे। इसलिए इन सबके लिए उपयुक्त समानार्थी खोजना श्रम साध्य कार्य है जिसे अनुवादक को पूरी निष्ठा के साथ करना होता है।

पर्यटन साहित्य में एक और प्रमुख क्षेत्र है – विज्ञापनों और प्रेस विज्ञापितियों का क्षेत्र। पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए कई प्रकार का सूचना साहित्य तैयार किया जाता है। विशेष बात यह है कि यह सूचना साहित्य मूलतः किसी एक भाषा में तैयार करके विभिन्न प्रांतों और देशों की स्थानीय भाषाओं के लिए उसका अनुवाद किया जाता है। इस सूचना साहित्य में समाचार-पत्रों के लिए विज्ञापन तथा इलेक्ट्रॉनिक माध्यमों के लिए दृश्य-श्रव्य विज्ञापन शामिल रहते हैं। इनमें पाठ का अनुवाद तो अपेक्षाकृत सरल होता है परंतु जहाँ उसके साथ चित्र, आरेख तथा आँकड़ों की बहुलता होती है वहाँ इसकी शब्दावली तथा संदेश की रूपरेखा ही बदल जाती है। अनुवादक को आँकड़ों के महत्व को दर्शाने वाली शब्दावली का प्रयोग करना आवश्यक होगा।

पर्यटन साहित्य की भाषा और अनुवाद का संदर्भ

पर्यटन साहित्य में आम तौर पर जिस प्रकार का साहित्य रहता है, उसमें सूचना, आमोद-प्रमोद, ऐतिहासिक-सांस्कृतिक जानकारी, विज्ञापन, भौगोलिक जानकारी,

पर्यावरण एवं प्रकृति संबंधी साहित्य, रोचक साहित्य, सेवा साहित्य (service literature), बैंकिंग गतिविधियों संबंधी साहित्य, धार्मिक साहित्य, संविदात्मक साहित्य (आपसी करार और सेवा प्रदान के लिए किए गए करारनामे आदि) और नियम-विनियम (जो सेवाओं और ग्राहक के मध्य संपादित होते हैं) शामिल हैं। पर्यटन की परिभाषा में ही यह निहित है कि यह मूल रूप से मनोरंजन और आमोद-प्रमोद संबंधी गतिविधि है, इसलिए इससे जुड़े साहित्य में स्वाभाविक रूप से सूचना का पुट अधिक रहता है और भाषा केवल उस सूचना को अभिव्यक्ति प्रदान करने के माध्यम के रूप में ही प्रयुक्त होती है। तात्पर्य यह है कि यहाँ भाषा अधिक साहित्यिक अथवा शास्त्रीय न होकर सरल और सुबोध होती है। यही कारण है कि पर्यटन साहित्य में अक्सर विशिष्ट प्रकार की शब्दावली का प्रयोग किया जाता है। उदाहरण के लिए, "हिमालय की गोद में गर्मी का आनंद", "जल धारा के आगोश में", "प्रकृति के प्रांगण में" और "बेहतरीन आनंद के लिए" 'Summer in the lap of Himalayas', 'A home on the lap of river', 'Living with the nature', 'On the top of the world' जैसी अभिव्यक्तियों का प्रयोग पर्यटन साहित्य में किया जाता है।

पर्यटन के क्षेत्र में जहाँ इस प्रकार की सरल अभिव्यक्तियों को स्थान प्राप्त होता है, वहीं सेवा दरों और प्रदान की जाने वाली सुविधाओं का भी सविस्तार निरूपण किया जाता है। इसके अलावा, पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए अनेक लुभावने और किफायती ऑफर भी दिए जाते जाते हैं। अनुवादक को इस प्रकार के साहित्य का शब्दानुवाद न करके उसके अभिधेय को लक्ष्य भाषा में प्रस्तुत करना होता है। इसलिए पर्यटन साहित्य की सहजता-सरलता के गुण को अनूदित पाठ में भी बनाए रखना अनुवादक से अपेक्षित होता है।

पर्यटन संबंधी आमोद-प्रमोद और मनोरंजन साहित्य में हल्की-फुल्की तथा प्रफुल्लित एवं रोमांचित करने वाली भाषा का प्रयोग होता है। उनमें सैर-सपाटा, पर्वतीय चोटियों का मनोहारी दृश्य, झील में तैरती नौका का आनंद उठाना, टंडी सड़क की सैर, गहरी और शांत घाटियों में घूमना, बर्फ में फिसलने का आनंद, नदी के पानी में पैर डालकर मजा लेना, पानी के खेल (जैसे रिवर राफ्टिंग, नौकायन, कयाकिंग आदि) जैसी अनेक अभिव्यक्तियाँ मिल सकती हैं। इस प्रकार की मनोहारी अभिव्यक्तियों के लिए सीधी और सरल भाषा का प्रयोग करने की आवश्यकता होती है। इस प्रकार के साहित्य में प्रकृति की असीम कल्पना और उसके रंगों की भरपूर व्याख्या रहती है तथा उन्हीं के अनुरूप शब्दावली का प्रयोग भी किया जाता है। बर्फीले पहाड़ों का चित्रण तथा ऊँचे-ऊँचे पर्वत शिखरों और पेड़-पौधों के नजारों का भी वर्णन रहता है। स्वाभाविक रूप से ऐसी शब्दावली की अपेक्षा रहती है जो इन सबके साथ सामंजस्य रखती हो। अनुवादक को इस पक्ष को ध्यान में रखना जरूरी है।

इसी प्रकार, जो पर्यटक किसी यात्रा के लिए कार्यक्रम बनाता है तो उसे गंतव्य स्थल/स्थलों से संबंधित सूचना साहित्य की तत्काल आवश्यकता होती है। उसे गंतव्य की भौगोलिक जानकारी के साथ-साथ वहाँ की ऐतिहासिक, धार्मिक, प्राकृतिक और स्थानीय सुविधाओं की जानकारी अपेक्षित रहती है। इस प्रकार की जानकारी में होटलों, रहने के अन्य स्थानों, मार्ग, मौसम तथा उस स्थान विशेष में घूमने और आमोद-प्रमोद के लिए प्रसिद्ध स्थलों की जानकारी शामिल रहती है। इसमें जहाँ साहित्यिक शब्दों का प्रयोग रहेगा वहीं तकनीकी तथा आर्थिकी संबंधी शब्दों का भी प्रयोग होगा। अनुवादक को यह समझ होनी चाहिए कि वह शब्दों को पहचान सके और उनके आधार पर लक्ष्य भाषा में अनुवाद कर सके।

पर्यटन में आपसी सहमति के आधार पर भी करारनामे या संविदा आदि का भी निष्पादन होता है क्योंकि पर्यटन सेवाएँ मूलतः आर्थिक गतिविधि या लेन-देन से जुड़ी रहती हैं और निश्चित रूप से आर्थिक विनिमय में प्रतिफलित होती हैं। इसलिए इसमें सामान्य शब्दों के साथ-साथ विधि और सांविधिक शब्दों का भी प्रयोग होता है। बैंक चूँकि प्रत्येक वित्तीय गतिविधि से संबद्ध रहते हैं इसलिए बैंक संबंधी लेन-देन और अंतरण तथा प्रतिभूति, आहरण जैसी बैंकिंग प्रक्रियाओं को संपादित करने वाले शब्दों का प्रयोग अपेक्षित है। सेवाओं से संबंधित इकरारनामे, नकदी अथवा चेक के माध्यम से भुगतान, ऋण तथा क्रेडिट एवं डेबिट और 'Accounts', 'balance amount', 'loan', 'payment', 'money transfer', 'money exchange', 'service tax', 'entertainment tax' जैसे अनेक शब्दों का प्रयोग किया जाता है। इसके अलावा, पर्यटन के क्षेत्र में यातायात संबंधी गतिविधियों से जुड़े शब्द भी शामिल रहते हैं। उदाहरण के लिए, 'reservations', 'advance booking', 'seat allotment', 'confirmation', 'journey time', 'reaching or arrival time', 'picking and dropping', 'customer', 'hotel dropping', 'hotel booking', 'tour operator', 'tourist agency', 'air travel', 'road travel', 'cab', 'low cost carrier', 'economy class', 'business class', 'lounge', 'ferry', 'cruise', 'deluxe and air conditioned class', 'emergency', 'medical help', 'eateries' जैसे अनेक शब्दों का प्रयोग भी किया जाता है।

रोमांच और आमोद-प्रमोद के अलावा भारत और विश्व के अनेक देशों में धार्मिक पर्यटन का भी महत्वपूर्ण स्थान है। इसलिए धार्मिक स्थानों संबंधी जानकारी के साथ उन स्थानों की ऐतिहासिक एवं सांस्कृतिक जानकारी भी पर्यटक के लिए दी जाती है। यही कारण है कि रहस्य-रोमांचक शब्दों के साथ-साथ ऐतिहासिक, सांस्कृतिक और धार्मिक (जैसे, आस्था, विश्वास, मान्यता एवं उससे जुड़ी गतिविधियों के परिचायक और परंपरापरक गंगाधाम, काशी विश्वनाथ, पुरी रथयात्रा, अमरनाथ यात्रा, हरिद्वार एवं केदारनाथ, शिवलिंग दर्शन) शब्दों का भी समावेश रहता है। अनुवादक को इस प्रकार के शब्दों की जानकारी रखनी अपेक्षित होगी। इनमें विभिन्न धर्मों और धर्म-ग्रंथों में प्रयुक्त शब्दावली का ज्ञान और उसके समय विशेष में संदर्भित अर्थ के प्रति भी अनुवादक की सतर्कता महत्वपूर्ण होती है। उदाहरण के लिए, यदि कोई पर्यटक होली अथवा दशहरा के पर्व पर भारत में आता है तो उसके लिए अंग्रेजी भाषा में होली तथा दशहरे की जानकारी इस प्रकार से दी जाए कि वह होली के रंगों और दशहरे के उल्लास और उत्सव की खुशियों के साथ-साथ उन्हें वह भारतीय परिवेश में रखकर ठीक से समझ सके क्योंकि जानकारी के अभाव में किसी पर रंग डालना या शोर-शराबे के माहौल में रहना पर्यटक को अप्रिय लग सकता है।

सेवा क्षेत्र होने की वजह से जहाँ पर्यटन में आतिथ्य भाव का मूल स्थान होता है वहीं यह आपसी सहमति के आधार पर वित्तीय उपादान के रूप में प्रतिबद्धता से भी संबंधित होता है। इसलिए विधि संबंधी शब्दावली का प्रयोग और सेवा-आतिथ्य तथा सहजानुभूति के भाव अभिव्यक्ति के शब्दों का भी प्रयोग किया जाता है। "घर से परे भी घर" (A home away from home), "अतिथि देवो भव" (We worship the guest), "हिमालय की गोद में पाँच दिन" (Five days in the lap of Himalays) आदि प्रयुक्तियाँ सामान्य हैं।

पर्यटन उद्योग एक महत्वपूर्ण वाणिज्यिक गतिविधि भी है, इसलिए इसके विपणन (मार्केटिंग) के लिए योजनाबद्ध प्रोत्साहन नीति बनाई जाती है। इसमें मुख्य रूप से विज्ञापन, प्रसार-प्रचार, आयोजन आदि शामिल रहते हैं। इन सबके लिए साहित्य

निर्माण की आवश्यकता होती है, जो अक्सर या तो अंग्रेजी में या हिंदी में ही बनाया जाता है। अनुवादक को इसका अनुवाद करते समय उसी भाषा की मूल पहुँच और मुहावरे को बनाए रखने की चुनौती होती है। उदाहरण के लिए, विज्ञापनों में

- Win an exotic holiday
- The festival of friendship
- The festival that never ends
- Say hello to a good buy (at an antique or handicraft shop)
- The circuits that will enchant you

जैसी अभिव्यक्तियों का प्रयोग किया जाता है। अनुवाद करते समय इस प्रकार की अभिव्यक्तियों का अनुवाद शब्द या अर्थ के स्तर पर न होकर पर्यटन के सिद्धांतों पर ही किया जाएगा। उदाहरण के लिए, उक्त अभिव्यक्तियों का क्रमशः अनुवाद इस प्रकार है :

- रोमांचकारी छुट्टियों का आनंद जीतिए
- दोस्ती का उत्सव
- मौज-मस्ती की कमी नहीं
- मनपसंद और किफायती खरीदारी के लिए स्वागत है
- मनमोहक यात्रा कार्यक्रम

पर्यटन में मीडिया की महत्वपूर्ण भूमिका है। इस कारण पर्यटन में बड़े पैमाने पर रेडियो-टेलीविजन तथा केबल माध्यमों और इंटरनेट पोर्टल आदि का सहारा लिया जाता है। इनके लिए भी प्रसार सामग्री का अनुवाद करते समय सहजता बनाए रखना आवश्यक होता है। इसलिए इन माध्यमों की भाषा, वाक्य-विन्यास तथा श्रोता-दर्शक की ग्राह्यता आदि के अनुरूप ही अनुवाद होना चाहिए। हिंदी में "अतुल्य भारत" के लिए 'Incredible India' अत्यंत सहज और मूल अभिव्यक्ति के सान्निध्य में है। इसी तर्ज पर कुछ राज्य अब 'Unforgettable' का भी उपयोग कर रहे हैं।

भारतीय व्यंजनों (जैसे, इंडियन कर्री, टिक्का मसाला, रोगनजोश, हैदराबादी बिरयानी) तथा मिठाइयों (जैसे रसमलाई, बर्फी, गुलाबजामुन), ढोकला, पानी पूरी, गोलगप्पे आदि अनेक स्थानीय शब्द पर्यटन की दृष्टि से आतिथ्य-सत्कार के समय प्रयोग में लाए जाते हैं। इसी प्रकार पंजाबी खाने में परांठा, लस्सी, मक्की की रोटी और सरसों का साग, दक्षिण भारतीय खाने में चावल के पकवान, डोसा, इडली, सांबर, उत्तपम, मध्य भारत के खाने में विभिन्न प्रकार की तरकारियाँ और जलेबी, समोसा, घेवर, तथा दूसरी ढेर सारी खाद्य वस्तुएँ आती हैं। इनके अनुवाद खोजने में तो बड़ा समय लग जाएगा। इसलिए इन्हें केवल प्रांत विशेष से जोड़कर वहाँ की विशेषता के रूप में वर्णित किया जा सकता है।

मुश्किल तो तब आती है जब पर्यटक भारतीय व्यंजनों के विषय में लिखित सामग्री को देखकर उसका मजा लेना चाहते हैं। परंतु अनेक अवसरों पर देखा गया है कि कतिपय देसी लेखकों ने ही इस प्रकार से उसका अंग्रेजीकरण करने का प्रयत्न किया है कि न तो वह भारतीयों की समझ में आता है और न ही विदेशी पर्यटक उसका सही-सही लुत्फ उठा पाते हैं। 'Beating the flour' का सामान्य अर्थ "आटे को

पीटना" ही लगेगा, जबकि इसका सही मंतव्य है – "आटा गूंथना"। चूँकि "आटा गूंथना" उत्तर और मध्य भारत की एक विशिष्ट अभिव्यक्ति है इसलिए इसका हिंदी-इतर भाषी के लिए "पीटना" अर्थ ग्रहण कर लेना अनपेक्षित नहीं होगा। जाहिर है अलग देश अथवा प्रदेश का खान-पान तो अलग होगा ही, भले ही हम वस्त्र एक जैसे पहन लें पर भोजन तो अलग-अलग होगा ही। इसलिए स्थान-विशेष की संस्कृति से जोड़कर ही उसका अनुवाद करना और व्याख्यायित करना उचित होगा। यहाँ यह अधिक महत्वपूर्ण है कि संप्रेषण बना रहे, भले ही उसे व्यंजन विशेष के विभिन्न तत्त्वों (सामग्री) के रूप में क्यों न स्पष्ट करना पड़े।

पर्यटन से संबंधित एक और महत्वपूर्ण क्षेत्र है – विभिन्न विज्ञापन अथवा पर्यटन सेवाओं से संबंधित एजेंसियों तथा संस्थाओं का वेबसाइट निर्माण। चूँकि पर्यटन सेवा क्षेत्र किसी एक दायरे तक सीमित नहीं होता है अतः सेवा प्रदाता पूरे देश/विश्व में इंटरनेट वेबसाइट बनाकर उसमें अपनी तमाम सेवाओं की जानकारी देते हैं। इस प्रकार वेबसाइट के निर्माण में मूल सामग्री को किसी एक भाषा में तैयार करके उसे संभावित पर्यटकों को ध्यान में रखकर जरूरत के अनुसार अन्य भाषा/भाषाओं में अनूदित किया जाता है। इंटरनेट वेबसाइट में जानकारी चित्रों, आँकड़ों, संकेतों, मुहावरेदार भाषा, ऐतिहासिक, सांस्कृतिक पृष्ठभूमि और अन्य सभी पक्षों को यह ध्यान में रखकर तैयार की जाती है ताकि संभावित पर्यटक इससे अपने मंतव्य की जानकारी प्राप्त कर सकें। पश्चिम के अनेक देशों में सड़क के दाईं ओर वाहन चलाने की व्यवस्था है। इस व्यवस्था को 'Right hand drive' कहा जाता है। जबकि भारत और पूर्व-ब्रितानी शासनाधीन अधिकांश देशों में 'Left hand drive' की प्रणाली प्रचलित है। इस प्रकार की जानकारी पर्यटकों के लिए महत्वपूर्ण होती है।

www.incredibleindia.com भारत सरकार के पर्यटन विभाग की आधिकारिक वेबसाइट है। इसमें देश की संस्कृति, इतिहास, उत्पाद, रेल तथा विमान सेवाओं की जानकारी, भारत की वन्य एवं अन्य धरोहर संपदा के वीडियो चित्र और अन्य अनेक प्रकार की जानकारी है। इस प्रकार की वेबसाइट का निर्माण (अनूदित भाषा में) करते समय अनुवादक को न केवल जानकारी के प्रति ही जागरूक और सचेत होना अपेक्षित है बल्कि भाषा में तथ्यात्मकता, शालीनता, सहजता और सुगमता भी अनिवार्यतः अपेक्षित रहती है। उदाहरण के लिए, तमिलनाडु राज्य के पर्यटन विभाग की एक प्रचार विज्ञापित द्रष्टव्य है:

Tamil Nadu is the land of the Tamils and it has a history that dates back to several thousand years. It is a land where traditions and culture blend and continue to live in harmony. The state abounds in monuments and temples that are ancient and each has its own story of religious, artistic and cultural accomplishment and specialty waiting to be heard.

Are there answers to be found on its beaches and hill stations as they welcome the traveller. We are sure you will form your own opinions and have your own perceptions as we welcome you to this enchanting and ancient Dravidian land, in the extreme south of peninsular India.

Tamil Nadu has a long coastline that stretches nearly a 1000 kms. The Coromandel Coast, along the Bay of Bengal, boasts of many ideal locations for sun and surf. Golden sands of the beach are dotted with coconut palm and

casuarinas groves. The sea washes ashore pebbles and shells and the gentle breeze sways the yachts and catamarans into the deeper waters of the sea and the waters form small dunes on the shore. Crabs play hide-and-peek by coming out of one burrow, and taking refuge in another. Sea gulls hover in the sky and then rest on the sails of the fishing boats. There are many more breathtaking sights that will please you and hold you spellbound in Tamil Nadu.

इस अनुच्छेद का अनुवाद करते समय तमिलनाडु के विशाल समुद्री-तट के साथ-साथ वहाँ की प्राचीन धार्मिक, सांस्कृतिक और वस्तुपरक संपदा की ओर ध्यान देना जरूरी है। इस प्रकार की सामग्री को केवल पाठपरक अथवा शाब्दिक अनुवाद से व्यक्त करने के स्थान पर उसे तमिल इतिहास के साथ जोड़कर और उसकी विरासती संपदा को उजागर करते हुए ही अनूदित किया जाना उपयुक्त होगा।

पर्यटन साहित्य वास्तव में एक पूरा समाजशास्त्रीय विषय है। इसमें समाज के सभी व्यावहारिक पक्षों की जानकारी तथा उनका ठीक-ठीक निरूपण आवश्यक होता है। भारतीय समाज में रिश्ते-नाते (kinship) संबंधी अनेक अभिव्यक्तियाँ पर्यटकों की समझ में नहीं आती हैं। उदाहरण के लिए, "मामा", "चाचा" आदि सभी "अंकल" ही होते हैं, परंतु उन्हें सही रूप में बताना महत्वपूर्ण है। इसी तरह, "फूफा", "मौसा", "भाभी" और "साली" भी रिश्ते-नातों के अपेक्षाकृत जटिल शब्द हैं। इस प्रकार के शब्दों का विवरण देकर ठीक से समझाया जा सकता है।

इसी प्रकार, सामान्य व्यवहार के छोटे-छोटे वाक्य भी पर्यटकों के लिए महत्वपूर्ण होते हैं – आवभगत के साथ-साथ लघु सेवा भाव और आपसी सूचना के आदान-प्रदान और तात्कालिक महत्व के संवाद भी पर्यटन में महती भूमिका निभाते हैं। उदाहरण के लिए, निम्नलिखित वाक्य और उनके अनुवाद देखिए :

नमस्ते।

Good morning or hello.

होटल कहाँ है?

Where is the Hotel?

जनपथ अथवा हुमायूँ रोड कहाँ है?

Where is Janpath or Humayun Road?

कार या किराए का वाहन कहाँ से मिलेगा?

Rental Service or Public Transport yard?

होटल में कमरे का किराये अथवा उपलब्ध सुविधाएँ कहाँ किस प्रकार की होंगी?

The tariff of the rooms or other amenities.

आस-पास के पर्यटन/व्यवसाय आदि के स्थान कौन कौन से हैं?

Other locations where the business deals are to be done

वहाँ पहुँचना किस प्रकार संभव होगा?

How to reach these places?

इस प्रकार के कई प्रश्न होते हैं, जिनके बारे में जानकारी तत्काल अपेक्षित रहती है। सामान्य उपयोग के इस प्रकार के वाक्यों के लिए द्विभाषी वार्तालाप पुस्तिकाएँ अत्यंत उपयोगी सिद्ध होती हैं क्योंकि उनमें लिप्यंतरण भी दिया होता है।

बदलते पर्यटन उद्योग में परंपरागत पर्यटन के स्थान पर टेकनोलॉजी और रोमांचक पर्यटन भी बहुतायत में उभरकर सामने आ रहा है। स्की-जंपिंग, राफ्टिंग, केनोयिंग, बग्गी-जंपिंग, सैर-सपाटे के लिए समुद्री जहाजों (luxury yachts) का मनोरंजन और आमोद-प्रमोद तथा क्रीड़ा के लिए उपयोग-स्थल हैं जहाँ स्पा (Spa), तैराकी सुविधाएँ और बच्चों के पार्क तक मौजूद हैं। रात्रि क्लब और आयोजन भी इनमें शामिल रहते हैं। इन सभी सामाजिक बहु-आयामी गतिविधियों के परिणामस्वरूप पर्यटन संबंधी सूचना और साहित्य का निर्माण करते समय समुचित और सहज शब्दावली की अपेक्षा रहती है तथा इन्हें सूचित करने में तकनीकी शब्दों का प्रयोग किया जाता है।

विश्व की प्रमुख समुद्री सेवा कंपनियाँ किस प्रकार की शब्दावली का प्रयोग करती हैं, यहाँ यह जानना भी अपेक्षित रहेगा। भारत को ही ले लें तो हम देखते हैं कि गोआ, पुरी, मरीना, जुहू, कोवलम, पश्चिमी घाट तथा अनेक क्षेत्र समुद्री क्षेत्र पर्यटन की संभावनाओं से भरपूर हैं। परंतु इन स्थानों की अपनी विशिष्ट पहचान (जैसे, स्वर्णिम रेतीले तट, विलुप्त-प्रायः कछुओं की प्रजातियाँ, मंदिर, ऐतिहासिक घटनाओं के परिप्रेक्ष्य, वायुशिफ सुंदरवन (mangroves), Bayback waters, मत्स्य जीवन (aqua and marine life) आदि) को देखते हुए संवाद और संवाद साहित्य का निर्माण करना अपेक्षित रहता है। इसलिए अनुवादक का पर्यटन साहित्य में स्थान-विशेष के इस प्रकार के विभिन्न पहलुओं के प्रति सजग होना और संज्ञान रखना भी अनिवार्य होता है।

पर्वतीय स्थलों (हिल स्टेशनों) पर पर्यटन संबंधी गतिविधियों में भी स्थानीय शब्दावली तथा रीति-रिवाजों, खान-पान और रोमांच आदि का पुट रहता है। इसलिए इसी के अनुकूल शब्दावली का प्रयोग रहता है। इस प्रकार के साहित्य का अनुवाद करते समय यह आवश्यक है कि उपयुक्त शब्दावली और सांस्कृतिक तत्वों को समुचित रूप से अभिव्यक्त किया जाए।

20.8 पर्यटन संबंधी साहित्य का अनुवाद : अभ्यास एवं विश्लेषण

पर्यटन संबंधी साहित्य का अनुवाद केवल पाठ का अंतरण अथवा विस्थापन नहीं है अपितु पाठ के माध्यम से स्रोत भाषा की संस्कृति भी संप्रेषित होती है। इसलिए आवश्यक है कि पर्यटन साहित्य के अनुवाद में ऐसी पद्धति अपनाई जाए जिससे वह लक्ष्य भाषा की सामासिक संस्कृति का अंग बन सके और मूल के कथ्य तथा परिवेशीय पहचान को भी अक्षुण्ण रख सके। पर्यटन संबंधी पाठ्यक्रम के अंग्रेजी से हिंदी अनुवाद के कुछ उद्धरणों का अनुवादकीय विश्लेषण विद्यार्थियों के बोधन के लिए यहाँ किया गया है:

मूल : As regards to the relevance of Cultural Tourism it was acknowledged that various surveys and studies have confirmed that the biggest element in attracting international tourists to India is our archaeological and monumental wealth. Although the maintenance and upkeep of the monuments is the responsibility of the Archaeological Survey of India and the State Departments of Archaeology, it was proposed to provide adequate tourist facilities at the major centers of cultural interest in a planned manner. This was to be done in coordination with the other concerned agencies including

the State Governments. The intention has been to fully exploit the rich heritage of archaeological monuments, religious centers dear to the followers of various religions of the world as well as the rich heritage in the field of performing arts, the variety of which could itself be the sole objective of the tourist's visit to India.

हिंदी अनुवाद : सांस्कृतिक पर्यटन की प्रासंगिकता पर बातचीत करते हुए यह स्वीकार किया जाता है कि भारत में अधिकांश विदेशी पर्यटक हमारी पुरातात्विक और स्मारकीय निधि को देखने के लिए आते हैं। यह तथ्य कई सर्वेक्षणों और अध्ययनों से भी सामने आया है! हालाँकि इन स्मारकों की देखरेख और रख-रखाव का जिम्मा भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण विभाग पर है परंतु यह सुझाव दिया गया है कि इन स्थलों पर योजनाबद्ध ढंग से पर्याप्त पर्यटन सुविधाओं की व्यवस्था की जानी चाहिए। इसके लिए राज्य सरकार के साथ-साथ संबद्ध अजेंसियों की भी सहायता ली जानी चाहिए। इसका उद्देश्य पुरातात्विक स्मारकों की समृद्ध विरासत का पूरा उपयोग करना है। विभिन्न धार्मिक स्थलों, हमारे लोक नृत्य-संगीत आदि को देखने के लिए पूरे विश्व से पर्यटक भारत की ओर खिंचे चले आते हैं।

विश्लेषण

अनूदित पाठ शाब्दिक और भावात्मक अनुवाद का एक अच्छा मिश्रित नमूना है, जहाँ अनुवादक ने एक मिश्रित अनूदित पाठ का सृजन किया है। लक्ष्य पाठ में मूल पाठ को वर्तमान परिप्रेक्ष्य में रखने का प्रयास किया है जबकि स्रोत पाठ में भूतकाल का स्पष्ट संकेत है। अंग्रेजी के लंबे वाक्य को हिंदी के अनुरूप छोटे वाक्यों में भी विभाजित कर दिया है। पाठ में 'proposed' और 'suggested' का अर्थ भिन्न होगा परंतु अनुवादक ने यहाँ 'सुझाव' पर्याय दिया गया है जिससे नीतिगत भाव व्यक्त नहीं होता है। इसी प्रकार अनुवादक ने 'cultural interest' को छोड़ दिया है और उसे 'इन स्थलों' से व्यक्त किया है, परंतु यहाँ सांस्कृतिक रुचि से विशेष पर्यटक वर्ग का संकेत मूल पाठ में है। अनुवादक ने 'जिम्मा', 'खिंचे चले आते हैं' जैसी सरल शब्दावली का प्रयोग करके भाषा में प्रवाह को बनाए रखा है। इसी प्रकार, 'agencies' को 'अभिकरणों' अथवा 'एजेंसियों' के रूप में लिखा जाता है, किंतु अनुवाद में यह 'अजेंसियों' के रूप में लिप्यंतरण संबंधी विचलन है। मूल पाठ में 'fully exploit' का अभिप्राय आर्थिक गतिविधि के संदर्भ में उपयोग नहीं बल्कि 'पूरा लाभ' उठाने से है। अंतिम वाक्य का भावानुवाद कर दिया गया है जिसके कारण rich heritage of archaeological monuments (समृद्ध पुरातात्विक धरोहर) जैसे कुछ शब्दों का अनुवाद छूट गया है। इसी प्रकार, अंतिम वाक्य में ही dear to the followers of various religions (विभिन्न धर्मों के अनुयायियों के प्रिय धार्मिक स्थल) का भी अनुवाद नहीं हुआ है। the variety of which could itself be the sole objective of the tourist's visit to India (जिनकी विविधता ही अपने आप में पर्यटकों के लिए भारत भ्रमण एक बड़ा आकर्षण बन सकता है) भी अनूदित नहीं हुआ है। इसका भावार्थ हालाँकि लक्ष्य पाठ में दिया गया है किंतु मूल पाठ के कुछ प्रमुख उद्देश्य अनुवाद में हासिल नहीं होते। समान्यतः यह अनुवाद निर्वचन के रूप में पर्याप्त है परंतु पर्यटन साहित्य के पाठ के रूप में चिह्नित बिंदुओं पर भी ध्यान देना अपेक्षित होगा। आइए, एक और उदाहरण देखें।

मूल : Hotels form an important and vital segment of the tourism infrastructure in the country. It has been estimated that the present capacity of

44,405 hotel rooms in the approved category needs to be at least doubled in the next three years. The Government has already initiated steps in this direction. Fiscal concessions had been given under Section 80 HHD of the Income Tax Act whereby 50% of the income earned on account of the foreign exchange earnings of a hotel are exempt from income tax and the remaining 50% also exempt if reinvested in the tourism industry. This has had a positive impact on the pace of growth of hotels. However, this trend is particularly noticeable in metropolitan cities and commercial cities than in tourist destinations per se. In order to stimulate growth at tourist places also, the Government has given a concession that hotels set up in rural areas, hill stations, pilgrim centers and specified tourist destinations will be exempt from expenditure tax and 50% of income tax for ten years.

हिंदी अनुवाद : हमारे देश में होटल पर्यटन अधिसंरचना का एक महत्वपूर्ण और आवश्यक अंग है। यह अनुमान लगाया गया है कि भारत में अभी अनुशंसित श्रेणी में 44,405 होटल के कमरे उपलब्ध हैं। अगले तीन वर्षों में इसे दोगुना करने का लक्ष्य है। सरकार इस दिशा में हमेशा कार्य कर रही है। आयकर अधिनियम के भाग 80 एच.एच.डी. के तहत वित्तीय रियायतों की घोषणा की जा चुकी है। किसी होटल द्वारा अर्जित 50 प्रतिशत विदेशी मुद्रा आयकर से मुक्त होगी और अगर शेष 50 प्रतिशत विदेशी मुद्रा पर्यटन उद्योग में पुनर्निवेशित की जाती है तो यह भी आयकर से मुक्त होगी। होटलों के विकास पर इसका सकारात्मक प्रभाव पड़ा। परंतु पर्यटन स्थलों की अपेक्षा बड़े और व्यापारिक शहरों में यह प्रवृत्ति तेजी से विकसित हुई। पर्यटन क्षेत्रों में भी इस विकास में गति लाने के लिए सरकार ने घोषणा की कि ग्रामीण इलाकों हिल स्टेशनों, तीर्थस्थलों और विशेषीकृत पर्यटन स्थलों में होटल खोलने पर खर्च-कर नहीं लगेगा और दस वर्षों के लिए आयकर में 50 प्रतिशत की छूट की जाएगी।

विश्लेषण

इस अनुच्छेद में शाब्दिक अनुवाद पर कहीं-कहीं अधिक बल दे दिया गया है। 'approved category' के लिए 'अनुशंसित श्रेणी' अनुवाद दिया गया है। इसके स्थान पर 'निर्धारित श्रेणी' अच्छा पर्याय हो सकता था जो पर्यटक शब्दावली में अधिक प्रचलित है। The Government has already initiated steps in this direction का हिंदी अनुवाद – 'सरकार हमेशा कार्य कर रही है' उचित हिंदी संरचना नहीं है, इसे – 'सरकार लगातार इस पर कार्य कर रही है' बेहतर संरचना होती। अगले वाक्य में 'need' के स्थान पर 'लक्ष्य है' शब्द का प्रयोग किया गया है, जो संभवतः मूल जैसा बल सिद्ध नहीं करता है। fee concessions have been given से तात्पर्य 'प्रदान की जा चुकी' से है, केवल 'घोषणा' मात्र से नहीं। अनूदित पाठ में 'घोषणा की कि' के स्थान पर 'रियायत दी गई है' से अभिप्राय है।

अनूदित पाठ में 'हिल स्टेशन' जैसे अंग्रेजी के कुछ शब्दों को अनुवाद में यथावत रखा गया है जो पर्यटन साहित्य की सूचनात्मक प्रकृति के अनुरूप है। अंतिम वाक्य अंग्रेजी का एक जटिल संरचना से युक्त है। इसका दो वाक्यों में इस प्रकार अनुवाद किया जा सकता था – 'सरकार ने विभिन्न पर्यटक स्थलों के विकास में तेजी लाने के लिए व्यय कर में छूट दी है। इसके अंतर्गत ग्रामीण क्षेत्रों, तीर्थ स्थलों तथा विशेष तौर पर चिन्हित पर्यटक गंतव्यों के लिए व्यय कर पर आगामी 10 वर्षों के लिए 50 प्रतिशत छूट दी गई है। 'destinations' एक पारिभाषिक शब्द है जिसके लिए 'गंतव्य' स्वीकृत

शब्द है और यह मात्र किसी स्थान की अपेक्षा एक यात्रा लक्ष्य स्थल है जिसका सही बोध 'गंतव्य' शब्द से होता है। इस प्रकार इस अनुच्छेद में भी अनूदित पाठ को पर्यटन साहित्य की प्रकृति के अनुरूप ढालने की गुंजाइश है।

20.9 पर्यटन साहित्य—अनुवादक में अपेक्षित गुण

पर्यटन संबंधी साहित्य के अनुवाद अथवा निर्वचन कार्य में गुणात्मक योगदान के लिए अनुवादकों को कुछ विशेष दक्षता हासिल होनी चाहिए। यह दक्षता जिन पक्षों के संदर्भ में विशेष रूप से होनी चाहिए, उनमें से कुछ इस प्रकार हैं :

- स्रोत भाषा और लक्ष्य भाषा का अपेक्षित स्तर का ज्ञान।
- पर्यटन क्षेत्र में प्रयुक्त शब्दावली तथा स्थानीय अभिव्यक्तियों के सांस्कृतिक और पारिवेशिक परिप्रेक्ष्य में प्रचलित प्रयुक्तियों का ज्ञान।
- पर्यटन मुख्यतः समाजशास्त्रीय विषय है, अतः समाजशास्त्र की सभी विधाओं के साथ-साथ व्यापार, परिवहन, बैंक एवं अन्य एजेंसियों द्वारा प्रयुक्त भाषा और शब्दावली का भी पर्याप्त ज्ञान।
- सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों की पृष्ठभूमि की जानकारी तथा स्पष्ट उच्चारण और अभिव्यक्ति की योग्यता।
- तात्कालिक अनुवाद अथवा आशु अनुवाद की स्थिति में धैर्यपूर्वक श्रवण एवं उपयुक्त अभिव्यक्ति की योग्यता एवं उपयुक्त समतुल्य चयन, इतिहास, भूगोल और स्थानीय नामों तथा स्थानों और उनकी पर्याप्त जानकारी।
- सेवा क्षेत्र की कार्य-शैली के अनुसार तत्परता, सटीकता एवं आकर्षक व्यक्तित्व के साथ आतिथ्य और राष्ट्रीय गौरव के प्रति भी संचेतना।

अनुवादक के लिए यह भी आवश्यक है कि वह विभिन्न प्रकार के साहित्य के प्रायोगिक पक्ष को भी भली-भाँति समझे। ऐसा इसलिए आवश्यक है कि यह एक समाजशास्त्रीय विषय है जिसमें भाषाई कौशल के साथ मानवीय तथा व्यावसायिक पक्ष भी शामिल हैं। एक तरफ संवाद तथा दूसरी तरफ कारोबारी हित और तीसरी तरफ प्रांतीय और राष्ट्रीय प्रतिष्ठा भी जुड़ी रहती है। कई बार तो अनुवादक को प्रवंचक (traitor) भी कहा गया है क्योंकि उसे विश्वसनीयता बनाम खूबसूरती (beauty versus faithfulness) या इसके विपरीत को तरजीह देनी पड़ती है।

पर्यटन साहित्य का मूल उद्देश्य सूचना प्रदान करना और पर्यटकों को आकर्षित करना होता है। इसलिए यह संक्षिप्त, सारगर्भित, जानकारीपूर्ण, सुव्यवस्थित और अनिवार्यतः सुग्राह्य होना चाहिए। सांस्कृतिक दृष्टि से इसमें किसी भी स्थान अथवा देश की प्राकृतिक एवं स्वाभाविक खूबसूरती (जैसे, नदियों, पहाड़ों और अन्य विशिष्टताओं) का वर्णन होना चाहिए। इसके अलावा, जन-शैली, आचार-व्यवहार, विरासत, परंपरा, सामाजिक संरचना और ऐतिहासिक महत्व की जानकारी भी अवश्य रखी जानी चाहिए।

पर्यटन साहित्य के अनुवाद में स्रोत भाषा और लक्ष्य भाषा के मध्य सांस्कृतिक अंतराल को भी ध्यान में रखना आवश्यक है। इसमें लाक्षणिक अर्थ, विभिन्न विचारों और अवग्रहण का भाव, अभिव्यक्ति और रूपकादि, धार्मिक एवं विश्वासात्मक मूल्यों और जीवन शैली का भी ध्यान रखना होगा। भारतीय भाषाओं में तो पद-संरचना, पदबंध,

व्याकरणिक नियमों तथा अभिव्यक्तियों को हम सुगमता से ग्रहण कर लेते हैं परंतु जब इनका अनुवाद विदेशी पर्यटकों के लिए किया जाता है तो भाषा की प्रकृति, संरचना क्रम, उप-वाक्य, प्रोक्ति आदि में विभिन्नता होने से अर्थ का अंतरण चुनौती भरा कार्य होता है। अनुवादक को भाषा, भाव तथा शैली – तीनों ही स्तरों पर रूपात्मकता और गत्यात्मकता को बनाए रखना होगा। उदाहरण के लिए, “क्या आप हमारे घर पधारेंगे?” के स्थान पर अंग्रेजी में ‘Would you be kind enough to visit our place?’ कहना अपेक्षित है। इस अंग्रेजी अनुवाद में ‘kind enough’ शब्दों को लक्ष्य भाषा (अर्थात् अंग्रेजी भाषा) की सहज प्रकृति को ध्यान में रखते हुए जोड़ लिया गया है। इसी प्रकार स्रोत भाषा हिंदी में प्रयुक्त “घर” शब्द का अंग्रेजी समतुल्य ‘house’ शब्द रखने के स्थान पर ‘place’ शब्द प्रयुक्त किया गया है ताकि अंग्रेजी भाषा की सहजता अनुवाद में आ जाए।

इस प्रकार यह कहा जा सकता है कि पर्यटन संबंधी गतिविधियों में अनुवादकों की भूमिका अत्यंत महत्वपूर्ण और उत्तरदायित्व की है। अनुवादक अपनी मेहनत और लगन से इसे और अधिक रुचिपूर्ण, संगत एवं उपयोगी बना सकता है। इस तरह वह अंततः अपने लिए निरंतर उन्नति का मार्ग प्रशस्त कर सकता है।

20.10 पर्यटन क्षेत्र में अनुवादकों के लिए अवसर

आज पर्यटन का क्षेत्र एक उद्योग का रूप धारण कर चुका है। विश्व के अनेक देशों के साथ-साथ भारत में भी पर्यटन को उद्योग का दर्जा प्राप्त है। यह किसी भी देश की अर्थव्यवस्था में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। यह देश की विरासत और संस्कृति के आदान-प्रदान को भी सुगमित करने में केंद्रीय भूमिका निभाता है। अन्य रोजगार क्षेत्रों की अपेक्षा पर्यटन के क्षेत्र में अनुवादकों को आय अर्जन के अच्छे अवसर मिलते हैं। पर्यटन संबंधी क्षेत्रों में अनुवादकों के लिए उभरती पर्यटन अर्थव्यवस्था के परिप्रेक्ष्य में व्यापक स्तर पर रोजगार के अवसर उपलब्ध हैं।

पर्यटन के क्षेत्र में अनुवादकों को मुख्य रूप से अनुवादक, दुभाषिये और गाइड के रूप में विभिन्न गतिविधियों में भाग लेना पड़ता है। आइए, अब इन अवसरों पर विचार करें।

20.10.1 अनुवादक रूप में

पर्यटन संस्कृति, इतिहास और ज्ञान संबंधी लिखित साहित्य के अनुवाद का क्षेत्र है। इसमें पर्यटन स्थलों के बारे में ऐतिहासिक और सांस्कृतिक संदर्भ से लिखित साहित्य का अनुवाद तथा पर्यटन को उच्च अध्ययन एवं शोध के रूप में स्थापित करने के लिए लिखित ज्ञान साहित्य का अनुवाद करना शामिल है।

पर्यटन की गतिविधियों के प्रचार-प्रसार में संचार माध्यमों के लिए सामग्री का अनुवाद एवं प्रस्तुति में अनुवादकों की महत्वपूर्ण भूमिका होती है। इस सामग्री के अंतर्गत गाइड पुस्तकों, पर्यटन कैलेंडरों, विभिन्न देशों, प्रदेशों तथा विविध जलवायु एवं अन्य कारकों के सामंजस्य से उपलब्ध पर्यटन सुविधाओं एवं आकर्षण विषयक साहित्य का अनुवाद शामिल है। इसके अलावा, संचार माध्यमों के लिए विज्ञापन, पत्र-सूचनाओं और अन्य उपयोगी जानकारियों को जनता एवं पर्यटकों तक पहुँचाने में भी अनुवादकों की भूमिका अहम होती है।

20.10.2 दुभाषिया तथा गाइड आदि के रूप में

महत्वपूर्ण सम्मेलनों, आयोजनों तथा निर्देशित यात्रा कार्यक्रमों में दुभाषियों (आशु अनुवादकों) की सेवाओं और तात्कालिक अनुवाद अथवा आशु अनुवाद के क्षेत्र में भी रोजगार के पर्याप्त अवसर हैं। अंतरराष्ट्रीय सहयोग एवं आपसी उद्यमों, प्रोत्साहन गतिविधियों में विदेशी राजनयिकों, उद्यमियों तथा शिक्षाविदों के संवाद के दौरान आने वाले गणमान्य अतिथियों के लिए भी दुभाषियों की सेवाएँ अपेक्षित रहती हैं। दुभाषिए, तत्काल अनुवाद कार्य करते हैं यानी वे एक भाषा (स्रोत भाषा) में कही गई बात को सुनते हैं और उसका मौखिक रूप से दूसरी भाषा (लक्ष्य भाषा) में अनुवाद कर देते हैं।

बहुराष्ट्रीय कंपनियों तथा स्वास्थ्य सेवाओं के क्षेत्र में भी पर्यटन की बहुतायत होने से इनमें भी परस्पर प्रक्रियात्मक जानकारी और कार्यक्रम समायोजन के लिए अनुवादकों और दुभाषियों की आवश्यकता बनी रहती है। स्वास्थ्य सेवाओं में भारत के अब एक अंतरराष्ट्रीय स्वास्थ्य पर्यटन केंद्र के रूप में विकसित होने से स्वास्थ्य संबंधी साहित्य का विदेशी भाषाओं में अनुवाद तथा आतिथ्य सेवा में अनुवादकों के लिए पर्याप्त अवसर हैं। आपसी सहयोग की विकास परियोजनाओं में भी तकनीकी साहित्य के अनुवाद के लिए अनुवादकों के नियोजन के अच्छे अवसर सृजित हुए हैं।

इन क्षेत्रों के अतिरिक्त, अनुवादकों के लिए सेवा क्षेत्र में गुणवत्ता एवं प्रतिस्पर्धात्मक परिवेश में होटलों, वायु, जल एवं हवाई परिवहन सेवाओं में अनुवादकों की सेवाएँ व्यापारिक तौर पर अत्यंत उपयोगी और अपरिहार्य हैं। अनुवाद ही ऐसी गतिविधि है जिसे अनुवादक स्तरीय परिवेश में रहकर संपादित कर सकता है। इसमें जहाँ गुणात्मक कार्य वातावरण की सुविधा है वहीं ज्ञानार्जन, रोमांच, अपेक्षाकृत बेहतर कमाई तथा भौगोलिक, सांस्कृतिक और कलात्मक जीवन के प्रति नई-नई शैलियों को जानने-परखने का अवसर भी मिलता है। ज्ञान साहित्य के अनुवाद कार्य की योजना में इतिहास और नृविज्ञान शाखाओं के अंतर्गत पर्यटन साहित्य का अनुवाद भी शामिल है जिससे राष्ट्रीय स्तर पर गुणवत्तापूर्ण अनुवादकों के लिए रोजगार के अवसर उपलब्ध हो सकते हैं।

पर्यटन के क्षेत्र में अनुवाद एजेंसियों की भी महत्वपूर्ण भूमिका है। ये अनुवाद एजेंसियाँ अनुवाद संबंधी सलाह-मशविरे, विभिन्न संकायों में अनुवाद सुविधाएँ, टूर गाइड तथा दुभाषियों की सेवाएँ उपलब्ध कराती हैं। इनमें भी अनुवादकों के लिए रोजगार की संभावना बनी रहती है। यदि आप में भाषा, संस्कृति, इतिहास तथा विभिन्न विषयों पर जानकारी हासिल और ज्ञान प्राप्त करने का रुझान है और भ्रमण एवं अन्वेषण के प्रति रुचि है तो आप पर्यटन साहित्य के अनुवाद करने वाले अनुवादक, दुभाषिए और पर्यटक-गाइड के रूप में सम्मानजनक कैरियर की संभावना तलाश कर सकते हैं।

20.11 पर्यटन संबंधी साहित्य के अनुवाद की सीमाएँ

यह स्वाभाविक है कि अन्य अनुवाद क्षेत्रों की भाँति ही पर्यटन साहित्य भी बहु-आयामी है तथा अन्य अनुवाद अनुशासनों के समान इसके अनुवाद में भी अनेक चुनौतियाँ हैं। जब हम इस पक्ष पर विचार करते हैं तो हमें पर्यटन साहित्य और उसकी भाषा के संदर्भ में विचार करना जरूरी हो जाता है। पीटर न्यूमार्क ने भाषा के तीन प्रमुख प्रकार्य बताए हैं। ये हैं :

- 1) सूचनात्मक (Informative), जो मुख्य रूप से सूचना के परस्पर आदान-प्रदान के लिए प्रयुक्त होती है,

- 2) अभिव्यक्तिपरक (Expressive) अर्थात् वह भाषा जो संघटनाओं का वर्णन करती हो; तथा
- 3) संबोधनात्मक (Vocative) अर्थात् भाषा का वह रूप जो अन्य व्यक्तियों को कार्य करने या संवाद स्थापित करने के लिए प्रेरित करता है।

भाषा के ये तीनों ही प्रकार्य पर्यटन साहित्य में देखे जा सकते हैं क्योंकि पर्यटन एक सामूहिक गतिविधि है तथा इसमें व्यापारिक तत्व भी जुड़ा होता है। इसलिए अन्य विधाओं की भाँति पर्यटन साहित्य का पूर्ण अनुवाद यानि पूरी तरह से साहित्यिक अथवा विशुद्ध तकनीकी अनुवाद भी संभव नहीं होता। आपने भी पर्यटन की गतिविधियों के परिप्रेक्ष्य में देखा होगा कि अनूदित साहित्य कुछ भिन्नता लिए हुए होता है। इसका मुख्य कारण है – पर्यटन की संरचना (जो क्षेत्र विशेष तक सीमित न होकर भौगोलिक सीमाओं से अतिक्रमित होती है और राष्ट्रीय, अंतरराष्ट्रीय तथा वैश्विक स्वरूप धारण कर लेती है)। अनुवाद का मुख्य ध्येय सूचना एवं जानकारी को न केवल गति देना है बल्कि यह कार्य तत्काल, सुगठित और सटीकता से करना होता है। इसलिए अनुवाद में स्वाभाविक रूप से कई सीमाएँ उभरकर सामने आ जाती हैं।

सर्वप्रथम यह ध्यान देना होगा कि प्रत्येक स्थान की अपनी विशिष्ट भौगोलिकी होती है। स्थानीय निवासी अपनी सुविधा के अनुसार वस्तुओं, स्थानों तथा व्यवहार संबोधनों का प्रयोग करते हैं। दिल्ली-देहली, बंबई (बॉंबे)-मुंबई, कलकत्ता-कोलकाता, मद्रास-चेन्नै, बंगलौर/बेंगलोर-बंगलुरु कुछ ऐसे उदाहरण हैं कि इनका अनुवाद करते समय स्थानों के ऐतिहासिक संदर्भ के अनुरूप ही इन्हें Delhi, Mumbai, Kolkata, Chennai और Bengaluru लिखा जाता है। इसी प्रकार, आम स्वागत संबोधनों के लिए भी "आइए, पधारिए", "पधारो म्हारो देश" आदि के स्थान पर अंग्रेजी में केवल 'Welcome' शब्द ही पर्याप्त होता है। "रंगीला गुजरात" के लिए 'Colourful Gujrat' तथा राजस्थान के लिए हिंदी में प्रयुक्त होने वाले शब्द "मरु-प्रदेश" को अंग्रेजी में 'Desert land' नहीं, केवल क्रमशः 'Gujarat' और 'Rajasthan' ही कहा जाता है। "ढाबा" का अर्थ केवल "खाने के स्थान" के लिए ही प्रयोग में आता है। पश्चिम के Motel या Hotel के स्थान पर हिंदी में केवल "होटल" शब्द ही प्रयुक्त होता है। इसी तरह से Lunch, Brunch, Supper/Heavy Breakfast, Evening tea or Dinner आदि अंग्रेजी के शब्दों के लिए हिंदी में केवल "चाय", "नाश्ता", "दोपहर का भोजन" और "रात्रि का भोजन" शब्दों से ही काम चलाया जाता है।

अंतर्व्यक्तिक संवाद के सूक्ष्म पहलुओं पर चर्चा करते हुए नोई फ्रांसिस तथा अन्य विद्वानों (Noe P. Francis, Muzaffer Uysal and Vincent P. Magnini) का मत है कि शब्द संवाद में महत्वपूर्ण भूमिका निभाते हैं तथा पर्यटक की अपेक्षाओं के अनुरूप ही शब्दों का प्रयोग किया जाता है। विस्तृत जानकारी और सूक्ष्म विवरण, सभी को मुद्रित साहित्य में देना संभव नहीं होता है। इसलिए अनुवाद भी हमेशा केवल मुद्रित शब्दों के रूप में ही नहीं बल्कि कोडक फिल्म (Kodak Film) जैसी सशक्त ब्रांडेड प्रस्तुति में भी बखूबी पिरोया जा सकता है। और इस तरह के प्रयास करके पर्यटन साहित्य के अनुवाद की सीमा से पार पाया जा सकता है।

पर्यटन संबंधी अनुवाद में इस तथ्य पर ध्यान देना अधिक संगत होगा कि पर्यटक किस माध्यम से स्थानीय और कार्यपरक उपयोगी सूचना तथा तथ्यों से परिचित हो सकता है। इसमें बहु-माध्यम (मल्टी-मीडिया) पहल अधिक प्रभावी और उपयोगी सिद्ध होगी। बहु-माध्यम के अंतर्गत मुद्रित सामग्री, दृश्य-श्रव्य तथा संकेतित संवाद और

20.12 सारांश

इस इकाई में हमने पर्यटन की मूल अवधारणा पर चर्चा की। अब आपको यह स्पष्ट हो गया होगा कि पर्यटन क्या है तथा पर्यटक कौन कहलाता है। पर्यटन आज अनेक राष्ट्रों की अर्थव्यवस्था का महत्वपूर्ण घटक बन गया है। स्वयं हमारे देश में भी पर्यटन को उद्योग का दर्जा प्राप्त है। पर्यटन का क्षेत्र व्यापक है तथा अनेक प्रकार की पर्यटन गतिविधियाँ देश के विभिन्न क्षेत्रों में नियमित रूप से चल रही हैं। पारंपरिक पर्यटन के साथ-साथ अब पर्यटन के नए क्षेत्र भी उभरकर सामने आ रहे हैं। इनमें स्वास्थ्य पर्यटन, शिक्षा, सम्मेलन तथा पैकेज, प्रोत्साहन और प्रायोजित पर्यटन जैसे नव-सृजित क्षेत्र भी शामिल हैं। निश्चित रूप से पर्यटन के विस्तृत-व्यापक क्षेत्र में सूचना क्रांति का योगदान महत्वपूर्ण है। हमने यह भी पाया कि पर्यटन गतिविधि मूलतः एक सेवा क्षेत्र है, जहाँ सूचना एवं जानकारी पर्यटन गतिविधि को सृजित, संचालित और संवर्धित करने में आधारभूत भूमिका निभाती है।

पर्यटन संबंधी अनुवाद जहाँ पाठपरक अनुवाद की अपेक्षा करता है, वहीं यह भाव तथा संदर्भ ग्रहण के परिप्रेक्ष्य में संस्कृति, सभ्यता, इतिहास तथा भाषायी (क्षेत्र विशेष) क्षमताओं की भी अपेक्षा रखता है। पर्यटन अनुवाद आर्थिक, सांस्कृतिक और अन्य विकासात्मक गतिविधियों को गतिशील बनाने के साथ-साथ सही मायने में समाजों, प्रदेशों तथा राष्ट्रों को जोड़ने का काम भी करता है। इसलिए इसके अनुवाद में अनुवादक की सजगता, विषय की जानकारी तथा उसके सामान्य और विशिष्ट प्रयोगों को जानकर उनके समतुल्य खोजने की चुनौती प्रस्तुत करते हैं। इस प्रकार पर्यटन साहित्य के अनुवाद में सहजता, तत्परता, निष्ठा और राष्ट्रीय अस्मिता का प्रश्न भी जुड़ा रहता है। इसके लिए प्रदेय सूचनाओं, अवधारणाओं तथा सौंदर्य-बोध के प्रति अनुवादक को सावधान रहना होगा। अनुवादक को अदृश्यता, कुछ जोड़ना-छोड़ना और पुनर्लेखन जैसे आयामों में स्रोत पाठ को रखकर अनूदित करना होगा। सांस्कृतिक साहित्य के अनुवादक के रूप में आपके पास घरेलूकरण (Domestication), विदेशीकरण (Foreignisation) तथा सामान्यीकरण (Neutralization) जैसे उपाय तो विद्यमान रहेंगे ही परंतु इनका उपयोग पर्यटन साहित्य के लक्ष्य परिवेश (यानि पर्यटक साहित्य किस देश/प्रदेश के प्रयोग के लिए है), पर्यटन-स्थल के प्रति पर्यटक के दृष्टिकोण तथा उन्हें पहले से वहाँ की संस्कृति, रीति-रिवाजों, इतिहास और स्थानीय भाषा और पर्यटन में प्रचलित परंपराओं के ज्ञान जैसे तथ्यों को ध्यान में रखते हुए करना चाहिए। पर्यटन साहित्य के अनुवाद में सहजता, सरलता और भाव-प्रवणता अपेक्षित तो होती है, साथ ही सूचना प्रमुखता और तात्कालिक रूप से उसका प्रयोगजन्य होना भी निहित रहता है। पर्यटक आम तौर पर मौखिक सूचना को लिखित साहित्य से पुष्ट करके ही उसे विश्वसनीय मानते हैं, इसलिए उसमें तथ्यात्मकता का गुण सुनिश्चित करना भी अपेक्षित होता है। अपर्याप्त एवं अनद्यतन सूचना के अनुवाद से पर्यटन गतिविधि को हानि पहुँच सकती है और राष्ट्रीय हित भी बाधित हो सकते हैं। इसलिए अनुवादक को सूचना के अद्यतन और तात्कालिक संदर्भ में संगत होने की पुष्टि भी करनी चाहिए।

20.13 अभ्यास के लिए प्रश्न

1. पर्यटन से आप क्या समझते हैं? "पर्यटक" किसे कहा जा सकता है?
2. पर्यटन के उद्देश्यों और प्रकारों का वर्णन कीजिए।
3. पर्यटन उद्योग में अनुवाद की आवश्यकता और महत्व स्पष्ट कीजिए।
4. पर्यटन के क्षेत्र में रोजगार के अवसर किन-किन विधाओं के रूप में संभव हैं?
5. पर्यटन संबंधी अनुवाद की सीमाओं पर प्रकाश डालिए।

20.14 उपयोगी पुस्तकें

कपूर, बिमल कुमार, 2008. *पर्यटन के सिद्धांत*, नई दिल्ली, रजत प्रकाशन।

नेगी, जगमोहन, 1992. *पर्यटन एवं यात्रा के सिद्धांत*, नई दिल्ली, तक्षशिला प्रकाशन।

Aparna, Raj (ed.), 2004. *Tourist Behaviors*, Delhi, Kanishka Publishers.

Noe Frances P, Uyusaal Muzaffar, Mgnini Vincent P, 2010. 'Naunces of Interpersonal Interactions', *Tourist Customer Service Satisfaction : An Encounter Approach*, Routledge.

Sanning H. *Lost and Found in Translating Tourist Texts*. The Journal of Specialized Translation, Vol- 13, 2010, pp-124.

Munday J., 2001. *Introducing Translation Studies : Theories and Applications*, London and New York, Routledge.

ignou
THE PEOPLE'S
UNIVERSITY