

खंड

# 1

## पर्यटन परिघटना

---

इकाई 1

पर्यटन को समझना-1

5

इकाई 2

पर्यटन को समझना-2

24

इकाई 3

इतिहास का उपयोग

37

इस खंड के लिए कुछ उपयोगी पुस्तकें

44

इस खंड के लिए अभ्यास

44

---

## पाठ निर्माण दल\*

---

### इकाई 1-3 (टी.एस.-01)

प्रो.कपिल कुमार  
प्रो. ए.आर.खान  
प्रो. स्वराज बासु  
डॉ. अजय मोहुकर  
इतिहास संकाय सदस्य  
इग्नू

### इकाई 4-6 (टी.एस.-1 और टी.एस.-2)

प्रो.कपिल कुमार  
प्रो. ए.आर.खान  
प्रो. स्वराज बासु  
डॉ. अजय मोहुकर  
इतिहास संकाय सदस्य  
इग्नू

### इकाई 18-20 (टी.एस.-1 और टी.एस.-6)

प्रो.कपिल कुमार  
प्रो. ए.आर.खान  
प्रो. स्वराज बासु  
डॉ. अजय मोहुकर  
इतिहास संकाय सदस्य  
इग्नू

---

\* बी.टी.एम.सी-131 पर्यटन एवं आतिथ्य प्रबंध विद्यापीठ (एस.ओ.टी.एच.एस.एम.) के तीन पाठ्यक्रमों से लिया गया है जिनके नाम इस प्रकार हैं टी.एस-1, टी.एस-2, एवं टी.एस-6

---

## पाठ निर्माण एवं अनुकूलन दल

---

प्रो. जितेन्द्र श्रीवास्तव, निदेशक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (अध्यक्ष)  
डॉ. पारोमिता शुक्लाबैद्या, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. तांगजाखोम्बी आकोइजम, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (संपादक)

---

### कार्यक्रम संयोजक

डॉ. अरविन्द कुमार दुबे  
सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

### पाठ्यक्रम संयोजक

डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

---

### खंड संयोजक

डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

---

### संकाय सदस्य

प्रो. जितेन्द्र श्रीवास्तव, निदेशक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम (अध्यक्ष)  
डॉ. पारोमिता शुक्लाबैद्या, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. अरविन्द कुमार दुबे, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम

डॉ. हरकीरत बैस, सह-प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. सोनिया शर्मा, सहायक प्राध्यापक, एस.ओ.टी.एच.एस.एम  
डॉ. तांगजाखोम्बी आकोइजम, सहायक प्राध्यापक

---

## सामग्री निर्माण दल

---

श्री तिलक राज  
सहायक कुल सचिव (प्रकाशन)  
एम.पी.डी.डी., इग्नू नई दिल्ली

श्री यशपाल  
अनुभाग अधिकारी (प्रकाशन)  
एम.पी.डी.डी., इग्नू नई दिल्ली

### वर्तनी शोधन

डॉ. सुरेश कुमार गोहे  
टंकण सहायक  
श्रीमती कौशल्या सैनी

---

सितम्बर, 2019

© इंदिरा गांधी राष्ट्रीय विश्वविद्यालय, 2019

ISBN : 978-93-89499-30-8

सर्वाधिकार सुरक्षित, इस कार्य का कोई भी अंश इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की लिखित अनुमति लिए बिना किसी भी रूप में मिमियोग्राफ (चक्र मुद्रण) द्वारा या अन्यथा किसी अन्य साधन से पुनः प्रस्तुत करने की अनुमति नहीं है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के पाठ्यक्रम के बारे में अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के मैदान गढ़ी नई, दिल्ली - 110068 स्थित कार्यालय से प्राप्त की जा सकती है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय नई दिल्ली की ओर से कुल सचिव एम.पी.डी.डी इग्नू द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

लेज़र टाइपसेटर : टेसामीडिया एण्ड कंप्यूटर्स, सी-206, ए.एफ.ई.2, जामिया नगर, नई दिल्ली

मुद्रक : मैसर्स ए-वन ऑफसेट प्रिंटर्स, 5/34, कीर्ति नगर, इंडस्ट्रियल एरिया, नई दिल्ली-110015 द्वारा मुद्रित।

---

## खंड 1 पर्यटन परिघटना

---

विद्वान लोग लगातार पर्यटन की प्रकृति के बारे में बहस करते हैं। पर्यटन एक उद्योग है या एक गतिविधि? यह एक व्यवस्था है या एक परिघटना? प्रस्तुत खंड परिचयात्मक है जिसमें आप पर्यटन की अवधारणा से परिचित हो सकेंगे। पर्यटन क्षेत्र की विविधताओं को देखते हुए यह थोड़ा जटिल है।

**इकाई-1** में अन्य अवधारणाओं के साथ-साथ **पर्यटन** और **पर्यटक** परिभाषित किया गया है। इसमें पर्यटन के विभिन्न स्वरूपों और प्रकारों की भी चर्चा की गई है।

**इकाई-2** में पर्यटन में **प्रेरणा** की भूमिका पर बल दिया गया है। इसमें पर्यटन में उभरती हुई नई प्रवृत्तियों के साथ-साथ विविध दृष्टिकोणों का विवेचन भी किया गया है।

**इकाई-3** पर्यटन उत्पाद, मिथकों, कल्पित और इतिहास के रूप में, इतिहास के उपयोग से संबंधित है।



---

# इकाई 1 पर्यटन को समझना-1

---

## इकाई की रूपरेखा

- 1.0 उद्देश्य
- 1.1 प्रस्तावना
- 1.2 पर्यटन परिघटना
- 1.3 पर्यटन क्या है ?
- 1.4 अवधारणाएँ
  - 1.4.1 पर्यटन की परिभाषा
  - 1.4.2 पर्यटन उत्पाद और सेवाएँ
  - 1.4.3 भ्रमण
  - 1.4.4 पर्यटक
  - 1.4.5 पर्यटन स्थल
- 1.5 पर्यटन : स्वरूप और प्रकार
- 1.6 भविष्यगत प्रवृत्तियाँ
- 1.7 सारांश
- 1.8 शब्दावली
- 1.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

---

## 1.0 उद्देश्य

---

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप :

- पर्यटन को परिभाषित कर सकेंगे;
- पर्यटन परिघटना को समझ सकेंगे;
- पर्यटन की विशेषताओं की व्याख्या कर सकेंगे;
- इसकी बदलती गतिविधियों को जान सकेंगे;
- पर्यटन की अवधारणाओं का उल्लेख कर सकेंगे;
- पर्यटक, पर्यटन उत्पाद और स्थल को परिभाषित कर सकेंगे;
- भ्रमण का मतलब जान सकेंगे; और
- पर्यटन के विभिन्न स्वरूपों और प्रकारों के साथ-साथ भविष्यगत प्रवृत्तियों को रेखांकित कर सकेंगे।

---

## 1.1 प्रस्तावना

---

रोज़मर्रा के जीवन में हम अक्सर पर्यटक और पर्यटन शब्द सुनते हैं। आप कोई भी अखबार उठा लीजिए, आपको किसी न किसी रूप में पर्यटन का जिक्र मिल जाएगा, कहीं सरकारी नीति के तौर पर, कहीं पर्यटकों के आगमन, उत्पाद, पर्यटन स्थल, अर्थव्यवस्था पर इसका प्रभाव, स्थानीय लोगों का विरोध या आवभगत के तौर पर। परंतु क्या आपने कभी पर्यटन

का अर्थ जानने को कोशिश की है या यह जानने का प्रयत्न किया है कि पर्यटक कौन है? इस इकाई में "पर्यटक" और "पर्यटन" शब्दों को तकनीकी और अवधारणात्मक स्तर पर परिभाषित किया गया है। इसके बाद पर्यटन से जुड़ी अवधारणाओं और विशेषताओं को समझने का प्रयत्न किया गया है। इसके अलावा पर्यटन के विभिन्न स्वरूपों और प्रकारों का भी उल्लेख किया गया है। पर्यटक स्थल, पर्यटन उत्पाद आदि जैसी शब्दावलियों को भी समझने का प्रयास किया गया है। पर्यटन अध्ययन में रुचि रखने वाले लोगों और पर्यटन क्षेत्र से जुड़े पेशेवर लोगों के लिए इस प्रकार की जानकारी जरूरी है।

### 1.2 पर्यटन परिघटना

पर्यटन का संबंध खुशी, छुट्टी, यात्रा और कहीं आने-जाने से है। इनसे प्रेरित होकर लोग अपनी आम दिनचर्या और निवास स्थल को छोड़कर अस्थाई तौर पर दूसरी जगहों पर जाते हैं।

पर्यटन के दौरान वस्तुओं और सेवाओं का उपभोग किया जाता है। मसलन, आपको यातायात के साधनों की जरूरत होती है, ठहरने के लिए आवासीय व्यवस्था की आवश्यकता पड़ती है, आदि। इन सेवाओं और साधनों का उपयोग खुशी प्राप्त करने के लिए किया जाता है। हम रोज़मर्रा के जीवन से हटकर इन सेवाओं और साधनों का उपयोग करते हैं और इससे हमें अतिरिक्त खुशी मिलती है। इसके अलावा हमें और कई तरीकों से आनंद प्राप्त होता है :

- विभिन्न दृश्यों, संस्कृतियों और जीवन पद्धतियों को देखकर, और
- विभिन्न लोगों को देखकर और उनकी भाषा सुनकर, आदि।

हमारा यह "बाहर निकलना" सामान्य जीवन से अलग हटकर होता है और हमें हमेशा अनूठेपन की खोज होती है। अनूठेपन की यह खोज और अनुभव हममें उत्सुकता और रुचि जगाता है। हालांकि इस तथ्य से कम लोग ही अवगत हैं कि इस प्रकार के सुखद अनुभव प्रदान करने में कई पेशेवर लोगों और विशेषज्ञों का सहयोग होता है। ये हमारी यात्रा को सुखद बनाने और पर्यटक स्थलों को मनोरम बनाने में मदद करते हैं। इस प्रकार के अनुभव में लगातार बदलाव आता रहा है और इसका विकास होता रहा है।

यह निम्नलिखित कारकों पर निर्भर करता है:

- ऐतिहासिक काल जिसको हम देखना चाहते हैं,
- हमारा सामाजिक समुदाय,
- जिस समाज में हम रहते हैं।

एक पर्यटक की दृष्टि बिल्कुल अलग होती है। यह अलगाव पर्यटन के चलन और गैर पर्यटन सामाजिक प्रथाओं के अंतर को स्पष्ट करता है। उदाहरण के लिए, भुगतान के बदले काम करना, और घरेलू जिंदगी या किसी काम के लिए बस पकड़ कर जाना या पर्यटन स्थल के लिए बस पकड़ना।

पर्यटन एक ऐसी सामाजिक परिघटना है जिसके तहत अस्थाई तौर पर सामान्य जीवन से अलग हटकर कुछ करने की आकांक्षा निहित होती है।

लगभग सभी प्रकार की यात्राएं- खोजी, तीर्थयात्री, साधु, व्यापारी, विद्यार्थी, मिशनरी, तपस्वी, शरणार्थी, विजेता, उपचार के लिए यात्रा करने वाले को आधुनिक पर्यटक के रूप में देखा जा सकता है।

### 1.3 पर्यटन क्या है ?

“पर्यटन” में कई प्रकार की सामाजिक प्रथाएं समाहित हैं। पर इन सभी में कम से कम एक समानता अवश्य है कि वे अलग हैं और सामान्य जीवन से उनमें भिन्नता है। इस मूलभूत विशेषता से पर्यटन को परिभाषित करने में मदद मिलती है। यू.एन. विश्व पर्यटन संगठन (UN World Tourism Organisation) के अनुसार, जब लोग 24 घंटे से ज्यादा और 1 वर्ष से कम की अवधि के लिए अपने कार्य-स्थल से बाहर निकलते हैं तो इस प्रकार की गतिविधि को पर्यटन में शामिल किया जाता है।

पर्यटन वस्तुतः आराम करने का एक प्रयास है जिसमें आम जीवन के विपरीत कुछ भी नियमित, नियंत्रित और बंधा बंधाया कार्य नहीं होता है। इससे पता चलता है कि आज के समाज में काम और आराम के लिए अलग-अलग व्यवस्थाएं की गई हैं। वे खास स्थान और समयावधि में अवस्थित होते हैं। पर्यटन में लोग यात्राएं करने के लिए निकलते हैं और विभिन्न स्थानों पर ठहरते हैं। इस यात्रा के दौरान यातायात, आवास, भोजन और पर्यटन स्थलों की सैर के लिए कई प्रकार की सेवाओं की जरूरत पड़ती है। इस यात्रा के दौरान एक जगह से दूसरी जगह जाया जाता है और वहाँ कुछ दिनों तक रुका जाता है। यहाँ “घूमने जाने में” “घर लौटने” की मानसिकता भी निहित होती है। पर्यटन के लिए निकलने वाले लोग अपनी मौज-मस्ती और आनंद के लिए अपने कार्य-स्थल से बाहर निकलते हैं। अपने घर या कार्य-स्थल में वे जो कुछ भी करते हैं उसके एवज में उन्हें भुगतान प्राप्त होता है। पर्यटन स्थल में उन्हें ऐसा कोई कार्य नहीं करना होता है।

काफी लोग छुट्टियों में घूमने के लिए बाहर निकलते हैं। इस चलन को देखते हुए बड़े पैमाने पर विभिन्न प्रकार की सुविधाएं उपलब्ध हो गई हैं और पर्यटन सामूहिक कार्य हो गया है। इसी अर्थ में एक यात्री और एक पर्यटक में अंतर होता है। यात्रा की प्रकृति व्यक्तिगत है जबकि पर्यटन सामूहिक होता है। पर्यटन के दौरान पर्यटक कुछ खास दर्शनीय स्थलों पर जाता है। उसके मन में इन दर्शनीय स्थलों को देखने की ललक होती है। उसे विभिन्न माध्यमों जैसे फिल्म, टी.वी. उपन्यास दस्तावेजों से इसके विषय में जानकारी मिलती है। वह उन दर्शनीय स्थलों के सौंदर्य की व्याख्या है पढ़ता है और पढ़ने वाले के मन में एक प्रकार की ललक पैदा होती है।

सुख और आनंद की प्राप्ति होती है। पर्यटन के दौरान असाधारण के प्रति आकर्षण होता है। हमारे मन में उनकी एक तस्वीर भी बनी होती है जिन्हें हम फोटो, पोस्टकार्ड, फिल्म आदि के जरिए देख चुके होते हैं। वस्तुतः हम अपने व्यक्तिगत अनुभव के आधार पर स्थलों को देखते और अनुभव करते हैं। अतः पर्यटन में व्यक्ति का परिप्रेक्ष्य, दृष्टि और समझ भी शामिल होती है और उसी के अनुसार वह अपने समय और पर्यटन स्थल को आनंदमय बनाता है। मसलन पहाड़ी इलाके में रहने वाले व्यक्ति के लिए मरुभूमि में ऊँट की सवारी का अपना अलग आनंद होगा।

कई पर्यटन पेशेवर इस प्रकार की व्यवस्था करने में संलग्न हैं। वे खास स्थान की खास विशेषताओं को उजागर करते हैं और पर्यटकों को उस ओर आकर्षित करते हैं। वे पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए कई प्रकार के उत्पादों का सृजन करते हैं और उन्हें लोकप्रिय बनाने का प्रयास करते हैं। इन पर्यटन उत्पादों की लोकप्रियता पर्यटन व्यापार की आपसी प्रतियोगिता और बदलते समाज, पर्यटक जन और उनकी रुचियों पर निर्भर करता है। मसलन कोई पांच सितारा होटल में ठहरना चाहेगा, तो कोई यात्री निवास में। कोई तीर्थयात्रा करना चाहेगा तो, कोई समुद्र तट का आनंद लेना चाहेगा, कोई नियोजित यात्रा पर निकलना चाहेगा, कोई व्यक्तिगत रूप से छुट्टी बिताने निकलेगा।

आधुनिक समाज में आज पर्यटन हैसियत का प्रतीक बन गया है। यह भी माना जाने लगा है कि यह स्वास्थ्य के लिए आवश्यक है। पूरे विश्व में नए-नए पर्यटन स्थल विकसित किए जा रहे हैं और आज पर्यटन पूरे विश्व स्तर पर फैल चुका है।

**बोध प्रश्न 1**

1) पर्यटन की परिभाषा दीजिए। यह यात्रा से किस प्रकार भिन्न है ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) आधुनिक समाज में पर्यटन को एक परिघटना क्यों माना जाता है ?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

**1.4 अवधारणाएँ**

खेलकूद, फिल्म, प्रसन्नता और मनोरंजन जैसी अवधारणाओं का संबंध पर्यटन से जोड़ा जाता है। बूर्सटिन (Boorstin) बाउड्रिलार्ड (Baudrillard) जैसे कई लेखकों का मानना है कि पर्यटक एक साथ समूह में और किसी के निर्देशन में यात्रा करते हैं। वे हवाई जहाजों में सफर करते हैं, होटलों में रहते हैं और वातानुकूलित बसों में यात्राएं करते हैं। इस प्रकार वे मेजबान देश के माहौल और लोगों से अलग-थलग रहते हैं और एक प्रकार से "शून्य माहौल" में रहते हैं। इस प्रकार के पर्यटक जहाँ भी जाते हैं वहाँ पश्चिमी सुविधाओं की माँग करते हैं और उनका सामना केवल "बनावटी घटनाओं" से होता है क्योंकि वे वास्तविक दुनिया के संपर्क में नहीं आ पाते हैं। परिणामस्वरूप पर्यटन से जुड़े लोग और स्थानीय लोग अनजान पर्यटकों के सामने एक बनावटी दुनिया प्रस्तुत करते हैं। समय के साथ-साथ और संचार माध्यमों की सहायता से पर्यटक स्थल की एक छवि बन जाती है। इस कारण इन्हीं पर्यटन स्थलों की ओर पर्यटक आकर्षित होते हैं। इस प्रकार पर्यटन को समझने में एक विरोधाभास पैदा होता है। पर्यटन को परिभाषित करने के लिए इसके विरोधाभासों, कार्यों

और स्वरूपों को मद्देनजर रखना होगा। यहाँ एक बात ध्यान देने की है कि इन सभी विरोधाभासों के बावजूद पर्यटन एक ऐसा माहौल पैदा करता है, (होटलों आदि के माध्यम से) जिसके कारण पर्यटन स्थल और वहाँ के माहौल में पर्यटक अपने को अजनबी नहीं महसूस करता है।

अधिकांश पर्यटक सुरक्षित और संरक्षित माहौल में रहते हैं और वे यथार्थ का एक पक्ष ही देख पाते हैं। पर्यटक कभी भी विदेशी संस्कृतियों की गहराई में जाकर खोज-बीन नहीं करना चाहते हैं। उनके सामने जिस सरल ढंग से और बड़े पैमाने पर संस्कृतियाँ परोसी जाती हैं उतने सरल ढंग से संस्कृति की सही तस्वीर को जानना कठिन है। अतः हमारे सामने पर्यटन का मतलब हो जाता है- होटल, समुद्र तट और स्थानीय रंग।

अतः पर्यटन केवल एक सामूहिक परिघटना मात्र नहीं है। कोहेन का मानना है कि पर्यटन प्रकारों के कई रूप हैं और पर्यटन अनुभव की कई अभिव्यक्तियाँ हैं। अतः आवश्यक है कि:

- पर्यटक को परिभाषित किया जाए,
- यह समझ विकसित की जाए कि साधारण/प्रतिदिन और असाधारण के बीच के विभाजन से पर्यटन कैसे विकसित हुआ है,
- पर्यटन उत्पाद की विशेषताओं को जाना जाए,
- आवासीय प्रकारों का उल्लेख किया जाए और उनके आकर्षणों को उजागर किया जाए, और
- बताया जाए कि भ्रमण क्या है।

#### 1.4.1 पर्यटन की परिभाषा

ऐतिहासिक परिवर्तनों के साथ-साथ पर्यटन की परिभाषा भी परिवर्तित होती रही है। **हुनजिकर (Hunziker)** और **क्राफ (Krapf)** के अनुसार "पर्यटन प्रवासियों के ठहरने और भ्रमण करने से उत्पन्न होने वाले संबंधों और परिघटना का योग है, शर्त यह है कि यह ठहराव स्थाई न हो और वे किसी प्रकार की कमाई करने न आए हों।" इस परिभाषा में भ्रमण और ठहराव पर जोर दिया गया है पर इसमें दिनभर के भ्रमण, व्यापार-यात्राओं और इनसे जुड़ी गतिविधियों को छोड़ दिया गया है।

लीग ऑफ नेशनस ने 1937 में पर्यटन को परिभाषित करते हुए कहा था कि पर्यटन एक ऐसी सामाजिक गतिविधि है, जिसमें एक व्यक्ति किसी देश में अपने निर्धारित कार्यक्रम के अलावा 24 घंटे या उससे ज्यादा ठहरता है। पर इस परिभाषा की सीमा यह है कि इसमें घरेलू पर्यटन को छोड़ दिया गया है और केवल अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन पर बल दिया गया है।

1963 में पर्यटन पर हुए रोम सम्मेलन में पर्यटक (टूरिस्ट) के स्थान पर आगंतुक (विजिटर) शब्द के इस्तेमाल का सुझाव दिया गया और पर्यटन को परिभाषित करते हुए कहा गया कि इसे अपने देश या अपने कार्य स्थान को छोड़कर दूसरे देश में आगमन के रूप में देखा जाना चाहिए। इसके पक्ष में निम्नलिखित कारण प्रस्तुत किए गए:

- क) **पर्यटन** – एक ऐसी गतिविधि है जिसमें एक आगंतुक अपने आराम, व्यापार, परिवार, मिशन या बैठक के लिए कम से कम 24 घंटे ठहरता है।
- ख) **सैर-सपाटा** – यह एक ऐसी गतिविधि है जिसमें एक आगंतुक 24 घंटे से कम रुकता है पर इसमें यात्रा कर रहे (जो अभी रास्ते में हैं) लोगों को शामिल नहीं किया जाता है।



इस परिभाषा में भी घरलू पर्यटकों को शामिल नहीं किया गया है पर इसमें दिन में आने वाले आगंतुकों को शामिल किया गया है।

1976 में ब्रिटेन की टूरिज़्म सोसाइटी ने भी पर्यटन की अवधारणा को स्पष्ट करने की कोशिश की। उनके अनुसार-“पर्यटन एक अस्थाई और लघु अवधि गतिविधि है जिसमें लोग कुछ समय के लिए अपने कार्य-स्थलों, घरों, निवास-स्थानों से बाहर निकलकर दूसरी जगह जाते हैं, वहां रहते हैं और काम करते हैं। इन स्थानों में रुकने के दौरान उनकी गतिविधियां, दिन के आगमन और सैर-सपाटे को भी पर्यटन में शामिल किया जाता है।”

AIEST ने 1981 में इस अवधारणा को सुधार कर प्रस्तुत किया और कहा कि-“घर के माहौल के बाहर होने वाली गतिविधियों को पर्यटन के रूप में परिभाषित किया जा सकता है। इन गतिविधियों का चुनाव लोग अपनी रुचि से करेंगे। पर्यटन में घर से बाहर रात्रि ठहराव शामिल हो भी सकता है और नहीं भी हो सकता है।”

इन परिभाषाओं से स्पष्ट है कि पर्यटन की सीमा और क्षेत्र में विस्तार हुआ है। अब पर्यटन की अवधारणा में सभी प्रकार के खाली समय व्यतीत करने की गतिविधियों को शामिल किया जाता है। आज हम सामूहिक या जन पर्यटन को इस रूप में परिभाषित कर सकते हैं कि कोई व्यक्ति अपने घर से कुछ अनोखा देखने के लिए निकलता है पर उसे घर जैसा माहौल न मिल पाने के कारण असंतोष होता है।

इस परिभाषा से सम्पूर्ण विश्व की पर्यटन की दिशा और झुकाव का पता चलता है जो पश्चिमी समाजों में केंद्रित हैं जहां 60% अंतर्राष्ट्रीय पर्यटक आते हैं और जहां से 70% पर्यटक बाहर घूमने निकलते हैं। पर्यटन का नियंत्रण पश्चिम में होने के कारण इसकी अवधारणाएं भी वहीं से प्रभावित तथा संचालित होती हैं। ये अवधारणाएं पश्चिमी समाजों से प्रभावित होती हैं और गैर-पश्चिमी संस्कृतियों और विकासशील समाजों की भ्रमण विरासत का इसमें कोई योग नहीं होता।

पर्यटकों के एक स्थान से दूसरे स्थान पर घूमने या पर्यटन को निम्नलिखित श्रेणियों में बांटा जाता है:

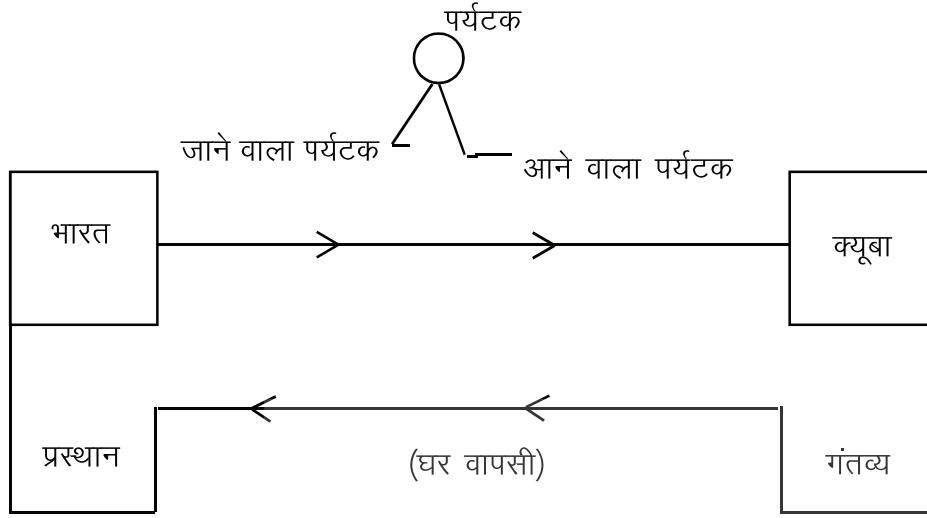
- अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन, जब यात्रा एक देश से दूसरे देश के बीच होती है, और
- घरेलू पर्यटन, जब यात्रा देश के भीतर होती है अर्थात् पर्यटक अपने देश के भीतर यात्राएं करता है या प्रस्थान और गंतव्य स्थल एक ही देश में स्थित होता है।

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में आपका वास्ता दो शब्दों से पड़ेगा:

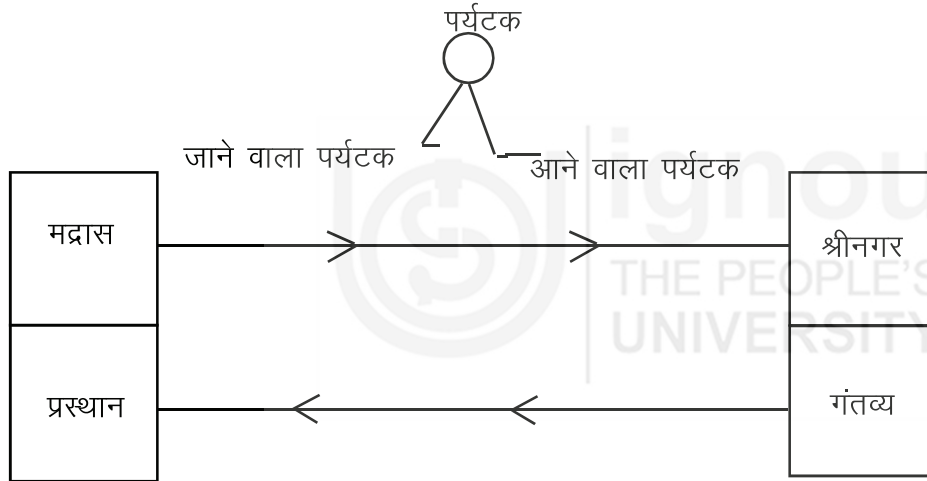
**क) आने वाले पर्यटक (In bound):** देश में प्रवेश कर रहे पर्यटकों के लिए इसका इस्तेमाल किया जाता है।

**ख) जाने वाले पर्यटक (Out bound):** अपने देश से दूसरे देश के लिए प्रस्थान करने वाले पर्यटक।

यहां एक बात ध्यान में रखनी चाहिए कि इन शब्दों का उपयोग केवल यात्रा के आरंभ में किया जाता है। विदेश यात्रा करके अपने घर आए पर्यटक को “आने वाले पर्यटक” की कोटि में नहीं रखें। पर एक ही पर्यटक कहीं के लिए “आने वाला पर्यटक” होगा और कहीं के लिए “जाने वाला पर्यटक”। उदाहरण के लिए, अगर आप भारत से क्यूबा जा रहे हैं तो आप भारत के लिए “जाने वाले पर्यटक” होंगे और क्यूबा के लिए “आने वाले पर्यटक”।



घरेलू पर्यटन



1.4.2 पर्यटन उत्पाद और सेवाएँ

पर्यटन का अध्ययन करते समय पर्यटन उत्पाद और सेवाएं जैसी शब्दावलियों से आपका बार-बार सामना होगा। यहां हम इन्हें परिभाषित करने का प्रयत्न करेंगे।

अपनी संभावित प्रसन्नता के लिए एक पर्यटक भ्रमण के लिए भुगतान करता है जो एक प्रकार का संभावित निवेश होता है। अपने भ्रमण के दौरान वह इस प्रकार के उत्पादों का उपभोग करता है। पर्यटक उपभोग और पूर्वानुमान का संबंध कुछ सेवाओं से होता है। इसके जरिए पहले आधारभूत आवश्यकताओं और सहूलियतों की पूर्ति की जाती है और फिर आराम के क्षणों के लिए विभिन्न प्रकार की गतिविधियों का आयोजन किया जाता है। हालांकि अक्सर यह कहा जाता है कि भ्रमण बेचने और सपने बेचने में ज्यादा फर्क नहीं है। उदाहरण के लिए, एक भ्रमण हवाई जहाज में एक स्थान, एक होटल का बिस्तर, भोजन और ताजमहल देखने का अवसर, खरीदने तक ही सीमित नहीं होता। इस रूप में एक पर्यटक, अस्थायी रूप से, एक अजनबी माहौल, अलग पर्यावरण और भौगोलिक विशेषताएं और मोल-भाव, विलास सेवा, आवाभगत, माहौल, संस्कृति और विरासत भी खरीद रहा होता है।

इस प्रकार पर्यटन उत्पाद में भौतिक के साथ-साथ मनोवैज्ञानिक संरचना भी शामिल होती है जिसके सामने सपने को यथार्थ में बदलने की चुनौती होती है। इस चुनौती का सामना करने में समस्या यह होती है कि विभिन्न संस्कृतियों की प्राथमिकताएं और प्रतीक अलग-अलग होते हैं और विश्व स्तर पर पर्यटन-पेशेवर संतुष्टिकरण का एक शाश्वत (ज्यादातर पश्चिमी) मानदंड निर्धारित करने का प्रयत्न करते हैं। गुणवत्ता नियंत्रण की समस्या के अलावा संयोग भी एक ऐसा कारक है जिसके कारण सुनियोजित भ्रमण कार्यक्रम भी छिन्न-भिन्न हो सकता है। प्राकृतिक कारणों या मनुष्य की गलती के कारण या फिर दुर्घटना या अचानक और अनदेखी परिस्थितियों के कारण भी कार्यक्रम गड़बड़ा सकता है। पर्यटन सेवाओं में जोखिम काफी अधिक होता है क्योंकि इन सेवाओं को विलास माना जाता है और अनिवार्य सेवाओं के समान इन पर ध्यान नहीं दिया जाता है। स्थानीय लोग अक्सर पर्यटन के प्रति विद्वेष भाव रखते हैं। क्योंकि वे इसे पांच सितारा संस्कृति की अभिव्यक्ति के रूप में देखते हैं। इसके अलावा उनकी जीवन शैली और पर्यटकों की जीवन शैली में काफी फासला होता है।

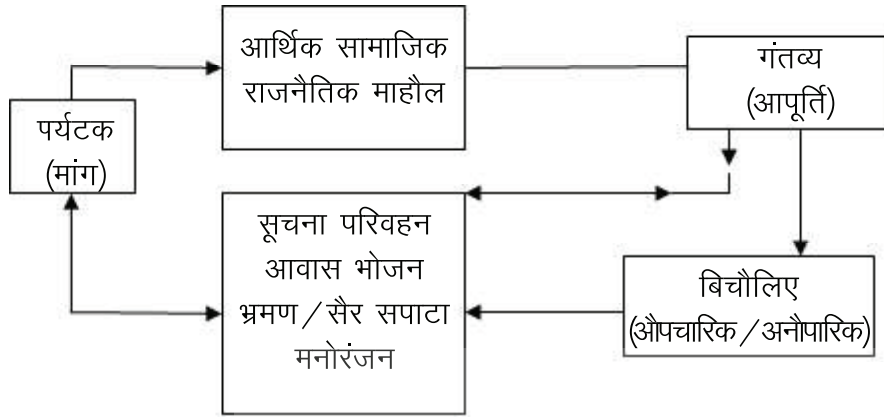
इन सेवाओं के उत्पादकों को भी जोखिम उठाना पड़ता है। भ्रमण सेवाओं का उपभोग रास्ते में और गंतव्य स्थल पर किया जाता है। उन्हें पहले से जांचा, परखा और देखा नहीं जा सकता न ही उसकी तुलना की जा सकती है।

वे पहले की साख और विज्ञापन पर निर्भर करते हैं। सेवाएं भी किसी खास ऐतिहासिक और सामाजिक संदर्भ में पैदा की जाती हैं और ये कार्य करने की पद्धति से प्रभावित होती हैं। इसके अलावा सेवाओं की आपूर्ति नियत होती है और इनका निर्माण पहले ही कर लिया जाता है। और इनकी पूरी तरह खपत न होने का जोखिम उत्पादक को ही उठाना पड़ता है क्योंकि यात्रा सेवाओं का भंडारण नहीं किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, किसी हवाई जहाज में किसी खास दिन बची हुई सीट या होटल के खाली कमरे के उपयोग को दूसरे दिन या समय या स्थान तक आगे बढ़ाया नहीं जा सकता है। इसलिए, किसी सेवा की मांग और वहन क्षमता का सावधानीपूर्वक मूल्यांकन और आकलन कर लेना चाहिए। उदाहरण के लिए, अक्सर यह कहा जाता है कि भारत में हवाई जहाज की अपर्याप्तता के कारण पर्यटकों के आवागमन में बाधा उत्पन्न होती है। इस कमी को पूरा करने के लिए एयर टैक्सियों की शुरुआत की गई है। पर इन सेवाओं के शुरू होने से नई मांग नहीं पैदा की जा सकी है या फिर इनसे कमी की भरपाई नहीं हुई है बल्कि इन्होंने इंडियन एयर लाइन्स के 20 प्रतिशत यात्रियों को ही अपनी ओर आकृष्ट किया है। इससे इंडियन एयर लाइन्स और एयर टैक्सी दोनों के लिए संकट पैदा हो गया है और इसके अलावा 6.5 करोड़ की विदेशी मुद्रा की भी हानि हुई है।

पर्यटन में मांग स्थिर नहीं होती है और प्रवृत्तियों में भी तेजी से बदलाव आता है। परंतु सेवाओं के निर्माण में समय लगता है। होटल और परिवहन जैसी सेवाएं एक बार उपलब्ध हो जाने पर लंबे समय तक कायम रहती हैं। अक्सर इनकी मांग में बदलाव आता है पर ये सेवाएं हमेशा मौजूद रहती हैं। अतः उत्पादक के लिए ये सेवाएं हमेशा लाभप्रद और मुनाफा देने वाली नहीं होती हैं।

विकासशील देशों में जोखिम को एक पर्यटन मौसम से दूसरे पर्यटन मौसम में स्थानांतरित नहीं किया जा सकता है। मांग-आपूर्ति जैसी बाधाओं और सामाजिक-राजनैतिक कारकों के अलावा सेवाओं को चलाने वाले और उपलब्ध कराने वाले लोग भी मौसम (गर्मी और बरसात) से प्रभावित होते हैं। उनके पास विपणन में निवेश करने के लिए पूंजी की भी कमी होती है। कई मामलों में वे काफी हद तक अनौपचारिक क्षेत्र, मसलन दलाल या बिचौलियों पर भी निर्भर करते हैं। ऐसे लोगों को पर्यटक संदेह की निगाह से देखते हैं और उनके काम करने के तरीके से असुविधा भी महसूस करते हैं। इसके बावजूद छोटे स्तर के संचालक

मुख्य रूप से मौखिक प्रार्थनाओं और दलाल तथा बिचौलियों जैसे अनौपचारिक क्षेत्र से सीधा संपर्क स्थापित कर मुनाफा कमाते हैं।



### 1.4.3 भ्रमण

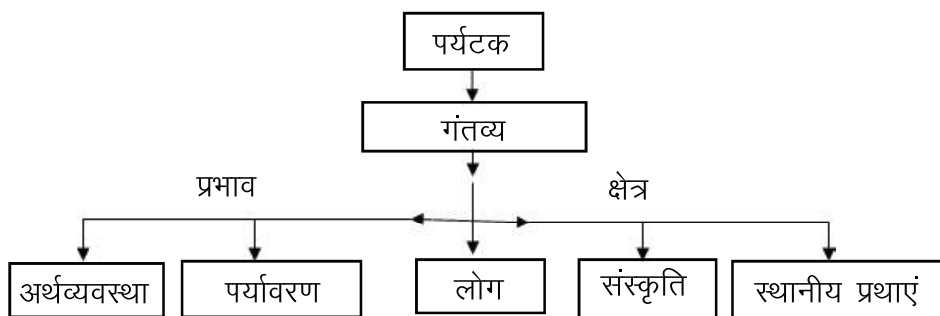
पर्यटक की प्रेरणा का भ्रमण और उनकी विशेषताओं से गहरा संबंध है। आमतौर पर किसी यात्रा के निम्नलिखित उद्देश्य और प्रेरणाएं होती हैं,

- छुट्टी या अवकाश, दोस्तों और संबंधियों के यहां जाना,
- बैठक और सम्मेलन, अन्य व्यापारिक गतिविधियां,
- स्वास्थ्य और खेलखूद,
- धर्म और संस्कृति, या
- विशेष रुचि, जैसे अध्ययन भ्रमण आदि।

यात्रा के उद्देश्य से भ्रमण की प्रकृति निम्नलिखित रूप से प्रभावित होती है:

- क) क्या आप अपना गंतव्य चुनने के लिए स्वतंत्र हैं ?
- ख) क्या पैसे की दिक्कत है?
- ग) क्या समय की कमी है?
- घ) क्या गुणवत्ता निर्धारण मुख्य कारक है ?
- ङ) आप किस प्रकार की सुविधाएँ और सेवाएँ चाहते हैं?

भ्रमण देश के भीतर भी हो सकता है और बाहर भी। इस निर्णय से प्रस्थान बिंदु (देश) और आगमन बिंदु (देश) दोनों की अर्थव्यवस्थाओं पर प्रभाव पड़ेगा। भ्रमण में समुद्रतट, द्वीप, पहाड़, स्वास्थ्य, आराम स्थल, ग्रामीण इलाके आदि जैसे अनूठे प्राकृतिक या भौगोलिक विशेषताओं पर भी बल दिया जाता है। इन स्थानों पर पर्यटन सेवाएं उपलब्ध करानी होंगी और पर्यटकों का दबाव बढ़ेगा और इसका प्रभाव पर्यावरण, अर्थव्यवस्था, स्थानीय सामाजिक प्रथाओं और लोगों पर अवश्य पड़ेगा।



किसी भ्रमण की अवधि निम्नलिखित कारकों पर निर्भर करेगी:

- छुट्टी की अवधि
- मूल्य (खर्चा)
- आकर्षण और गतिविधियाँ
- एक गंतव्य और अनेक गंतव्य
- बना बनाया यात्रा कार्यक्रम या व्यक्तिगत यात्रा, और
- सभी प्रकार की व्यवस्था एक साथ या विशेष रुचि भ्रमण आदि।

एक स्वतंत्र या विशिष्ट निजी भ्रमण कार्यक्रम में आगंतुक व्यक्तिगत रूप से सेवाएं खरीदता है। वह या तो खुद टिकट आरक्षित करवाता है या इसके लिए ट्रेवेल एजेंट की मदद लेता है या भ्रमण के दौरान मन-मर्जी के अनुसार टिकट खरीदता है। इसे "तुरंत व्यवस्था" के रूप में जाना जाता है पर इस व्यवस्था की सार्थकता जगह की उपलब्धता पर निर्भर करती है। एक समग्र या "सब शामिल भ्रमण" एक ऐसी व्यवस्था है जिसमें परिवहन और आवास के लिए एक बार ही पैसे का भुगतान कर दिया जाता है। इसका अर्थ यह है कि पर्यटक को जिन सेवाओं की जरूरत होती है उनमें से प्रत्येक की कीमत का निर्धारण खरीददार नहीं कर सकता है।

टूर संचालक (ऑपरेटर) एक समग्र भ्रमण कार्यक्रम (पैकेज टूर) बनाते हैं और वे विभिन्न उत्पादकों और थोक विक्रेताओं से अलग-अलग चीजें खरीद लेते हैं। टूर ऑपरेटर पहले इन्हें थोक भाव में खरीद लेता है और उसे इस पर विशेष छूट (बाजार दर से 20% से 30% कम दाम) मिलती है। इसके बाद वे व्यक्तियों और समूहों को प्रत्यक्ष रूप में या खुदरा विक्रेता के रूप में कार्य कर रहे ट्रेवेल एजेंटों के माध्यम से या अपने उत्पाद एजेंटों के माध्यम से अपने उत्पाद बेचते हैं। इसके बदले में ट्रेवेल एजेंटों को कमीशन (2% से 10% तक) मिलता है।

सभी प्रकार की मांगों को पूरा करने के लिए विभिन्न प्रकार की पर्यटन सेवाओं की जरूरत पड़ती है। उदाहरण के लिए:

- 1) समय-सारणी के अनुरूप परिवहन सेवाएं उपलब्ध कराना या मांग अनुसार उन्हें आरक्षित करना।
- 2) आवास की व्यवस्था औपचारिक क्षेत्र (होटलों) या गौण क्षेत्रों (अतिथिगृह, कैंप स्थल, किराए के घर आदि में) की जा सकती है।
- 3) भोजन की व्यवस्था के भी अनेक विकल्प प्रस्तुत किए जा सकते हैं। उदाहरण के लिए अमेरिकी योजना के तहत तीन वक्त का भोजन, संशोधित अमेरिकी व्यवस्था के तहत नाश्ता और दोपहर का भोजन या रात का भोजन तथा यूरोपीय योजना के तहत केवल नाश्ता है।
- 4) स्थानीय तौर पर घूमने या पर्यटन स्थल देखने के लिए कोच, टैक्सी आदि की व्यवस्था की जा सकती है। अगर कोई पर्यटक खुद घूमना चाहता है तो उसके लिए किराए की कार या अन्य साधन का विकल्प भी मौजूद है।

### 1.4.4 पर्यटक

छुट्टी मनाने वाले लोग भी पर्यटक होते हैं और इसमें व्यापारी भी शामिल हो सकते हैं। पर्यटकों में विभिन्न क्षेत्रों, सामाजिक-आर्थिक वर्ग, विभिन्न उम्र के लोग और पुरुष-स्त्री सभी शामिल हैं। उम्र, व्यक्तित्व और शैक्षिक स्तर के अनुसार पर्यटकों के व्यवहारमूलक पक्ष में विविधता पाई जाती है और इसी विविधता को ध्यान में रखते हुए सेवाओं के उत्पादक अपने उत्पादों का निर्माण करते हैं। इससे विविध कोटि के पर्यटकों की अलग-अलग तस्वीरें बन जाती हैं। इस प्रकार की तस्वीर और सूचना प्राप्त हो जाने पर यह पता लगाने में आसानी हो जाती है कि किसी पर्यटक स्थल पर किसी पर्यटक की क्या मांग हो सकती है। इस प्रकार के आंकड़े से पर्यटन को समझने में भी मदद मिलती है और यह भी पता चल जाता है कि किस प्रकार विभिन्न बाजारों में भ्रमण और पर्यटन से जुड़ी प्रथाएं अलग-अलग हैं। इन सूचनाओं से उद्योग को बाजार के अनुरूप उत्पाद के निर्माण और रणनीति के विकास में मदद मिलती है। इस प्रकार की सूचनाओं से स्थानीय कार्यकर्ताओं या अंतर्राष्ट्रीय समूह से जुड़े कार्यकर्ताओं को किसी खास स्थल में पर्यटन के स्वरूप को विकसित करने में मदद मिलती है और

- स्थल के विकास की योजनाओं में हस्तक्षेप करने की ताकत मिलती है, और
- पर्यटन से अधिक से अधिक मुनाफा और निषेधात्मक प्रभाव कम से कम करने में सहायता मिलती है।

### 1.4.5 पर्यटन स्थल

एक पर्यटन स्थल एक स्थान के साथ-साथ एक घटना भी होती है और ये दोनों कारक मिलकर आकर्षण के बिंदु बन जाते हैं। शिमला की पहाड़ियां, केरल और समुद्र तट या खजुराहो मंदिर परिसर स्थल आकर्षण के केंद्र हैं। कहीं-कहीं पर्यटक स्थल देखने नहीं बल्कि वहां हो रहे आयोजन को देखने जाते हैं। जब स्थल और घटनाएं दोनों मिल जाती हैं तो पर्यटन स्थल का आकर्षण दोगुना हो जाता है। मसलन कोणार्क नृत्य समारोह, या केरल में हाथी यात्रा या नौका दौड़।

पर्यटन स्थल कई इलाकों में फैले हो सकते हैं। इसकी छवि और आकर्षण के बिंदु से ही पर्यटक यहां खिंचे चले आते हैं।

#### बोध प्रश्न 2

- 1) बताइए कि पर्यटन को परिभाषित करना क्यों कठिन है? आप पर्यटन को किस प्रकार परिभाषित करेंगे।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) क्या पर्यटन उत्पाद दूसरे उत्पादों के समान है?

.....

.....

.....

.....

.....

3) एक भ्रमण (टूर) की अनिवार्य विशेषताएँ क्या हैं? एक नियोजित भ्रमण (पैकेज टूर) लोकप्रिय परिघटना क्यों है ?

.....

.....

.....

.....

.....

### 1.5 पर्यटन : स्वरूप और प्रकार

आजकल काफी लोग पर्यटन के लिए बाहर निकलते हैं। इसमें सप्ताह के बीच में आई छुट्टी या सप्ताहांत अवकाश में की गई छोटी यात्राएं और छुट्टियों के दौरान की गई लंबी यात्राएं भी शामिल होती हैं। नौकरी या कार्य से अवकाश ग्रहण कर वृद्ध लोग ऐसे स्थान में अपना जीवन गुजारना चाहते हैं जहां मौसम अच्छा हो और चीजों के दाम कम हों। बिना किसी बाहरी दबाव के लोग अपनी मर्जी के अनुसार जहां जाना चाहते हैं, जाते हैं। सड़कों पर कारों की लंबी कतारें, भरी हुई बसें, ट्रेन, हवाई जहाज लोगों को एक जगह से दूसरी जगह ले जाती हैं। इसके परिणामस्वरूप समुद्र तट छोटे पड़ गए हैं, दुकानों और रेस्तरां में जरूरत से ज्यादा भीड़ होती है, वाहन खड़ा करने की जगह नहीं मिलती है, और लगातार उपभोग से पर्यावरण में गिरावट आई है। इस प्रकार दुनिया बिल्कुल सिमट गई है। आज ऐसे लोगों की संख्या में बढ़ोत्तरी हो रही है जो काम को ही जीवन का मुख्य लक्ष्य नहीं मानते हैं, इससे पर्यटन को बढ़ावा मिलता है। आधुनिक पर्यटन आज के जीवन की एक प्रमुख परिघटना है। पर्यटन हमें कुछ सीखने, मानवता को समृद्ध बनाने और अच्छे जीवन और अच्छे समाज के लक्ष्य ढूंढने में मदद करता है। पर पर्यावरण को बचा कर रखने वाले लोग इसे बदलना चाहते हैं। वे पर्यटकों के इस फैलाव को रोकना चाहते हैं। उनके अनुसार ये पर्यटक स्थल विशेष के सौंदर्य को नष्ट करते जा रहे हैं। वहां के प्राकृतिक सौंदर्य को नष्ट कर उन्होंने कृत्रिमता भर दी है। भीड़ और शोरगुल से वहां का एकांत नष्ट हो गया है।

बदलते सामाजिक मूल्यों के परिप्रेक्ष्य में पर्यटन के स्वरूप और प्रकारों में भी बदलाव आया है। उदाहरणस्वरूप आधुनिक समाज में मनुष्यता का स्थान धन दौलत ने ले लिया है। अधिकार, संपदा, धन, अहं और उपभोग का महत्व आज समुदाय, सहिष्णुता, नम्रता, संवेदनशीलता और दयालुता से कहीं ज्यादा हो गया है। परिणामस्वरूप विश्व के सभी हिस्सों में:

- अर्थव्यवस्था का स्वरूप बदला है और धन के जमाव में वृद्धि हुई है, श्रम विभाजन और विशेषीकरण का महत्व बढ़ा है,
- पर्यावरण का उपयोग ऐसे किया जा रहा है मानो इसके स्रोतों को पुनः पैदा किया जा सकता है,
- निषेधात्मक पक्ष की चिंता किए बगैर पारिस्थितिकी व्यवस्था की सीमाओं का उल्लंघन किया जा रहा है, और
- ऊर्जा आदि जरूरतों को पूरा करने के क्रम में जनता के अधिकारों की लगातार अवहेलना की जा रही है।

विभिन्न तनाव क्षेत्रों के बीच से पर्यटन के विभिन्न स्वरूपों का जन्म हुआ है, जैसे - काम/आराम, जागना/सोना, थकान/विश्राम, आय/व्यय, नौकरी/परिवार, स्वतंत्रता/आवश्यकता, जोखिम/सुरक्षा। इसी प्रकार गंदगी, शोर, भीड़, प्रदूषण और संकट आदि इसी प्रकार के तनावों की कुछ प्रमुख अभिव्यक्तियां हैं। इस संदर्भ में बाहर निकलने और घूमने की संभावना बहुत महत्वपूर्ण है।

इस प्रकार पर्यटन की इच्छा का निर्धारण सामाजिक रूप से होता है। सरकारें पर्यटन को बढ़ावा देती हैं, लोग छुट्टियों की बात करते हैं, संगठन छुट्टी प्रयोजित करते हैं, यात्रा के दौरान स्वास्थ्य बीमा कराया जाता है, आराम गृहों को कर में रियायत दी जाती है, निगम अपने कर्मचारियों को बोनस देने की जगह यात्रा करने की सुविधा प्रदान करते हैं। मौसमी दबाव के कारण भी लोगों में घर से बाहर निकलने की इच्छा बलवती होती है। वार्षिक छुट्टियां, संचार माध्यम, साहित्य और फ़ैशन- ये सब मिलकर लोगों को छुट्टियां मनाने के लिए प्रेरित करते हैं। पर्यटन उद्योग, मनोरंजन और आनंद के अनेक लुभावने साधन जुटाते हैं और लोग इनकी ओर आकर्षित होते हैं। मुक्त बाजार अर्थव्यवस्था के सुपरिभाषित सिद्धांतों के कारण ही मनोरंजन का वाणिज्यीकरण हुआ है। पहले, भूतपूर्व समाजवादी देशों में कर्मचारियों के लिए अवकाश गृह और सीमित विदेशी यात्राओं में रियायत की सुविधा उपलब्ध थी। भारत में अभी भी परिवहन रियायत मौजूद है जिसे Leave Travel Concession (LTC) के नाम से जाना जाता है और अधिकांश कम्पनियां अपने कर्मचारियों को, घर जाने के लिए, LTC देती हैं। पर, पर्यटन मुख्यतः एक निजी उद्यम है। एक पर्यटन सूचना पुस्तिका में यात्रा के लिए ग्राहक को तैयार करने का पूरा मसाला मौजूद रहता है, जैसे—

- 1) अनौपचारिकता, मुक्तता, शांति, आजादी, खुशी पर जोर देकर छुट्टी का माहौल बनाना।
- 2) मनोरंजन का समय, खामोशी और रोमानीपन, आराम शांति और खुलापन आदि।
- 3) कुछ ऐसी खूबसूरत चीज़ दिखाइए जो घर में उपलब्ध न हो और छुट्टियों के खास प्रतीक जैसे सूरज, समुद्र तट पर लगे छाते, नारियल के पेड़ों से घिरा समुद्र का किनारा आदि।
- 4) दूसरी संस्कृति के उछलते-कूदते, खुशी मनाते, दोस्ती का हाथ बढ़ाते और मौज-मस्ती करते लोगों को दिखाइए।

पर्यटन के ये चारों तत्व आपस में घुलमिल जाते हैं। हालांकि आज के संदर्भ में विभिन्न प्रकार के पर्यटन सामने आए हैं। ये इस प्रकार हैं:

### 1) आराम और स्वास्थ्य लाभ

रोजगार के जीवन से अलग हटकर आराम करना, समाज के दबावों और परेशानियों से मुक्त होकर विश्राम करना। अवकाश गंतव्यों के विस्थापन या मुआवज़े के रूप में



पर्यटन/इसे छुट्टी या अवकाश भ्रमण भी कह सकते हैं जिसका लक्ष्य आराम गृहों और समुद्र तटों (घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय दोनों) पर आराम करना होता है।

**2) पलायन**

जीवन के यथार्थ से कल्पना की आज़ाद दुनिया में सामूहिक उड़ान भरने का नाम पर्यटन है। यह उड़ान केंद्र से परिधि की ओर होती है या दूसरे शब्दों में उत्तर-दक्षिण स्थानांतरण होता है।

**3) संवाद**

अपने परिवार के साथ और मित्रों के संग खुशी के क्षण बिताना और नए मित्र और माहौल से परिचित होना। यह सामूहिक पर्यटन है, जिसमें लोग एक साथ झुंड बनाकर घूमने निकलते हैं और पर्यटन क्षेत्र की सुविधाओं का लाभ उठाते हैं।

**4) संस्कृति और शिक्षा**

इस प्रकार के पर्यटन में अपने देश या दूसरे देश के विभिन्न स्थलों, दृश्यों, लोगों और ऊपरी संस्कृति को भी जानने का प्रयत्न किया जाता है।

**5) आजादी**

पर्यटन आपको घर और काम से मुक्त कराता है और अनुभव की अपेक्षा सुविधाओं और आराम पर विशेष बल देता है।

**6) स्वास्थ्य**

अपनी बीमारी के इलाज के लिए स्वास्थ्य गृहों, गर्म पानी के स्रोतों का लाभ लीजिए, हेल्थ क्लब जाइए या योग कीजिए, अर्थात् स्वास्थ्य के लिए भ्रमण।

**7) विशेष रुचि भ्रमण**

इसका दायरा बहुत बड़ा है और इसे लोगों की रुचि के अनुसार आयोजित किया जाता है। इसमें चिकित्सा, इतिहास, पुरातत्व, गोल्फ़ खेलना, मछली मारने जैसे कोई भी विषय शामिल हो सकते हैं।

**8) रोमांच और वन्य जीवन**

आधुनिक सभ्यता से दूर, कुलियों और भारवाहकों, खच्चरों, ऊँटों, हाथियों या जीपों की सहायता से, पहाड़ पर चढ़ते हुए, ट्रैकिंग करते हुए जीवन का आनंद लेना। इसमें कैंप जीवन और प्रथम श्रेणी के होटल की सुविधाओं का बढ़िया तालमेल स्थापित किया जाता है।

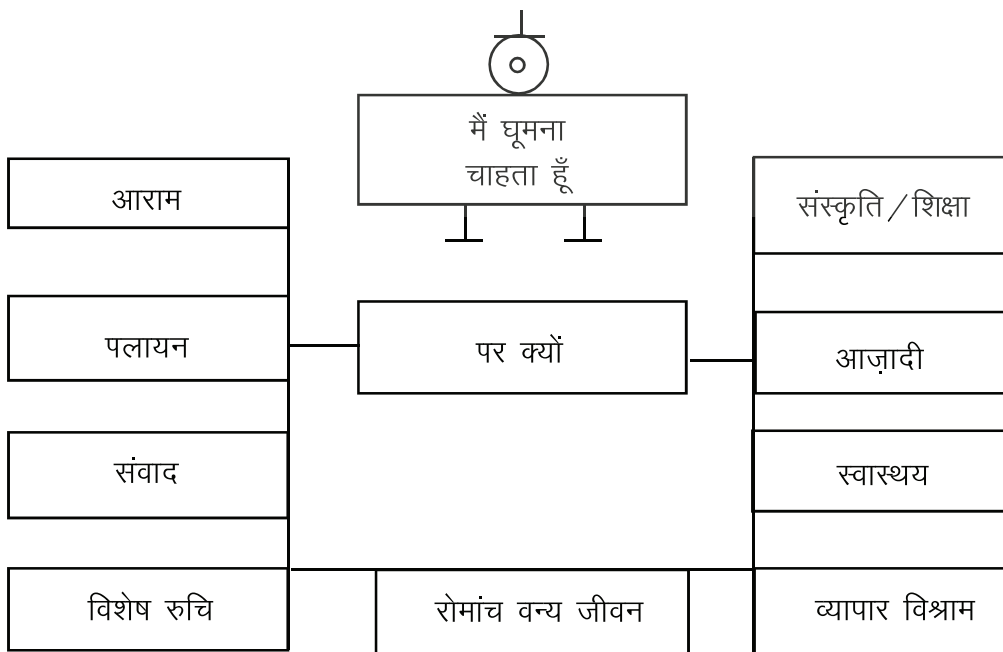
**9) परंपरागत पर्यटन**

काम के साथ आराम, पर्यटन स्थलों पर सम्मेलनों और बैठकों का आयोजन।

विभिन्न प्रकार के पर्यटन के साथ-साथ पर्यटकों के भी कई प्रकार होते हैं।

- 1) बजट पर्यटक जो पहले से एक साथ सब कुछ बुक करता है व स्थानीय खाद्य वस्तुओं, ऐयर बी.एन.बी., छात्रावास इत्यादि लागत बचत विकल्पों की तलाश करता है।

- 2) फोटो जर्नलिस्ट जो दुनिया को कैमरे के लेंस के माध्यम से देखते हैं, और एक अच्छे दृश्य से लेकर शानदार भोजन तक लगभग सब कुछ क्लिक करते हैं।
- 3) कुछ पर्यटक यात्रा में अनुभवहीन होते हैं वह हमेशा अनावश्यक प्रश्न पूछते हैं और उन्हें ठीक से बोलना (भाषा कौशल) भी नहीं आता।
- 4) सुनियोजित पर्यटक के साथ गाइड होता है, उसके अपने साथी पर्यटक होते हैं और वह अपने को अजनबी महसूस नहीं करता है।
- 5) सोशल मीडिया के उपयोग में पाए गए पर्यटकों की एक नई श्रेणी बनाई गई है वे अक्सर हर चीज़ के साथ सेल्फी लेने में व्यस्त रहते हैं, उन्हें सेल्फी किंग या क्वीन कहा जाता है।
- 6) असभ्य पर्यटक जो समुद्र तट पर जमे रहेंगे और जिनके पास खाने और सोने के सिवा और कोई काम नहीं होगा।
- 7) अमीर पर्यटक जिनके पास सभी सुविधाएं होती हैं। वे अपनी समृद्धि का प्रदर्शन करते हैं और दूसरों को इंतज़ार कराने में उन्हें सुख मिलता है।
- 8) शोषक पर्यटक जो जनता को हानि पहुंचाकर अपनी छुट्टी मनाते हैं और उनकी संस्कृति, आवभगत और गरीबी का लाभ उठाते हैं।
- 9) प्रदूषण फैलाने वाले पर्यटक यह चाहते हैं कि उनकी मौज में कोई खलल न पड़े, चाहे सबकुछ बर्बाद या नष्ट हो जाए।
- 10) पर्यटक दुनिया में नई जगहों की खोज करते हैं और वहां जन पर्यटन का मार्ग प्रशस्त करते हैं।
- 11) साहसी पर्यटक जो लंबी साइकिल यात्रा अथवा लंबी पैदल यात्रा पर बढ़ जाते हैं व डरावने व रहस्यमय जंगलों में खो जाने के लिए लक्ज़री होटल में रहने का विचार त्याग देते हैं।
- 12) पर्यावरण के प्रति जागरूक पर्यटक जो कम नकारात्मक प्रभाव डालने व ग्रीन लेबल की तलाश का प्रयास करता है।



## 1.6 भविष्यगत प्रवृत्तियाँ

हाल में बी.बी.सी. ने "कल्पना कीजिए कि आप यहां नहीं हैं-" शीर्षक से एक कार्यक्रम प्रसारित किया। इसमें पर्यावरण और अविकसित समुदायों और संस्कृति के संदर्भ में "गोल्डन होर्ड" द्वारा किए गए नुकसान के प्रति चिंता भी व्यक्त की गई है। एक समय था जब संयुक्त राष्ट्र ने आर्थिक पहलू को मद्देनज़र रखते हुए पर्यटन को बढ़ावा दिया था, क्योंकि :

- 1) इससे अमीर से गरीब लोगों को धन का हस्तांतरण हो सकता है।
- 2) उन क्षेत्रों में, जहां विकास के और कोई साधन उपलब्ध नहीं हैं। क्षेत्रीय असमानता दूर की जा सकती है।
- 3) कम शैक्षिक और निपुण लोगों को रोज़गार मिल सकता है।
- 4) टूरिस्ट डॉलर के फैलाव से आर्थिक विकास को बढ़ावा मिल सकता है।

नए उभरते रुझानों और पर्यटन उद्योग के सामने आई नई चुनौतियों के कारण संयुक्त राष्ट्र ने नए आयामों के प्रकाश में पर्यटन जो

- 1) उत्तरदायी है।
- 2) सतत है।
- 3) सर्वत्र सुलभ है।
- 4) आर्थिक व समावेशी विकास का चालक है तथा
- 5) पर्यावरणीय दृष्टि से टिकाऊ है।

चार दशकों के संगठित पर्यटन के बाद 1992 में रियो डी जनेरियो में पर्यावरण और विकास पर संयुक्त राष्ट्र सम्मेलन में सतत् पर्यटन की अवधारणा पेश की गई थी। स्टॉकहोम के अगले सम्मेलन में 20 साल बाद नीतियों के आधारभूत समूह एजेंडा 21 के नाम से पेश किया गया। यह एजेंडा अंतर्राष्ट्रीय, राष्ट्रीय और स्थानीय स्तर पर सतत् विकास के एक उपकरण के रूप में सेवा करने के लिए बनाया गया था। स्थानीय एजेंडा 21 ने अपनी गति से स्थानीय लोगों द्वारा पर्यटन के नियंत्रण, व अपनी ज़रूरतों के अनुसार पर्यटन के नियंत्रण पर ज़ोर दिया। सतत् पर्यटन का आवश्यक पहलू वहन करने की क्षमता है जो पर्यटकों की संख्या पर नियंत्रण के साथ-साथ पर्यटन के प्रकारों को विकसित करने में उपयोगी है। वहन करने की क्षमता एक अवधारणा है जो निम्नलिखित की आवश्यकताओं को ध्यान में रखती है :

- क) पर्यावरण
- ख) विकास का स्तर— आर्थिक और सामाजिक
- ग) संस्कृति
- घ) वर्तमान और भविष्य में जनसंख्या और इनकी ज़रूरत
- ङ) पर्यटन बनाम अन्य आर्थिक गतिविधियां

यहाँ हम विश्व पर्यटन संगठन द्वारा भविष्य से संबंधित तैयार किए गए कुछ आंकड़े और आरेख प्रस्तुत कर रहे हैं।

हम यहां आपको यू.एन. डब्ल्यू.टी.ओ व डब्ल्यू. टी.टी. सी द्वारा अनुमानित भविष्य के रुझानों के संबंध में बताएंगे।

(UNWTO) ने 1990 में इस कार्य के मुख्य उद्देश्यों के लिए एक दीर्घकालिक पूर्वानुमान की शुरुआत की। मुख्य उद्देश्य :

- 1) नीति निर्माण और रणनीतिक योजना में संयुक्त राष्ट्र विश्व व्यापार संगठन के सदस्यों की सहायता करना।
- 2) पर्यटन के भविष्य के विकास के लिए वैश्विक संदर्भ प्रदान करना।
- 3) पर्यटन में संयुक्त राष्ट्र व्यापार संगठन की भूमिका को सुदृढ़ करना।
- 4) रणनीतिक कार्य और गतिविधियों की निगरानी के लिए संयुक्त राष्ट्र विश्व व्यापार संगठन के लिए एक संदर्भ का गठन करना।

संयुक्त राष्ट्र विश्व व्यापार संगठन व विश्व यात्रा और व्यापार निगम ने निम्नलिखित अनुमान पर्यटन में भविष्य के रुझान के लिए लगाए हैं।

- क) अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में वृद्धि होगी लेकिन मध्यम गति से 4.2% प्रति वर्ष (1980-2020) से 33% (2010-2030) तक।
- ख) भविष्य में विस्तार की संभावनाएँ हैं, परन्तु उभरते हुए गंतव्य पहले से स्थापित गंतव्यों की अपेक्षा में अधिक लोकप्रिय होंगे। यात्रा करने के उद्देश्य में बहुत अधिक परिवर्तन नहीं होगा।
- ग) अंतर्राष्ट्रीय आगमन 2030 तक 1.8 अरब तक बढ़ जाएगा।
- घ) एशिया और प्रशांत अधिकांश नए आगमन प्राप्त करेंगे जो मध्यपूर्व व अफ्रीका के साथ अपने पर्यटन के हिस्से को बढ़ाएंगे।
- ङ) अवसरों के साथ-साथ इसके नकारात्मक प्रभावों को कम करते हुए, पर्यटन के लाभों को भी बढ़ाया जा रहा है।

यह अनुभव बताता है कि यह दीर्घकालिक पर्यटन विकास पैटर्न अधिक मध्यम, टिकाऊ और समावेशी है।

### बोध प्रश्न 3

- 1) पर्यटक गतिविधि में हम सामाजिक तौर पर किस प्रकार से जुड़े हैं या उसमें हमारी भागीदारी कैसी है?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) विभिन्न प्रकार के पर्यटन का अंतर स्पष्ट करते हुए पर्यावरण और संस्कृति पर उनके प्रभाव का विवेचन कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

3) वहन करने की क्षमता से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

## 1.7 सारांश

आपने देखा कि पर्यटन को कई रूपों में परिभाषित किया गया है। यहां एक बात का ध्यान रखना आवश्यक है कि एक पर्यटक घूमने-फिरने, पर्यटक उत्पादों, सेवाओं और पर्यटन स्थलों का आनंद उठाने के बाद हमेशा अपने घर लौटता है। पर्यटन के स्वरूप में भी भिन्नता होती है और अपनी व्यवहारात्मक विशेषताओं के कारण पर्यटकों में भी अंतर होता है। एक लम्बे समय में पर्यटन की अनेक अवधारणाएं सामने आई हैं। पर्यटन उत्पाद और सेवाएं अहम् भूमिका अदा करती हैं। भविष्यगत प्रवृत्तियों को देखते हुए कई मुद्दों को ध्यान में रखना होगा। उदाहरण के लिए, लोग अब अपने अधिकारों के प्रति सचेत हो गए हैं और नियंत्रण की मांग कर रहे हैं। इस परिप्रेक्ष्य में **दीर्घकालिक पर्यटन** और **वैकल्पिक पर्यटन** पर ज्यादा बल दिया जाने लगा है।

## 1.8 शब्दावली

- शून्य माहौल** : पर्यटक का अलग-थलग रहना। उदाहरण के लिए, वातानुकूल बस या कार में बैठा पर्यटक जिस पर स्थानीय मौसम का कोई असर नहीं पड़ता है।
- गोल्डन होर्ड्स** : सामूहिक पर्यटक, जिनके पास खर्च करने के लिए खूब पैसा हो।
- परिघटना** : किसी खास मुद्दे के विभिन्न पक्षों को समेटना।
- बनावटी घटनाएँ** : पर्यटकों के मन में बनी छवि के अनुरूप घटना-निर्माण, मसलन विदेशी पर्यटकों के लिए एक छवि प्रस्तुत करना कि भारत फकीरों और सपेरो का देश है।
- पर्यटक दृष्टि** : पर्यटक जिस ढंग से पर्यटन स्थल को देखता है।
- पर्यटन मौसम** : किसी खास स्थल पर किसी विशेष समय या मौसम में पर्यटकों को सबसे ज्यादा आगमन।

---

## 1.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

---

### बोध प्रश्न 1

- 1) देखिए भाग 1.3 यहाँ आपको भ्रमण की व्यक्तिगत विशेषता और पर्यटन की सामूहिक विशेषता का अंतर स्पष्ट करना होगा।
- 2) देखिए भाग 1.2 अर्थव्यवस्था, समाज आदि पर पर्यटन के पड़ने वाले विभिन्न प्रभावों का उल्लेख कीजिए।

### बोध प्रश्न 2

- 1) देखिए उपभाग 1.4.1. आप पर्यटन के बदलते चरित्र पर विचार कीजिए।
- 2) देखिए उपभाग 1.4.2. यहाँ आपको पर्यटन उत्पाद की अनुमानित प्रवृत्ति और अन्य उत्पादों की सही प्रवृत्ति का अंतर बताना होगा।
- 3) देखिए उपभाग 1.4.3. भ्रमण मूलतः उसकी प्रेरणा से प्रभावित होता है।

### बोध प्रश्न 3

- 1) देखिए भाग 1.5. विभिन्न समाज पर्यटन के लिए विभिन्न प्रेरणा पैदा करते हैं।
- 2) देखिए भाग 1.5
- 3) देखिए भाग 1.6



---

## इकाई 2 पर्यटन को समझना-2

---

### इकाई की रूपरेखा

- 2.0 उद्देश्य
- 2.1 प्रस्तावना
- 2.2 बदलती प्रवृत्ति
- 2.3 पर्यटन का उद्देश्य
  - 2.3.1 सूर्य, समुद्र, रेत और सेक्स
  - 2.3.2 आराम, भ्रमण, नज़ारा, संस्कृति
  - 2.3.3 दोस्तों और रिश्तेदारों के यहाँ जाना
  - 2.3.4 व्यापारिक और प्रोत्साहन भ्रमण
  - 2.3.5 स्वास्थ्य और चिकित्सा
  - 2.3.6 खरीदारी
- 2.4 विशेष रुचि
- 2.5 वैकल्पिक पर्यटन
- 2.6 अन्य निर्धारक
  - 2.6.1 मनोवैज्ञानिक
  - 2.6.2 सामाजिक-राजनैतिक
  - 2.6.3 आर्थिक
  - 2.6.4 समय
- 2.7 सारांश
- 2.8 शब्दावली
- 2.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

---

### 2.0 उद्देश्य

---

यह इकाई पढ़ने के बाद आप :

- पर्यटन के विकास के कारणों को रेखांकित कर सकेंगे;
- पर्यटन के क्षेत्र में बढ़ती विविधता को निर्धारित करने वाले विभिन्न प्रेरकों को परिभाषित कर सकेंगे;
- जन पर्यटन और छुट्टियों के दिनों में नियोजित पर्यटन (पैकेज होलीडे) के उद्भव और विकास को समझ सकेंगे;
- पर्यटन की मांग को प्रभावित करने वाले कारकों और व्यक्तियों की निर्णय निर्माण प्रक्रिया को प्रभावित करने वाले कारकों का विश्लेषण कर सकेंगे; और
- प्रेरणा, गंतव्य और पर्यटन उत्पादों का आपसी संबंध निर्धारित कर सकेंगे।

## 2.1 प्रस्तावना

इकाई 1 में हमने पर्यटन के विभिन्न प्रकारों और स्वरूपों की चर्चा की। आज का पर्यटन 50 वर्ष से पहले के पर्यटन जैसा नहीं है और आने वाले वर्षों में भी इसमें काफी परिवर्तन होगा। इस बदलाव की प्रक्रिया में प्रेरणा की एक महत्वपूर्ण भूमिका होगी।

वस्तुतः पर्यटक की प्रेरणा या उद्देश्य का पर्यटन उद्योग के विविध घटकों पर काफी प्रभाव पड़ता है। प्रेरणा से केवल पर्यटकों का व्यवहार ही निर्धारित नहीं होता बल्कि पर्यटन की भविष्यगत ज़रूरतों के निर्धारण के लिए उनका आलोचनात्मक विश्लेषण भी किया जाता है। इसलिए पर्यटक पेशेवरों या पर्यटन अध्ययन के विद्यार्थियों के लिए यह जानना जरूरी है कि लोग भ्रमण/यात्रा क्यों करते हैं? इस प्रश्न के साथ एक सवाल यह भी जुड़ा हुआ है कि किसी खास स्थल को ही पर्यटक क्यों चुनते हैं या क्यों कोई खास स्थल ही पर्यटकों को आकर्षित करता है? इस इकाई में विभिन्न प्रेरक तत्वों के साथ-साथ पर्यटन में बदलती प्रवृत्तियों की भी चर्चा की गई है।

## 2.2 बदलती प्रवृत्ति

19वीं शताब्दी तक आते-आते पर्यटन को प्रेरित करने वाले तत्वों में काफी परिवर्तन हो गया और अब केवल व्यापार और धर्म ही प्रेरक तत्व नहीं रह गए। यूरोप और अमेरिका में आज यह केवल कुलीन तंत्र की जीवन शैली का एक अंग नहीं रह गया है बल्कि व्यापारियों और पेशेवर वर्ग के लिए भी पर्यटन आम बात हो गई है। अब उद्योग में काम करने वाले कर्मचारी भी पर्यटन का शौक पूरा कर सकते हैं।

दो विश्व युद्धों के बीच औद्योगिक देशों में उन्हें अवकाश का अधिकार प्राप्त हुआ और इसके साथ-साथ उनकी अपेक्षाएं भी बढ़ीं। तकनीकी विकास के कारण परिवहन के साधन (खासकर ऑटोमोबाइल) सुलभ हो गए और युद्धोत्तर काल में आर्थिक उछाल आने से मंदी के दौर के मुकाबले आर्थिक स्थिति काफी बेहतर हो गई। युद्धोत्तरकालीन यह आर्थिक उछाल 1960 के दशक में चारों ओर तेजी से फैलने लगा और पूरे विश्व में पर्यटन जन-जन तक पहुँच गया। इन बदलावों का असर न केवल पर्यटन की प्रकृति पर पड़ा बल्कि इससे पर्यटन संबंधी गतिविधियों में हिस्सा लेने वालों की संख्या में भी वृद्धि हुई।

आज भारत में जन पर्यटन एक परिघटना के रूप में उभर कर सामने आ रहा है। 1950 के दशक तक अधिकांश देशों में यह परिघटना घरेलू पर्यटन तक ही सीमित थी। 1930 और 40 के दशक में कुल पर्यटक गतिविधि में अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन का हिस्सा लगभग 5 प्रतिशत था। 1970 का दशक आते-आते अमेरिका, ब्रिटेन और यूरोप से लंबी छुट्टियाँ बिताने वाले लोगों में से 20 प्रतिशत लोग विदेश भ्रमण करने लगे। यूरोप में समुद्र तट पर बसे आराम गृहों और स्वास्थ्य गृहों और अमेरिका में गर्मियों में राष्ट्रीय उद्यानों और प्राकृतिक माहौल के बीच जन पर्यटन का नज़ारा देखने को मिलने लगा। मध्यवर्ग के पर्यटक रेल या कार से यात्राएँ करते हैं, सस्ते अतिथि गृहों, होलीडे कैम्पों में ठहरते हैं या अपने मित्रों या संबंधियों का आतिथ्य ग्रहण करते हैं।

निजी ऑपरेटर या संयोजक सस्ता आवास और भोजन उपलब्ध कराते हैं और पर्यटन स्थल पर मनोरंजन और आराम का हर संभव प्रयास करते हैं। इस आंदोलन के नेता ब्रिटेन, फ्रांस और जर्मनी हैं। 'पैकेजिंग' का यह आरंभिक विचार जल्द ही उच्च श्रेणी तक पहुँच गया और उन्होंने तैराकी, टेनिस और नृत्य जैसी सुविधाएँ प्रदान करनी शुरू कर दीं। जो लोग कम से कम बंधन में और उन्मुक्त भाव से छुट्टी मनाना चाहते हैं उनके लिए तम्बू कारवां



और कुटीरों व झोपड़ियों की भी व्यवस्था की जाती है। युवा फ्रांसीसी परिवार का एक समूह पूरे तौर पर छुट्टी मनाने के लिए घर से निकला और उन्होंने जिस ढंग से छुट्टी मनाई उससे "क्लब मेदीतेरेनी" बना और एक "पूर्ण विश्राम" की अवधारणा सामने आई। धीरे-धीरे यह अवधारणा दुनिया के सभी हिस्सों में फैल गई। "पूर्ण विश्राम" इस अवधारणा को वाणिज्यिक रूप में ढालने के लिए अतिरिक्त निपुणता और कुशलता की ज़रूरत थी। 20वीं शताब्दी आते-आते यात्रा-व्यापार ने यह योग्यता हासिल कर ली। पर्यटन उत्पाद के आपूर्तिकर्ता के रूप में उन्होंने अपनी कार्यक्षमता का विस्तार किया और अपनी विपणन निपुणता को तीक्ष्ण किया। बाजार की छानबीन करने और शोध करने पर प्रेरणा की अवधारणा स्पष्ट हुई। यह भी मालूम हुआ कि पर्यटकों के विभिन्न समूहों में प्रेरणा विभिन्न रूपों में पाई जाती है और यह हमेशा परिवर्तनशील है। इस प्रेरणा को परखने-संभालने के लिए विशेषज्ञता हासिल की गई और इस क्रम में विभिन्न प्रकार के पर्यटन का उदय हुआ और पर्यटकों की संख्या में भी वृद्धि हुई।

आज पूरे विश्व में विभिन्न राष्ट्रीय अर्थव्यवस्थाओं और अंतर्राष्ट्रीय अर्थव्यवस्था पर पर्यटन का प्रभाव स्पष्ट है। जल्द ही पर्यटक स्थल एक सक्षम बाज़ार के रूप में परिणत हो गए। जिस पर्यटक स्थल में पचाने की जितनी अधिक क्षमता थी वह उतनी ही तेजी से विकसित हुआ और इन्होंने जल्द ही "पर्यटक बस्ती" का रूप ले लिया। यहां एक खास तरह की बनी बनाई सुविधाएं उपलब्ध होती थीं। आज नए पर्यटन स्थलों का विकास किया जा रहा है और अब बने बनाए पर्यटन मानदंडों के स्थान पर जातीय या देसी माहौल को प्राथमिकता दी जा रही है। इन सभी स्थानों में स्थानीय संस्कृति और पहचान का एक सा माहौल बनाया जाता है।

## 2.3 पर्यटन का उद्देश्य

आपके मन में कुछ सवाल उठ सकते हैं, जैसे पर्यटन किन बातों से प्रेरित होता है? पर्यटन क्यों? पर्यटन का उद्देश्य क्या है? ये कुछ ऐसे महत्वपूर्ण सवाल हैं जिनका एक पर्यटक पेशेवर या उद्यमी के लिए उत्तर जानना अतिआवश्यक है।

### 2.3.1 सूर्य, समुद्र, रेत और सेक्स

अमेरिकी शैली में इसे 4 S फार्मूला (Sun, Sea, Sand and Sex) कहा जाता है। शीतोष्ण जलवायु को छोड़ ऊष्णकटिबंधीय जलवायु का आनंद लेने गए पर्यटक समुद्र स्नान (रेतीले) और अच्छे मौसम (चमकते सूरज) की अपेक्षा रखते हैं। आजकल त्वचा के पीत वर्ण को धूप में जलाकर भूरे या कथई रंग का करने का फैशन चल गया है। कुछ लोग अपने इस शौक को पूरा करने के लिए भी धूप सेंकने जाया करते हैं। स्वास्थ्य के प्रति आज लोग सनक की हद तक सचेत हो गए हैं और इसी कारण आलस्य छोड़ कुछ सक्रिय होना चाहते हैं। कुछ लोग भीड़ के बीच रहना ही पसंद करते हैं। परंतु जो लोग इनसे बचना चाहते हैं वे अफ्रीका या एशिया की ओर रुख करते हैं। उदाहरण के लिए, आप समुद्र तट पर यह कहते हुए सुन सकते हैं कि "आह कितनी शांति है यहाँ। कितनी अच्छी जगह है। मुझे उम्मीद है कि अपने घर की तरह यहाँ भीड़-भाड़का नहीं होगा।"

कई विश्लेषक इस (4 S) फार्मूले को "बस्ती का पर्यटन" कहकर संबोधित करते हैं। उनके अनुसार इस प्रकार के पर्यटन में बनावटीपन होता है और इसी के कारण पर्यटकों की छवि या पर्यटकों की दृष्टि में एक बनावटीपन आ जाता है। होटल परिसर, होलीडे टूर और हिल रिसॉर्ट (पहाड़ी विश्राम स्थल) इसके अच्छे उदाहरण हैं। वे वहीं खेल खेलते हैं, वहीं अखबार पढ़ते हैं, वहीं टी. वी. कार्यक्रम देखते हैं, और वहीं खाना खाते हैं, बस स्थान बदल जाता

है। वहां प्रकृति और मनोरम दृश्यों के बीच ये सारी गतिविधियां होती हैं। एक से सांचे में ढले इस प्रकार के आराम-गृहों में अगर कुछ अलग होता है तो वह है वहां के स्थानीय लोग और इतना ही उस देश के प्रतिनिधित्व (जहाँ वह आराम गृह या रिसॉर्ट है) और माहौल के लिए पर्याप्त माना जाता है। "क्लब मेड" इसी प्रकार का एक मॉडल है जिसे अक्सर सर्वाधिक ईमानदार पर्यटन फार्मूला माना जाता है। हालांकि सुसंस्कृत आलोचक इसकी आलोचना करते हैं क्योंकि यह कई वास्तविक क्रियाकलापों को समाहित करता है और खुलकर अपने मनोरंजन और आराम जैसे उद्देश्यों की घोषणा करता है-"यह स्वर्ग का विचार है, नंदन कानन है, जहां लोग उन्मुक्त और स्वतंत्र भाव से घूमते हैं और सभी अपने-अपने में मस्त रहते हैं।" यह असली जिंदगी है और इस प्रकार की जिंदगी दुनिया के कई क्षेत्रों में मौजूद है जहां आप अपने को प्रकृति के हवाले कर उन्मुक्त रूप से जीवन का आनंद ले सकते हैं। छुट्टी के इस माहौल में चमक-दमक, उल्लास, खुशी, मनोरंजन, खेलकूद और उत्तम भोजन की व्यवस्था होती है जहां रोज के व्यस्त जीवन से भी मुक्ति मिलती है। संस्कृति के विभिन्न पक्षों को दिखाने के लिए स्थल दर्शन की व्यवस्था की जाती है और स्थानीय महिलाएं और पुरुष अपने कला-कौशल और नृत्य आदि से पर्यटकों का मनोरंजन करते हैं। लेकिन ये पर्यटक स्थानीय लोगों और कलाकारों को भ्रष्ट बनाते हैं। वहाँ स्थानीय लोगों का मुख्य उद्देश्य पैसा कमाना होता है और इसके लिए वे पर्यटकों की हर गुस्ताखी बर्दाश्त करते हैं।

हाल में, 4 S फार्मूले में गोल्फ को भी शामिल किया गया है। विश्व के समृद्ध देशों, और खासकर जापान में यह खेल काफी लोकप्रिय है। गोल्फ खेलने के लिए ज्यादा पर्यटक हवाई और आस्ट्रेलिया जाते हैं। क्योंकि वहां गोल्फ के साथ-साथ समुद्र तट का भी आनंद उठाया जा सकता है। जापान में यह खेल काफी महंगा है और जगह की भी कमी है। इस मांग को देखते हुए एशिया के सभी देश उपयुक्त स्थान पर ज्यादा से ज्यादा गोल्फ के मैदान बनाने का प्रयास कर रहे हैं। पर्यावरण को सुरक्षित रखने की दृष्टि से कई पर्यटन विशेषज्ञ गोल्फ पर्यटन आलोचना नहीं करते हैं। पर, जापान में ही इस संबंध में कई अध्ययन हुए हैं और इस प्रकार के अध्ययन से पता चला है कि मैदान को हरा भरा रखने के लिए जिन रसायनों का इस्तेमाल किया जाता है वे रसायन ज़मीन के अंदर पानी के स्रोत को गंदा करते हैं और वे औद्योगिक प्रदूषण के समान ही घातक हैं।

### 2.3.2 आराम, भ्रमण, नज़ारा, संस्कृति

ऐसे पर्यटक एक जगह टिककर नहीं रहना चाहते। वे घूमना चाहते हैं, चीज़ों को देखना-समझना चाहते हैं। वे विभिन्न देशों, स्मारकों, लोगों, महलों और संस्कृतियों को बस एक नजर देखना चाहते हैं। आत्म ज्ञान और आत्म संतोष इनकी मुख्य प्रेरणाएँ हैं। इन पर्यटकों के पास एक कैमरा अवश्य होता है जिनके "टूरिस्टिक लेंस" को यथार्थ से भी ज्यादा विश्वसनीय माना जाता है। वे पर्यटन स्थलों को अपनी दृष्टि (पर्यटकीय दृष्टि) से देखते हैं और इससे उन्हें स्थल चुनने और कार्यक्रम बनाने में मदद मिलती है।

इस प्रकार के पर्यटक 4 S फार्मूले वाले पर्यटकों की अपेक्षा ज्यादा जगहों पर घूमते हैं। परिवहन सुविधा और होटल में ठहरने की व्यवस्था करने के लिए उन्हें सुनियोजित यात्रा कार्यक्रम और सूची भी बनानी पड़ती है। हालांकि इनकी रुचियों में काफी विविधता होती है पर आमतौर पर सेवाओं की मांग एक समान होती है। अक्सर यह देखा जाता है कि एक खास स्थान या स्थानों और एक खास मार्ग पर ही पर्यटकों को भ्रमण कराया जाता है। इस प्रकार ये पर्यटक जन पर्यटन श्रेणी में भी गिने जाते हैं।

### 2.3.3 दोस्तों और रिश्तेदारों के यहाँ जाना

भारत में इस प्रकार का घरेलू पर्यटन काफी लोकप्रिय है। उदाहरण के लिए, वेणुगोपाल अपने दोस्त के यहाँ दिल्ली जाना चाहता है। वह दिल्ली के पर्यटन स्थलों को देखने का भी निर्णय लेता है। वह आगरा जाकर अपने सहपाठी नदीम से भी मिल सकता है और वहाँ ताजमहल भी देख सकता है।

इस प्रकार के यात्रियों से परिवहन क्षेत्र को लाभ होता है। पर आवास, भोजन और पेय सेवाएँ प्रदान करने वाले लोगों के लिए इस प्रकार के यात्री आर्थिक दृष्टि से बहुत महत्वपूर्ण नहीं होते हैं। इसका कारण यह है कि वे अपने मेजबान अर्थात् दोस्त या रिश्तेदार के साथ ठहरते हैं और उन्हीं के साथ भोजन करते हैं। अगर कोई दोस्त या रिश्तेदार नहीं मिलता है तो वे किसी के माध्यम से अपने ठहरने का इंतजाम कर लेते हैं। उनके पास घूमने का एक सीमित दायरा होता है पर जिस शहर में वे टिकते हैं। वहाँ के पर्यटन स्थलों को देखने की उत्सुकता उनमें होती है।

उदाहरण के लिए, अगर आप अपने दोस्त के पास मुंबई जाएंगे तो वहाँ के समुद्र तटों, पार्कों, ढाबों का आनंद उठाएंगे और खरीददारी भी करेंगे। आप एलिफेंटा की गुफाओं को भी देखना चाहेंगे।

अपने परिवार या दोस्तों से मिलने आए प्रवासी गुजरातियों के लिए गुजरात पर्यटन ने आकर्षक “घर की याद” (Roots) पर्यटन कार्यक्रम बनाया है। उन्होंने अपने राज्य और पड़ोसी राज्यों के प्रमुख पर्यटन स्थलों और शहरों को आपस में जोड़ दिया है।

दोस्तों और रिश्तेदारों के यहाँ जाने वाले पर्यटक व्यापारी यात्री के ही समान पर्यटन की ऊपरी सुविधाओं का उपयोग करते हैं और घरेलू तथा अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों के साथ सुनियोजित कार्यक्रम के तहत पर्यटन स्थलों को देखने जाते हैं। इस प्रकार के पर्यटक अपनी रुचि का स्थान चुनते हैं और वहाँ रहने वाले अपने दोस्त या रिश्तेदार के मेहमान बनते हैं। भारत में इस प्रथा का बहुत चलन है। वे अपनी संस्था से एल.टी.सी. प्राप्त करते हैं और ठहरने के लिए रिश्तेदार के घर जाकर टिक जाते हैं। इससे उनके पास घूमने-फिरने और खरीददारी करने के लिए पर्याप्त राशि बची रहती है।

### 2.3.4 व्यापारिक और प्रोत्साहन भ्रमण

व्यापारी यात्री और छुट्टी मनाने वाले लोगों में कभी-कभी अंतर करना मुश्किल हो जाता है। इनमें एक ही अंतर होता है कि काम और व्यापार के उद्देश्य से निकलने वाले यात्री की दिशा पर्यटन केंद्रों या रिसॉर्ट की ओर नहीं बल्कि व्यापार और वाणिज्य या राजनैतिक केंद्रों की ओर होती है। वे संचार और सचिवालयीय सुविधाओं, बैठक और सम्मेलन सुविधाओं, किराए की कार और आवास जैसा होगा की मांग कर सकते हैं। मनोरंजन संबंधी सेवाओं के प्रति उनका आग्रह कम होता है पर आजकल ऐसे पर्यटकों में स्वीमिंग पूल और हेल्थ क्लब काफी लोकप्रिय हो रहे हैं।

आजकल पर्यटन स्थलों पर सम्मेलन, मेला और प्रदर्शनी आयोजित करने का चलन बढ़ गया है। आज कई संगठन ऐसा सोचते हैं कि उसके अधिकारीगण मनोरम माहौल में ज्यादा सृजनात्मक और उत्पादक साबित होंगे। इस कारण पर्यटन स्थलों पर इस प्रकार के कंपनी-सम्मेलनों की संख्या में बढ़ोत्तरी हुई है। सार्वजनिक और निजी क्षेत्र, संगठन और पेशेवर निकाय, (FHRAI, TAAI, IAT आदि) मजदूर संगठन और राजनैतिक दल भी सम्मेलन सह पर्यटन परिसरों के ग्राहक हैं।

संचार और विशेषज्ञता की आवश्यकता को देखते हुए संगठनों की वार्षिक बैठकें आयोजित की जाती हैं। और पेशेवर निकाय न केवल नए विचारों और रणनीतियों पर विचार विमर्श के लिए इकट्ठे होते हैं। बल्कि उन्हें अपने नये उत्पाद, नई प्रवृत्तियों या उत्पाद वस्तुओं का प्रदर्शन भी करना होता है।

मेला और प्रदर्शनी अर्थव्यवस्था के स्वस्थ होने की निशानी हैं और इसके माध्यम से लोगों को आस-पास के पर्यटन स्थलों को देखने का अवसर भी मिल जाता है। इधर हाल में पर्यटन उद्योग में प्रोत्साहन भ्रमण का चलन काफी बढ़ा है। कोई संस्था अपने किसी कर्मचारी के काम से खुश होकर उसे इनाम स्वरूप घूमने के लिए प्रायोजित करती है। सभी कर्मचारी इस प्रकार के प्रायोजित पर्यटन की उम्मीद रखते हैं क्योंकि अन्य उपभोक्ता वस्तुएं या तो उनके पास होती हैं या हो सकती हैं। पर उनमें से 10 से 15% लोग ही विदेश यात्रा का खर्च वहन कर सकते हैं।

दूसरे, संस्थानों द्वारा प्रायोजित यात्राओं और उनमें प्रदत्त सुविधाओं का स्तर कर्मचारी की हैसियत (व्यक्तिगत) से ऊंचा होता है। वह अपने खर्चे पर ऐसी सुविधाओं और सेवाओं का उपयोग नहीं कर पाता है।

अधिकांश टूर ऑपरेटर (पर्यटन संचालक) प्रोत्साहनमूलक या प्रायोजित भ्रमण बाजार को काफी फायदेमंद मानते हैं क्योंकि इससे उन्हें ज्यादा पैसा मिलता है और इसका भुगतान कर रहे लोगों को इस स्तर के खर्चे और स्वाद का बहुत पता नहीं होता। वे इस प्रकार की दुनिया से अनभिज्ञ होते हैं। इस प्रकार की सेवाएं कई बार जन पर्यटकों की श्रेणी में बदल जाती हैं जिनका उद्देश्य रिसॉर्ट या स्थल दर्शन होता है। भारतीय टूर ऑपरेटर संघ (IATO) की दृष्टि में भारत जैसे विशाल देश में जहां रुकने और देखने के लिए काफी कुछ है, प्रोत्साहनमूलक भ्रमण बाजार एक प्रमुख क्षेत्र है।

### 2.3.5 स्वास्थ्य और चिकित्सा

इस श्रेणी में अस्पतालों, उपचार घरों एवं विशेष रूप से स्वास्थ्य व सामाजिक संस्थानों से प्राप्त चिकित्सा सेवाएँ शामिल हैं।

### 2.3.6 खरीदारी

इस श्रेणी में स्वयं के उपयोग के लिए या उपहार के रूप में उपभोक्ता वस्तुओं को खरीदना शामिल है। पुनर्विक्रय के लिए अथवा भविष्य की उत्पादक प्रक्रिया में उपयोग के लिए खरीदे गए सामान को नहीं शामिल किया जाता है। (उस मामले में उद्देश्य व्यवसाय और पेशेवर होगा)।

#### बोध प्रश्न 1

1) पूर्ण विश्राम अवधारणा से आप क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2) 4S फार्मूला क्या है ?

.....

.....

.....

.....

.....

3) रिश्तेदारों और दोस्तों के यहां जा रहे पर्यटक आवासीय उद्योग के लिए क्यों महत्त्व नहीं हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

4) व्यापार, काम और सम्मेलन से पर्यटन को किस प्रकार बढ़ावा मिलता है?

.....

.....

.....

.....

.....

## 2.4 विशेष रुचि

समकालीन संस्कृति में उच्च और निम्न संस्कृतियों के बीच की सीमा रेखा मिटती जा रही है और पर्यटन, कला, शिक्षा, फोटोग्राफी, टी.वी., संगीत, खेल-कूद, खरीददारी और स्थापत्य आदि जैसे विभिन्न सांस्कृतिक स्वरूपों का अंतर समाप्त होता जा रहा है। पर्यटन में इन सभी स्वरूपों को विशेष रुचि क्षेत्र के अंतर्गत रखा जाता है और यह जन पर्यटन से अलग होता है क्योंकि इसमें यह माना जाता है कि एक ही पर्यटन स्थल पर जाने वाले सभी पर्यटकों की रुचि एक प्रकार की नहीं होती है। पर इन पर्यटकों की अभिरुचि और प्रवृत्ति में भी समानता खोजी जाती है और विभिन्न सेवाएं उपलब्ध कराने वाले अंततः विशेष रुचि क्षेत्र को भी विभिन्न श्रेणियों में डाल देते हैं। हालांकि विभिन्न सामाजिक वर्गों की बढ़ती और बदलती शक्ति द्वारा भी विशेष रुचि पर्यटन के लिए सांस्कृतिक उत्पादन के इन क्षेत्रों का महत्त्व निर्धारित होता है। विश्व युद्ध के बाद के वर्षों में मजदूर वर्ग की सामूहिक शक्ति के बिखराव और नौकरी पेशा तथा मध्यवर्ग की शक्ति में वृद्धि होने से पश्चिम में पर्यटन का नया स्वरूप सामने आया। इन वर्गों द्वारा निर्मित नई सांस्कृतिक अर्थव्यवस्था का संबंध लोगों की जागरूकता, मनोवृत्ति, रुचि और नापसंदगी से है। विशेष रुचि पर्यटन “प्राकृतिक” मौज मस्ती को नकारता है और इसे अशिष्ट, घटिया और नीच वृत्ति का मानता है। इसके

स्थान पर वह परिष्कृत, तटस्थ और सुखद आनंद का विकल्प रखता है जो नए सत्ताधारी संभ्रांत पुराने अमीर और कामकाजी वर्ग के बीच का अंतर संस्कृति और कला में ढूँढने का प्रयास करता है।

अध्ययन से पता चला है कि इस प्रकार के पर्यटक अच्छे काम और बाजार स्थिति के साथ-साथ शैक्षिक स्तर से प्रभावित होते हैं और इससे उनको सुख मिलता है। मुख्य रूप से 30 से 40 वर्ष की उम्र वाले लोग इसमें शामिल होते हैं। इस प्रकार के पर्यटक बुद्धिजीवियों के समान सोचते हैं और ये संस्कृति के मूल में जाने का प्रयत्न करते हैं। उनकी रुचि संग्रहालयों और लोक कला, खेल-कूद, पर्वतारोहण या पद यात्रा में होती है। कई लेखक उनके आचरण को "दिखावे की गरीबी" कहते हैं जो उनके वस्त्रों और पहनावे से नजर आती है। प्रकृति से उन्हें काफी लगाव होता है।

विशेष रुचि के पर्यटकों में केवल मध्य आय वाले लोग ही नहीं होते हैं। मीडिया, विज्ञापन और डिजाइन क्षेत्रों में वे फैशन, बदलाव और शैली के प्रति काफी सजग होते हैं। उनकी नैतिकता मनोरंजन को एक आचार के रूप में देखती है वे अनूठेपन को रुचि के रूप में खोजते हैं। परंपरागत होलीडे कैम्प और रिसॉर्ट को वे हेय मानते हैं क्योंकि उनके लिए यह कुरुचि का प्रतीक है। वे स्वस्थ भोजन, शाकाहारी भोजन, विरासत और पैदल चलने, साइकिल चलाने, तैरने और मछली मारने जैसे प्राकृतिक गतिविधियों में रुचि रखते हैं। ब्रिटेन में पैकेज टूर की बढ़ोत्तरी के खिलाफ वास्तविक छुट्टी का अभियान आरंभ हुआ है। विशेष रुचि पर्यटक जन पर्यटन की तुलना आधारभूत उत्पादों के बजाए बीयर, ब्रेड और आइसक्रीम जैसी चीजों के बड़े पैमाने पर उत्पादन से करते हैं। वे इस बात पर बल देते हैं कि लोगों को अपनी-अपनी रुचि के अनुरूप कार्य करना चाहिए। वास्तविक छुट्टी अभियान के मुख्य बिंदु इस प्रकार हैं:

- क) वे भीड़-भाड़ से दूर मालदीव, बोलिविया या लक्षद्वीप जैसी जगहों पर जाना पसंद करते हैं। अतः उनके लिए पर्यटन हेतु सारा विश्व खुला है, और
- ख) वास्तविक पर्यटक बड़ी-बड़ी कंपनियों की बजाय विशेषीकृत एजेंट या ऑपरेटर की सहायता लेते हैं। जो भ्रमण के दौरान उनकी स्वतंत्रता में खलल नहीं डालते हैं। इन छोटे-छोटे विशेष भ्रमणों और यात्राओं से नई-नई खोज तो की जा सकती है पर पर्यटन यात्राओं को बढ़ावा नहीं दिया जा सकता है।

विशेष पर्यटकों के पास विभिन्न देशों से संबंधित उपयोगी पुस्तकों की सूची उपलब्ध होती है। वह पर्यटन से ज्यादा भ्रमण पर बल देते हैं, वे निजी रुचि पर बल देते हैं, बने बनाये भ्रमण कार्यक्रम को वे पसंद नहीं करते, वे नई-नई चीजों के बारे में जानना चाहते हैं। वे देहातों में जाते हैं और वहां के लोगों में सम्मान की भावना जगाने के लिए विभिन्न प्रकार की ऐतिहासिक कथाएं सुनाते हैं। वे पर्यटन के साथ-साथ स्थानीय लोगों के सम्मान, अधिकार, रीति-रिवाजों और संस्कृति की रक्षा करने के हिमायती हैं। प्रकृति को बचाकर रखना भी उनका प्रमुख ध्येय है। उनकी इस कार्य पद्धति को "पर्यटन अधिकार बिल" की संज्ञा दी जा सकती है।

इस प्रकार के पर्यटकों के लिए राज्यकीय गृहों, क्षेत्रों या इलाकों को पर्यटन आकर्षण केंद्र के रूप में विकसित किया गया है, कारखाने संग्रहालय में तबदील हो गए हैं, महलों, औद्योगिक स्थलों और पर्यावरण क्षेत्र में उत्सव आयोजित किए गए हैं और विषय आधारित उद्यानों का विकास किया गया है। शिल्प और कला प्रदर्शन द्वारा विषय व विरासत स्थलों को अनुभवों में परिणत कर दिया गया है जहां लोग पुनरुत्थान की गतिविधियों को देख सकेंगे, उनमें हिस्सा ले सकेंगे और उससे कुछ सीख सकेंगे। इस प्रकार वो अपनी विरासत

और परंपरा को बचा कर रख सकते हैं। उनकी दृष्टि में पर्यटन को महत्व अपनी विरासत को बचाकर रखने में है, उसे नष्ट करने में नहीं। इस प्रकार के पर्यटक अपनी छुट्टियों का उपयोग पर्यावरण शुद्ध करने, समुद्र तटों और पहाड़ी ढलानों पर जमा कूड़ा करकट को साफ करने और वन्य जीवन को बचाने के लिए करते हैं।

अपने ग्राहकों की तरह, विशेष टूर ऑपरेटर पर्यावरण संरक्षण के लिए स्थानीय सरकार पर दबाव डाल सकते हैं। बड़ी संख्या में पर्यटकों के आगमन से पर्यटन स्थलों के सौंदर्य, प्राकृतिक छटा और रीति रिवाजों को बचाए रखने के लिए ऐसा करना जरूरी है। वे हाथ से बनी कलात्मक और स्थानीय वस्तुओं को खरीददारी, देसी घरों में आवास, देसी कपड़े पहनने, स्थानीय भोजन और पेय पर बल देते हैं। हालांकि कभी-कभी विशेष रुचि भ्रमण और पर्यटक भी बने बनाए ढांचे में चलते हैं जिसे हम विश्वसनीय या वास्तविक कह सकते हैं या जो किसी स्थल विशेष के बारे में एक खास नजरिया रखते हैं। उदाहरण के लिए, यूरोप जाने वाला एक अमेरिकी अपने को अंतर्राष्ट्रीय शरणार्थी समझने लगेगा। उसे ऐसा लगेगा कि वह एक ऐसी धीमी खिसकती पंक्ति में खड़ा है जिसका कोई अंत नहीं दिख रहा है। "जल्दी-जल्दी आगे बढ़ो यहां सभी स्मारक एक जैसे हैं मैं अभी तक किसी भी स्थानीय व्यक्ति से नहीं मिल पाया हूँ। इस कार्यक्रम में तो मिलना कठिन प्रतीत होता है। क्या तुम समझते हो कि हमें कभी ऐसा मौका मिलेगा, कतई नहीं, हमें एक कार्यक्रम देखने जाना है"। इस प्रकार के कथन आमतौर पर सुनने को मिल जाएंगे। पर्यटन मौसम में इतनी भीड़ होती है कि एक पर्यटक को भव्य दृश्य का भी ख्याल नहीं रहता और फोटो देखने के बाद उसे याद आता है कि अरे, यह ऐसा भी था।

### बोध प्रश्न 2

- 1) विशेष रुचि पर्यटक की जरूरतों पर विचार कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

- 2) वास्तविक छुट्टी की अवधारणा पर विचार कीजिए।

.....

.....

.....

.....

.....

## 2.5 वैकल्पिक पर्यटन

वैकल्पिक पर्यटक सब कुछ अलग ढंग से करना चाहते हैं। वे पर्यटकों के कम से कम और स्थानीय संस्कृति के ज्यादा से ज्यादा संपर्क में रहना चाहते हैं। वे विशेष "पर्यटक आवास, परिवहन और अन्य पर्यटक सेवाओं के उपयोग से बचने का प्रयास करते हैं। वे स्थानीय

जनता के साथ सफर करना चाहते हैं। इस प्रकार वे उनके जीवन के पहलू से वाकिफ होना चाहते हैं।

कई पर्यटक पर्यटन स्थलों पर जन पर्यटन के पड़ने वाले निषेधात्मक प्रभावों के कारण विकल्पों का चुनाव करते हैं। टूर ऑपरेटर इस क्षेत्र में भी विशेषज्ञता प्राप्त कर सकते हैं जहां बनी बनाई सुविधाओं के बजाए स्थानीय लोगों और उनकी संस्कृति पर बल दिया जाता हो। इस प्रकार के ट्रिप लंबी अवधि के भी हो सकते हैं। परंपरागत रूप से दो सप्ताह की छुट्टी वाले ट्रिप से इसकी लागत कम होती है। इसके बावजूद इसे ऊंचे दामों पर भी बेचा जा सकता है।

“स्थानीय मित्रों” के साथ यात्रा और राजनैतिक, सामाजिक और धार्मिक परंपराओं को अपने ढंग से समझना, इस प्रकार के पर्यटन का मुख्य उद्देश्य है। इस प्रकार के पर्यटक दूर दराज के ग्रामीण इलाकों और कबीलाई क्षेत्रों या पूर्व-महाराजाओं के महलों की ओर ज्यादा आकर्षित होते हैं। ये आम जनता के साथ सफर करना पसंद करते हैं। वे आम बाजारों में घूमना चाहते हैं जहां स्थानीय रंग हो, ऊंट या खच्चरों पर यात्रा करते और सामान ढोते लोगों से मुलाकात हो सके। ये नौका यात्रा या पहाड़ों पर चढ़ने का आनंद भी उठाना चाहते हैं।

भारत एक लोकप्रिय वैकल्पिक पर्यटन स्थल है। यहाँ “पुरातन और आधुनिक, अनुष्ठान और शहरीपन का अद्भुत मिश्रण, स्थानीय रंग और जीवन से साक्षात्कार होता है”।

## 2.6 अन्य निर्धारक

इसके पहले हमने कई प्रकार के प्रेरणा तत्वों का उल्लेख किया है। उसके अलावा भी पर्यटन को निर्धारित करने वाले कई निर्धारक तत्व मौजूद हैं।

### 2.6.1 मनोवैज्ञानिक

क्या पर्यटन वांछनीय है? क्या इससे पर्यटक और पर्यटन स्थल को कुछ लाभ होता है? क्या यह लक्ष्य प्राप्ति का उचित माध्यम है? पर्यटन रोजमर्रा के जीवन से मुक्ति दिलाता है। वस्तुतः यह ऐसी जरूरत है जो मनुष्य को स्वस्थ और तरोताजा बनाती है। मनुष्य अपने घरेलू वातावरण से दूर मुक्त वातावरण में विश्राम करता है। इस अर्थ में यह एक प्रकार का मनोवैज्ञानिक विश्राम है। इस प्रकार की आवश्यकता महसूस कराने में सहकर्मियों, पड़ोसियों और दोस्तों का योगदान महत्वपूर्ण होता है। वे हमारी रुचियों को तो प्रभावित करते ही हैं, इस दिशा में सोचने के लिए भी बाध्य करते हैं।

वर्ष में एक बार किसी खास समय में किसी खास स्थान के लिए प्रस्थान करना आज फैशन का एक अंग भी हो गया है। कपड़ों के फैशन के समान पर्यटन का फैशन भी चल पड़ा है। किसी खास समय में बार-बार अपनी मनपसंद की जगह (पहाड़ पर या समुद्र तट पर) जाने के पीछे एक सुरक्षा की भावना भी कार्य कर रही होती है। आज हम जैसे किसी खास ब्रांड की चीज खरीदते हैं और यही हमारी आवश्यकता बन जाता है उसी प्रकार पर्यटन भी हमारे जीवन का एक महत्वपूर्ण पक्ष हो गया है।

### 2.6.2 सामाजिक-राजनैतिक

कई समाज को तरोताजा बनाने के लिए पर्यटन को प्रोत्साहन देते हैं। कई राज्य अपने कर्मचारियों को पर्यटन सुविधाएं प्रदान करते हैं। कई देशों में मजदूर संघ काम से थके या, बीमार मजदूरों को चिकित्सा बीमा योजना के तहत स्वास्थ्य गृहों में भेजने का इंतजाम करते



हैं। भुगतान छुट्टियों से भी पर्यटन को बढ़ावा मिलता है। राजनैतिक व्यवस्था भी अपनी गतिविधियों द्वारा पर्यटन स्थलों को प्रोत्साहन देती हैं। इन स्थलों पर राजनैतिक सम्मेलन और गोष्ठियां आयोजित की जाती हैं।

### 2.6.3 आर्थिक

घूमने के लिए केवल इच्छा होना ही पर्याप्त नहीं होता है, इसके लिए पैसे की भी जरूरत पड़ती है। पर्यटन एक मनोवैज्ञानिक और सामाजिक जरूरत है पर इस आवश्यकता और इच्छा की पूर्ति के लिए पर्याप्त राशि की भी व्यवस्था होनी चाहिए। इसलिए व्यक्ति की आय भी पर्यटन को निर्धारित करने वाला एक प्रमुख तत्व है।

पश्चिम में अगर किसी व्यक्ति की आमदनी एक इकाई बढ़ती है तो वह पर्यटन पर डेढ़ इकाई खर्च करता है। इससे पता चलता है कि वे भ्रमण को कितना महत्व देते हैं। जहां आमदनी ज्यादा नहीं है और धन कुछ लोगों के हाथ में संकेद्रित है वहां पर्यटन के विकास की संभावना कम हो जाती है। आर्थिक मंदी के दौरान पैसे की कमी होती है और व्यापार तथा प्रोत्साहन भ्रमण में कटौती की जाती है। सरकार अपनी कर नीतियां और विदेशी मुद्रा देश से बाहर ले जाने की अनुमति देकर बहिर्गमन पर्यटन को बढ़ावा दे सकती है।

अन्य उपभोक्ता खर्च की तुलना में पर्यटन का खर्च भी एक महत्वपूर्ण मुद्दा है। विशेष सुविधाएं देकर और छूट देकर पर्यटन को लोकप्रिय बनाया जा सकता है और लोगों को घर से बाहर निकलने के लिए आमंत्रित किया जा सकता है।

### 2.6.4 समय

आमतौर पर लोग छुट्टियों में घूमने के लिए निकलते हैं। कई संस्थानों ने बीच-बीच में एक-एक छुट्टी के बजाय लंबी छुट्टियों का प्रावधान रखना शुरू कर दिया है ताकि लोग अपनी इस छुट्टी के दौरान विश्राम कर सकें या घूम फिर सकें। यूरोप में बसंत, ग्रीष्म और सर्दी के मौसम में इस प्रकार की छुट्टियों का प्रावधान है इस कारण वहां लोग अब वर्ष में दो-दो बार भ्रमण के लिए निकलने लगे हैं। भारत में भी यह प्रवृत्ति बढ़ी है। उदाहरण के लिए, जिन लोगों के बच्चे स्कूल जाते हैं वे लोग गर्मी और सर्दी की छुट्टियों में ही निकलते हैं। गर्मी की छुट्टियों में यह भ्रमण लम्बा हो सकता है और सर्दियों में छोटा। खर्च और समय से पर्यटन मांग काफी प्रभावित होती है। पर्यटन को बढ़ावा देने के लिए और अपनी आमदनी बढ़ाने के लिए पर्यटन उद्योग मौसम दर मौसम अपनी दरों में परिवर्तन करता रहता है।

व्यापार, परिवार, धार्मिक, शैक्षिक और सामाजिक कारणों से भी लोगों को घर से बाहर निकलना पड़ता है। इसी प्रकार सम्मेलन और गोष्ठियों, विवाह, उत्सव, या पारिवारिक समारोह या तीर्थयात्रा से भी पर्यटन की गतिविधियों में तेजी आती है।

भारत में घरेलू पर्यटकों के बीच तीर्थयात्रा काफी लोकप्रिय है। हजूर साहेब, अजमेर शरीफ या वैष्णो देवी की ओर जाती बसों के कारवें आपने अवश्य देखे होंगे।

पर्यटकों को आकर्षित करने और पर्यटन को बढ़ाने में आवासीय व्यवस्था, भोजन व्यवस्था या विशेष आयोजन और छूट आदि का भी योगदान होता है।

**बोध प्रश्न 3**

1) वैकल्पिक पर्यटन को पर्यटन के लिए सर्वाधिक सकारात्मक प्रेरणा क्यों माना जाता है।

.....

.....

.....

.....

.....

2) पर्यटन को आगे बढ़ाने में सरकारें क्या भूमिका निभा सकती हैं ?

.....

.....

.....

.....

.....

3) छुट्टी और पर्यटन एक दूसरे से कैसे संबंध हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

**2.7 सारांश**

लोग विभिन्न कारणों और प्रेरणाओं से वशीभूत होकर भ्रमण और यात्राएं करते हैं। लोग या तो अपनी रोजमर्रा की जिंदगी से मुक्ति पाने के लिए भ्रमण करते हैं या जानकारी प्राप्त करने के लिए। यह भी संभव है कि किसी यात्री के भ्रमण का उद्देश्य एक न होकर अनेक हों। प्रेरणा में बदलाव या विभिन्न प्रकार की प्रेरणाओं के आगमन से पर्यटन क्षेत्र में नई प्रवृत्तियों का जन्म हुआ और विशेष रुचि या वैकल्पिक पर्यटन की अवधारणा सामने आई। पर्यटकों की प्रेरणा/प्रेरणाओं की जानकारी प्राप्त कर टूर ऑपरेटर/पर्यटन विशेषज्ञ बेहतर सुविधाएं प्रदान कर सकते हैं। प्रेरणा के बारे में जानकारी हासिल करना हमेशा अच्छा होता है क्योंकि तद अनुरूप पर्यटन स्थल के बारे में सलाह दी जा सकती है।

**2.8 शब्दावली**

**रूट (Root) पर्यटन** : विदेश में रहने वाले प्रवासियों को अपने मूल स्थान तक लाने वाला पर्यटन।

**पर्यटन बस्तियाँ** : मानकीकृत पर्यटन आवासीय व्यवस्था और जन पर्यटन के अनुरूप सुविधाएँ।

---

## 2.9 बोध प्रश्नों के उत्तर

---

### बोध प्रश्न 1

- 1) देखिए भाग 2.2 टूर ऑपरेटर द्वारा विपणित संपूर्ण छुट्टी की संकल्पना को विस्तार दीजिए।
- 2) देखिए उपभाग 2.3.1 इस फार्मूले में गैर वितरित पर्यटक स्थलों के तत्व शामिल हैं।
- 3) देखिए उपभाग 2.3.3
- 4) देखिए उपभाग 2.3.4 इसके माध्यम से कंपनी के खर्च पर उच्च स्तरीय (ज्यादा पैसे खर्च करने वाले) पर्यटकों को आकर्षित किया जा सकता है।

### बोध प्रश्न 2

- 1) देखिए भाग 2.4
- 2) देखिए भाग 2.4 यहाँ आपको उस अवधारणा को स्पष्ट करना है जिसके तहत नये इलाकों में पर्यटन का विकास किया जाता है और इसके लिए विशेषज्ञ टूर ऑपरेटरों की सहायता ली जाती है।

### बोध प्रश्न 3

- 1) देखिए भाग 2.5 यहाँ जन पर्यटन के निषेधात्मक पक्ष का विरोध करने वाले पर्यटकों की इच्छा का उल्लेख किया जा सकता है।
- 2) देखिए उपभाग 2.6.2 सरकार द्वारा पर्यटन के लिए घोषित योजनाओं का उल्लेख कीजिए।
- 3) देखिए उपभाग 2.6.4

---

## इकाई 3 इतिहास का उपयोग

---

### इकाई की रूपरेखा

- 3.0 उद्देश्य
- 3.1 प्रस्तावना
- 3.2 पर्यटन उत्पाद के रूप में इतिहास
- 3.3 मिथक, किंवदंतियाँ और इतिहास
- 3.4 पर्यटन में इतिहास का उपयोग
- 3.5 कुछ सुझाव
- 3.6 सारांश
- 3.7 बोध प्रश्नों के उत्तर

---

### 3.0 उद्देश्य

---

हमारे जीवन पर अतीत का प्रभाव अवश्य होता है। इनमें से कई चीजें कई युगों को पार करती हुई "मूल रूप" में हमारे पास पहुँचती हैं परंतु ज्यादातर ये 'मिथक' या "किंवदंतियों" में बदल जाती हैं। भारत की समृद्ध सांस्कृतिक विरासत की अविच्छिन्न धारा प्राचीन काल से प्रवाहित होती आ रही है। अतः भारत में इस प्रकार के सभी रूपों का महत्व पर्यटन से जुड़े लोगों के लिए विशेष रूप से है। इस प्रकार इस इकाई में हमारा यह उद्देश्य है कि आप:

- पर्यटन में इतिहास की भूमिका और प्रासंगिकता को समझ सकें;
- समझ सकें कि इतिहास को पर्यटन उत्पाद क्यों कहा गया;
- इतिहास, मिथक और किंवदंतियों के अंतर को समझते पर्यटन में उनके महत्व को जान सकें;
- अतीत और वर्तमान में इतिहास को तोड़ मरोड़ कर प्रस्तुत करने के लिए गए प्रयासों के परिणामों को समझ सकेंगे; और
- इतिहास के उपयोग करने की विधि जान सकेंगे क्योंकि यह आपके पास एक महत्वपूर्ण हथियार के रूप में मौजूद होगा।

---

### 3.1 प्रस्तावना

---

अतीत या इतिहास में हमारी रुचि हो या न हो हम इससे अलग नहीं हो सकते। हर युग में मनुष्य इतिहास रचता है और उसमें बहुत कुछ अपनी कल्पना का भी समावेश करता है। आज के लिए कल इतना महत्वपूर्ण होता है कि हम बार-बार कल की बात करते हैं। इसी प्रक्रिया में इतिहास बनता है। हममें से बहुत लोग अनुभव नहीं करते हैं, परंतु इतिहास लेखन का परिणाम गंभीर होता है। आप अतीत को रूबरू देख नहीं सकते अतः आप उसकी व्याख्या करते हैं। यहां "सत्य" से दूर हो जाने की संभावना रहती है और हमारे व्यक्तिगत मत, सिद्धांत और धारणाओं के हावी होने का खतरा बना रहता है।

आज के समय में हमें इतिहास के महत्व को समझना होगा। आज इतिहास लेखन एक वैज्ञानिक प्रक्रिया बन गई है। प्रमाण, तर्क, कार्य-कारण संबंध और आलोचनात्मक

विश्लेषण के आधार पर ही इतिहास लेखन में वस्तुनिष्ठता लाने का प्रयास किया जा सकता है। इस इकाई में हमने आपको सही सूचना के महत्व और पर्यटन में इसके विशेष उपयोग के बारे में भी बताया है। हमने मिथक, किंवदंतियों और इतिहास का अंतर स्पष्ट करते हुए पर्यटन में इसके सदुपयोग और दुरुपयोग की भी चर्चा की है।

### 3.2 पर्यटन उत्पाद के रूप में इतिहास

अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन में भारत मुख्यतः एक सांस्कृतिक गंतव्य स्थल है और अंतर्राष्ट्रीय क्षेत्र में भारत अपनी विशेषताओं को पर्यटन उत्पाद बनाकर बेचता है। यही नहीं, घरेलू पर्यटन में भी इतिहास और उसके उत्पाद आकर्षण के प्रमुख केंद्र हैं। लोग अपनी सांस्कृतिक विरासत को देखने और अन्य कारणों से घूमने निकलते हैं। वस्तुतः आज पर्यटन ही एक ऐसा क्षेत्र है जहां इतिहास एक आकर्षण के रूप में पर्यटकों के लिए उत्पाद के रूप में मौजूद है।

पर्यटन उत्पाद के रूप में इनकी चर्चा निम्नलिखित स्थानों पर होती है।

- प्रचारात्मक साहित्य
- यात्रा और पर्यटन लेखन
- गाइड और एस्कॉर्ट द्वारा विवरण और व्याख्याएँ

ट्रैवल पैकेज में ऐतिहासिक स्थलों और संग्रहालयों को शामिल करना पर्यटन उद्योग की पुरानी परंपरा रही है। विशेष रुचि पर्यटन के विकास से इतिहास की प्रासंगिकता ओर बढ़ी है। उदाहरण के लिए, जो चित्रकला में रुचि रखेंगे वे अजंता की गुफाओं या भीमभेटका भी जाएंगे, किले और महल पर्यटकों को राजस्थान की ओर ले जाते हैं, मंदिर स्थापत्य में रुचि रखने वालों के लिए पर्यटन स्थलों की कोई कमी नहीं है, आदि।

कई बार मेले और उत्सव भी पर्यटकों के आकर्षण के जबरदस्त केन्द्र बन जाते हैं क्योंकि वे परंपरा और परिवर्तन का अच्छा सामंजस्य स्थापित करते हैं। इन मेलों और उत्सवों में प्राचीन अनुष्ठान, परंपराएं और रीतिरिवाज आधुनिक रंग में रंगे होते हैं। लेह का हमीज उत्सव, गोवा का कार्नीवाल, पुष्कर का पशु मेला या केरल की नौका दौड़ इस प्रकार के कुछ उत्तम उदाहरण हैं। इसके अलावा खरीददारी और मनोरंजन में भी इतिहास मौजूद रहता है। उदाहरण के लिए, कई लोग गहने या शिल्प को खरीदने से पहले उसकी डिजाइन, शैली आदि का इतिहास जानना चाहते हैं, ऐतिहासिक विषयों पर आधारित रात्रि भोज भी आयोजित किये जाते हैं और इतिहास को प्रत्यक्षतः दिखाने के लिए लाइट शो की व्यवस्था भी की जाती है। इससे पर्यटकों का मनोरंजन होता है। अतएव, पर्यटन पेशेवरों के लिए इतिहास का पर्याप्त ज्ञान होना अनिवार्य है।

### 3.3 मिथक, किंवदंतियाँ और इतिहास

मिथक और किंवदंतियाँ भारतीय सांस्कृतिक परंपरा का अभिन्न हिस्सा हैं। ईश्वरीय कृपा और चमत्कार से युक्त कहानियाँ हमारी परंपरा में भरी पड़ी हैं। कई बार इन कल्पनाओं को वास्तविकता के रंग में रंगने की कोशिश की जाती है। अधिकतर मिथक और किंवदंतियाँ समुदाय या क्षेत्र विशेष की मान्यताएं बन जाती हैं। यहां एक अहम सवाल यह है कि क्या मिथकों और किंवदंतियों को इतिहास में शामिल किया जा सकता है? निश्चित रूप से इतिहासकार इसे इतिहास नहीं मानेंगे परंतु वे इसके महत्व को भी नज़रअंदाज़ नहीं कर सकते। मिथक, दंतकथाएं और किंवदंतियाँ किसी एक लेखक या लेखक-समूह के मन की उपज होती है परंतु इनकी रचना एक विशेष सामाजिक संदर्भ में की जाती है। इस अर्थ में

वे तत्कालीन सामाजिक व्यवस्था और यथार्थ के प्रतिबिंब होते हैं। रोमिला थापर के अनुसार "मिथक किसी संस्कृति और समाज के प्रतिबिंब होते हैं और इतिहासकार के लिए इसका महत्व इसी रूप में है"। इसी कारणवश हम मिथकों के विविध रूप पाते हैं:

- मिथकों का प्रारंभ
- सामाजिक स्वीकृति प्रदान करने वाले मिथक,
- बदलती सामाजिक और राजनैतिक व्यवस्था को सही ठहराने वाले मिथक, और
- हैसियत प्रदान करने वाले मिथक, आदि।

किंवदंतियों के साथ भी यही स्थिति है। उदाहरण के लिए, अकबर और बीरबल से जुड़ी किंवदंतियों को ही ले लें, इसे इतिहास के रूप में व्याख्यायित नहीं किया जा सकता है। पर वे सामाजिक व्यंग्य, वाक्यपटुता आदि के उत्तम उदाहरण हैं। इसी प्रकार जब आप किसी राजनैतिक व्यवस्था को बदलने की स्थिति में नहीं होते तो अपना आक्रोश आप चुटकलों के माध्यम से प्रकट करते हैं। उदाहरण के लिए, आपने यह चुटकला सुना होगा जिसमें एक अंग्रेज को साग और बाजरे की रोटी खाने को दी गई। वह साग खा गया और रोटी को प्लेट समझकर लौटा दिया। इस चुटकले के द्वारा यह दिखाने की कोशिश की गई है कि जो लोग हम पर शासन कर रहे हैं वे हमारी जीवनशैली से भी परिचित नहीं हैं।

पर्यटन एक ऐसा क्षेत्र है जहां मिथकों और किंवदंतियों का जम कर प्रयोग होता है। कभी-कभी इन्हें किसी संस्कृति या क्षेत्र के इतिहास के रूप में भी प्रस्तुत कर दिया जाता है। हालांकि ऊपर से यह खतरनाक कार्य नहीं लगता है परंतु हम भूल जाते हैं कि ऐसे "इतिहास" के परिणाम भयंकर हो सकते हैं। इतना ही कह देना पर्याप्त होगा कि इतिहासकार मिथकों को आलोचनात्मक विश्लेषण के स्रोत के रूप में ग्रहण नहीं करते और पौराणिक कथाएँ इतिहास नहीं हो सकतीं।

### बोध प्रश्न 1

1) पर्यटन उत्पाद के रूप में इतिहास का उपयोग कैसे होता है?

.....

.....

.....

.....

.....

2) एक इतिहासकार मिथक को किस रूप में ग्रहण करता है?

.....

.....

.....

.....

.....

### 3.4 पर्यटन में इतिहास का उपयोग

यह पहले ही बताया है कि पर्यटन में इतिहास एक उत्पाद बन जाता है। इस भाग में हम इसके गुण-अवगुण पर विचार करेंगे।

प्रचारात्मक साहित्य में इतिहास का प्रमुख रूप से उल्लेख होता है। कई स्थानों का प्रचार करते समय उसे इतिहास के साथ जोड़ा जाता है, जैसे, बैंगलौर- बागों के शहर के रूप में, जयपुर- गुलाबी शहर या महलों का शहर, फतेहपुर सिकरी- मुगल साम्राज्य की भव्यता का शहर आदि। परंतु पर्यटन में दूसरे रूपों में भी इतिहास सहायता करता है जैसे :

- गोल्फ पर्यटन में गोल्फ कोर्स का इतिहास
- पर्वतारोहण, हवा में उड़ने के खेल आदि का भी अपना इतिहास होता है, जैसे सबसे ऊंचे शिखर पर चढ़ने वाले पर्वतारोहकों आदि के कार्य और नाम।

इसी प्रकार यात्रा लेखन में भी इतिहास की सहायता ली जाती है और स्थल, किला, महल, कला, शिल्प, लोग, वायु सेना, रेलवे आदि का इतिहास प्रस्तुत किया जाता है। परंतु इस प्रकार के लेखन में एक प्रमुख समस्या है कि यहां इतिहास, पुराण और किंवदंतियों के बीच अंतर नहीं किया जाता है। यही नहीं कई बार इतिहास को तोड़ मरोड़ कर प्रस्तुत किया जाता है और प्रमाण की कोई फिक्र नहीं की जाती है। स्मारकों आदि का वर्णन करते समय भी गाइड अक्सर यही किया करते हैं। इसके निम्नलिखित कारण हैं :

- क) वैज्ञानिक इतिहास की जानकारी का अभाव और अप्रमाणिक ऐतिहासिक ग्रंथों पर निर्भरता,
- ख) अपने विचारों और उनके अनुसार इतिहास की व्याख्या का प्रचार करने के क्रम में जानबूझकर किया गया प्रयास,
- ग) अपने लेख को चटपटा बनाने के लिए और स्थल विशेष को आकर्षक रूप में प्रस्तुत करने के लिए अनजाने में किया गया प्रयास।

आइए, हम पता करें कि इस प्रकार की ऐतिहासिक गड़बड़ियों के क्या नतीजे हो सकते हैं:

- 1) बिना प्रमाण के किसी स्थिति का वर्णन करने से आपकी स्थिति हास्यास्पद हो सकती है। “बैंगलौर के निकट नंदी हिल का उदाहरण लें। एक स्थान को दिखाते हुए गाइड कहता है कि यही वह जगह है जहां से टीपू सुल्तान लोगों को पहाड़ी से नीचे फिकवा दिया करता था। जब आप उससे इसका प्रमाण जानना चाहेंगे या यह जानना चाहेंगे कि टीपू कितनी बार इस जगह पर आया था तो या तो वह कतराकर **निकल जाना** चाहेगा या एक दूसरी कहानी बनाने का प्रयत्न करने लगेगा। कई पर्यटक इसे ज्यों का त्यों स्वीकार कर लेते हैं और अपने साथ यह कथा अपने घर ले जाते हैं और चाय की मेज पर इसे अपने मित्रों को सुनाते हैं। लेकिन वहां भी प्रमाण के बारे में पूछने पर वे चुप हो जाते हैं और उनका एक ही उत्तर होता है “भई, यह तो मुझे गाइड ने बताया है।”
- 2) बार-बार दैवी शक्ति या पुराण कथा का सहारा लेने से **उस युग विशेष के लोगों के ज्ञान, सोच और सर्जनात्मकता की बिल्कुल अवहेलना हो जाती है।** उदाहरण के लिए, किसी राज्य के पर्यटन विभाग के प्रचार पुस्तिका में यह लिखा हो कि “मंदिर के **गर्भगृह** में सूर्य की अंतिम किरण इसलिए पड़ती है क्योंकि एक महानायक ने सूर्य का रास्ता बदल दिया था।” तीर्थ यात्री या भक्तगण इस पर

विश्वास कर सकते हैं लेकिन ऐतिहासिक रूप में देखा जाए तो इस प्रकार के विवरण से वास्तुकारों और शिल्पियों की सर्जनात्मकता को पूरी तरह से नज़रअदांज कर दिया जाता है।

- 3) हम जानते हैं कि राष्ट्र की प्रगति में संप्रदायवाद कितनी खतरनाक बाधा उत्पन्न करता है। इसके बावजूद प्रतिदिन कई पर्यटक स्थलों पर घरेलू पर्यटकों को इतिहास का सांप्रदायिक रूप ही बताया जाता है। आइए, दिल्ली का ही एक उदाहरण देखें, कुतुबमीनार के बाहर बनी मस्जिद कुव्वत-उल-इस्लाम पर भारतीय पुरातत्व सर्वेक्षण द्वारा एक पट्टिका लगाई गई है जिसमें लिखा है कि इस मस्जिद के निर्माण में 27 जैन और हिंदू मंदिरों को ध्वस्त कर दिया गया था। गाइड यहीं से सूत्र उठाता है और कुतुबदीन द्वारा कुतुबमीनार के निर्माण के समय मंदिरों के नष्ट किए जाने की कहानी सुनाने लगता है। लेकिन समस्या तब पैदा होती है जब वह कथा सुनाते-सुनाते यह कह बैठता है कि सुल्तान ने 5000 ब्राह्मणों को मौत के घाट उतार दिया था और यमुना नदी का रंग रक्त से लाल हो गया था। आपने देखा कि किस प्रकार अपनी कहानी को रोचक बनाने के लिए वह तथ्य को "इतिहास के सत्य" से दूर ले गया। इसके बाद वह यह बताने लगता है कि इस कुतुबमीनार का निर्माण कुतुबदीन ने नहीं बल्कि पृथ्वीराज चौहान ने किया था। जब इस प्रकार की दो विरोधी बातें कही जाती हैं तो पर्यटक पूछ सकता है कि क्या पृथ्वीराज ने मंदिरों को तुड़वाया था? इसके साथ-साथ वह दोनों कहानियां अपने साथ वापस ले जा सकता है जिससे सांप्रदायिक विद्वेष फैलने का खतरा रहता है।

ऐसा नहीं कहा जा सकता कि मध्यकाल में बर्बरता नहीं अपनाई गई। कई मामलों में लूट और तोड़-फोड़ के प्रमाण मिले हैं। परंतु महत्वपूर्ण प्रश्न यह है कि समकालीन सामाजिक यथार्थ के परिप्रेक्ष्य में हम अतीत के किन किन बिन्दुओं को ग्रहण करें? अगर हमारे इतिहास में लूट-खसोट और तोड़-फोड़ के प्रमाण मिलते हैं तो हमारे ही इतिहास में विभिन्न धार्मिक समुदायों के आपसी सौहार्द, सहयोग और तालमेल की भी जानकारी मिलती है। ज़रूरत इस बात की है कि हम इस पक्ष पर बल दें जो हमें साथ चलने के लिए प्रेरित करें।

### 3.5 कुछ सुझाव

इस भाग में हम पर्यटन में इतिहास के उपयोग से संबंधित कुछ रोचक सुझावों का उल्लेख करने जा रहे हैं। आपको याद रखना चाहिए कि इतिहास प्रमाण पर आधारित होता है और ये प्रमाण ऐतिहासिक स्रोतों से प्राप्त होते हैं। विभिन्न कालों के ऐतिहासिक स्रोत भी अलग-अलग होते हैं। उदाहरण के लिए, पुरातात्विक स्रोत आम तौर पर प्राचीन और मध्यकाल के इतिहास की जानकारी देते हैं। बेहतर प्रस्तुति और इतिहास के उपयोग के लिए कुछ सुझाव उपयोगी होंगे:

- 1) एक विषय के रूप में इतिहास को गंभीरता से लेना होगा और इतिहास लेखन या प्रस्तुति में काल्पनिक घटनाओं या पुराण कथाओं का कोई स्थान नहीं होता है।
- 2) मिथकों और पुराण कथाओं पर आधारित लेख में यह स्पष्टता से लिख देना चाहिए कि इन घटनाओं के कोई साक्ष्य उपलब्ध नहीं है।
- 3) इसी प्रकार दंत कथा को केवल दंत कथा के रूप में प्रस्तुत किया जाना चाहिए इतिहास के रूप में नहीं। इस उदाहरण पर नजर डालिए। गोवा में डौना पौला में एक पुरुष और एक स्त्री की मूर्ति है। कई गाइड इन्हें प्रेमी-युगल बताते हैं, यह स्त्री एक



गवर्नर की बेटी थी जो एक गरीब आदमी से प्यार करती थी, पिता के विरोध करने पर उसने समुद्र में कूदकर जान दे दी, परंतु एक अच्छा गाइड, यह कथा सुनाने के बाद अपने पर्यटकों से कहेगा कि अब यह मत पूछिए कि किस स्थान से वह कूदी थी क्योंकि ऐसी कोई जगह नहीं है, न ही वह समुद्र में कूदी थी, न ही सत्य कथा है, वस्तुतः यह मूर्ति अमुक-अमुक की है जिन्होंने इस देश को चाहा और यहीं के होकर रह गए।

- 4) आपको यह भी ध्यान रखना चाहिए कि कई बार पर्यटकों को कई बातें पहले से मालूम होती हैं। वे यात्रा से पहले अच्छी पुस्तकें और साहित्य पढ़ चुके होते हैं और पर्यटक स्थल के बारे में जानकारी हासिल कर चुके होते हैं। अतः आप पर्यटकों के सामने मनमर्जी कुछ भी नहीं बोल सकते हैं। कल्पना कीजिए कि एक गाइड पर्यटकों को ताजमहल में एक जगह दिखाकर बोलता है कि यहां शाहजहां मुमताज महल को रोज एक फूल पेश करता था। पर्यटक गाइड के इस बहकावे में नहीं आएगा और इतिहास के उसके फूहड़ ज्ञान पर उसे हंसी आएगी क्योंकि वह जानता है कि ताजमहल का निर्माण मुमताज के मरने के बाद हुआ था।
- 5) किसी स्मारक का बखान करते समय निम्नलिखित पक्षों का ब्यौरा दीजिए :
  - कला शैली और डिजाइन।
  - स्थापत्य, और
  - कलाकार और कारीगर आदि।
- 6) अपना इतिहास मत रचिए बल्कि श्रेष्ठ ऐतिहासिक ग्रंथों के आधार पर इतिहास प्रस्तुत कीजिए।
- 7) ऐतिहासिक यथार्थ के ऊपर अपना व्यक्तिगत पूर्वाग्रह या दृष्टिकोण मत लादिए।
- 8) जहाँ जरूरत हो, वहाँ अन्य स्थलों के साथ तुलना कीजिए परंतु अतिशयोक्ति मत कीजिए।
- 9) सांप्रदायिक द्वेष या मनमुटाव फैलाने वाले वक्तव्यों से परहेज रखिए। याद रखिए संप्रदायवाद न केवल देश की प्रगति में बाधक है बल्कि पर्यटन के विकास में भी एक बड़ा अवरोध है।
- 10) इतिहास की अद्यतन रचनाओं को पढ़िए और इतिहासकारों से संपर्क रखकर अपनी जानकारी को ताजा बनाए रखिए।
- 11) अपनी प्रस्तुति या लेखन में राजनैतिक, सामाजिक, आर्थिक और सांस्कृतिक पक्षों पर बल दीजिए, केवल राजा-महाराजाओं और राजवंशों के इतिहास ही न पढ़ते और सुनाते रहिए।

### बोध प्रश्न 2

- 1) इतिहास में विकृति कैसे आ जाती है?

.....

.....

.....

2) इतिहास संबंधी अपने ज्ञान का आधार आप किसे बताएंगे?

.....

.....

.....

.....

3) निम्नलिखित में से कौन सा कथन गलत और कौन सा सही है?

- क) मिथक, इतिहास, पुराण में कोई अंतर नहीं है।
- ख) पर्यटक ऐतिहासिक स्थल से अनभिज्ञ होता है अतः आप उसे कुछ भी बता सकते हैं।
- ग) सांप्रदायिक विद्वेष फैलाने वाली घटनाओं का बखान करना अच्छा है।
- घ) ऐतिहासिक वर्णन का आधार ठोस प्रमाण होना चाहिए।

### 3.6 सारांश

इतिहास प्रमाणों पर आधारित विज्ञान है। अतएव इसे पर्यटन उत्पाद के रूप में पेश करते समय या बेचते समय इस बात का ख्याल रखना चाहिए। पर्यटन में इतिहास का उपयोग करते समय मिथक, दंतकथाओं और इतिहास में सावधानीपूर्वक अंतर स्थापित करना चाहिए। इसी प्रकार इतिहास लेखन या प्रस्तुति में व्यक्तिगत पूर्वाग्रह और व्याख्या से परहेज रखना चाहिए। प्रमाणिक ऐतिहासिक ग्रंथों को पढ़कर अपने ज्ञान को पुष्ट और तरोताजा बनाना चाहिए। अपने व्याख्यान या लेखन में काल विशेष के सामाजिक, आर्थिक, राजनीतिक और सांस्कृतिक पक्षों पर बराबर बल देना चाहिए। केवल राजाओं और राजवंशों का अध्ययन ही इतिहास नहीं है। इसके कई आयाम हैं और पर्यटन पेशेवरों और शोधकर्ताओं को इसका ध्यान रखना चाहिए।

### 3.7 बोध प्रश्नों के उत्तर

#### बोध प्रश्न 1

- 1) कई प्रकारों से, जैसे स्थल, प्रचारात्मक साहित्य आदि। देखिए भाग 3.2
- 2) देखिए भाग 3.3

#### बोध प्रश्न 2

- 1) व्यक्तिगत मत और कारणों से इतिहास में विकार उत्पन्न होता है। देखिए भाग 3.4
- 2) मुख्यतः ऐतिहासिक स्रोत। देखिए भाग 3.5
- 3) क) गलत, ख) गलत ग) गलत घ) सही

## इस खंड के लिए कुछ उपयोगी पुस्तकें

- डेविड डब्ल्यू होवल : पासपोर्ट : यात्रा और पर्यटन के लिए एक परिचय, ओहियो 1989
- रोब डेविडसन : पर्यटन, लंदन, 1993
- रॉबर्ट क्रिस्टी मिल : पर्यटन प्रणाली, नयी जर्सी, 1992
- सुहिता चोपड़ा : भारत में पर्यटन विकास, नई दिल्ली, 1992
- एरिक ज़्यूवेलो : आधुनिक पर्यटन का इतिहास, पालग्रेव मैकमिलन, 2015
- एम.आर. दिलीप : पर्यटन : अवधारणाएँ, सिद्धांत और व्यवहार, आई.के. अंतर्राष्ट्रीय प्रकाशन संस्थान निजी मर्यादित, 2018

## इस खंड के लिए अभ्यास

### अभ्यास 1

बाईं ओर पर्यटन की प्रेरणा और दाईं ओर गंतव्य स्थलों का उल्लेख किया गया है। प्रेरणा और स्थलों का सही मिलान कीजिए।

- |                                 |  |
|---------------------------------|--|
| 1) पलायन (वन्य जीवन की ओर)      | - पश्चिमी तट का "बीच"                    |
|                                 | - राष्ट्रीय उद्यान                       |
|                                 | - तीर्थ स्थान                            |
| 2) आराम (सूरज और रेत)           | - बीच रिसॉर्ट                            |
|                                 | - नदी का किनारा                          |
|                                 | - तालाब का किनारा                        |
| 3) पर्वतारोहण और ट्रेकिंग       | - हिमाचल की पहाड़ियां                    |
|                                 | - राजस्थान के शहर                        |
|                                 | - कच्छ का क्षेत्र                        |
| 4) पलायन (गर्मी से)             | - रेगिस्तान रिजॉर्ट                      |
|                                 | - पहाड़ी रिजॉर्ट                         |
|                                 | - संग्रहालय                              |
| 5) तीर्थाटन और समुद्र का किनारा | - जगन्नाथ पुरी                           |
|                                 | - कोवलम                                  |
|                                 | - खजुराहो                                |
| 6) किला और महल देखना            | - सिक्किम                                |
|                                 | - तमिलनाडु                               |
|                                 | - राजस्थान                               |
| 7) सभी प्रकार की विलासिता       | - पांच सितारा होटल, कैसिनो (जुआ घर) आदि। |
|                                 | - मठ की यात्रा                           |

- |                            |                         |
|----------------------------|-------------------------|
|                            | - पहाड़ों पर चढ़ना      |
| 8) उड़ना और पहाड़ पर चढ़ना | - पहाड़ी रिजॉर्ट        |
|                            | - रेगिस्तान रिजॉर्ट     |
|                            | - बीच रिजॉर्ट           |
| 9) मुगल स्मारक             | - वाराणसी और आगरा       |
|                            | - आगरा और फतेहपुर सीकरी |
|                            | - मथुरा और जयपुर        |
| 10) ट्रेन से हिल स्टेशन    | - ऊँटी या दार्जिलिंग    |
|                            | - नैनीताल या कोडईकनाल   |
|                            | - माउंट आबू या कोडईकनाल |

## अभ्यास 2

निम्नलिखित में से बताएं कि कौन बाहर से आने वाले, बाहर जाने वाले और घरेलू पर्यटक हैं?

- क) जेम्स इंगलैंड से दिल्ली छुट्टियाँ बिताने आया है।
- ख) जोगेन्द्र सिंह और उसका परिवार दो सप्ताह के लिए श्रीनगर जा रहे हैं। वे चंडीगढ़ के रहने वाले हैं।
- ग) विजया और उसके दोस्त छुट्टियाँ मनाने नेपाल जा रहे हैं। वे चैन्नई के निवासी हैं।
- घ) इनायत हैदराबाद में रहता है। वह दरगाह के दर्शन के लिए अजमेर जाता है।
- ङ) कुट्टी ने अमेरिकी नागरिकता प्राप्त कर ली है। वह छुट्टियाँ बिताने के लिए न्यूयार्क से वारंगल आती है।

## अभ्यास 3

अभ्यास 2 में पांच प्रकार के पर्यटकों का उल्लेख किया गया है। उनके गंतव्य स्थल और मूल स्थान का उल्लेख कीजिए।

## अभ्यास 4

किसी रेलवे प्लेटफार्म या बस स्टैंड पर जाइए। वहां कुछ यात्री इन्तजार करते हुए मिल जाएंगे। आप उनसे कुछ सवाल पूछ सकते हैं, मसलन आप यात्रा के लिए क्यों (प्रेरणा) निकले हैं? क्या आपने टूर ऑपरेटर की सहायता ली है? अगर हां या नहीं तो क्यों? उनकी यात्रा अवधि? उन्होंने योजना खुद बनाई या यह भार अपने दोस्तों या संबंधियों पर छोड़ दिया? यह अभ्यास आप 2/3 बार कीजिए और प्रत्येक बार के परिणामों का मिलान कीजिए और निम्नलिखित विषयों पर टिप्पणी लिखिए:

- क) यात्रा की विभिन्न प्रेरणाएँ
- ख) लोकप्रिय पर्यटक स्थल
- ग) नियोजित छुट्टी मनाने वाले लोगों का प्रतिशत।

# NOTES



# NOTES



# NOTES

