

पर्यटन मानवविज्ञान

ignou  
THE PEOPLE'S  
UNIVERSITY

सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ  
इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय

## विशेषज्ञ समिति

प्रो.अनूप कुमार कपूर (सेवानिवृत्त)  
पूर्व प्रोफेसर एवं विभागाध्यक्ष  
मानवविज्ञान विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

डॉ. रुखशाना जमान  
मानव विज्ञान संकाय  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

डॉ. पल्ला वेंकटरामन  
मानव विज्ञान संकाय  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

प्रो. रश्मि सिन्हा  
मानव विज्ञान संकाय  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

डॉ. मीतू दास  
मानव विज्ञान संकाय  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

डॉ. के. अनिल कुमार  
मानव विज्ञान संकाय  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

## पाठ्यक्रम निर्माण समिति

### पर्यटन मानवविज्ञान

खंड	इकाई लेखक
<b>खंड 1 पर्यटन की समझ</b>	
इकाई 1 पर्यटन का परिचय	डॉ.गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टरल फैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली. एवं डॉ. रुखशाना जमान, मानव विज्ञान संकाय सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली
इकाई 2 पर्यटक और पर्यटन	डॉ.कुमकुम श्रीवास्तव, पूर्व एसोशियट प्रोफेसर, इतिहास विभाग, जानकी देवी मेमोरियल कालेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली
इकाई 3 मानवविज्ञान की दृष्टि से पर्यटन	डॉ. मीतू दास, मानव विज्ञान संकाय सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली
इकाई 4 पर्यटन और संस्कृति	डॉ.गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टरल फैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली
इकाई 5 संस्कृति का बाजारीकरण	डॉ. रुखशाना जमान, मानव विज्ञान संकाय सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली एवं डॉ.गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टरल फैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली
<b>खंड 2 मानव विज्ञान और पर्यटन में उभरती प्रवृत्तियाँ (ट्रेंड)</b>	
इकाई 6 पर्यटन की राजनीतिक अर्थव्यवस्था	डॉ. गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टरल फैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली
इकाई 7 पर्यटन बनाम धरोहर स्थल	डॉ.कुमकुम श्रीवास्तव, पूर्व एसोशियट प्रोफेसर, इतिहास स्थल विभाग, जानकी देवी मेमोरियल कालेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली.
इकाई 8 मूर्त और अमूर्त धरोहर	डॉ.कुमकुम श्रीवास्तव, पूर्व एसोशियट प्रोफेसर, इतिहास विभाग, जानकी देवी मेमोरियल कालेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली.
इकाई 9 पर्यावरणीय पर्यटन	डॉ. अविटोली जिमो, सहायक प्रोफेसर, मानवविज्ञान विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली
इकाई 10 पर्यटन मानवविज्ञान की नई दिशाएँ	डॉ.गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टरल फैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली

**पाठ्यक्रम समन्वयक** : डॉ. रुखशाना जमान, मानवविज्ञान संकाय, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली.

**सामग्री संपादन** : प्रो. सुभद्रा मित्रा चन्ना, पूर्व प्रोफेसर, मानवविज्ञान विभाग, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली

**भाषा एवं सामान्य संपादन** : डॉ. रुखशाना जमान, मानवविज्ञान संकाय, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली., डॉ. पंकज उपाध्याय, मानवविज्ञान संकाय, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

**अनुवाद** : नीतू कुमारी, फ्रीलांसर

**पुनरीक्षण** : डॉ. कुमकुम श्रीवास्तव

**कवर डिजाइन** : श्री. चेतन मालवी, फ्रीलांसर, श्री संदीप मैनी

**डिजाइन सकल्पना** : डॉ. रुखशाना जमान

**फोटो क्रेडिट** : डॉ.रुखशाना जमान एवं ज्योति खारिया, स्तुति याग्निक, मे. आदित्य सिंह (वैटरन)

**अकादमिक परामर्शदाता**: डॉ. पंकज उपाध्याय, मानवविज्ञान संकाय, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

### मुद्रण उत्पादन

श्री राजीव गिरधर  
सहायक कुलसचिव (प्रकाशन)  
एम.पी.डी.डी, इग्नू, नई दिल्ली

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

श्री सुरेश कुमार  
सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ,  
इग्नू, नई दिल्ली

अक्टूबर, 2020

© इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय, 2020

ISBN : 978-93-90496-01-3

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

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय के बारे में और अधिक जानकारी विश्वविद्यालय के कार्यालय, मैदान गढ़ी, नई दिल्ली-110 068 से प्राप्त की जा सकती है।

इंदिरा गांधी राष्ट्रीय मुक्त विश्वविद्यालय की ओर से कुलसचिव, एमपीडीडी द्वारा मुद्रित एवं प्रकाशित।

लेजर कम्पोजिंग : राजश्री कम्प्यूटर्स, V-166A, भगवती विहार, (नजदीक सेक्टर-2, द्वारका), उत्तम नगर, नई दिल्ली-110059

मुद्रक : मैसर्स डी० के० प्रिंटर्स, 5/37 ए, कीर्ति नगर, इंडस्ट्रियल एरिया, नई दिल्ली - 110015 द्वारा मुद्रित।

## विषय वस्तु

### बीएएनएस 183 : पर्यटन मानवविज्ञान: पाठ्यक्रम विवरण

खंड 1	पर्यटन की समझ	7
इकाई 1	पर्यटन का परिचय	9
इकाई 2	पर्यटक और पर्यटन	26
इकाई 3	मानवविज्ञान की दृष्टि से पर्यटन	42
इकाई 4	पर्यटन और संस्कृति	56
इकाई 5	संस्कृति का बाजारीकरण	69
खंड 2	मानव विज्ञान और पर्यटन में उभरती प्रवृत्तियाँ (ट्रेंड)	81
इकाई 6	पर्यटन की राजनीतिक अर्थव्यवस्था	83
इकाई 7	पर्यटन बनाम धरोहर स्थल	96
इकाई 8	मूर्त और अमूर्त धरोहर	109
इकाई 9	पर्यावरणीय पर्यटन	123
इकाई 10	पर्यटन मानवविज्ञान की नई दिशाएँ	138
	सुझावित अध्ययन	150

**पाठ्यक्रम परिचय**

आदिकाल से ही मानव अपनी सहज जिज्ञासा के साथ यह जानने की उत्कंठा में रहा है कि उनके निकटवर्ती क्षितिज और दूर के स्थानों पर क्या है। पर्यटन एक प्रकार से यात्रा करने और तलाश करने की आंतरिक मानवीय इच्छा से जुड़ा है। हर इंसान, एक समय पर एक पर्यटक के रूप में दिखाई देता है, चाहे वह छोटी छुट्टी पर जा हो या तीर्थयात्रा पर। पर्यटन न केवल उन लोगों के जीवन को प्रभावित करता है जो एक पर्यटक के रूप में स्थानों का दौरा करते हैं बल्कि यह मेजबान समुदाय और उनके सामाजिक-आर्थिक जीवन, प्राकृतिक वातावरण, कलात्मक प्रस्तुतियों को भी प्रभावित करता है। मानवविज्ञान पर्यटन के साथ जटिल रूप से जुड़ा हुआ है। पर्यटन मानवविज्ञान का ध्यान पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक पहलू और पर्यटक (अतिथि) के व्यवहार को समझना है जो मेजबान संस्कृति को प्रभावित करता है।

चार क्रेडिट के इस पाठ्यक्रम में हम पर्यटन और पर्यटकों के मानवविज्ञान को समझने की कोशिश करेंगे। यह पाठ्यक्रम मानवविज्ञान दृष्टि के माध्यम से पर्यटन के विकास और पर्यटन के कारण संस्कृति के होने वाले आधुनिकीकरण को समझने की दृष्टि प्रदान करता है। इस पाठ्यक्रम में मूर्त-अमूर्त धरोहरों और पर्यटन मानवविज्ञान के क्षेत्र में नए उभरते क्षेत्रों भी को ध्यान में रखा गया है।

**पाठ्यक्रम परिणाम :**

पाठ्यक्रम पूरा करने के बाद, एक शिक्षार्थी से अपेक्षा की जाती है:

- पर्यटक और पर्यटन को परिभाषित करने ;
- मानवविज्ञान और पर्यटन के बीच संबंध को समझने;
- पर्यटक मेजबान समुदाय के जीवन को कैसे प्रभावित करता है; तथा
- पर्यावरण के अनुकूलन, पर्यटन के संरक्षण और संरक्षण के आगे बढ़ने के तरीके पर चर्चा करने में सक्षम होंगे।

**पाठ्यक्रम प्रस्तुति:**

पाठ्यक्रम को दो खंडों में विभाजित किया गया है। प्रत्येक खंड में व्यवस्थित रूप से इकाइयाँ हैं। दोनों खंडों में कुल दस इकाइयाँ हैं। अब देखते हैं कि हमने प्रत्येक खंड में क्या चर्चा की है।

**खंड I: पर्यटन की समझ**

पहली इकाई **पर्यटन का परिचय**, अनुभाग में हम पर्यटन के साथ-साथ शिक्षार्थियों को इस आशय के साथ मानवविज्ञान का भी परिचय दे रहे हैं कि मानव विज्ञान के साथ उनका यह पहला परिचय है। यह सीखने योग्य आगामी इकाइयों के लिए एक पृष्ठभूमि प्रदान करेगा। इसके अतिरिक्त इस इकाई में हम पर्यटन के अर्थ, इतिहास, पर्यटन-पहलुओं और संभावनाओं पर चर्चा करते हैं; दूसरी इकाई, **पर्यटक और पर्यटन** में हमने शिक्षार्थियों को उन आधारभूत शब्दावलिओं से परिचित कराने की कोशिश की है जो पर्यटन उद्योग में प्रयोग की जाती हैं, जो पर्यटक और पर्यटन के प्रकारों को परिभाषित और वर्गीकृत करती हैं। यह इकाई पर्यटन के इतिहास और पर्यटन में सामाजिक-सांस्कृतिक अध्ययन के संबंधों जिसमें अस्थायी प्रवासन, औपनिवेशिक खोजें, तीर्थयात्रा, रिश्तेदारियों में दौरा करना,



यात्रा की कल्पना और उन्हें याद रखना शामिल है। तीसरी इकाई **मानवविज्ञान की दृष्टि से पर्यटन**, मानव वैज्ञानिक दृष्टिकोण द्वारा पर्यटन के अध्ययन के लिए समर्पित है। इस इकाई का उद्देश्य यह समझना है कि पर्यटन और इसे मानवशास्त्रीय अध्ययन का हिस्सा बनाने के लिए मानवविज्ञान में अवधारणाओं और सिद्धांतों को कैसे मिश्रित किया गया है। इकाई नृवंशविज्ञानी (ऐथनोग्राफर) के रूप में पर्यटक; एक पर्यटक के रूप में नृवंशविज्ञानी, तीर्थयात्रा, मानवशास्त्रीय मुद्दे, सैद्धांतिक चिंताओं और प्रामाणिकता के मुद्दों को मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण से देखती है।

चौथी इकाई **पर्यटन और संस्कृति** में प्रयास है कि पर्यटन के निहितार्थों को पार-सांस्कृतिक अंतःक्रिया के एक प्रमुख तंत्र के रूप में समझा जाए। इकाई में प्रतीकात्मकता की भूमिका, लाक्षणिकता और पर्यटन में कल्पना एवं संस्कृति पर पर्यटन का प्रभाव समझना मुख्य क्षेत्र हैं। इस खंड में पांचवीं इकाई है, **संस्कृति का बाजारीकरण**। यह इकाई संस्कृति पर पर्यटन के प्रभाव को प्रस्तुत करती है और संस्कृति या सांस्कृतिक क्षरण का विकास किस तरह से होता है इसे विभिन्न उदाहरणों के माध्यम से साझा करती है।

## **खंड II: मानव विज्ञान और पर्यटन में उभरती प्रवृत्तियां (ट्रेंड्स)**

यह खंड **पर्यटन की राजनीतिक अर्थव्यवस्था** की इकाई के साथ शुरू होता है। इसका उद्देश्य समकालीन पर्यटन की वैश्विक और स्थानीय राजनीतिक अर्थव्यवस्था को विशेष रूप से भारतीय संदर्भ में समझना है। यह इकाई अंतर्राष्ट्रीय विकास, पूंजी के अंतर्राष्ट्रीय प्रवाह आदि को उदाहरण के साथ समझने का प्रयास करती है। इकाई सात, **पर्यटन बनाम धरोहर स्थल** हेरिटेज उद्यम-निर्माण, पुनर्जीवन और परियोजनाओं के संरक्षण के बीच धरोहर स्थलों की केस स्टडी से गतिशील संबंधों का पता लगाती हैं। इकाई आठ, **मूर्त और अमूर्त धरोहर** संग्रहालय और सांस्कृतिक उद्योगों की अन्य शाखाओं की भूमिका पर केंद्रित है। यह पर्यटन अर्थव्यवस्थाओं में [संगीत, कला और भोजन सहित]; पर्यटन और वैश्विक गतिशीलता पर चर्चा करती है। इकाई नौ **पर्यावरणीय पर्यटन** (इकोटूरिज्म) परिभाषाओं और मानव समाज पर इसके प्रभाव से संबंधित है। भारत के केरल, असम, नागालैंड के उदाहरणों के साथ यह बताया गया है कि पर्यटन को बढ़ावा देने के साथ-साथ कैसे सतत विकास का ध्यान रखा जाता है। अंतिम इकाई **पर्यटन मानवविज्ञान में नई दिशाएँ** पर्यटन, वैश्वीकरण, पर्यटन और भाषा के साथ पर्यटन विकास एवं नियोजन में मानवविज्ञान के अनुप्रयुक्त पहलुओं को ध्यान में रखा गया है।

आइए अब आपको इकाइयों के माध्यम से पाठ्यक्रम समझाते हैं। यदि आप इस बात को समझ जाते हैं कि इकाइयों को कैसे समझे और पाठ्यक्रम सामग्री को एक व्यवस्थित तरीके से कैसे पढ़ें, तो आप एक शिक्षार्थी के रूप में लाभान्वित होंगे। जैसा कि हमने पहले ही कहा है कि खंड को अलग-अलग विभाजित किया जाता है, इस प्रकार, एक शिक्षार्थी को विषयों के संदर्भ में एक क्रम में इकाइयों को पढ़ने की सलाह दी जाती है ताकि वे दो इकाइयों के बीच के संबंध को जोड़ने और समझने में सक्षम हों। यदि आप बेतरतीब ढंग से पढ़ते हैं, तो आपको अवधारणाओं और परिभाषाओं को समझने और इकाई के मुख्य सूत्रों के खोने का डर होता है। सहज अध्ययन और बेहतर समझ के लिए, इकाइयों को अनुभागों और उप-अनुभागों में विभाजित किया गया है। प्रत्येक अनुभाग को स्पष्ट रूप से **मोटे अक्षरों** (लाइन के साथ) और प्रत्येक उप-अनुभाग में **मोटे और छोटे** अक्षरों द्वारा इंगित किया गया है। एक उप अनुभाग के भीतर महत्वपूर्ण विभाजन छोटे और गहरे अक्षरों में किया गया है, ताकि आपको सब-सेक्शन के भीतर अपनी जगह देखने में आसानी हो।

जिन बातों को प्रमुखता से कहने की आवश्यकता होती है, उन्हें क्रमशः एकरूपता के रूप में गिना जाता है जैसे क,ख,ग...i, ii, iii इत्यादि। एकरूपता के लिए, हमने पूरे पाठ्यक्रम में प्रत्येक इकाई में एक ही प्रकार की प्रस्तुति को नियोजित किया है। प्रत्येक इकाई 'अधिगम के उद्देश्य' से शुरू होती है जो एक शिक्षार्थी को समझाती है:

**क.** हम इकाई में क्या प्रस्तुत करेंगे, और

**ख.** इकाई के अध्ययन के उपरांत हम छात्रों से क्या अपेक्षा करते हैं।

हर अनुभाग के बाद, हमने आपकी प्रगति की जाँच की है, जो कि अनुभाग में विषय को समझने में सक्षम होने पर शिक्षार्थी को आत्म-जाँच करने में मदद करेगा। **अपनी प्रगति की जाँच करें** का उद्देश्य शिक्षार्थी को प्रत्येक इकाई के अंत में दिए गए उत्तरों से अपने उत्तरों की तुलना करने में सक्षम बनाना है। कृपया दिए गए स्थान में अपना उत्तर लिखने से पहले उत्तरों को न देखें। शिक्षार्थी पेंसिल से उत्तर लिख सकता है, ताकि इसे पुनः लिखा जा सके और अभ्यास घटक के रूप में इसका फिर से उपयोग किया जा सके।

संकेत लंबे उत्तर के लिए प्रदान किए जाते हैं, इनके उत्तर इसलिए प्रदान नहीं किए जाते हैं ताकि शिक्षार्थी अपने स्वयं के शब्दों में उत्तर लिखने की दक्षता विकसित कर सकें, न की सीधे पाठ्यसामग्री से उत्तर देख कर।

प्रत्येक इकाई के अंतिम भाग में, शीर्षक 'सारांश' के अंतर्गत हम संपूर्ण इकाई का संक्षेप रूप देते हैं जिसका उद्देश्य इकाई का पुनरीक्षण और विषय संदर्भ तैयार करना है।

सारांश के बाद इकाई के अगले भाग में सुझावित संदर्भ या सुझावित अध्ययन शामिल हैं। यदि लेखक ने किसी पाठ या ग्रंथों से सीधे उद्धृत किया है, तो हमने इसके संदर्भ प्रदान किए हैं। यदि कोई पाठ उद्धृत नहीं है तो हमने उन अध्ययनों की एक सूची प्रदान की है जिसे शिक्षार्थी विषय की समझ बढ़ाने के लिए पढ़ सकता है।

अंत में आइए देखें कि शिक्षार्थी पाठ्य इकाइयों में प्रदान किए गए व्यापक मार्जिन (हाशिए) का उपयोग कैसे कर सकते हैं। शिक्षार्थी पुस्तक के रिक्त स्थान में प्रत्येक अनुभाग को पढ़ने के बाद महत्वपूर्ण बिंदुओं को लिख सकता है। यह आपके अध्ययन के दौरान आपकी प्रगति की जाँच में भी सहायता करेगा।

हम आपकी सफलता की कामना करते हैं। आशा है कि पाठ्यक्रम सामग्री आपके लक्ष्यों को प्राप्त करने के लिए एक मार्गदर्शक के रूप में कार्य करेगी।

आपका अध्ययन आनंददायक हो, शुभकामनाएं।



खंड 1

पर्यटन की समझ

इकाई 1	पर्यटन का परिचय	9
इकाई 2	पर्यटक और पर्यटन	26
इकाई 3	मानवविज्ञान की दृष्टि से पर्यटन	42
इकाई 4	पर्यटन और संस्कृति	56
इकाई 5	संस्कृति का बाजारीकरण	69

---

## इकाई 1 पर्यटन का परिचय \*

---

### इकाई की रूपरेखा

- 1.0 परिचय
- 1.1 मानवविज्ञान और पर्यटन: अवधारणाएं और परिभाषाएँ
- 1.2 पर्यटन मानवविज्ञान का इतिहास
- 1.3 पर्यटन पर मानवशास्त्रीय परिप्रेक्ष्य
- 1.4 पर्यटन के प्रभाव
- 1.5 सारांश
- 1.6 संदर्भ
- 1.7 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर

### अधिगम के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद आप निम्नलिखित बातों को समझने में सक्षम होंगे :

- मानवविज्ञान और पर्यटन का अर्थ और परिभाषा;
- पर्यटन मानवविज्ञान का इतिहास;
- मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण से पर्यटन; तथा
- पर्यटन के प्रभाव।

---

### 1.0 परिचय

---

आइये इस अनुभाग की शुरुआत आपकी अंतिम छुट्टी की यादों के साथ करते हैं। छुट्टी के बारे में आपको सबसे ज्यादा क्या याद है? यह आपके द्वारा घूमे गये स्थान के आधार पर संभवतः प्राकृतिक सुंदरता, भोजन, सूर्योदय/सूर्यास्त या ऐतिहासिक महत्व के स्मारक हो सकते हैं। उन तस्वीरों को नहीं भूलना जिन्होंने अनंत काल के लिए आपकी सभी यादों को कैद किया है। हो सकता है ये तस्वीरें कई सोशल नेटवर्किंग साइटों पर डाले गए हो और अब वे आपकी जीवित यादों का हिस्सा बन गए हैं। वैसे अब तक आप सोच रहे होंगे कि पर्यटन मानवविज्ञान के अध्ययन के साथ इन यादों का क्या संबंध है।

अपनी छुट्टी पर वापस जाने पर यदि आप यह विचार करते हैं तो आपको पता चलेगा कि एक सही दृश्य के पीछे कई गतिविधियां चल रही थीं, जब से आपने छुट्टी के लिए योजना बनाना शुरू किया, तभी से आप एक वेबसाइट पर ऑनलाइन घूमने की एक जगह खोज रहे थे, अपने टिकट की बुकिंग कर रहे थे, अपने ठहरने व स्थानीय यात्रा आदि करने की व्यवस्था कर रहे थे।

---

**\*योगदानकर्ता :** डॉ. गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टोरल फ़ैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली, एवं डॉ. रुखशाना जमान, मानवविज्ञान संकाय, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली

पर्यटन मानवविज्ञान एक विशेष स्थान के आर्थिक, राजनीतिक और सामाजिक जीवन के साथ पर्यटन से संबंधित सभी गतिविधियों का अध्ययन करता है। पर्यटन मानवविज्ञान यह भी अध्ययन करता है कि पर्यटन मेजबान और पर्यटक दोनों की संस्कृति को कैसे प्रभावित करता है। जिसे आमतौर पर पर्यटन उद्योग और पर्यटन मानवविज्ञान में अतिथि के रूप में जाना जाता है। हम इस इकाई का आरंभ मानवविज्ञान और पर्यटन के बहुत ही आधारभूत तथ्यों से करेंगे जैसे, इसकी परिभाषा। इसके बाद पर्यटन पर मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण और मानवविज्ञान में पर्यटन का अध्ययन करने की आवश्यकता का वर्णन करेंगे। यह इकाई आगे पर्यटन के पहलुओं, संभावनाओं और प्रभावों पर भी चर्चा करेगी।

## 1.1 मानवविज्ञान और पर्यटन: अवधारणाएँ और परिभाषाएँ

### 1.1.1 मानवविज्ञान को परिभाषित करना

#### मानवविज्ञान क्या है?

मानवविज्ञान समय और स्थान (टाइम स्पेस) में मनुष्य के जीवन का अध्ययन करता है। समय मूल रूप से भूवैज्ञानिक समय के पैमाने को दर्शाता है जिसमें मानव की उत्पत्ति, विकास और भिन्नता का अध्ययन शामिल है। स्थान, मानव आबादी के पारिस्थितिक और पर्यावरणीय संबंधों से संबंधित है जो पृथ्वी पर विभिन्न स्थानों में रहते हैं। मानवविज्ञान में पुरानी संस्कृतियों के साथ-साथ वर्तमान में फलने-फूलने वाली संस्कृतियों का अध्ययन भी शामिल है। यह अन्य विषयों के विपरीत समग्रता में मनुष्यों का अध्ययन करता है जहां अन्य विषयों में केवल मानव के किसी विशेष पहलू को ध्यान में रखा जाता है जैसे इतिहास, अतीत में जो हुआ उससे संबंधित है जबकि मनोविज्ञान, मानव मन आदि का अध्ययन करता है।

मानवविज्ञान शब्द दो ग्रीक शब्दों “एंथ्रोपोस” जिसका अर्थ मानव और ‘लोगोस’ का अर्थ ‘अध्ययन’ से लिया गया है।

#### हम क्या अध्ययन करते हैं?

एक शैक्षिक विषय अनुशासन के रूप में मानवविज्ञान अपनी चार प्रमुख शाखाओं, (क) भौतिक मानवविज्ञान, (ख) सामाजिक-सांस्कृतिक मानवविज्ञान, (ग) पुरातात्विक मानवविज्ञान और (घ) भाषाई मानवविज्ञान के साथ बीसवीं शताब्दी में उभरा। जो वैज्ञानिक और मानवतावादी दोनों दृष्टिकोणों से देखता है और समग्र दृष्टिकोण को ध्यान में रखता है। एक मानवविज्ञानी का मुख्य उद्देश्य तीन बुनियादी सवालों को समझने से है:

- हम कौन हैं? (अतीत और वर्तमान का अध्ययन)
- हम कैसे बने? (उत्पत्ति और विकास); तथा
- हम क्यों हैं, जिस तरह से हम हैं? (रूप/विविधता)

ये तीन प्रमुख प्रश्न मानवविज्ञान में मानव के अध्ययन के लिए आधार बनाते हैं। यह सामाजिक, जैविक, पुरातात्विक यह भाषाई मानवविज्ञानी हो सकता, मानव जीवन, समाज और संस्कृति के विकास, उत्पत्ति, भिन्नता, विविधता और परिवर्तन को समझना है।

भौतिक/जैविक मानवविज्ञानी मानव प्रजातियों की उत्पत्ति, विकास, भिन्नता और वृद्धि को समझने में रुचि रखते हैं। यह जानने की जिज्ञासा कि त्वचा, आंख, बालों का रंग आदि में भिन्नता क्यों है, मानव भिन्नता के अस्तित्व के बारे में जानने और इस तरह के बदलावों

के पीछे वैज्ञानिक स्पष्टीकरण को खोजने की कोशिश करता है। क्यों कुछ लोग छोटे होते हैं जबकि दूसरे लम्बे होते हैं? मानव की आनुवंशिक बनावट का अध्ययन पर्यावरण की उस भूमिका के साथ किया जाता है जो इस तरह की विविधताओं में अपनी भूमिका निभाता है। अतीत के बारे में अधिक जानने के लिए, मानवशास्त्रीय अध्ययन में प्राइमेटोलॉजी के अंतर्गत प्राइमेट्स को ध्यान में रखा जाता है।

समाज और संस्कृति का अध्ययन *सामाजिक और सांस्कृतिक मानवविज्ञान* के क्षेत्र में आता है। विषय का सबसे महत्वपूर्ण योगदान दुनिया भर में विभिन्न समाजों और संस्कृतियों को समझने में रहा है, दोनों अपने उद्देश्य महत्व को पेश करते हुए, पक्षपात और पूर्वाग्रहों से दूर रहे हैं। सामाजिक और सांस्कृतिक मानवविज्ञान सामाजिक संस्थानों और सांस्कृतिक विशेषताओं को समझना चाहता है, जो समग्र रूप से मानव समाज का निर्माण करते हैं।

मानवविज्ञानी अतीत में रुचि रखते हैं, विभिन्न सांस्कृतिक अवधियों के दौरान लोग कैसे रहते थे यह *पुरातात्विक मानवविज्ञान* का विषय क्षेत्र है। इसका उद्देश्य प्रागैतिहासिक मानव द्वारा उपयोग किए गए विभिन्न उपकरण प्रकारों के अध्ययन के माध्यम से मानव अतीत को फिर से जोड़ना है, जिनमें कोई लिखित रिकॉर्ड (साक्ष्य) नहीं हैं। इनमें गुफा कला का अध्ययन, पुरापाषाण, मध्यपाषाण और नवपाषाण काल के भीतर विभिन्न सांस्कृतिक अवधियों में पत्थर के औजार, चालकोलिथिक काल और इससे पूर्व की सभ्यताओं की कला और कलाकृतियां शामिल हैं। अतीत को निरपेक्ष और सापेक्ष तिथि निर्धारण (डेटिंग) की विधियों द्वारा पुनः निर्मित कर प्रागैतिहासिक मानव के पूर्व जीवन का अध्ययन किया जाता है।

भाषा को संस्कृति के लिए वाहन के रूप में जाना जाता है। अभी तक न तो कोई एक संस्कृति है और न ही एक भाषा। हालाँकि, संचार हमेशा अलग-अलग भाषा बोलने वाले लोगों के बीच होता रहा है। *भाषाई मानवविज्ञान* में भाषाओं का अध्ययन शामिल है जो विभिन्न भाषाई समूहों से संबंधित लोगों के बीच संचार का एक माध्यम रहा है। इसमें केवल मौखिक भाषा ही नहीं, बल्कि भावभंगिमा (बाडी लैंग्विज) और सांकेतिक भाषा दोनों शामिल हैं। हाल ही के एक अध्ययन में तुर्की के एक गाँव को दिखाया गया है जहाँ लोग सीटी बजाकर संपर्क करते हैं। आधुनिकीकरण और वैश्वीकरण के सामने कुछ बोलियाँ तेजी से गायब हो रही हैं, ऐसी बोलियों को संरक्षित और प्रलेखित करना भाषाई मानवविज्ञानी की एक प्रमुख गतिविधि है।

### **हम मानवविज्ञान का अध्ययन कैसे करते हैं?**

मानवविज्ञान का उद्भव पूर्व की खोज और उपनिवेशीकरण की यूरोपीय यात्रा में निहित है। प्रारंभिक वर्षों के दौरान 'आर्म चेयर एन्थ्रोपोलॉजिस्ट' के रूप में मानवविज्ञानी क्षेत्र(फील्ड) में डेटा संग्रह के लिए उद्यम नहीं करते थे।

1890 में सर जेम्स फ्रेजर द्वारा *गोल्डन बाउ* में प्रकाशित पहले लिखे लेख यात्रियों, प्रशासकों, मिशनरियों आदि के कथन पर आधारित थे, जिन्होंने दूर-दूर की जगहों की यात्रा की और स्थान, लोगों और उनकी संस्कृतियों को 'अनोखी' कहानियों के तौर पर प्रस्तुत किया।

समय के साथ, मानवविज्ञान को एक क्षेत्र विज्ञान(फील्ड साइंस) के रूप में स्थापित किया गया और क्षेत्रीयकार्य मानवशास्त्रीय अध्ययन की पहचान बन गया। ट्रोब्रिएंड आइलैंड्स के बीच मालिनोव्स्की के काम को प्रतिभागी अवलोकन, साक्षात्कार और केस स्टडी विधियों का उपयोग करते हुए 'मूल निवासियों' के बीच वैज्ञानिक क्षेत्रीयकार्य (फील्डवर्क) करने की विधि के रूप में माना जाता है। आदर्श रूप से एक वर्ष की लंबी अवधि तक अध्ययन



क्षेत्र के लोगों के साथ रहना और स्थानीय भाषा का उपयोग करना मलिनोवस्की के काम को अग्रिम श्रेणी में रखता है, जो आज भी मानवशास्त्रीय अध्ययन की रीढ़ हैं। फील्डवर्क का महत्व तीन बुनियादी सवालों को समझने में है जिसे मलिनोवास्की ने अपने काम के दौरान पूछा था:

- लोग सोचते हैं कि उन्हें क्या करना चाहिए? (आदर्श व्यवहार)
- लोग क्या कहते हैं? (प्रमाणिक व्यवहार)
- लोग वास्तव में क्या करते हैं? (वास्तविक व्यवहार)

एकत्र किये गये तथ्य(डेटा)उन लोगों के जीवन पर आधारित होता है जिनके साथ मानवविज्ञानी क्षेत्र में रहने के दौरान संपर्क में आता है। इसके पीछे अवधारणा यह है कि अध्ययन क्षेत्र के आंतरिक दृष्टिकोण (एमिक) को एकत्र किया जाए न कि केवल लोगों का उद्देश्यपूर्ण (वस्तुपरक) अध्ययन किया जाए। व्यक्तिपरकता मानवशास्त्रीय अध्ययनों में एक प्रमुख भूमिका निभाती है, जहां मानवविज्ञानी का उद्देश्य समाज और उसकी संस्कृतियों की सापेक्षता को समझने के लिए होता है जिसमें शब्द 'यहां' और 'अभी' के परिपेक्ष्य ग्रहण किये जाते हैं। यह उन अनुष्ठानों, रीति-रिवाजों, मानदंडों, मूल्यों और अन्य प्रथाओं के लिए लागू होता है जो एक बाहरी व्यक्ति के लिए तर्कहीन, अशिष्ट और गैर-मानवतावादी लग सकते हैं, जो पश्चिमी दुनिया के किसी व्यक्ति के लिए है जो पूर्वी स्थान पर जाता है।

#### मानवविज्ञान की परिभाषाएँ

**अमेरिकन एंथ्रोपोलॉजिकल एसोसिएशन** ने मानवविज्ञान को मानव के “अतीत और वर्तमान के अध्ययन के रूप में परिभाषित किया है। मानव इतिहास में सभी संस्कृतियों की व्यापकता और जटिलता को समझने के लिए, मानवविज्ञान सामाजिक और जैविक विज्ञान के साथ-साथ मानविकी और भौतिक विज्ञानों से ज्ञान प्राप्त करता है। एक मानवविज्ञानी की मुख्य दिलचस्पी मानव समस्याओं के समाधान के लिए ज्ञान का अनुप्रयोग है।”

**वुल्फ (1964)** ने कहा है “मानवविज्ञान का सार है कि, यह विभिन्न विषय-वस्तुओं का एक संबंध है। यह एक विषय की अपेक्षा विषय-वस्तु को जोड़ता है। यह इतिहास का, साहित्य का भाग लेता है; यह प्राकृतिक विज्ञान में, सामाजिक विज्ञान में है; यह मानव के साथ और उसके बिना, दोनों का अध्ययन करने का प्रयास करता है; यह मनुष्य को देखने के तरीके और मनुष्य की दृष्टि को मानविकी के सबसे वैज्ञानिक और विज्ञान के सबसे मानवतावादी दृष्टिकोण दोनों को दर्शाता है।” वुल्फ ई.आर.(1964). एंथ्रोपोलोजी. ट्रस्टीज आफ प्रिंसटन यूनिवर्सिटी. अमेरीका.

**हर्शकोविट्स** “भौतिक मानवविज्ञान, मानव जीव विज्ञान का सारांश है।”

**एम.एन. श्रीनिवास** ने सामाजिक मानवविज्ञान का वर्णन इस प्रकार किया है, यह मानव समाजों का तुलनात्मक अध्ययन है। आदर्श रूप में, इसमें सभी समाज, आदिम, सभ्य और ऐतिहासिक शामिल हैं। “

एक विषय के रूप में मानवविज्ञान वर्तमान में व्यावहारिक समस्याओं के समाधान के लिए मानव जीवन के जैविक, सामाजिक/सांस्कृतिक और पुरातात्विक पहलुओं की समझ के माध्यम से एकत्र किए गए अपने ज्ञान को लागू करने का प्रयास करता है। इस प्रकार अनुप्रयुक्त या एप्लाइड (प्रेक्टिसिंग एंथ्रोपोलॉजी) मानवविज्ञान की चार मुख्य शाखाओं के



साथ एक नए उप-क्षेत्र के रूप में उभरा है। मानवविज्ञान पर्यावरण और संस्कृति के बीच संबंध को समझने का प्रयास करता है, और यह मानवजाति के विकास और वृद्धि पर प्रभाव डालता है।

### 1.1.2 पर्यटन की परिभाषा

पर्यटन का एक लंबा इतिहास है और मानव जाति की संस्कृतियों में व्याप्त है। यह समकालीन लोगों के जीवन का एक महत्वपूर्ण सामाजिक तथ्य है। यह दुनिया के प्रमुख उद्योगों में से एक है और विकासशील देशों (तीसरी दुनिया) के कई राष्ट्रों के लिए एक विकास का साधन है (नैश और स्मिथ, 1991; 12)। स्मिथ ने अपनी पुस्तक, *होस्ट्स एंड गेस्ट्स: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म* (1989) के प्रस्तावना में पर्यटक को 'एक अस्थायी रूप से कार्यनिवृत्त व्यक्ति के रूप में परिभाषित किया है जो स्वेच्छा से एक परिवर्तन का अनुभव करने के उद्देश्य से दूसरी जगह पर जाता है।' व्यक्ति को पर्यटन हेतु प्रेरित करने के लिए कई कारक हैं, लेकिन पर्यटन की नींव तीन प्रमुख स्तंभों पर टिकी हुई है, अर्थात्

पर्यटन = अवकाश का समय + विवेकाधीन आय + सकारात्मक स्थानीय स्वीकृति।

स्मिथ के अनुसार किसी व्यक्ति के पास समय और विवेकाधीन आय (भोजन, कपड़े, आवास, स्वास्थ्य-देखभाल, परिवहन आदि जैसे व्यक्तिगत आवश्यक वस्तुओं के लिए आवश्यक आय नहीं है) और पर्यटन के पक्ष में सकारात्मक सांस्कृतिक स्वीकृति एक व्यक्ति को उसके नियमित/नीरस जीवन से एक विराम लेने की स्वीकृति देते हैं। एक गतिविधि के रूप में पर्यटन एक व्यक्ति को छोटी अवधि के विश्राम के साथ उसके कार्य जीवन को वैकल्पिक करने का अवसर देता है। जे.जाफरी (1977) ने पर्यटन को 'मनुष्य के अपने सामान्य निवास स्थान से दूर उद्योग के अध्ययन के रूप में परिभाषित किया, जो कि उनकी आवश्यकताओं की पूर्ति करता है, और सामाजिक-सांस्कृतिक, आर्थिक और भौतिक वातावरण पर पर्यटक और पर्यटन उद्योगों का भी अध्ययन करता है।' मैथिसन और वॉल (1982) ने अपनी पुस्तक *टूरिज्म: इकोनोमिक, फिजिकल एंड सोशल इम्पैक्ट* में पर्यटन को निम्नलिखित शब्दों में परिभाषित किया है, 'एक बहुआयामी घटना के रूप में, जिसमें आवाजाही शामिल है, और निवास के सामान्य स्थान के बाहर गंतव्यों में रहना जिसमें गतिशील, स्थिर और परिणामी तत्व शामिल हैं।' जबकि जाफरी की परिभाषा एक समग्र दृष्टिकोण देती है, वहीं मैथिसन और वाल पर्यटन को एक घटना के रूप में वर्णन करते हैं। ग्रीनवुड (1989; 171) जैसे अन्य विद्वानों ने पर्यटन पर मानवशास्त्रीय परिप्रेक्ष्य के बारे में चर्चा करते हुए सांस्कृतिक वस्तुकरण के रूप में पर्यटन को माल, सेवाओं और लोगों के बड़े पैमाने पर गतिशीलता के रूप में परिभाषित किया जो मानवता ने शायद कभी देखा है। लेट (1989; 275) ने दुनिया के इतिहास में सांस्कृतिक सीमाओं पर लोगों के सबसे बड़े शांतिपूर्ण गतिशीलता को लाने के लिए पर्यटन को श्रेय दिया। मानवविज्ञानी के लिए पर्यटन को परिभाषित करना बहुत कठिन है क्योंकि इसमें विभिन्न आयाम शामिल हैं, लेकिन जैसा कि वैन हैस्लर ने अपनी पुस्तक *टूरिज्म: एन एक्सप्लोरेशन* (1994) में कहा कि पर्यटन के चार प्राथमिक तत्व हैं। ये हैं:

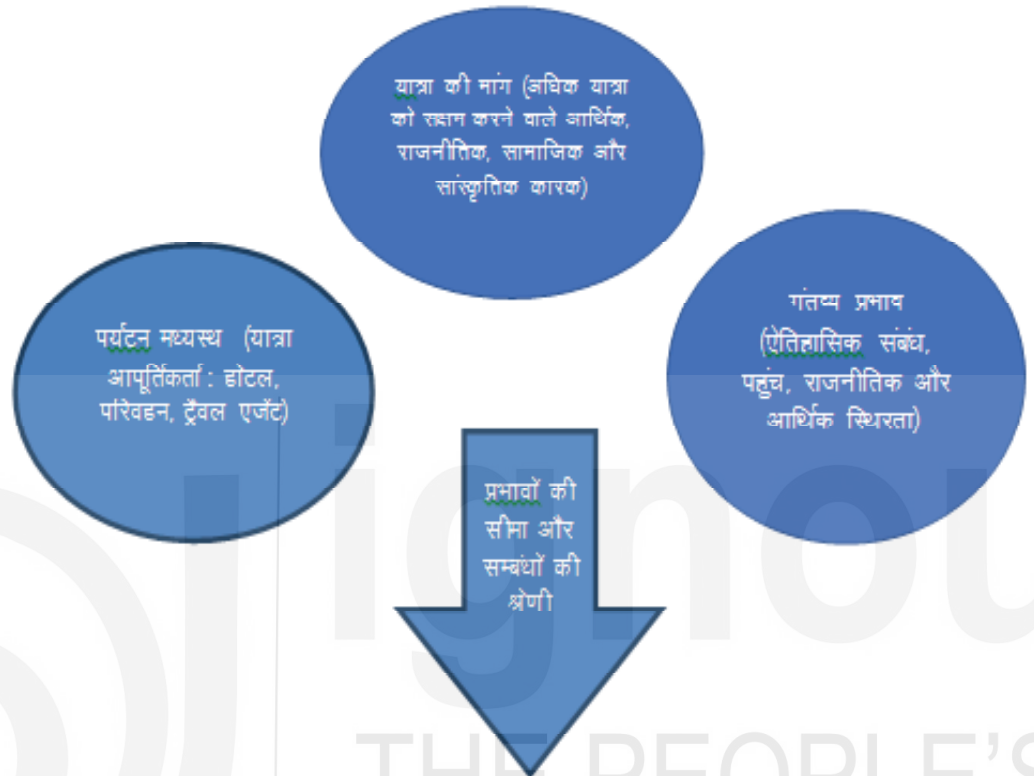
- यात्रा की मांग
- पर्यटन मध्यस्थ
- गंतव्य प्रभाव और
- प्रभावों की सीमा.

यात्रा की मांग (अधिक यात्रा को सक्षम करने वाले आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक कारक)

गंतव्य प्रभाव (ऐतिहासिक संबंध, पहुंच, राजनीतिक और आर्थिक स्थिरता)

पर्यटन मध्यस्थ (यात्रा आपूर्तिकर्ता : होटल, परिवहन, ट्रेवल एजेंट)

प्रभावों की सीमा और सम्बंधों की श्रेणी



चित्र 1: पर्यटन के प्राथमिक तत्व (स्रोत: दूरिज्म: एन एक्सप्लोरेशन, वैन हैसरेल 1994 द्वारा)

1990 के दौरे के बाद, एक उत्तर आधुनिक और मानवतावादी परिप्रेक्ष्य ने पर्यटन के विवरण को रेखांकित किया। रेयान (1991) ने पर्यटन को 'स्थान के अनुभव के रूप में' परिभाषित किया। यह तर्क दिया गया था कि पर्यटन, पर्यटन स्थल के बारे में नहीं है, बल्कि यह उस जगह के अनुभव और वहां क्या होता है, के बारे में है, जिसमें आंतरिक और बाह्य बातचीत की एक श्रृंखला शामिल है। मानवतावादी और अनुभवात्मक प्रतिमान 'मेजबान' और 'अतिथि' आबादी दोनों के अनुभवों को शामिल करने की अनुमति देता है। दूसरी ओर मिडलटन (1998) ने पर्यटन को 'व्यवसाय' के रूप में और पर्यटक को 'एक ग्राहक' के रूप में देखकर पूरी तरह से भिन्न एक अर्थशास्त्रीय दृष्टिकोण प्रस्तुत किया था। उन्होंने कहा कि हालांकि यात्रा और पर्यटन को 'उद्योग' के रूप में पहचाना जाता है, लेकिन यह कुल बाजार के रूप में सबसे अच्छी तरह से समझा जाता है जो यात्रा से संबंधित उत्पादों की एक विस्तृत श्रृंखला के लिए आगंतुकों की संचयी मांग और खपत पद्धति को दर्शाता है। ऐसे कई अन्य तरीके हैं जिनसे पर्यटन का अध्ययन किया जा सकता है। इसे राजनीतिक, प्राकृतिक, आर्थिक या सामाजिक वातावरण से पृथक नहीं किया जा सकता है।

पर्यटन और उत्तर आधुनिकतावाद पर चर्चा करते हुए, उरी (1990;2) ने पर्यटन को एक अवकाश गतिविधि के रूप में समझाया जो विनियमित और संगठित कार्य के विपरीत है; पर्यटन संबंध लोगों की गतिशीलता और विभिन्न गंतव्यों (ऐसे क्षेत्र जो कि निवास और कार्य के सामान्य स्थानों से बाहर या दूर हो) में उनके ठहरने से उत्पन्न होते हैं और उनके

आधुनिक समाज की आबादी का एक बड़ा हिस्सा ऐसी पर्यटन गतिविधियों में संलग्न हैं। कोई भी स्थान/गंतव्य का उसके देखने और आनंद के पूर्वानुमान के साथ चयन किया जाता है। अपनी पुस्तक 'द टूरिस्ट गेज' में उरी ने यह भी बताया है कि किस तरह वैश्वीकरण ने हमारे सामाजिक जीवन के अनगिनत पहलुओं को बदल दिया है और परिणामस्वरूप समय-स्थान सिकुड़ कर छोटा हो गया है। लोगों को निकट लाया गया है और राष्ट्रीय सीमाओं के पार जाने वाले यात्रियों और पर्यटकों के प्रवाह में तेजी से बढ़ोतरी हुई है।

पर्यटन उद्योग की भयावहता के कारण, पर्यटकों की कारकों और अपेक्षाओं की बृहत जटिलता और पर्यटकों की यात्राओं के सांस्कृतिक प्रतिक्रियाओं और विविधता के कारण, पर्यटन के लिए एक व्यापक दृष्टिकोण/परिभाषा प्रदान करना कठिन हो गया है। लेकिन सामाजिक वैज्ञानिकों और विशेष रूप से मानवविदों ने पर्यटन के विभिन्न पहलुओं को इसमें शामिल किया है। आने वाले भाग में हम पर्यटन एवं मानवविज्ञान के विकास के बारे में चर्चा करेंगे और पर्यटन पर विभिन्न मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण को समझेंगे।

### अपनी प्रगति की जाँच करें 1

1. मानवविज्ञान को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

2. पर्यटन को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

## 1.2 पर्यटन मानवविज्ञान का इतिहास

पर्यटन मानवविज्ञान, जो 1960 और 1970 के दशक में अध्ययन के एक अलग क्षेत्र के रूप में आरंभ हुआ, अकादमिक और व्यावहारिक मानवशास्त्र दोनों में अपेक्षाकृत एक नई शाखा है। पर्यटन का मानवशास्त्रीय अध्ययन 1970 और 1980 के दशक के प्रारंभ से प्रभावशाली रहा है जब वेलेन स्मिथ (1977), मैल्कम क्रिक (1985, 1989), डेनिसन नैश (1977, 1981), नेल्सन ग्रैबर्न (1977, 1983) और एरिक कोहेन (1974, 1979, 1984) एवं अन्य ने अपने योगदान से इस क्षेत्र की ओर लोगों का ध्यान आकर्षित किया। पहले मानववैज्ञानिक इन विषयों की जांच करने के लिए अनिच्छुक हो सकते थे क्योंकि पर्यटन को मानवशास्त्रियों ने खुद के करीब माना था जब वे किसी शोधकार्य क्षेत्र(फील्ड) में होते हैं (क्रिक, 1995)। वैंलेस स्मिथ की पुस्तक *होस्ट एंड गेस्ट: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म* प्रकाशित होने से पहले पर्यटन मानवविज्ञान के क्षेत्र से बाहर था। एक दशक बाद, जब इस पुस्तक का दूसरा संस्करण मुद्रित हुआ, तब पर्यटन मानवविज्ञान अधिक लोकप्रिय हो गया था और व्यवहारिक क्षेत्र में एक अध्ययन के रूप में वैध माना गया।

पर्याप्त मानवशास्त्रीय वैधता हासिल करने और *द एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च* जैसी पत्रिकाओं के प्रकाशन के बाद, पर्यटन मानवविज्ञान अब कई पहलुओं और विषयों को शामिल करता है। फिलिप पियर्स जैसे विद्वानों ने पर्यटन के सामाजिक मनोविज्ञान में

योगदान दिया, 1982; ग्रैबर्न ने पर्यटन को पलायनवाद या आनंद चाहने वाले तंत्र के रूप में देखा, 1977; नैश का काम पर्यटकों और मेजबान आबादी के बीच के संबंधों के परिणामी पहलुओं पर चर्चा करता है; सेल्विन ने पर्यटन का अध्ययन आर्थिक, राजनीतिक, सामाजिक और सांस्कृतिक संदर्भों में किया, 1994; उरी ने सामाजिक विज्ञान के नजरिए से पर्यटक प्रेरणा का एक व्यवस्थित अध्ययन किया, 1990; बोइससेवेन ने पर्यटन और मेजबान संस्कृति के बाजारीकरण का अनुदैर्ध्य अध्ययन किया 1996; कोहेन ने पर्यटकों की वर्गीकरण का अध्ययन किया, 1988; डैन ने अपने काम में यह प्रस्तावित किया था कि अनुसंधान को स्थायी पर्यटन में योगदान देना चाहिए, 1997। इन अध्ययनों ने पर्यटन पर मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण के लिए बहुत योगदान दिया है।

आइये उपरोक्त मानवशास्त्रीय कार्यों से पर्यटन अध्ययन के लिए मानवविज्ञान की प्रासंगिकता के बारे में संक्षेप में चर्चा करें:

- क) मानव विज्ञान का तर्क है कि व्यवसाय के बजाय लोगो को पर्यटन के विश्लेषण में दिलचस्पी होना चाहिए।
- ख) विषय के रूप में मानवविज्ञान आज के वैश्वीकृत दुनिया के बड़े ढांचे के भीतर आर्थिक, पर्यावरणीय और सामाजिक क्षेत्रों को पहचानकर पर्यटन का महत्वपूर्ण विश्लेषण प्रदान करता है।
- ग) मानवविज्ञान अपनी गहराई और गुणात्मक दृष्टिकोण के साथ, मानव गतिशीलता और पर्यटन का अध्ययन करने के लिए एक अद्वितीय स्थिति में है।
- घ) एक क्षेत्र आधारित और नृवंशविज्ञान(एथनोग्राफिक) दृष्टिकोण के साथ एक विषय के रूप में, मानवविज्ञान पर्यटन के प्रभावों पर प्राथमिक जानकारी प्राप्त करना चाहता है; पर्यटन में सामान्य रुझानों पर अंतर्दृष्टि प्राप्त करने के लिए विभिन्न स्थानों में घटनाओं की विविधता का अध्ययन करने में मदद करता है; तथा
- च) अपने समग्र दृष्टिकोण के साथ, मानवविज्ञान विविध-सांस्कृतिक समागम और सामाजिक विनिमय (लेनदेन) का अध्ययन करने की अनुमति देता है जैसा कि एक पर्यटन गतिविधि में होता है।

वर्तमान मानवशास्त्रीय सोच यह है कि, पर्यटन बहुत ही जटिल है और इसीलिए इसमें कई मुद्दों को एक साथ पियरेने की आवश्यकता है। यहां पर्यटन के सांस्कृतिक प्रभाव को देखने की आवश्यकता है। साथ ही पर्यटन द्वारा आकार पाने वाले, स्थानीय-वैश्विक संबंधों की गहरी समझ भी। पर्यटन की प्रकृति और समाज की संरचना पर इसके प्रभावों की अधिक जानकारी रखने के लिए विभिन्न मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण नियोजित किए गए हैं।

### अपनी प्रगति की जाँच करें 2

3. उन विभिन्न मार्गों की सूची बनाइए, जिनका अध्ययन मानवविज्ञानियों ने पर्यटन के दृष्टिकोण से किया है।

.....

.....

.....

.....

.....

4. पर्यटन के अध्ययन के लिए मानवविज्ञान कैसे उपयोगी हो सकता है ? स्पष्ट कीजिये।

.....

.....

.....

### 1.3 पर्यटन पर मानवशास्त्रीय परिप्रेक्ष्य

पर्यटन में मानवशास्त्रीय रुचि 1970 के दशक में आरम्भ हुई और आज यह बुनियादी और अनुप्रयुक्त अनुसंधान दोनों में भविष्य के विकास के उम्मीद भरे संकेतों के साथ जांच का एक सुस्थापित क्षेत्र है। एक विषय के रूप में, पर्यटन मानवशास्त्रीय विचार पूर्णरूप से योग्य है क्योंकि दोनों विषयों में मानव और उनकी संस्कृति शामिल हैं। मानवविज्ञान में पर्यटन का अध्ययन **संस्कृति संपर्क** और **संस्कृति परिवर्तन** के साथ मानवशास्त्रीय सोच से उत्पन्न हुआ है।

मानवविज्ञानीयों ने पर्यटक को 'संस्कृतियों के बीच संपर्क और प्रत्यक्ष या अप्रत्यक्ष रूप से विश्व में कम विकसित क्षेत्रों में परिवर्तन के कारक के रूप में देखना शुरू किया' (नैश, 1989; 37)। पर्यटन पर किए गए अपने अध्ययन में, मानवविज्ञानीयों ने पर्यटन को 'सावकाश गतिविधि' के रूप में और पर्यटक को 'सावकाश यात्रियों' के रूप में परिभाषित करने का प्रयास किया है। इस प्रारंभिक समझ के साथ अब यह ज्ञात है कि पर्यटन को एक प्रक्रिया के रूप में देखा जाता है और पर्यटकों को ऐसे लोगों के रूप में देखा जाता है जो अन्य स्थानों की यात्रा करते हैं जहां उनका सामना मेजबानों से होता है और इस तरह के लेन-देन की प्रक्रिया से पर्यटक, उनके मेजबान और उनकी स्थानीय संस्कृतियां प्रभावित होती हैं। और इसके अलावा, यह पर्यटन गतिविधि एक पर्यटन प्रणाली बन सकती है क्योंकि यह बड़े सामाजिक संदर्भ में अंतर्निहित है (नैश, 1981; 462)।

मानवविज्ञानीयों ने आरम्भ में पर्यटकों और मेजबानों के बीच लेनदेन के साथ अपने विचारों को सीमित किया, विशेष रूप से मेजबान समाज पर संस्कृति संपर्क और इसके प्रभावों का अध्ययन किया और इस पर्यटन प्रभाव का मेजबान सरकारों और अंतर्राष्ट्रीय एजेंसियों के लिए व्यावहारिक प्रभाव था जो विकास में शामिल थे। लेकिन आगे के शोध से ज्ञात हुआ कि यह मेजबान देश के दृष्टिकोण से देखा गया एकतरफा निष्कर्ष था, पर्यटन में अच्छे और बुरे दोनों पक्ष थे। कोहेन (1979; 32) ने थाई उच्चभूमि (अपलैंड) गांव पर पर्यटन के प्रभाव के बारे में अपनी रिपोर्ट में शुरू में कहा कि इस क्षेत्र पर पर्यटन का प्रभाव थाई मेजबानों के लिए बुरा था, लेकिन अपने अध्ययन के निष्कर्ष के बाद उनका मानना था कि पर्यटन से निकट भविष्य में मेजबान समाज पर एक विनाशकारी प्रभाव नहीं होगा।

पर्यटन के नजरिये से, मानवविज्ञानी ने कई तरह के प्रश्न पूछे हैं। उदाहरण के लिए, नैश (1981) ने काम और अवकाश के विविध-सांस्कृतिक अर्थों की बात की है और उनके अनुसार पर्यटकों के रूप में ऐसे लोगों के बारे में सोचा जा सकता है जिसके पास आराम का समय है और पर्यटन को ऐसी गतिविधि के रूप में जिसमें वे इस अवस्था में संलग्न हो। नुनेज (1989) ने पर्यटकों और स्थानीय लोगों और मैन्सपर्गर (1995) के बीच पारस्परिक संपर्क की गतिशीलता और प्रभावों का अध्ययन किया है, यह दर्शाता है कि पर्यटन बाजार में एकीकृत होने के बाद स्वदेशी समाज कैसे बदलते हैं। 1990 के दौरान यह बदलाव स्थानीय मेजबान समुदायों के लाभ के लिए प्राकृतिक क्षेत्रों और सांस्कृतिक

परंपराओं के संरक्षण के मुद्दों की ओर था (ईडिंगटन और स्मिथ, 1992; हनी, 1999; लिंडबर्ग, 1991)।

मानवविज्ञानी द्वारा किए गए अध्ययनों को वैचारिक रूप से दो हिस्सों में विभाजित किया जा सकता है, एक जो पर्यटन की उत्पत्ति को समझने पर केंद्रित है और दूसरा जिसका उद्देश्य पर्यटन के प्रभावों का विश्लेषण करना है। पर्यटन की उत्पत्ति के बारे में किए गए अध्ययन मुख्यतः इस बात पर केंद्रित होते हैं कि पर्यटन में मुख्यतः क्या है (एडलर, 1989; टाउनर एंड वाल, 1991) या आधुनिक युग में लोग पर्यटक के रूप में क्यों यात्रा करते हैं (मैक कैनेल, 1976) या क्यों कुछ पर्यटक विशेष प्रकार के गंतव्य या अनुभव चाहते हैं (कोहेन, 1988), इसलिए हममें स्थानीय मेजबान आबादी की अपूर्ण समझ होती है। दूसरी ओर, जब हम पर्यटन के प्रभावों की पड़ताल करते हैं, तो इस कार्य का केंद्रबिन्दु पर्यटकों की तुलना में स्थानीय लोगों पर अधिक होता है, जिससे विश्लेषण पक्षपातपूर्ण हो जाता है। उदाहरण के लिए अध्ययनों से पता चला है कि पर्यटन के बाद समुदाय कैसे बदलते हैं या स्थानीय अर्थव्यवस्थाएं कैसे रोजगार के अवसरों से मजबूत हो जाती हैं (मैन्सपर्गर, 1995) या पर्यटकों की मुद्रा (डॉलर) पर अधिक निर्भरता (एरीसमैन, 1983)। इसके अलावा, एक बार जब वे पर्यटन के वस्तु के रूप में परिवर्तित हो जाते हैं तो स्थानीय परंपराएं और मूल्य अर्थहीन हो जाते हैं (ग्रीनवुड, 1977) या अधिक महत्वपूर्ण हो जाते हैं (वान डेन बर्घे, 1994)। पर्यटन मानव वैज्ञानिकों ने प्रभावों की जांच करते समय अक्सर नृवंशविज्ञान के विवरण में लिखा गया है कि पर्यटन ने मेजबान समुदायों को कैसे प्रभावित किया है। मेजबान समुदाय के आर्थिक और सामाजिक-सांस्कृतिक परिदृश्य पर पर्यटन के प्रभाव में मानव व्यवहार में बदलाव, बुनियादी ढांचे में बदलाव, रोजगार और आर्थिक स्थिति, पर्यावरण में परिवर्तन, निर्मित पर्यावरण में बदलाव, जैसे संकेत दर्ज किए गए हैं। आइए अगले भाग में पर्यटन के सामाजिक-आर्थिक प्रभावों को समझने का प्रयास करें।

### अपनी प्रगति की जाँच करें 3

- मानवविज्ञानी पर्यटकों को 'संस्कृतियों के बीच संपर्क के कारक (एजेंट) के रूप में देखते हैं।' व्याख्या करें।

.....

.....

.....

- क्या आपको लगता है कि पर्यटन पर मानवशास्त्रीय अध्ययन हमें पर्यटक और पर्यटन को बेहतर ढंग से समझने में सहायता करता है?

.....

.....

.....

## 1.4 पर्यटन के प्रभाव

पर्यटन के प्रभावों को पूरी तरह समझने के लिए इस क्षेत्र में बड़े बड़े अनुसंधान किए गए हैं। यद्यपि यह देखा गया है कि पर्यटन के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों प्रभाव हैं, उनका मूल्यांकन अलग-अलग लोगों द्वारा अलग-अलग तरीके से किया जा सकता है



और वास्तव में इन प्रभावों के वांछनीय और अवांछनीय होने के रूप में काफी असहमति हो सकती है।

### 1.4.1 आर्थिक परिणाम

पर्यटन के विकास के लिए प्रमुख प्रोत्साहन आर्थिक है और यह समझा गया कि पर्यटन आर्थिक और सामाजिक परिवर्तन के लिए एक शक्तिशाली लाभकारी कारक था। पर्यटन उद्योग ने रोजगार, उद्यमशीलता गतिविधि और संशोधित भूमि उपयोग और आर्थिक संरचना को प्रेरित किया। अधिकांश अध्ययनों ने उन आर्थिक लाभों पर जोर दिया है जो गंतव्य क्षेत्रों विशेष रूप से विकासशील देशों, जिनमें आमतौर पर आय का निम्न स्तर, धन और आय का असमान वितरण, बेरोजगारी का उच्च स्तर, कृषि और निर्वाह गतिविधियों पर भारी निर्भरता होती है, को प्राप्त है। आर्थिक प्रभाव के मूल्यांकन ने बहुत ही बहुमूल्य जानकारी प्रदान की जो आगे जाकर पर्यटन विकास नीतियों के निर्माण में सहायता करता है। कई विकासशील देशों और दूरस्थ स्थलों ने जिन्हें पर्यटक स्थल के रूप में खोला गया था, ने विशेष रूप से रोजगार के पद्धति में आर्थिक बदलाव देखे हैं। चूंकि पर्यटन एक श्रम गहन सेवा उद्योग है, इसलिए यह बड़ी संख्या में अर्ध-कुशल और अकुशल श्रमिकों को रोजगार देता है, जो थोड़े से प्रशिक्षण के साथ इस आतिथ्य उद्योग में पर्यटक गाइड, टूर ऑपरेटर, ट्रांसपोर्टर्स आदि के रूप में शामिल होते हैं। कई किसान और मजदूरी करने वाले लोग शहरी क्षेत्रों में पर्यटन में अधिक लाभप्रद रोजगार पाने के लिए कृषि कार्यों को छोड़ देते हैं।

कृषि से पर्यटन में होने वाला संरचनात्मक परिवर्तन भी भूमि उपयोग पद्धति में परिवर्तन लाता है। मानवशास्त्रीय अध्ययनों से पता चला है कि यद्यपि इसने दिहाड़ी मजदूरी के अवसरों का सृजन किया लेकिन इसने कृषि और निर्वाह गतिविधियों को नष्ट कर दिया। मैनेस्परगर (1995) ने विश्लेषण किया कि कैसे प्रशांत द्वीपवासियों के बीच पर्यटन ने निर्वाह गतिविधियों को समाप्त कर दिया और स्थानीय लोगों को बाहरी दुनिया पर अधिक निर्भर बना दिया। रोसेनबर्ग (1988) ने तर्क दिया कि पर्यटन ने फ्रांस के एक छोटे से पहाड़ के गांव में कृषि को खत्म करने में योगदान दिया, जहां स्की ढलानों को साफ करने के लिए मुख्य रूप से चरने वाले जानवरों का उपयोग किया जाता था। पर्यटन भूमि के लिए प्रतिस्पर्धा को भी बढ़ाता है, भूमि की कीमतें बढ़ाता है और भूमि के विखंडन में भी योगदान देता है। उदाहरण के लिए, पर्यटन के कारण अचल संपत्ति की कीमतें बढ़ सकती हैं जो उन स्थानीय लोगों, जो संपत्ति खरीदने का इरादा रखते हैं, के लिए कठिनाई पैदा कर सकती हैं।

पर्यटन के सकारात्मक आर्थिक प्रभावों पर अनुसंधान के जोर ने आर्थिक विकास को प्रोत्साहित करने के लिए पर्यटन की क्षमता के विषय में नीति निर्माताओं को व्यापक आशावादी बनाया है। लेकिन यह देखा गया है कि विभिन्न आर्थिक लाभ विभिन्न प्रकार की लागत के साथ आते हैं जिन्हें नीति निर्माताओं द्वारा बड़े पैमाने पर अनदेखा किया गया है। मानवविज्ञान ने बदलती अर्थव्यवस्थाओं, उच्च मुद्रास्फीति और भूमि की सट्टेबाजी, बाहरी अर्थव्यवस्थाओं पर अधिक निर्भरता, उद्योग की मौसमी प्रकृति के कारण समस्याएं आदि पर शोध किया है ताकि यह दिखाया जा सके कि हमें अधिक संतुलित दृष्टिकोण रखने और लाभ और लागत दोनों को मापने की आवश्यकता है।

### 1.4.2 सामाजिक परिणाम

पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक प्रभावों पर शोध तीन अलग-अलग श्रेणियों में आते हैं:

1. पर्यटक – यहाँ शोध पर्यटकों की गतिविधियों, प्रेरणाओं, दृष्टिकोणों और अपेक्षाओं और उनके अनुरूप क्रय निर्णयों की मांग पर केंद्रित है।
2. मेजबान— गंतव्य क्षेत्रों के निवासियों, सेवाओं को प्रदान करने में लगे श्रम और पर्यटक उद्योग के स्थानीय संगठन को देखता है।
3. पर्यटक-मेजबान अंतर्संबंध— मेजबान और अतिथियों के बीच संपर्कों की प्रकृति पर अनुसंधान और संपर्क के परिणामों से संबंधित है।

पर्यटन के सामाजिक परिणाम मूल रूप से उन तरीकों की गणना करते हैं जिनमें पर्यटन प्रणाली ने मूल्य प्रणाली, व्यक्तिगत व्यवहार, पारिवारिक संरचना और रिश्तों में परिवर्तन, सामूहिक जीवन शैली, नैतिक आचरण, पारंपरिक समारोहों और सामुदायिक संगठनों में योगदान दिया है। मेजबान-पर्यटक का आमना सामना बहुत ही कम समय के लिए होता है, जो अक्सर सतही होती है; उनके बीच संचार/बातचीत में गहराई की कमी होती है यह मुख्य रूप से 'पर्यटक बस्ती' तक सीमित है (होटल और रिसॉर्ट्स) जो असमान प्रकृति का है। पर्यटक-मेजबान बातचीत सकारात्मक और नकारात्मक दोनों हो सकती है। मेजबान-अतिथी बातचीत को प्रभावित करने वाले कारक हैं – ठहरने की अवधि, पर्यटकों का भौतिक अलगाव (होटल/रिसॉर्ट्स के लिए), भाषा और संचार आदि।

मेजबानों और अतिथियों के बीच संबंध कैसे बनते हैं और वे समय के साथ कैसे बदलते हैं, पर्यटन के मानवशास्त्रीय अध्ययन के लिए बहुत महत्वपूर्ण है। विविध-सांस्कृतिक बातचीत और मेजबान और अतिथियों के बीच होने वाला वाणिज्यिक लेनदेन यह दर्शाता है कि पर्यटन मेजबान के समाज को कैसे प्रभावित करता है। एक तरफ पर्यटन व्यवसाय लाता है और इस प्रकार मेजबान आबादी के लिए रोजगार के अधिक अवसर प्रदान करता है। ऐसे कई अन्य कारक हैं जो विभिन्न संस्कृतियों या उपसंस्कृतियों से आने वाले अजनबियों के परस्पर क्रिया की जटिल प्रकृति को प्रभावित करते हैं, जैसे अतिथी के प्रवास की अवधि, दृष्टिकोण और अपेक्षाएँ (मेजबान और अतिथि दोनों की), पर्यटन के अनुरूप मौसम की अवधि और 'संस्कृति मध्यस्थ (दलाल)' या 'सीमांत मानव' की भूमिका इत्यादि।

सांस्कृतिक-मध्यस्थ या सीमांत-मानव (स्मिथ, 1977) को बहुभाषी और अभिनव मध्यस्थों के रूप में परिभाषित किया जाता है जो पर्यटकों के उद्देश्यों के लिए स्थानीय संस्कृति को नियंत्रित या परिवर्तित करते हैं। पर्यटन विकास के लिए एक उद्यमी प्रतियोगिता स्थापित करने में उनकी भूमिका अक्सर महत्वपूर्ण होती है। ये संस्कृति बिचौलिये अपने समाज के भीतर परिवर्तन ला सकते हैं। वे मेजबान और अतिथियों के बीच संचार की मात्रा और गुणवत्ता पर नियंत्रण के कुछ स्तर विकसित कर सकते हैं। जैसा कि नुनेज (1989; 267) ने उल्लेख किया है कि पर्यटकों के खानपान के उद्देश्यों के लिए दूसरी भाषा के अधिग्रहण से अक्सर लोगों को सेवा पदों के लिए आर्थिक गतिशीलता मिलती है: दुभाषियों, टूर गाइड, द्विभाषी वेंटर, क्लर्क और पुलिस को उनके समुदाय के एकभाषी की तुलना में अक्सर अधिक मेहनताना दिया जाता है। यह देखा जाता है कि पर्यटक मेजबान से कम लेते हैं जबकि मेजबान पर्यटक से ज्यादा लेते हैं, और इस तरह से मेजबान समुदाय में परिवर्तन की एक श्रृंखला बनती है। एक आकर्षक उदाहरण मेजबान समुदाय के कुछ सदस्यों द्वारा भाषा अधिग्रहण है।

### 1.4.3 भाषा

नुनेज (1989) ने बताया कि भाषाई अभिरुचि जिसमें आमतौर पर कम साक्षर मेजबान आबादी कई द्विभाषी व्यक्तियों का निर्माण करती है। पर्यटक उन्मुख समुदाय या देश में द्विभाषी व्यक्तियों के समूह को आमतौर पर पुरस्कृत किया जाता है। मैथिसन और वॉल



(1982; 163) के अनुसार, संस्कृति मध्यस्थ है द्विभाषी एक हानिकारक तरीके से मेजबान समाज की संस्कृति की पहचान को प्रभावित किए बिना पर्यटन उद्देश्यों के लिए स्थानीय संस्कृति में हेरफेर करने की स्थिति में होते हैं। यहाँ भाषा पर थोड़ी चर्चा आवश्यक हो जाती है क्योंकि पर्यटन पर इसका प्रभाव देखा जाता है। समाज में भाषा की सामाजिक-सांस्कृतिक भूमिका और पर्यटन के साथ इसके संबंधों की जांच करना उचित है। भाषा संचार का एक साधन है और यह किसी भी जनसंख्या के सामाजिक और सांस्कृतिक गुणों का एक हिस्सा है। वैग्नर(1958:86) ने जोर देकर कहा कि "भाषा अंतर-संचार करने वाली सामाजिक इकाइयों की रचना और वितरण—जैसे, कौन किस से बात करता है—और इस तरह ऐसी गतिविधियां जिनमें पुरुष समूहों में भाग लेने में सक्षम हैं, पर निर्णायक प्रभाव डालती है।" सामाजिक और सांस्कृतिक परिवर्तन के विश्लेषण में भाषा एक महत्वपूर्ण कारक है और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन के सामाजिक प्रभाव का एक उपयोगी संकेतक हो सकता है। केवल कुछ अध्ययन (बटलर, 1978; कोहेन और कूपर 1986; हुइसमैन और मूर, 1999; व्हाइट, 1974) किए गए, जिन्होंने भाषा के उपयोग पर पर्यटन के प्रभावों की पहचान की।

व्हाइट (1974) ने पर्यटन और सामाजिक परिवर्तन के विकास के बीच संबंधों की जांच की, भाषा को बाद के सूचकांक के रूप में उपयोग किया। उन्होंने एक वैचारिक प्रतिमान प्रस्तुत किया जो तीन तरीकों की पहचान करता है जिससे पर्यटन भाषा परिवर्तन कर सकता है:

1. *आर्थिक परिवर्तन के माध्यम से* — नए रोजगार जैसे टूर गाइड, दुभाषिया, ट्रांसपोर्टर्स इत्यादि, जो कि पर्यटन के विस्तार से जुड़े हैं, जिससे पर्यटकों की भाषा सीखने के लिए स्थानीय लोगों की संख्या बढ़े और पर्यटकों और मेजबानों की आबादी के बीच मध्यस्थ के रूप में कार्य किया जा सके।
2. *सामग्री और वित्तीय पृष्ठभूमि के प्रदर्शन प्रभाव के द्वारा* — पर्यटक चित्रण के माध्यम से, उनके दृष्टिकोण और व्यवहार स्वदेशी समुदाय के भीतर नए दृष्टिकोण पेश कर सकते हैं। मेजबानों की ओर से समान दर्जा प्राप्त करने की आकांक्षा उन्हें अपनी भाषा को पर्यटकों के साथ बदलने के लिए प्रेरित कर सकती है।
3. *प्रत्यक्ष सामाजिक संपर्क के माध्यम से* — पर्यटकों और मेजबानों के बीच सीधे संचार से (उदाहरण के लिए खुदरा या सेवा क्षेत्र में श्रमिकों को पर्यटक की भाषा में समझाना आवश्यक हो सकता है क्योंकि पर्यटक स्थानीय भाषा बोलने में सक्षम नहीं हो सकता है) मेजबान की भाषा के उपयोग में कमी हो सकती है।

बटलर (1978) द्वारा किए गए एक अन्य अध्ययन, ग्रामीण स्कॉटलैंड ने संकेत दिया कि पर्यटन गतिविधियां पर्यटकों द्वारा स्वदेशी भाषा को विस्थापित करने का कार्य करती हैं। बटलर और व्हाइट ने यह भी पाया था कि निजी घरों, फार्महाउस और स्थानीय रूप से स्थित आवास इकाइयों में रहने वाले पर्यटकों को होटल या मोटल में रहने वाले लोगों की तुलना में अपने मेजबान की भाषाई वफादारी से कम प्रभाव पड़ता था। दोनों अध्ययनों से स्पष्ट हुआ कि मेजबान संस्कृतियों की भाषाई एकजुटता को पर्यटन विकास की आत्मसात करने वाली ताकतों से गंभीर खतरा है। कोहेन और कूपर (1986) ने सुझाव दिया कि मेजबान भाषा के उपयोग में परिवर्तन भी पर्यटक-मेजबान संबंध की प्रकृति और अंतःक्रियात्मक समूहों की सामाजिक-आर्थिक विशेषताओं से संबंधित हैं। यह ज्ञात है कि पर्यटक अस्थायी आगंतुक होते हैं जिनका मेजबान समाज के साथ संपर्क सतही और संक्षिप्त होता है। मानवविज्ञानियों ने यह भी माना है कि पर्यटकों और स्थानीय लोगों के बीच भाषाई बातचीत, दोनों समूहों की शिक्षा का स्तर, और सामान्य पर्यटक क्षेत्रों से परे पर्यटकों के फैलाव का स्तर भी उनके 'शक्ति सम्बंध' का प्रतिबिंब है।

विभिन्न सांस्कृतिक और भाषाई समूहों और विभिन्न भौगोलिक स्थानों के लिए अधिक विस्तृत जांच की आवश्यकता होती है, इससे पहले कि हम समकालीन समय में पर्यटन की बदलती प्रकृति के बारे में निष्कर्ष निकालें जहां मुक्त बाजार की अर्थव्यवस्था के कारण पर्यटन उद्योग का विशेष रूप से मेजबान आबादी पर गहरा प्रभाव पड़ता है।

#### अपनी प्रगति की जाँच करें 4

- मेजबान समुदाय पर पर्यटन के आर्थिक और सामाजिक परिणामों पर संक्षिप्त चर्चा करें।

.....

.....

.....

- सांस्कृतिक मध्यस्थों को परिभाषित करें। भाषाई उत्पीड़न मेजबान समुदाय की पर्यटन क्षमता में कैसे सहायक है?

.....

.....

.....

### 1.5 सारांश

इस इकाई में छात्रों को पर्यटन की अवधारणा से परिचित कराया गया है। जिसका अध्ययन मानव विज्ञान के दृष्टिकोण से किया गया है। चूंकि मानवविज्ञान मुख्य रूप से अपने सांस्कृतिक और सामाजिक समायोजन में मनुष्यों पर केंद्रित है, इसलिए पर्यटन का मानवविज्ञानीय विश्लेषण मुख्य रूप से पर्यटन को एक संबंधपरक और सांस्कृतिक दृष्टिकोण से समझता है। मानवविज्ञानियों ने पर्यटन को एक मानवीय गतिविधि के रूप में समझा है और पर्यटकों और उनके मेजबानों दोनों की प्रेरणाओं और कार्यों का विश्लेषण किया है। उन्होंने संस्कृतियों और समाजों में प्रवेश करने वाले अजनबियों के प्रभाव और ऐसे मानवीय संपर्कों के प्रभाव का आंकलन करने का भी प्रयास किया है।

जैसा कि स्पष्ट है, जब बाह्य लोग एक संस्कृति में आते हैं, तो पर्यटकों के रूप में, वे इसे सकारात्मक रूप से दर्ज करते हैं, संपर्क के अन्य रूपों के विपरीत, पर्यटन वह है, जहां दोनों पक्षों से सौम्य और शांतिपूर्ण व्यवहार की आशा होती है। पर्यटक आनंद प्राप्त करने में सहायता करता है और नए ज्ञान को इकट्ठा कर सकता है; जबकि मेजबान मुख्य रूप से मौद्रिक लाभ में रुचि रखते हैं और पर्यटन से लाभ की उम्मीद करते हैं। दुनिया में ऐसे स्थान हैं, जहां पर्यटन आजीविका प्राप्त करने का प्राथमिक साधन है फिर भी इसकी सौम्य उपस्थिति वेश्यावृत्ति जैसे अवांछित प्रभावों को उकसा सकती है या पारिवारिक संबंधों को तोड़ सकती है या बढ़ती कीमतों और स्थानीय सामानों की कमी से स्थानीय लोगों पर नकारात्मक आर्थिक प्रभाव डाल सकती है।

मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण का लाभ मानवशास्त्रीय पद्धति में निहित है, जो कई कारकों की पहचान और विश्लेषण के लिए उपयुक्त है जो सतह पर स्पष्ट नहीं हैं लेकिन केवल गहराई और गुणात्मक विश्लेषण के साथ दिखाई देता है। पर्यटन के कई छिपे हुए पहलू हो सकते हैं जो एक क्षेत्र आधारित अध्ययन के साथ और स्पष्ट हो जाते हैं।

## 1.6 संदर्भ

- एडलर, जे. (1989). ओरिजिन ऑफ साइडिंग. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 16: 7–29.
- बोइससेवियन, जे. (1996) (संपा). *कॉपिंग विद टूरिस्ट : यूरोपीयन रिएक्शंस टू मास टूरिज्म*. प्रोविडेंस: बर्गहं बुक्स.
- बटलर, आर.डब्ल्यू. (1978). 'द इम्पैक्ट ऑफ रिक्रिएशन ऑन द लाइफस्टाइल्स ऑफ रूरल कम्युनिटीज'. *वीनर जियोग्रेफीस्च शृफेन*, 51, 187–201.
- क्रिक, एम. (1989). 'रिप्रेजेन्टेशंस ऑफ इन्टरनेशनल टूरिज्म इन द सोशल साइंसेज : सन, सेक्स, सेविंग्स एंड सर्विलिटी', *एनुअल रिव्यू ऑफ एंथ्रोपोलॉजी*: 307–44.
- क्रिक, एम. (1995). 'द एंथ्रोपोलॉजिस्ट ऐज टूरिस्ट: एन आइडेंटिटी इन क्वेश्चन ' इन एम. एफ. लैनफैट, जे. बी. एलकॉक एंड ई. एम. ब्रूनर (संपा) *इन्टरनेशनल टूरिज्म : आइडेंटिटी एंड चेंज*. लंदन: सेज पब्लिकेशन्स. पृ.सं. 205–223.
- कोहेन, ई. (1972). 'टुवर्ड्स सोशियोलॉजी ऑफ इन्टरनेशनल टूरिज्म'. *सोशल रिसर्च*, 39: 164–82.
- कोहेन, ई. (1974). 'हू इज ए टूरिस्ट ?' : ए कन्सेप्चुअल क्लसिफिकेशन', *सोशियोलोजिकल रिव्यू*, 22: 527–55.
- कोहेन, ई. (1979). 'द इम्पैक्ट ऑफ टूरिज्म ऑन द हिल ट्राईब्स ऑफ नॉर्दर्न थाइलैंड', *इन्टरनेशनल एशियनफॉरम*, 10, 5–38.
- कोहेन, ई. (1979). 'सोशियोलोजी ऑफ टूरिज्म'. स्पेशल इश्यु. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 6 (1 और 2)
- कोहेन, ई. (1979). फेनोमेनोलॉजी ऑफ टूरिस्ट एक्सपीरियंस'. *सोशियोलोजी*, 13: 179–202.
- कोहेन, ई. (1984). 'द सोशियोलोजी ऑफ टूरिज्म: एप्रोचेस, इश्यूज एंड फाइंडिंग्स'. *एनुअल रिव्यू सोशियोलोजी*, 10: 373–92.
- कोहेन, ई. एंड कूपर, आर. (1986). 'लैंग्वेज एंड टूरिज्म'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 13: 533–64.
- कोहेन, ई. (1988). 'औथेंटिसिटी एंड कोमोडिटाइजेशन इन टूरिज्म', *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 15: 371–86.
- डैन, जी. (1997). *द लैंग्वेज ऑफ टूरिज्म*, ऑक्सफोर्ड: पेरगामन.
- इडिंगटन, डब्ल्यू आर एंड स्मिथ, वीएल. (1992) (संपा). *टूरिज्म आलटरनेटिव्स : पोटेन्शियल एंड प्रॉब्लम्स इन द डेवलपमेंट ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी पेन प्रेस.
- एरीसमैन, एच.एम. (1983). 'टूरिज्म एंड कल्चरल डिपेंडेंसी इन द वेस्ट इंडीज'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. संस्करण .10, इश्यू , 3, पृ.सं. 337–361.
- ग्रेबर्न, एन. (1977). 'टूरिज्म : द सेक्रेड जर्नी ' इन वी एल. स्मिथ (संपा) *होस्ट्स एंड गेस्ट्स: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी ऑफ पेन्सिल्वेनिया प्रेस, पृ.सं.21–36.

- ग्रैबर्न, एन. (1983). 'द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. 10: 9—33.
- ग्रीनवुड, डीजे. (1977). 'टूरिज्म एज एन एजेंट ऑफ चेंज: ए स्पेनिश बास्क केस'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 3: 128—42.
- हनी, एम. (1999). *इकोटूरिज्म एंड सस्टेनेबल डेवलपमेंट: हू ओवन्स पैराडाइज?* वाशिंगटन डीसी: आईलैंड प्रेस.
- ह्युस्मैन, एस एंड मुरे, के. (1999). 'नेचुरल लैंग्वेज एंड दैट ऑफ टूरिज्म', *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 26 (2), 445—8.
- जाफरी, जे (1977). एडिटर्स पेज. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 5: 6—11.
- लेट, जे. (1989). एपिलॉग इन वी एल स्मिथ (संपा) *होस्ट्स एंड गेस्ट्स: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी ऑफ पेन्सिल्वेनिया प्रेस , पृ.सं. 275—79.
- लिंडबर्ग, के. (1991). *इकोनोमिक पोलिसिस फॉर मैक्सिमाइजिंग नेचर टूरिज्म कन्सीट्यूशन टु सस्टेनेबल डेवलपमेंट इन बेलिज*. वाशिंगटन डीसी: वर्ल्ड वाइल्डलाइफ फंड.
- मैक कैनेल, डी. (1976). *द टूरिस्ट*. न्यूयॉर्क : शॉकेन.
- मेलिनोवोस्की, बी. (1922). *अर्गोनाट्स आफ वेस्टर्न पैसिफिक: सन एकाउंट ऑफ नैटिव इंटरप्राइस एंड एडवेचर इन द आर्चियोलोगस ऑफ कैलिनिशियन न्यूगिनी*. लंदन: रूटलेज एंड केगनपाल.
- मैनस्पेगर, एम.सी. (1995). 'टूरिज्म एंड कल्चर चेंज इन स्माल स्केल सोसाइटीज'. *ह्युमन ऑर्गेनाइजेशन*, वोल्यूम .54, नंबर 1, 87—94.
- मैथिसन, ए, एंड वॉल,जी. (1982). *टूरिज्म: इकोनॉमिक, फिजिकल एंड सोशल इम्पैक्ट्स*. लंदन: लॉंगमैन.
- मिडलटन, वी. (1998). *मार्केटिंग इन ट्रैवल एंड टूरिज्म*. ऑक्सफोर्ड: हीनमैन.
- नैश, डी. (1981). 'टूरिज्म एज एन एंथ्रोपोलॉजिकल सबजेक्ट'. *करेंट एंथ्रोपोलॉजी*, 22:461—81.
- नैश, डी. (1989). 'टूरिज्म एज ए फोर्म ऑफ इम्पीरियलिज्म' इन वी एल स्मिथ (संपा). *होस्ट एंड गेस्ट: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी ऑफ पेन्सिल्वेनिया प्रेस, पृ.सं.39—52.
- नैश,डी एंड स्मिथ, वी. एल (1991). 'एंथ्रोपोलॉजी एंड टूरिज्म'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 18:12—25.
- नुनेज, टी. (1989). 'टूरिस्टिक स्टडीज इन एंथ्रोपोलॉजिकल पर्सपेक्टिव्स इन वी एल स्मिथ (संपा) *होस्ट्स एंड गेस्ट्स : द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी ऑफ पेन्सिल्वेनिया प्रेस, पृ.सं. 265—79
- पीयर्स, पी. एल. (1982). *द सोशल साइक्लोजी ऑफ टूरिस्ट बिहेवियर*. ऑक्सफोर्ड:पेरगामन.
- रोसेनबर्ग, एच. (1988). *ए नेगोशिएटेड वर्ल्ड : श्री सेंचुरीज ऑफ चेंज इन फ्रेंच एल्पाइन कम्युनिटी*. टोरंटो: यूनिवर्सिटी ऑफ टोरंटो प्रेस.
- रेयान, सी. (1991). *रिक्रिएशनल टूरिज्म : ए सोशल साइंस पर्सपेक्टिव*. लंदन: रूटलेज.

सेल्विन, टी. (1994). 'द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म: रिफ्लेक्शन्स ऑन द स्टेट ऑफ द आर्ट' 'इन सीटोन, ए एट अल (संपा) टूरिज्म : द स्टेट ऑफ द आर्ट. लंदन: विले.

स्मिथ, वी.एल. (1989). *होस्ट एंड गेस्ट : द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: यूनिवर्सिटी ऑफ पेन्सिल्वेनिया प्रेस.

टाउनर एंड वॉल. (1991). 'हिस्ट्री एंड टूरिज्म'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 18 (1): 71–84.

उरी, जे. (1990). *द टूरिस्ट गेज: लेजर एंड ट्रेवल इन कंटेम्परी सोसाइटीज*. लंदन: सेज पब्लिकेशन्स.

वैन डेन बर्घे, पी. (1994). *द क्वेस्ट फॉर अदर: एथनीक टूरिज्म इन सैन क्रिस्टोबाल, मेक्सिको*. सीटल: यूनिवर्सिटी वाशिंगटन प्रेस.

वैन हैसरेल, जे. (1994). *टूरिज्म : एन एक्सप्लोरेशन (थर्ड एडिशन)*. एंगलवुड क्लिफ्स: प्रेंटिस हॉल.

वैगनर, पी. एल. (1958). 'रिमार्क्स ऑन द जियोग्राफी ऑफ लैंग्वेज'. *जियोग्राफीकल रिव्यू*, 48, 86–97.

व्हाइट, पी.ई. (1974). *द सोशल इम्पैक्ट ऑफ टूरिज्म ऑन होस्ट कम्युनिटीज: ए स्टडी ऑफ लैंग्वेज चेंज इन स्विट्जरलैंड*, रिसर्च पेपर नम्बर 9. स्कूल ऑफ जियोग्राफी, ऑक्सफोर्ड यूनिवर्सिटी.

---

## 1.7 आपकी प्रगति जांचने के लिए उत्तर

---

1. कृपया अनुभाग 1.1.1 देखें ।
2. कृपया अनुभाग 1.1.2 देखें ।
3. कृपया अनुभाग 1.2 देखें ।
4. मानवविज्ञान आज के वैश्वीकृत दुनिया के बड़े ढांचे के भीतर आर्थिक, पर्यावरणीय और सामाजिक क्षेत्रों को पहचानकर पर्यटन का महत्वपूर्ण विश्लेषण प्रदान करता है। अधिक विवरण के लिए कृपया अनुभाग 1.2 देखें ।
5. कृपया अनुभाग 1.3 देखें ।
6. खंड 1.3 को पढ़ें और विषय पर आपके अपने दृष्टिकोण लिखें ।
7. कृपया अनुभाग 1.4.1 और 1.4.2 देखें ।
8. कृपया अनुभाग 1.4.3 देखें ।

---

## इकाई 2 पर्यटक और पर्यटन \*

---

### इकाई की रूपरेखा

#### 2.0 परिचय

#### 2.1 पर्यटन और पर्यटक के प्रकार

##### 2.1.1 पर्यटन के प्रकार

#### 2.2 पर्यटन अध्ययन का इतिहास

##### 2.2.1 पर्यटन और प्रवास

##### 2.2.2 पर्यटन और औपनिवेशिक अन्वेषण

##### 2.2.3 कल्पित और यादगार यात्राएँ

#### 2.3 सारांश

#### 2.4 संदर्भ

#### 2.5 आपकी प्रगति की जाँच के लिए उत्तर/संकेत

### अधिगम के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद, शिक्षार्थी को सक्षम होना चाहिए:

- पर्यटक और पर्यटन को परिभाषित करना;
- विभिन्न प्रकार के पर्यटन और पर्यटकों की पहचान करना; तथा
- पर्यटन और तीर्थयात्रा, प्रवास, औपनिवेशिक अन्वेषण, रिश्तेदारों से भेंट; कल्पित और यादगार यात्रा के बीच सम्बंधों को पहचानना ।

---

### 2.0 परिचय: पर्यटन और पर्यटक

---

पर्यटन एक दैनिक दिनचर्या के जीवन से दूर, थोड़े समय के लिए यात्रा और उसके अनुभव के बारे में है। पहले की इकाई में हमने मानवविज्ञान और पर्यटन की अवधारणाओं को देखा। हमने पर्यटन के उस बिंदु तक का अध्ययन किया जब यह मानवशास्त्रीय अध्ययन का एक अभिन्न अंग बन गया था। इस इकाई में हम पर्यटन के विभिन्न अर्थों और मानव विज्ञान के साथ इसके संबंधों पर एक नजर डालते हैं। पर्यटन मानवविज्ञान का ध्यान पर्यटन के सामाजिक और सांस्कृतिक पहलुओं को समझते हुए पर्यटक (अतिथि) के व्यवहार और मेजबान संस्कृति पर इसके प्रभाव का अध्ययन करना है। मानवविज्ञानी और पर्यटकों के बीच एक संबंध है, कि दोनों अपने घर से दूर स्थानों पर जाते हैं और रहते हैं। जबकि मानवविज्ञानी इस यात्रा को एक लंबी अवधि के लिए और शैक्षणिक उद्देश्यों के लिए करते हैं, लेकिन पर्यटक इसे अल्पावधि में और ज्यादातर मनोरंजन के उद्देश्य से करते हैं। लेकिन दोनों के बीच एक अंतर-संबंध है, क्योंकि दोनों अलग-अलग संस्कृतियों का सामना करते हैं और सामाजिक संबंधों का निर्माण करते हैं, चाहे बाहरी समुदाय के के रूप में वे अलग हो।

इससे पहले कि हम इस सम्बंध को विस्तार से समझें, पहले हम पर्यटन की अवधारणा के एक सामान्य अवलोकन पर विचार करते हैं।

---

**\*योगदानकर्ता :** डॉ. कुमकुम श्रीवास्तव, पूर्व एसोशियट प्रोफेसर, इतिहास विभाग, जानकी देवी मेमोरियल कालेज, दिल्ली विश्वविद्यालय, दिल्ली.



## पर्यटन

पर्यटन एक ऐसी “संयोजक पद्धति” है, जिसमें आबादी “सबसे दूर हो जाती है”, यहाँ सभी रोजमर्रा के जीवन का प्रतिनिधित्व करते हैं जिसे हम सामान्य जीवन का दिन कहते हैं, जहाँ हम हमारी भूमिकाओं के अनुसार कुछ निर्दिष्ट गतिविधियाँ करते हैं चाहे हम घर में हो या कार्यालय में हों (मैककैनल 1976:13, ग्रेबर्न 1983:11 से उद्धृत)। पर्यटन में हमारे सामान्य रोजमर्रा के सांसारिक जीवन से मिला एक विराम (ब्रेक) है, जहाँ कोई व्यक्ति दूसरे स्थान पर चला जाता है और वहाँ उसका दिन सामान्य दिनचर्या से संबंधित नहीं होता है। इस छोटे से अंतराल का मकसद स्वयं को फिर से जीवंत, पुनर्जीवित और तरोताजा करना है ताकि छुट्टी समाप्त होने के बाद ऊर्जा के साथ दिनचर्या को फिर से प्राप्त किया जा सके। ग्रेबर्न (1983: 11) ने कहा है कि “पर्यटन में प्रतिभागियों का सामान्य जीवन और जीविकोपार्जन के लिए व्यवसाय से अलग होना शामिल है, और एक अन्य प्रकार की नैतिक स्थिति में प्रवेश करना है जिसमें मानसिक, अभिव्यंजक और सांस्कृतिक आवश्यकताएं आगे की तरफ आती हैं”।

## पर्यटक

एक पर्यटक को “अस्थायी रूप से सावकाश व्यक्ति के रूप में परिभाषित किया गया है जो स्वेच्छा से परिवर्तन का अनुभव करने के उद्देश्य से घर से दूर किसी स्थान पर जाता है” (स्मिथ 1977:21 ग्रेबर्न 1983 से उद्धृत)। जबकि लिंक 2008:8, के अनुसार, यदि कोई व्यक्ति अपने घर से, व्यवसाय या सुख या अन्य कारणों से, कम से कम 24 घंटों के लिए 80 किलोमीटर की यात्रा करता है, वह पर्यटक के रूप में जाना जाता है। अरुनमोझी और पन्नीरसेल्वम (2013: पृष्ठ संख्या) ने कहा कि पर्यटन अधिवास के बाहर लोगों की अल्पकालिक संगति है जहाँ वे सामान्य रूप से रहते हैं और एक गंतव्य के लिए काम करते हैं जो स्पष्ट रूप से उनकी आवश्यकताओं को पूरा करता है। संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन (यूएनडब्ल्यूटीओ), 1995 उपरोक्त परिभाषा का एक सरलीकृत संस्करण प्रदान करता है।

1. घरेलू (किसी देश के निवासी केवल उस देश के भीतर यात्रा करते हैं)
2. अन्तर्गामी (किसी दिए गए देश में यात्रा करने वाले गैर-निवासी)
3. विदेश जाने वाले (एक देश के निवासी दूसरे देश में यात्रा करते हैं)

इस आधार पर, पर्यटकों को स्थानीय, क्षेत्रीय और अंतर्राष्ट्रीय पर्यटकों में वर्गीकृत किया गया है।

### ध्यानार्थ

यूएनडब्ल्यूटीओ : संयुक्त राष्ट्र विश्व पर्यटन संगठन “सतत और सार्वभौमिक रूप से सुलभ पर्यटन के प्रचार” (2014 बी) के लिए जिम्मेदार संयुक्त राष्ट्र की एक संस्था है। यूएनडब्ल्यूटीओ बाजार का ज्ञान उत्पन्न करता है, प्रतिस्पर्धी और स्थायी पर्यटन नीतियों और साधनों को बढ़ावा देता है, पर्यटन शिक्षा और प्रशिक्षण को बढ़ावा देता है, और दुनिया भर के 100 से अधिक देशों में तकनीकी सहायता परियोजनाओं के माध्यम से पर्यटन को विकास के लिए एक प्रभावी साधन बनाने का काम करता है। मुख्य उद्देश्य पर्यटन को बढ़ावा देना है जबकि यह राष्ट्रों के बीच सौहार्द और शांति लाने के लिए नैतिक व्यवहार और वृक्षारोपण को प्रोत्साहित करता है।

यूएनडब्ल्यूटीओ सदस्यता में **158 देश, 6 एसोसिएट सदस्य और 500 से अधिक संबद्ध सदस्य शामिल हैं** जो निजी क्षेत्र, शैक्षणिक संस्थानों, पर्यटन संघों और स्थानीय पर्यटन प्राधिकरणों का प्रतिनिधित्व करते हैं।

<http://www2.unwto.org/content/who-we-are-0> accessed on 27th August, 2019

आतिथ्य सत्कार पर्यटन का अभिन्न भाग है। इसे लोगों का स्वागत और आराम महसूस करने और स्वयं का आनंद लेने में मदद करने के व्यवसाय के रूप में परिभाषित किया जा सकता है (डिस्कवर हॉस्पिटैलिटी, 2015)। आतिथ्य सत्कार उद्योग, भोजन—पेय और सामूहिक यात्रा का संयोजन है और इसमें : होटल, रेस्तरां, टूर एजेंट और उनके रसद शामिल हैं।

### अपनी प्रगति की जाँच करें 1

1. पर्यटन को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

2. पर्यटक कौन है?

.....

.....

.....

## 2.1 पर्यटन और पर्यटक के प्रकार

### पर्यटन के प्रकार

पर्यटन को क्षेत्र, अवधि, उद्देश्य, राष्ट्रीयता, मौसम और पर्यटकों की संख्या के आधार पर विभिन्न रूपों में विभाजित किया जा सकता है। मोटे तौर पर, एक व्यक्ति पर्यटन को दो प्रकारों में विभाजित कर सकता है: **घरेलू पर्यटन**, जिसमें लोग देश के भीतर यात्रा करते हैं, और **अन्तर्राष्ट्रीय पर्यटन**, जिसमें नए पर्यटन परंपराओं को सीखने और अनुभव करने के लिए और नए लोगों से मिलने के लिए लोग विदेश यात्रा करते हैं।

हालांकि, कुछ लोग भौगोलिक मानदंड का उपयोग करके पर्यटन को परिभाषित करते हैं क्योंकि यह पर्यटन क्षेत्रों के परिसीमन की अनुमति देता है, जैसे कि पहाड़ पर्यटन, समुद्र—तट या पुरातत्व स्थल जैसे गुफाएं। पर्यटन क्षेत्रों को एक विशिष्ट प्रकार की यात्रा या कुछ प्रकारों के संयोजन से जाना जाता है, उदाहरण के लिए यदि कोई समुद्र तट पर जा रहा है तो उसे नौका विहार के साथ जोड़ा जा सकता है या नौका पर कुछ समय बिताया जा सकता है या पहाड़ के पर्यटन को राफ्टिंग और ट्रेकिंग के साथ जोड़ा जा सकता है। पर्यटन का वर्गीकरण भी यात्रा की प्रेरणाओं के अनुसार बदलता रहता है, जैसे तीर्थयात्रा के लिए, रिश्तेदारों से मिलने या चिकित्सा उद्देश्यों के लिए या किसी सम्मेलन में भाग लेने के लिए। प्रत्येक प्रकार के पर्यटन को एक विशिष्ट उद्देश्य द्वारा प्रतिष्ठित किया जाता है और उन क्षेत्रों में स्थित होता है, जहां कुछ विशिष्ट सुविधाओं के अस्तित्व से वांछित लक्ष्यों को प्राप्त किया जा सकता है, जैसे अस्पताल और चिकित्सा पर्यटन के लिए विशेष डॉक्टर और तीर्थ यात्रा के लिए प्रसिद्ध या पवित्र तीर्थस्थल। उदाहरण के लिए एक पर्यटक ऐसे देश में आएगा जहाँ सस्ती चिकित्सा सुविधाएँ उपलब्ध हैं; जैसे भारत इन्हीं कारणों से चिकित्सा पर्यटन का केंद्र बनता जा रहा है। या सऊदी अरब पवित्र मक्का और मदीना की वजह से दुनिया भर के मुसलमानों के लिए आकर्षण का केंद्र है।



पहली बार पर्यटन का वर्गीकरण 1939 में पॉसर ने किया था (संदर्भ)। पॉसर पर्यटन को कई प्रकार से अलग करते हैं: पारगमन, ग्रीष्मकालीन विश्राम, शीतकालीन खेल और कम दूरी का विश्राम पर्यटन। हुन्जिकर एंड क्रैफ, 1941, (<https://www.coursehero.com/file/52417303/TT-Mgmtpptx/>) ने कई प्रकार के पर्यटन और उसके रूपों में अंतर किया है जैसे: आराम और उपचार, तीर्थ यात्रा, वैज्ञानिक ज्ञान इत्यादि के लिए पर्यटन। 1965 और 1970 के बीच छह प्रकार के पर्यटन की पहचान की गई (<https://unstats.un.org/unsd/tourism/#>):

- क) मनोरंजन पर्यटन
- ख) चिकित्सा
- ग) रिश्तेदारों से भेंट
- घ) कम दूरी पर विश्राम
- च) पारगमन द्वारा पर्यटन
- छ) पेशेवर पर्यटन।

जबकि पहले पांच प्रकार के पर्यटन को अवकाश गतिविधियों के रूप में वर्गीकृत किया जाता है, व्यावसायिक पर्यटन को उत्पादक गतिविधि के रूप में समझा जाता है। कुछ पेशेवर पर्यटन को मुख्य प्रकार के पर्यटन से बाहर करते हैं, क्योंकि लाभकारी होने के नाते, यह एक उत्कृष्ट अवकाश गतिविधि के अर्थ से दूर है।

पर्यटन स्थल को चुनने के संदर्भ में हम निम्नलिखित अंतर देखते हैं (फ्लॉग, 2001)।

- क) स्वैच्छिक पर्यटन: गंतव्य पर्यटक द्वारा चुना जाता है – (विश्राम, रिश्तेदारों से मुलाकात)
- ख) बाध्यकारी पर्यटन: गंतव्य विभिन्न आवश्यकताओं के लिए चुना जाता है – (स्वास्थ्य देखभाल, चिकित्सा अनुशंसा)।

आइए पर्यटन के कुछ और रूपों पर एक नज़र डालें: (फ्लॉग, 2001 कैम्परमैन एंड टिमरमैन्स, 2006 <http://tourismdomain.weebly.com/touristtypologies.html>)

1. प्रारंभिक क्षेत्र और गंतव्य
  - क) घरेलू पर्यटन
  - ख) अंतर्राष्ट्रीय पर्यटन
2. प्रतिभागियों की संख्या
  - क) व्यक्तिगत पर्यटन
  - ख) समूह पर्यटन
3. संगठनात्मक मानदंड
  - क) संगठित पर्यटन
  - ख) असंगठित पर्यटन
  - ग) अर्ध – संगठित पर्यटन

4. मौसम के अनुरूप
  - क) सतत पर्यटन
  - ख) असतत पर्यटन
5. अस्थायी या दीर्घकालिक
  - क) लंबे समय तक
  - ख) लंबी अवधि
  - ग) कम की गई अवधि
6. परिवहन उपलब्धता
  - क) ट्रेन से पर्यटन
  - ख) जहाज, नाव, क्रूज जहाज
  - ग) हवाई जहाज
  - घ) स्थानीय परिवहन
  - च) साइकिल चलाकर / पैदल
7. सामाजिक मानदंड
  - क) निजी पर्यटन
  - ख) सामाजिक पर्यटन
8. आयु और व्यवसाय
  - क) युवा पर्यटन
  - ख) वयस्क पर्यटन
  - ग) पुरानी पीढ़ी
9. गंतव्य का प्रकार
  - क) पहाड़
  - ख) समुद्री तट
  - ग) वन्यजीव अभयारण्य
  - घ) जंगल सफारी
  - च) ट्रेकिंग-राफ्टिंग (नदी)

### 2.1.1 पर्यटन के प्रकार

#### तीर्थयात्रा या धार्मिक पर्यटन

आरंभ में मानवविज्ञानी और समाजशास्त्रियों द्वारा धर्म, अनुष्ठान, पवित्र स्थान आदि का पता लगाया गया। दुर्खीम के *एलिमेंटरी फोर्म्स ऑफ रिलिजियस लाइफ* (1912) ने कार्यात्मक सिद्धांत को आगे बढ़ाया और बताया कि धर्म का सबसे सरल रूप अनुष्ठानों का प्रदर्शन है, जो स्वयं समाज का उत्सव है और जो सामाजिक एकजुटता लाता हैं। दुर्खीम द्वारा दिए गए संकेत के बाद, मैककैनेल (1976:13) ग्रेबर्न (1983:12 से उद्धृत) का

दावा है कि “पर्यटन (आधुनिक जटिल) समाज के विभेदों के लिए किया गया एक अनुष्ठान है।” एक पर्यटक को अन्य स्थानों पर जाने की आवश्यकता होती है क्योंकि वे अलग-अलग होते हैं और पर्यटक को उसके मूल स्थान पर उपलब्ध नहीं होने का अनुभव प्रदान करते हैं। पर्यटक अनुभव के लिए वान गेनेप के राईट डे पैसेज के सिद्धांत को भी लागू कर सकते हैं। गेनेप ने परिवर्ती अनुष्ठानों के तीन चरण का वर्णन किया है, पहली अवस्था, अलगाव (प्रत्येक दिन), दूसरी अवस्था, सीमांतता (लैटिन में सीमा पार करने की अवधारणा से प्राप्त) जहां व्यक्ति को रोजमर्रा की जिंदगी से अलग एक नई भूमिका के साथ चिन्हित किया गया है और अंत में तीसरी अवस्था, पुनर्स्थापित, जिसके बाद अनुष्ठान की अवधि के बाद व्यक्ति को समाज में फिर से स्थापित किया जाता है और वह अपने दिन की गतिविधियों के लिए सामान्य दिनचर्या अपनाता है। पर्यटन के संदर्भ में टर्नर ने सीमांतता, अलगाव और अनुष्ठान की केंद्रीय अवधि की अवधारणा को लागू किया और यह सुझाव दिया कि यह वास्तव में धार्मिक, या सामाजिक रूप से व्यापक घटनाओं के लिए सबसे उपयुक्त है।

सीमान्त की अवधारणा को सबसे अच्छी तरह से चित्रित किया गया है जब तीर्थयात्रा प्रसिद्ध धार्मिक स्थलों जैसे मुसलमानों द्वारा ‘हज या मक्का’ के लिए तीर्थयात्रा करना या हिंदुओं के लिए कुंभ मेले की तीर्थ यात्रा पर जाना। ऐसे धार्मिक तीर्थयात्राओं के लिए किए जाने वाले उपवास, संयम और आत्म-शुद्धि जैसी तैयारी को वास्तविक अर्थों में सीमांत अवधि कहा जा सकता है। पर्यटक पहले दिन से अपने सामान्य दिनचर्या से अलग होता है, पहला चरण तपस्वी; फिर वह और चिंतनशील मनोदशा के एक चरण में चला जाता है और सीमांत चरण में प्रवेश करता है और अंत में तीर्थयात्रा से लौटने के बाद, वे दिन-प्रतिदिन के दिनचर्या में वापस जाते हैं, इसलिए यह पुनर्संयोजन का तीसरा चरण है। धर्मनिरपेक्ष पर्यटन और अवकाश गतिविधियों में सीमांतता को सीमा से अलग करने के लिए इसे दहलीज पर होना कहा जा सकता है (टर्नर 1977: 43-46 ग्रेबर्न 1983:14 से उद्धृत)।

कई सदियों से लोगों ने शहरों, तीर्थों, नदियों, पहाड़ों की तीर्थयात्रा की हैं। दुनिया भर के शहरों ने धार्मिक पर्यटन विकसित किया है, क्योंकि या उन्हें पवित्र माना जाता है या उनके पास प्रसिद्ध मंदिर या चर्च जैसे पवित्र केंद्र हैं या क्योंकि वे ऐसे स्थान हैं जहां से चमत्कार की सूचनाएं मिली है (जैसे पुर्तगाल में फातिमा, फ्रांस में लूर्देस)।

जबकि इसके अतिरिक्त, तीर्थयात्रा आम तौर पर धार्मिक घटनाओं या इलाकों से जुड़े होते हैं, पर्यटन मानवविज्ञान ने पवित्र और समाधि पर्यटन की अवधारणा को भी देखा है। यहां महत्वपूर्ण राजनीतिक या अन्य धर्मनिरपेक्ष घटनाओं को सौंपी गई पवित्रता को शामिल करने के लिए पवित्रता की अवधारणा को व्यापक बनाया गया है, जो देशभक्ति या यहां तक कि परिवार के गौरव जैसी भावनाओं से जुड़ी हो सकती है। पर्यटक कई बार कुछ ऐसी जगहों पर जाते हैं जहाँ राजनीतिक घटनाएं घटित होती हैं, या जो राजनीतिक नेताओं के दफन स्थलों को चिन्हित करती हैं जैसे यूएसएसआर में कलात्मक लेनिन के मकबरे या यूरोप के विभिन्न स्थानों में युद्ध कब्रिस्तान या बर्लिन की दीवार की तरह गंभीर राजनीतिक घटना की जगह द्वारा चिन्हित किया जाता है (ग्रेबर्न 1983:14)।

समाधि(कब्रिस्तान) पर्यटन माउंट वेसुवियस के पास पोम्पेई के प्राचीन शहर में किए गए यात्राओं की तरह पर्यटन की घटनाओं में मृत्यु के परिवर्तन से संबंधित है, जहां एक पूरे शहर को ज्वालामुखी राख के नीचे दफन किया गया था। कब्रिस्तान पर्यटन में मृतकों के लिए अन्य संस्कृति के स्मारक भी शामिल हैं, जैसे भारत में ताजमहल या मिस्र में पिरामिड। मृत्यु की अवधारणा को समझने के लिए अतिथि एक अन्य संस्कृति के अनुष्ठान

के तरीकों में एकांत खोजने की कोशिश करता है। इस प्रकार यह अतिथि और मेजबान के बीच एक संबंध स्थापित करता है क्योंकि पर्यटक भावनात्मक रूप से मूल निवासियों के दर्द और दुःख से जुड़ने की कोशिश करता है। वाशिंगटन डीसी में होलोकॉस्ट म्यूजियम का दौरा आगंतुक को यहूदी लोगों के आघात और दर्द का सामना करने के रूप में इसे दुनिया भर से लाखों पर्यटकों के सामने रखता है। वेनब्रक्स, 2010 ने अपने काम 'सिमेट्री टूरिज्म: कमिंग टू द टर्म्स विद डेथ?' में अतिथि और मेजबान के रिश्ते की खोज की थी।

कुछ क्षेत्र विशेष कथाओं, मिथकों और किंवदंतियों के द्वारा पवित्र बना दिए जाते हैं जैसे कि, वर्जिन मैरी की उपस्थिति के मिथक या कुरुक्षेत्र की तरह एक पौराणिक युद्ध के क्षेत्र के निर्माण से। आगंतुक को कथाओं (आख्यानों) में विश्वास होना चाहिए। एक आस्था—आधारित तीर्थयात्रा जो आध्यात्मिक कथा पर आधारित न हो, को तीर्थ—आधारित पर्यटन के रूप में वर्गीकृत किया जा सकता है। भारतीय संदर्भ में, जीवन चक्र की घटनाओं जैसे *मुंडन*, *श्राद्ध*, *उपनयन* आदि के लिए हरिद्वार और बनारस जैसे पवित्र स्थानों की यात्रा इस श्रेणी में आती है। मिशनरी या मानवीय हित परियोजनाओं के लिए यात्रा और धार्मिक सम्मेलन जैसे निरंकारी सभा, राधा साई सत्संग, गुरु नानक साहिब जी के 750 साल और सूफी साई बाबा सम्मेलन आस्था पर्यटन के उदाहरण हैं। यह एक बड़ा व्यवसाय है क्योंकि अधिकांश लोग किसी न किसी कारणवश इस पर विश्वास करते हैं और कुछ अन्य लोग भी, भले ही वे बहुत धार्मिक न हो, अपने प्रियजनों द्वारा दिए गए संस्कार के लिए तीर्थयात्रा को एक आवश्यक जिम्मेदारी के रूप में देखते हैं। तीर्थयात्रा पर्यटन एक व्यक्ति या समूह गतिविधि के रूप में हो सकता है। चूंकि लोग इसे हज जाने की तरह एक अनिवार्यता मानते हैं; इससे आर्थिक संकटों का खतरा भी कम होता है। इसमें सभी उम्र और राष्ट्रीयता शामिल हैं। धार्मिक पर्यटन के संचालन में सफल होने के लिए पर्यटक एजेंसियों को धार्मिक जरूरतों और विश्वास की प्रकृति के प्रति संवेदनशील होना चाहिए।

**पर्यावरणीय और प्रकृति पर्यटन:** यह उन स्थानों की यात्राओं पर जोर देता है जो अपनी प्राकृतिक सुंदरता और सांस्कृतिक प्रथाओं के लिए प्रसिद्ध हैं जो पर्यावरण को बनाए रखते हैं। पर्यावरणीय पर्यटन तभी सफल होता है, जब इस बात का ख्याल रखा जाता है कि इससे पारिस्थितिक संतुलन में खलल न पड़े। मानवविज्ञानियों ने देशज जनजातियों और प्रकृति के साथ उनके संबंधों पर अध्ययन किया है और यह बताया है कि सतत पर्यटन स्वदेशी संस्कृतियों और प्रकृति के संरक्षण के लिए कैसे लाभकारी सिद्ध हो सकती है। सोफिल्ड 2002, अपने काम, *ऑस्ट्रेलियन एबोरिजनल इकोटूरिज्म इन द वेस्ट ट्रोपिक्स रेनफॉरेस्ट ऑफ़ क्वींसलैंड ऑस्ट्रेलिया* स्वदेशी समुदायों और ऑस्ट्रेलिया के गीले उष्णकटिबंधीय वन के बीच 'उत्तम साझेदारी' की अवधारणा को संबोधित करता है। स्वदेशी समुदायों ने हमेशा भूमि और प्रकृति के साथ एक विशेष संबंध साझा किया है, और उनके टिकाऊ और सामंजस्यपूर्ण विकास की लंबे समय से स्थापित प्रथाओं को अक्सर स्थायी विकास की जरूरतों के लिए, खासकर पर्यटन के संदर्भ में, परामर्श दिया है। कई मानवशास्त्रीय कार्यों ने पर्यटन के नकारात्मक प्रभावों को उजागर किया है और यह भी बताया है कि कैसे पर्यटन उद्योग के विकास ने प्रकृति—संस्कृति संबंध को खतरे में डाल दिया है। लेकिन पर्यटन धन का एक महत्वपूर्ण स्रोत है और यदि वे पर्यटन को आकर्षित करते हैं तो मरने वाली संस्कृतियों या खतरे वाले वातावरण को अक्सर फिर से जीवंत कर दिया जाता है। इसलिए, पर्यावरण और अर्थव्यवस्था के बीच संतुलन और सद्भाव बनाए रखने के लिए, स्थानीय समुदायों को अपनी स्वयं की संस्कृति का प्रबंधन करने और इसे अपने तरीके से प्रस्तुत करने की आवश्यकता है, ताकि पर्यावरणीय पर्यटन को विकसित किया जा सके (सोफिल्ड 2002, 118–122)।

**वन्यजीव पर्यटन:** इस प्रकार का पर्यटन मूल रूप से प्रकृति में संसाधनों से संबंधित है जो पर्यटकों के लिए प्रकृति के साथ कुछ समय बिताने में मदद करता है जैसे वन्य जीवन अभयारण्य, ट्रेकिंग, पंछियों को देखना या प्रकृति के बीच में होना जो पर्यावरणीय पर्यटन का भी हिस्सा है। इस तरह का पर्यटन आदर्श रूप से पर्यावरण के लिए जिम्मेदार है, इसका न्यूनतम पर्यावरणीय प्रभाव है और साथ ही यह स्थानीय समुदाय के लिए आर्थिक रूप से लाभप्रद है। उदाहरण के लिए, हिमालयी क्षेत्र में ट्रेकिंग और रिवर राफ्टिंग जैसी कई पर्यावरणीय पर्यटन परियोजनाएँ हैं। भारत में एक समृद्ध वन आवरण और विदेशी वन्य जीवन है। जिसमें सरिस्का वन्यजीव अभयारण्य, केलोदेओ घाना राष्ट्रीय उद्यान, कॉर्बेट राष्ट्रीय उद्यान, गिर और काजीरंगा अच्छी तरह से जाना जाता है और लोकप्रिय हैं।

**अवकाश पर्यटन:** यह ज्यादातर शहरी आबादी के लिए है। शहरी जीवन तनाव से भरा है और बहुत से लोग प्राकृतिक सुंदरता और ताजी हवा की कमी महसूस करते हैं। अन्य कारणों में मनोरंजन और दृश्य के परिवर्तन की आवश्यकता शामिल है। कभी-कभी कुछ लोग यात्रा प्रोत्साहन (एलटीसी) जैसे कुछ प्रोत्साहन के कारण पर्यटन के लिए जाते हैं, जहाँ व्यक्ति को अपने कार्यालयों से यात्रा के लिए पैसे मिलते हैं। कार्यालय या कार्य संगठन अपने कर्मचारियों को गर्मियों या सर्दियों के अवकाश के साथ एक पर्यटन का अवसर प्रदान कर सकते हैं। आमतौर पर, ऐसे पर्यटक जो नियमित कारणों से छुट्टी लेते हैं, उनके दृष्टिकोण में पारंपरिक हैं। अवकाश पर्यटन में भीड़ या पारंपरिक पर्यटन क्षेत्र और परिवहन के लिए मार्ग शामिल हैं। अन्य महत्वपूर्ण विचारों में कुछ मानदंड जैसे जगह बहुत दूर नहीं होनी चाहिए, जलवायु को नम्र होना चाहिए, और वहाँ कुछ विशिष्ट गतिविधियाँ होनी चाहिए, आदि शामिल हैं। एक महत्वपूर्ण विचार यह है कि यह स्थान पर्यटक की आय के स्तर के भीतर होना चाहिए और पर्यटक की उम्र और लिंग के अनुसार भी होना चाहिए (युवा के लिए मनोरंजन रिसॉर्ट्स, ट्रेकिंग और साहसिक गतिविधियाँ और वृद्धों के लिए प्राकृतिक रिसॉर्ट और शांत वातावरण)। महिलाएँ ऐसी जगह को पसंद करती हैं जहाँ खरीदारी के अच्छे अवसर मिलते हैं।

**साहसी पर्यटन (एडवेंचर टूरिज्म):** इसमें दूरदराज के क्षेत्रों, विदेशी स्थानों, कठिन इलाकों की ट्रेकिंग, बंजी जंपिंग, गर्म हवा के गुब्बारे की सवारी और पैराग्लाइडिंग जैसे साहसिक खेल शामिल हैं। ऐसे पर्यटन उन लोगों द्वारा किए जाते हैं जिनके पास साहस की भावना है और जो नियमित जीवन शैली से संतुष्ट नहीं हैं। भारतीय संदर्भ में, साहसिक पर्यटन की वृद्धि अभी भी अपने अंतिम चरण में है क्योंकि भारतीय शायद ही कभी ऐसे पर्यटन में रुचि रखते हैं जिसमें बहुत अधिक जोखिम शामिल हो। एडवेंचर टूर ऑपरेटर्स एसोसिएशन ऑफ इंडिया (एटीओएआई) के अनुसार सुरक्षा एक मुख्य चिंता है जो वर्तमान में भारत में इस तरह के पर्यटन के लिए जिम्मेदार है। भारत में, जम्मू और कश्मीर, सिक्किम, हिमाचल प्रदेश और उत्तरांचल जैसे क्षेत्र कुछ ऐसे स्थान हैं जहाँ साहसिक पर्यटन की संभावना आशाजनक प्रतीत होती है। हालांकि, मेघालय अपने कई वन आकर्षणों जैसे रूट ब्रिज, सेक्रेड ग्रोव्स आदि के साथ साहसिक पर्यटन के लिए खुल गया है। ऋषिकेश भी रिवर राफ्टिंग की सुविधाओं के साथ साहसिक पर्यटन के लिए एक स्थान के रूप में आगे आ रहा है।

**चिकित्सा या स्वास्थ्य देखभाल पर्यटन:** हेल्थकेयर टूरिज्म (स्वास्थ्य देखभाल) को प्राचीन काल से जाना जाता है, जो पर्यटन के सबसे पुराने प्रकारों में से एक है। बड़े शहरी केंद्रों और कस्बों में प्रदूषण, लोगों की गतिहीन जीवनशैली, तनाव जैसे कारक इस प्रकार के स्वास्थ्य देखभाल पर्यटन की ओर ले जाते हैं। पर्यटक इन संसाधनों को रोगनिरोधी और चिकित्सीय गुणों के साथ महत्व देते हैं। इसके अलावा, वे चिकित्सा उपचार प्रदान



करने के लिए सुविधाओं की व्यवस्था का भी लाभ उठा सकते हैं। उदाहरण के लिए, पर्यटक स्वास्थ्य, शारीरिक उपस्थिति या फिटनेस में सुधार करने के लिए आ सकते हैं, कुछ देश पर्यटकों को आने जाने की सुविधा देकर उन्हें वीजा और अन्य प्रोत्साहनों के साथ सुविधा प्रदान करके उनकी चिकित्सा सुविधाओं को बढ़ावा देते हैं। कुछ क्षेत्र विशेष उपचार जैसे शल्य— चिकित्सा या कैंसर जैसे विशिष्ट उपचार को बढ़ावा दे सकते हैं। (रयान एवं अन्य, 2018 *जर्नल ऑफ ट्रैवल मेडिसिन*)

पर्यटक,लागत प्रभावी और बेहतर गुणवत्ता वाली स्वास्थ्य सेवा लेने के लिए भारत आते हैं। यह उम्मीद की जाती है कि भारत में चिकित्सा पर्यटन 2020 तक लगभग 3 बिलियन अमेरिकी डॉलर के बराबर हो जाएगा। चेन्नई में लगभग 45 प्रतिशत विदेशी पर्यटक आते हैं ("चेन्नई— इंडियाज हेल्थ कैपिटल" (<https://dakshinmedicaltourism.com/>))।

**व्यवसाय पर्यटन :** इसमें यात्रा गंतव्य के आनंददायक और अन्य विशेषताओं का विपणन और व्यावसायिक गतिविधियों को पूरा करने के लिए संकायों और सेवाओं का प्रावधान शामिल है। इस तरह के गंतव्यों में व्यापारिक लेनदेन करने, सम्मेलन में भाग लेने, प्रदर्शनी या व्यवसाय से जुड़े आयोजन की सुविधाएं और एक ही समय में आनंद और दृश्य को देखने के अवसर प्रदान करना शामिल हैं। उदाहरण के लिए, इंटरनेशनल कांग्रेस ऑफ द इंटरनेशनल युनियन ऑफ एंथ्रोपोलॉजिकल एंड एथ्नोलॉजिकल साइंसेज(आईयूईएस) की मेजबानी एक विश्वविद्यालय या दूसरे द्वारा अलग-अलग स्थानों पर हर पांच साल में आयोजित सदस्य देशों के बीच की जाती है। यह न केवल मानवविज्ञानियों के बीच विचारों और ज्ञान के आदान-प्रदान की अनुमति देता है, बल्कि संस्कृतियों और उन स्थानों के अन्य आकर्षण की झलक प्रदान करने में भी मदद करता है जहां ये सम्मेलन आयोजित किए जाते हैं।

**राजनीतिक पर्यटन:** यह महत्वपूर्ण स्थानों की राजनीतिक आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए की गई यात्राओं को संदर्भित करता है। इजरायल को एक उपयुक्त उदाहरण के रूप में लिया जा सकता है। फिलिस्तीन के आसपास चल रहे संघर्ष के कारण यह राजनीतिक और युद्ध पर्यटन के लिए एक स्थान के रूप में तेजी से उभर रहा है। कोन्सलर और पापा (2011) ने अपने काम *पॉलिटिकल टूरिज्म इन द इजरायली-फिलिस्तीनी स्पेस* में राजनीतिक पर्यटन को शांत करने की प्रक्रिया में लगे दुनिया के विभिन्न हिस्सों के स्वयंसेवकों के जीवन का पता लगाया। ये दुनिया के विभिन्न हिस्सों के स्वयंसेवक हैं, जो शांति मार्च और राजनीतिक गतिविधियों में भाग ले रहे हैं। उनमें से कुछ ने नए युग के इजरायल को एक अतिरिक्त पर्यटक आकर्षण के रूप में प्रस्तुत करते हुए भित्तिचित्र भी बनाए हैं। इसी तरह के भित्तिचित्र बेलफास्ट शहर में देखे गए हैं, जो 1960 के दशक के प्रारंभ से 'परेशानियों' से ग्रस्त थे, जो 1990 के दशक के अंत तक जारी रहा। अंततः यह 1998 के गुड फ्राइडे समझौते के साथ समाप्त हो गया जिसने उत्तरी द्वीप के इस हिस्से को प्रोटेस्टेंट और कैथोलिकों के बीच सांप्रदायिक हिंसा की कड़वी विरासत के साथ छोड़ दिया। इस अवधि की भयावहता दीवारों पर भित्तिचित्रों में प्रतिबिंबित है जो आज तक शहर को दो हिस्सों में बांटती है। दो समुदायों द्वारा हर साल शांति मार्च में कहानी के अपने हिस्से को दर्शाते हुए एक जीवित किंवदंती बनती है और शहर में विभाजन की याद दिलाती है। इसने पर्यटन को आकर्षित किया है और आज बेलफास्ट 'शांति दीवार' के साथ राजनीतिक पर्यटन के लिए जाने-माने स्थानों में से एक है जो एक महान आकर्षण है जिसे दुनिया भर के कई राजनीतिक नेताओं द्वारा हस्ताक्षरित किया गया है।

**सांस्कृतिक और धरोहर (हेरिटेज) पर्यटन:** पर्यटक किसी विशेष देश के स्थलों की यात्रा करते हैं जो ऐतिहासिक और सौंदर्य महत्व के लिए जाने जाते हैं जैसे, भारत में

ताजमहल। पर्यटक विभिन्न देशों की मान्यताओं और प्रथाओं को समझने के लिए त्योहारों और समारोहों में भाग लेने के लिए भी आ सकते हैं, जैसे ब्राजील में कार्निवल। पर्यटक प्रसिद्ध सांस्कृतिक गतिविधियों के लिए आ सकते हैं जिनमें थिएटर और संगीत समारोहों, प्रसिद्ध कलाकारों के प्रदर्शन और संग्रहालयों, पुरातात्विक और ऐतिहासिक स्थलों और भूमि के अवलोकन तक सम्मिलित हैं।

सांस्कृतिक पर्यटन में लोक और ग्रामीण क्षेत्रों का दौरा करना शामिल हो सकता है, जो कि भोजन और जीवन शैली को अलग-अलग करने के लिए उपयोग किया जाता है जो किसी के लिए उसके वास्तविक जीवन से अलग हो सकता है। भारत में ग्रामीण क्षेत्र पर्यटकों के लिए रुचि रखते हैं। सांस्कृतिक पर्यटन में नृवंशविज्ञान परंपराएं और लोककथाएं बहुत महत्वपूर्ण भूमिका निभाती हैं। वर्तमान मास मीडिया प्रचार जैसे इंटरनेट और टेलीविज़न भी पर्यटकों को कुछ क्षेत्रों में ले जाते हैं जो अतीत में दिखाई नहीं देते थे।

**विजिटिंग टूरिज्म (भेंट पर्यटन):** भारत में रिश्तेदारों या परिचितों का आना एक बहुत ही आम बात है। दादा-दादी और विभिन्न रिश्तेदारों के साथ छुट्टियां बिताना एक आम बात है। महिलाओं के लिए, अपने बच्चों के साथ अपने घरों का दौरा करना विभिन्न प्रकार के लोककथाओं और गीतों का हिस्सा रहा है। यह भारतीय पौराणिक कथाओं का एक हिस्सा भी है, जैसे कि बच्चों के साथ उनके नाना के घर पर देवी दुर्गा की पूजा, बंगाल में दुर्गा पूजा के रूप में मनाई जाती है। इस प्रकार की विशेषता कम गतिशील है लेकिन लंबे समय तक रहती है। इस प्रकार के पर्यटन का दौरा किए गए क्षेत्रों में पर्यटक सेवाओं को ध्यान में नहीं रखा जाता है, क्योंकि लोग रिश्तेदारों के घरों में रहते हैं। लेकिन कार्यालयों को विशेष अवकाश की मंजूरी मिलती है और कभी-कभी किसी के गृहनगर की यात्राओं के लिए पैसे भी मिलते हैं। यह मौसमी हो भी सकता है और नहीं भी। यह अक्सर स्कूल की लंबी छुट्टियों या अन्य मौसम की छुट्टियों के साथ मेल खाता है। स्थानीय ऐतिहासिक स्मारक या तीर्थ स्थल पर जाने से इन इलाकों में ट्रैवल एजेंटों को बड़ा फायदा नहीं होता है।

## अपनी प्रगति की जाँच करें 2

- उन दो समूहों का नाम बताइए जिनमें पर्यटन को मोटे तौर पर विभाजित किया जा सकता है।

.....

.....

.....

.....

- विभिन्न प्रकार के पर्यटन पर चर्चा करें।

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 2.2 पर्यटन अध्ययन का इतिहास

आतिथ्य शब्द पर्यटन शब्द के उपयोग से पहले है और पहली बार 14 वीं शताब्दी में इसका उपयोग हुआ। यह लैटिन शब्द *होस्पिस* से लिया गया है, जिसमें अतिथि, मेजबान और विदेशी शब्द शामिल हैं। पर्यटक शब्द 1772 में छपा। (ग्रिफ़िथ और ग्रिफ़िथ 1772: *इंट्रोडक्शन टू टूरिज्म एंड हॉस्पिटेलटी इन बीसी ओपन एक्सेस टेस्ट बुक में उद्धृत*)

अवकाश के प्रयोजनों के लिए यात्रा कुछ आरक्षित लोगों के अनुभव से विकसित हुई है, जिसका आनंद बहुत सारे लोग लेते हैं। ऐतिहासिक रूप से, यात्रा करने की क्षमता राजसी और उच्च वर्गों के लिए आरक्षित थी। प्राचीन रोमन काल से 17वीं शताब्दी तक, कुलीन वर्गों के युवाओं को यूरोपीय “भव्य यात्रा” के माध्यम से यात्रा करने के लिए प्रोत्साहित किया गया था (चाने, 2000)। मध्य युग के माध्यम से, कई समाजों ने धार्मिक तीर्थयात्रा के अभ्यास को प्रोत्साहित किया। विलियन थियोबाल्ड (1998) सुझाव देते हैं कि यात्रा शब्द ग्रीक और लैटिन शब्दों परिक्रमा, घुमना और पर्यटन (सर्किल, टर्न और टूरिज्म) से आया है जिसमें पर्यटक घर से दूर चक्कर लगाने और फिर वापस आने की गतिविधियों का प्रतिनिधित्व करते हैं।

60 का दशक पर्यटन विकास में एक महत्वपूर्ण अवधि रही है क्योंकि इस समय अधिक से अधिक यात्रा कंपनियों की स्थापना की गई थी। उन्होंने ग्राहकों के लिए प्रतिस्पर्धा में वृद्धि की और “बड़े पैमाने पर पर्यटन की ओर अग्रसर” नए स्थलों और छुट्टियों के तरीकों को पेश किया (गायर, 2010, पृष्ठ 32)।

प्रथम विश्व युद्ध (1914–1918), महान आर्थिक संकट (1930) और द्वितीय विश्व युद्ध (1939–1945) से पर्यटन उद्योग की वृद्धि बाधित हुई थी। हाल ही में, 11 सितंबर 2001 को न्यूयॉर्क में वर्ल्ड ट्रेड सेंटर पर हमला (9/11), इराक युद्ध, दुनिया भर में आतंकवादी हमलों, स्वास्थ्य सम्बंधित खतरे (ई-बोला आदि) सार्स, बीएसई (एनसिफैलोपैथी से बोवाइन स्पोंगी) और पश्चिम नील वायरस और श्रीलंका में हाल ही में ईस्टर के दिन चर्च पर हमला (21 अप्रैल 2019) जैसी घटनाएं पर्यटन उद्योग में बाधा उत्पन्न करती हैं। 2020 में, कोरोना वायरस के कारण विश्व स्तर पर पर्यटन उद्योग लगभग ठप्प पड़ गया है।

पर्यटन उद्योग ने इंटरनेट के बढ़ते उपयोग के साथ एक बड़े तकनीकी बदलाव की शुरुआत की। वर्ष 2000 के दशक से, ऑनलाइन यात्रा के आरक्षण में तेजी से वृद्धि हुई (एचटी 29 अप्रैल 2019) और 2014 तक वैश्विक नेता एक्सपेडिया ने होटल्स डॉट कॉम, हॉटवायर समूह, ट्रिवैगो और एक्सपीडिया क्रूज़ शिप सेंटर जैसे ब्रांडों को शामिल करने के लिए विस्तार किया। वैश्विक पर्यटन में अन्य रुझानों को भी देखा जा सकता है। युएनडबल्यूटीओ (2012) ने घोषणा की कि पर्यटन अभी भी संघर्षरत



### 2.2.1 पर्यटन और प्रवासन

प्रवासन और पर्यटन दोनों में वृद्धि भूमंडलीकरण की सबसे महत्वपूर्ण आविर्भाओं में से है। प्रवासन गंतव्य देशों के लिए महत्वपूर्ण सामाजिक और आर्थिक योगदान देता है, अपने समाजों को सांस्कृतिक रूप से समृद्ध करता है, पर्यटन उत्पाद को बढ़ाता है और यात्रा, पर्यटन आतिथ्य और खानपान क्षेत्रों के लिए श्रम प्रदान करता है। युएनडब्ल्यूटीओ ने पर्यटन और प्रवास के बीच संबंध स्थापित करने के लिए कई केस स्टडी का आयोजन किया है (सीएम हाल, एएम विलियम्स 2013)। यह पर्यटन भूगोलवेत्ताओं की बढ़ती रुचि को दर्शाता है। अपने आप में प्रवासन भी पर्यटन की मांग का एक स्पष्ट जनक है, जिसमें प्रवासियों के तेजी से दो-तरफा प्रवाह उनके मूल देश में आते हैं। अकुशल श्रम, जो अपेक्षाकृत सामान्य है, को अधिकांश पर्यटन उद्योग में कम नौकरियां मिलती हैं। प्रवासियों के राष्ट्रीय मूल और पर्यटन संबंधी श्रम प्रवास धाराएं भी लैंगिंग आधार(जेंडर) पर विभाजित हैं। प्रवासन का विकल्प प्रदान करने के लिए पर्यटन उद्यमों को तेजी से और अधिक नौकरियों का निर्माण कर के संघर्षरत अर्थव्यवस्था में गरीबी को कम करने वाले एक साधन के रूप में माना जाता है। पर्यटक एक स्थान पर लम्बे समय तक रहते हैं, जिससे पर्यटन और प्रवास के बीच में अंतर करना मुश्किल हो गया है। पर्यटक वह है जो एक स्थान पर एक वर्ष से कम समय बिताता है जबकि प्रवासी अधिक समय तक रह सकते हैं और उस स्थान को छोड़ नहीं सकते हैं। प्रवासियों द्वारा भेजा गया धन और पर्यटन से आय-पर्यटन और संबंधित परियोजनाओं को बढ़ाने के लिए शक्तिशाली साधन हो सकते हैं और बुनियादी सुविधाओं में निवेश कर सकते हैं जैसे कि यह सामुदायिक स्तर पर गरीबी में कमी करता है।

- रोजगार सृजन के अतिरिक्त, बेहतर आय स्रोत, स्थानीय लोगों के लिए बेहतर शिक्षा और स्वास्थ्य तक पहुंच में सुधार करते हैं।
- रोजगार में वृद्धि के माध्यम से, युवा लोगों को शहरों की ओर पलायन करने के बजाय ग्रामीण समुदायों में रहने के लिए प्रोत्साहित किया जाता है।
- ग्रामीण समुदाय पर्यावरण से अधिक निकटता से जुड़े हुए हैं और स्थायी समुदायों के संरक्षण के मूल्य को पहचानते हैं क्योंकि प्रवासन लोगों को एक स्थान से दूसरे स्थान पर संदर्भित करता है, यह प्राकृतिक वृद्धि के साथ-साथ जनसंख्या परिवर्तन का एक प्रमुख घटक है। पर्यटन रोजगार पैदा करके जबरन पलायन को रोकने में मदद कर रहा है। इस प्रकार आर्थिक प्रवासी संख्या में कमी कर रहे हैं, हालांकि पूर्वी यूरोपीय प्रवासियों में वृद्धि हो रही है क्योंकि वे डीएडी (डर्टी,एंटी सोशल एंड डेंजरस) की नौकरियां करने के लिए तैयार हैं।
- प्रवासियों द्वारा भेजा गया धन, छोटे और मध्यम आकार के उद्यम (एसएमई) के विकास, ज्ञान हस्तांतरण आदि के माध्यम से विकास और गरीबी उन्मूलन के लिए चिकित्सा प्रयोगशाला तकनीशियन (एमएलटी) का योगदान।
- आर्थिक लाभ के लिए संस्थागत परिवर्तनों की आवश्यकता और सामाजिक अधिकारों में सुधार और प्रवासी श्रमिकों को शामिल करना।

- प्रवासी विकसित देशों में नए सांस्कृतिक उत्पाद बनाते हैं।
- अप्रवासन पर प्रतिबंध, पर्यटक विकास को प्रतिबंधित करता है।
- ब्रेन ड्रेन और “स्किल ड्रेन” @unwto-org

## 2.2.2 पर्यटन और औपनिवेशिक अन्वेषण

उन्नीसवीं सदी की शुरुआत में यूरोपीय देशों द्वारा उपनिवेशीकरण की शुरुआत पर्यटन के इतिहास में एक महत्वपूर्ण मोड़ था। पूर्व की अपनी खोज पर पश्चिमी लोगों ने ऐसी संस्कृतियाँ पाई जो अपने आप से भिन्न थीं और इसने इन संस्कृतियों की खोज में रुचि पैदा की। नवीन उपनिवेशी देशों में पर्यटन ने स्थानिक संदर्भ में महारत हासिल करने के लिए काम किया। औपनिवेशिक राज्य ने न केवल संभावित हस्तक्षेप की सुविधा के लिए बल्कि इसे निवासियों के लिए इसे सुलभ बनाने और बाद में इसका फायदा उठाने के लिए इस क्षेत्र को विभाजित भी किया। यह प्रादेशिक स्थान, स्थान के विनियोग और पर्यावरण संबंधी बाधाओं के नियंत्रण का प्रतीक है।

## 2.2.3 कल्पित और यादगार यात्राएँ

यादें मानसिक निर्माण हैं। वे अनुभव से प्राप्त कम समय के एक अंश का प्रतिनिधित्व करते हैं; वे एक अनुभव की स्मृति से व्युत्पन्न संदर्भ और विवरण होते हैं।

यह पाठ आपको यह पता लगाने से शुरू होता है कि मानचित्र(नक्शे) कैसे कल्पना करने, रिकॉर्ड करने और यात्राओं को याद रखने में आपकी मदद कर सकते हैं। ये यात्रा भौतिक दुनिया में या कल्पना में हो सकती है। एक यात्रा व्यक्ति के विचार को बदल सकती है कि वह अपने आप को और दुनिया को कैसे देखें कि यह एक भौतिक यात्रा है या एक कल्पना है,

इसके लिए कुछ प्रश्न पूछने की आवश्यकता होती है:

1. हम कहाँ जा रहे हैं?
2. हम रास्ते में किसका सामना करेंगे?
3. हमें किन सीमाओं को पार करना होगा?
4. हम पैदल कैसे जाएंगे? सार्वजनिक परिवहन द्वारा, नाव से या विमान से?
5. यात्रा में कितना समय लगेगा?

### अपनी प्रगति की जाँच करें 3

6. पर्यटन और प्रवासन कैसे संबंधित हैं?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

## 2.3 सारांश

इस इकाई में, हमने सीखा है कि पर्यटन कई प्रकार का होता है और पर्यटक के पास समय, दूरी, लागत, रुचि और आवश्यकता के आधार पर कई प्रकार के विकल्प उपलब्ध हैं। पर्यटन व्यापक रूप से सामाजिक, सांस्कृतिक, आर्थिक परिवर्तनों और विविधीकरण के नए पहलुओं का वर्णन करता है जो मेजबान समुदाय में पर्यटक गतिविधियों के कारण आया है। यह ध्यान देने योग्य बात है कि पर्यटन, दुनिया को देखने, नई संस्कृतियों का अनुभव करने और नए लोगों से मिलने का एक प्रभावी तरीका है। दूसरों के लिए इसके उद्देश्य अलग हो सकते हैं, इसलिए पर्यटन और पर्यटन गतिविधियों के कई प्रकार हैं। इस इकाई में हमने पर्यटक और पर्यटन से संबंधित सामान्य परिभाषाएँ, उनके प्रकार और प्रारूप वर्गीकरण प्रदान किया है। अगली इकाई मानवविज्ञान के नजरिये से परिभाषाओं और अवधारणाओं को देखती है, कि मानववैज्ञानिको ने पर्यटन और पर्यटक को किस प्रकार देखा है।

## 2.4 संदर्भ

अलेबकी, एम., और इकोविदौ, ओ. (2011). मार्केट सेगमेंट इन वाइन टूरिज्म: ए कंफ्रेंस ऑफ एपरोचेज. *टूरिस्मोस*, 6 (1) 123–140.

अरुणमोझी, टी., और पन्नीरसेल्वम, ए. (2013). टाइप्स आव टूरिज्म इन इंडिया. *इंटरनेशनल जर्नल ऑफ करंट रिसर्च एंड एकेडमिक रिव्यू*, 1 (1), 84–88.

बार्नेट, ई. डी., मैकफर्सन, डी. डब्ल्यू., स्टॉफर, डब्ल्यू. एम., लॉटन, एल., हत्ज, सी. एफ., मैटेल्ली, ए., एंड बेहरेंस, आर.एच. (2010). द विजिटिंग फ्रेंड्स ऑर रिलेटिव्स ट्रैवलर इन द ट्वेंटीफ़्थ सेंचुरी: टाइम फार न्यू डेफिनेशन. *जर्नल ऑफ ट्रैवल मेडिसिन*, 17 (3), 163–170.

चेम्बर्स, ई. (2000). *नेटिव टूर: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ ट्रैवल एंड टूरिज्म*. यूएसए: वेवलैंड प्रैस.

क्रिक, एम. (1995). "द एंथ्रोपोलॉजिस्ट एज टूरिस्ट: एन आइडेंटिटी इन क्वेश्चन. इन लैनफ़ैट एमएफ, एलकॉक जेबी, ब्रूनर ईएम, (संपा) *इंटरनेशनल टूरिस्ट: आइडेंटिटी एंड चेंज*. लंदन: सेज. पृ.सं. 205–223.

गेल्व, एस. (2004). *टूरिस्ट एंड टूरिज्म: ए रीडर*. लॉन्ग ग्रेव, वेवलैंड.

- ग्रेबर्न, एन. (1983). "द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म". *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 10 (1), 9–33.
- गायर, यू. (2010). *द हिस्ट्री ऑफ टूरिज्म : स्ट्रक्चर आन द पाथ टू मॉडर्निटी टूरिज्म*. जियोग्राफी आर्ट.
- ग्रिफिथ, राल्फ, ग्रिफिथ, जी.ई. (1772). "पीनट्स टूर इन स्कॉटलैंड इन 1769". *द मंथली रीव्यू आर लिटरी जर्नल XLVI* 150 [https://opentextbc.ca/introtourism/Introduction-to-Tourism-and-Hospitality-in-BC-1571770206.\\_print.pdf](https://opentextbc.ca/introtourism/Introduction-to-Tourism-and-Hospitality-in-BC-1571770206._print.pdf) open access.
- जेनिंग्स, के. (2011). *मैपहेड: चार्टिंग द वाइड वियर्ड वर्ल्ड ऑफ जियोग्राफी वर्क्स*. न्यूयार्क: स्क्रिबनर.
- केम्परमैन, ए.डी., एंड टिम्परमन्स, एच. जे. (2006). "प्रिफ्रेंसेज, बेनिफीट्स एंड पर्ल विजिट्स : ए टेलेंट क्लास सेगमेंटेशन एनालिसिस ". *टूरिज्म एनालिसिस*. 11 (14) 221–230.
- किर्शेन ब्लैट गिम्ब्लेट बी. (1998) *डेस्टिनेशन कल्चर: टूरिज्म, म्यूजियम एंड हेरिटेज यूनिवर्सिटी*. ऑफ कैलिफोर्निया प्रेस.
- कोन्सलर, अलेक्जेंडर एंड क्रिस्टीना पापा. (2011). 'पॉलिटिकल टूरिज्म इन द ईजरायली-फिलिस्तीन स्पेस'. *एंथ्रोपोलॉजी टुडे*, वॉल्यूम 27, नंबर 2 (अप्रैल). पृ.सं. 13–17. पब्लिशड बाई: रॉयल एंथ्रोपोलॉजिकल इंस्टीट्यूट ऑफ ग्रेट ब्रिटेन एंड आयरलैंड. <https://www.jstor.org/stable/27975431>-
- मिश्रा, लवकुश (1999). *कल्चरल टूरिज्म इन इंडिया*. नई दिल्ली: मोहित पब्लिकेशन.
- मोस्कोडो जी., पीयर्स, पी., मॉरिसन (2000). "द माइग्रेन्ट एज ए ट्रैवलर्स-विजिटिंग फ्रैंड्स एंड रिलेटिव्स मार्केट्स". *जर्नल ऑफ ट्रैवल रिसर्च*: 38(3) पृ.सं. 251–259 <https://doi.org/10.1177/004728750003800307>.
- नैश, डी. (1996). *एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. न्यूयार्क: पेरगामोन.
- रयान टेरेस परेरा, एस्थेटिक जर्नी: ए रीव्यू ऑफ कॉस्मेटिक सर्जरी टूरिज्म, *जर्नल ऑफ ट्रैवल मेडिसिन*, वॉल्यूम 25, अंक 1, 2018.
- सोफिल्ड, ट्रेवर एच.बी. (2002). 'ऑस्ट्रेलियन एबोरिजनल इकोटूरिज्म इन द वेट ट्रोपिक्स रेनफॉरेस्ट ऑफ क्वींसलैंड, ऑस्ट्रेलिया'. *माउंटेन रिसर्च एंड डेवेलपमेंट*. वॉल्यूम 22, नंबर 2 (मई, 2002), पृ.सं. 118–122. <https://www.jstor.org/stable/3674314>
- वेनब्रुक्स, ए. (2010). 'सिमेट्री टूरिज्म: कनिंग टू टर्म्स विद डेथ? 'ला रिसर्का फोकलोरिका में, नंबर 61, इन्डिजनस टूरिज्म, परफार्मेंस, एंड क्रॉस-कल्चरल अंडस्टैंडिंग इन द पेसिफिक .पृ.सं. 41–49.
- वॉकिन्स, लॉरेन सी. (वर्ष निर्धारित नहीं). *जर्नीस: मैपिंग रियल एंड इमैजिन्ड जर्नीस*. <https://www.terraamericanart.org/learning/journeys-mapping-real-and-imagined-journeys/>

---

## 2.5 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर/संकेत

---

1. उत्तर हेतु अनुभाग 2.0 का संदर्भ लें।
2. विवरण के लिए अनुभाग 2.0 देखें।
3. घरेलू और अंतर्राष्ट्रीय।
4. अनुभाग 2.1 देखें।
5. अनुभाग 2.1 देखें।
6. उत्तर हेतु अनुभाग 2.2 का संदर्भ लें।
7. एक पर्यटक के रूप में आप अपने अनुभव के बारे में लिखें।



---

## इकाई 3 मानवविज्ञान की दृष्टि से पर्यटन\*

---

### इकाई की रूपरेखा

- 3.0 परिचय
- 3.1 मानवविज्ञान के संदर्भ में पर्यटन की व्याख्या
- 3.2 मानवविज्ञान में पर्यटन के अध्ययन का इतिहास
- 3.3 पर्यटन में मानवजाति वर्णन (एथनोग्राफी)
  - 3.3.1 कार्यक्षेत्र/पर्यटक स्थल
  - 3.3.2 पर्यटक/अतिथि
  - 3.3.3 मूल निवासी/मेज़बान
- 3.4 तीर्थाटन/यात्रा
- 3.5 प्रमाणिकता और सैद्धांतिक चिंतन के मुद्दे
- 3.6 सारांश
- 3.7 संदर्भ
- 3.8 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर/संकेत

### अधिगम के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद शिक्षार्थी को निम्न बातें समझने में सक्षम होना चाहिए:

- मानवविज्ञान में पर्यटन का अध्ययन कैसे किया जाता है, का वर्णन करने एवं समझने में;
- मानवविज्ञान में पर्यटन अध्ययन के ऐतिहासिक विकास की रूपरेखा समझने में; और
- पर्यटक स्थल, पर्यटक और मेज़बान की अनिवार्यता को प्रदर्शित करने में; तथा
- पर्यटन और तीर्थयात्रा के बीच संबंधों की व्याख्या; और
- पर्यटन में प्रमाणिकता के मुद्दों के महत्व को समझना।

---

### 3.0 परिचय

---

मानव के अध्ययन के रूप में मानवविज्ञान विषय ने हमेशा सीखने की अपनी व्यापकता को समाज के विभिन्न क्षेत्रों में फैलाया है। इस इकाई में हम आपको एक चर्चा के माध्यम से बताएँगे कि मानवविज्ञान कैसे पर्यटन का अध्ययन करता है और ऐसा करना महत्वपूर्ण क्यों है। मानवविज्ञान के संदर्भ में पर्यटन को समझना 1970 के दशक में शुरू हो गया था, जहाँ मानवविज्ञान की प्रमुख अवधारणाओं को पर्यटन को संबोधित करने के लिए जांच परख की गई थी।



### 3.1 मानवविज्ञान के संदर्भ में पर्यटन की व्याख्या

आरंभ में पर्यटन मानवविज्ञान ने पर्यटक स्थल के मूल निवासियों के जीवन और व्यवहार के तरीके पर अधिक ध्यान केंद्रित किया, जिसे अधिक लोकप्रिय रूप से “मेजबान” कहा जाता है। मानवशास्त्रीय अन्वेषण के विषय के रूप में पर्यटन को शामिल करने से मानवशास्त्रीय ज्ञान के विस्तार को एक नया आधार मिला (होल्डन 2005)। हालांकि, समय बीतने के साथ, पर्यटन का अध्ययन करने वाले मानवविज्ञानियों के हित व्यापक हो गए। बाद में समकालीन समय की अन्य महत्वपूर्ण चिंताओं पर ध्यान केंद्रित किया गया, जैसे (1) पर्यटन के कारण व्यक्ति और समाज कैसे बदलते हैं; (2) पर्यटक और मेजबान कैसे बातचीत करते हैं और वे क्या साझा करते हैं; (3) पर्यटक और मेजबान संपर्क के कारण जो गतिशीलता होती है; (4) नई पहचान और आत्म-चरित्र निर्माण; और (5) अंत में इन सभी पहलुओं के संयोजन के रूप में उभरता हुआ नया अर्थ (डी ग्वाइँन 2017)।

यह ध्यान रखना महत्वपूर्ण है कि मानवविज्ञान की मुख्य शाखाएं सभी एक दृष्टिकोण या दूसरे से पर्यटन के अध्ययन में शामिल हैं। यद्यपि सामाजिक संगठनों, इतिहास, सांस्कृतिक परिवर्तनों, प्रवासन, पर्यावरण, लिंग, स्तरीकरण, अनुष्ठान और पहचान जैसे प्रमुख कार्य पर्यटन में सामाजिक-सांस्कृतिक मानवविज्ञानियों द्वारा किया जाता है, दूसरी शाखाएँ भी पीछे नहीं हैं। धरोहर स्थल और संग्राहलय ऐसे स्थान हैं, जहां पर्यटक जाना पसंद करते हैं। पुरातत्व मानव विज्ञानियों ने पुरातत्वविदों के साथ मिलकर विरासत वाली इमारतों, स्मारकों और महत्वपूर्ण संग्रहालयों को जनता के लिए अच्छी स्थिति में रखा। संग्रहालय की शिल्पकृतियों को इकट्ठा करना और उन्हें जनता के सामने प्रदर्शित करना भी उनका काम है। इससे पर्यटन और पुरातत्व के साथ सहयोग का विकास हुआ है, जिसे “पुरातन- पर्यटन” (आर्कियो-टूरिज्म) सहयोग या साझेदारी के रूप में जाना जाता है।

भाषा और प्रतीकों के माध्यम से पर्यटकों और मेजबानों के बीच जो संचार होता है, वह समकालीन भाषाई मानवविज्ञानी के लिए अध्ययन का एक महत्वपूर्ण क्षेत्र है। भाषा और इशारों का ये आदान-प्रदान एक ऐसा तरीका है, जिसके द्वारा बाहरी व्यक्ति और अंदरूनी व्यक्तियों में एक-दूसरे के लिए उन दिनों के लिए विश्वास पैदा करते हैं, जिस समय वे एक-दूसरे के संपर्क में होते हैं। ये भाषाई मानवविज्ञानी को इस तरह के चल रहे मौखिक और आलंकारिक प्रसारण का विश्लेषण करने के लिए वैचारिक स्थान प्रदान करते हैं।

भौतिक मानवविज्ञान समान रूप से विभिन्न कार्यक्षेत्र का अध्ययन करने में शामिल है जो पर्यटन से जुड़े हैं। उदाहरण के लिए, मानवमितीय भौतिक मानवविज्ञान की एक लोकप्रिय शाखा है जो पर्यटकों को बेहतर सेवाओं के लिए योजनाओं को तैयार करने के लिए मानवविज्ञान मापों का उपयोग करती है। विभिन्न प्रकार के मानव शरीर के माप भूमि, वायु या समुद्र में प्रयुक्त वाहनों की सीटों के निर्माण में सहायता कर सकते हैं जो लंबी दूरी की यात्रा करने वाले पर्यटकों को बेहतर आराम प्रदान कर सकते हैं। इसके अलावा, थाईलैंड जैसी जगहों पर जहां यौन पर्यटन को बढ़ावा दिया जाता है, वहां शारीरिक मानव विज्ञानी यौन रोग जनित बीमारियों के विश्लेषण में बड़ी भूमिका निभा सकते हैं जैसे कि, एड्स पर्यटकों को प्रभावित करता है।

इस प्रकार यह अनुभाग हमें स्पष्ट रूप से बताता है कि पर्यटन के अध्ययन में मानवविज्ञान की विभिन्न शाखाओं को गंभीरता से कैसे शामिल किया गया है।

1. पर्यटन में अध्ययन के कौन से क्षेत्र हैं जिस पर मानवविज्ञानी समकालीन समय में ध्यान केंद्रित करते हैं?

.....

.....

.....

2. सामाजिक मानवविज्ञानी पर्यटन में क्या अध्ययन करते हैं?

.....

.....

.....

3. क्या पुरातात्विक मानवविज्ञानी पर्यटन के अध्ययन में कोई भूमिका निभाते हैं? एक उदाहरण दें।

.....

.....

.....

4. भौतिक मानवविज्ञानी पर्यटन के अध्ययन में कैसे मदद कर सकते हैं? एक उदाहरण दें।

.....

.....

.....

### 3.2 मानवविज्ञान में पर्यटन के अध्ययन का इतिहास

इस अनुभाग में हम मानवविज्ञान में पर्यटन के अध्ययन की वृद्धि और विकास के बारे में जानने की कोशिश करेंगे।

ऐसा कोई भी कह सकता है की पर्यटन अध्ययन में मानवविज्ञान का प्रवेश संयोग से हुआ था। वेलेन स्मिथ (जो 1946 में लॉस एंजिल्स सिटी कॉलेज में भूगोल और मानव विज्ञान पढ़ा रही थी), को पर्यटन पर एक कोर्स विकसित करने के लिए कहा गया तो उन्होंने अपने मौलिक कार्य, *होस्ट्स एंड गेस्ट्स* की रचना की जो 1977 में पहली बार प्रकाशित हुई। इसका उद्देश्य छात्रों को एक पूरी तरह से नई दुनिया के बारे में सिखाना था जो द्वितीय विश्व युद्ध के बाद उत्पन्न हुई थी। पर्यटन की दुनिया के बारे में उनकी विशेषज्ञता ने उन्हें 1950 और 1960 के दशक के दौरान यूरोप और एशिया सहित दुनिया के विभिन्न हिस्सों की यात्राओं के लिए एक लोकप्रिय और बहुप्रतिष्ठित अकादमिक सदस्य बनाया। (स्मिथ 2015)।

स्मिथ के *होस्ट्स एंड गेस्ट्स* के लिए कार्यक्रमों की शुरुआत 1970 के शुरुआती दशक में हुई। उन्होंने अमेरिकन एंथ्रोपोलॉजिकल एसोसिएशन (AAA) के एक समाचार पत्र में

पर्यटन के अध्ययन में रुचि रखने वाले मानवविज्ञानी को शोध में भाग लेने और इस नए क्षेत्र को आगे ले जाने के लिए आमंत्रित किया और उत्सुक उत्तरदाताओं की एक अच्छी संख्या प्राप्त की। यह अमेरिकन एंथ्रोपोलॉजीकल एसोसिएशन की 1974 में मेक्सिको सिटी में हुई बैठक में पर्यटन पर एक सत्र के रूप में विकसित हुआ, जहां 35 से अधिक प्रतिनिधियों ने अपने विचार और निष्कर्ष प्रस्तुत किए। थेरॉन नुनेज़ को उनके लेख "टूरिज्म, ट्रेडिशन एंड एक्विलिब्रियम: मैक्सिकन विलेज में वीकेंडिस्मो" के रूप में 1963 के शुरु में प्रकाशित होने के बाद मानवशास्त्र और पर्यटन में उनके योगदान के लिए इस सत्र में मरणोपरांत सम्मानित किया गया था। अंत में, इस सत्र का मुख्य योगदान सभी प्रस्तुतिओं को एक पुस्तक के रूप में लाने का निर्णय हुआ, जो अंततः स्मिथ के संपादित क्लासिक, होस्ट्स एंड गेस्ट्स: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म के रूप में विकसित हुई। यह मानवविज्ञानी द्वारा बनाया गया मील का पत्थर था जिसने आधिकारिक तौर पर पर्यटन का अध्ययन करने के लिए अपना मार्ग बनाया।

स्मिथ ने 1975 में मैक्सिको के मेरिडा में सोसायटी फॉर एप्लाइड एंथ्रोपोलॉजी (SfAA) के साथ भी इसी तरह का सत्र आयोजित किया। इस सत्र की कार्यवाही भी प्रकाशित हुई। हर साल जोड़े जाने वाले नए मानवविज्ञान कार्यों के साथ पर्यटन पर इस तरह के सत्र बढ़ते गए। 1987 तक, स्मिथ ने महसूस किया कि पुस्तक, होस्ट्स एंड गेस्ट्स को पहले के कार्यों में नए और विविध परिवर्तनों के साथ बदलाव की आवश्यकता है। पहले संस्करण के कई लेखक चाहते थे कि उनके पेपर हटा दिए जाएं क्योंकि उनके विषयों से संबंधित नई सामग्री उपलब्ध नहीं थी। तीसरे संस्करण में, इसका नाम छोटा किया गया, होस्ट्स एंड गेस्ट्स रिविजिटेड (2001) में कई नए अध्याय थे। मानवविज्ञान और पर्यटन के क्षेत्र में चिंताओं और हितों को बदलने के साथ, इन नये अन्वेषणों को सार्वजनिक ज्ञानक्षेत्र में लाना उचित था।

अन्य उल्लेखनीय मानवविज्ञानी जिन्होंने 1970 और 1980 के दशक के दौरान पर्यटन का अध्ययन करने के लिए अपना जीवन समर्पित कर दिया, वे हैं नेल्सन ग्रेबर्न, डेनिसन नैश, ओरिओल पि-सुनार, एरिक कोहेन आदि। उन्होंने बेशक ऐसे क्षेत्रों में योगदान दिया जो सिद्धांत बनाने, सांस्कृतिक सामना, सांस्कृतिक पुनर्निर्माण इत्यादि के लिए बहुत महत्वपूर्ण थे।

वैलेन स्मिथ की तुलना में, जिनके होस्ट्स एंड गेस्ट्स और इसके बाद के संस्करण में शामिल लोगों के एक समूह के साथ पर्यटन पर एक काम के रूप में शुरू हुआ, डीन मैक कैनेल जैसे मानवविज्ञानी ने अपने सिद्धांतों का प्रचार किया और उन्हें एकल लेखक के रूप में प्रकाशित किया। 1976 में पर्यटन पर मैक कैनेल का काम इसके अलौकिक पहलुओं पर ध्यान केंद्रित करने के लिए महत्वपूर्ण है। उन्होंने कहा कि संकेत और प्रतीक एक पर्यटक को एक क्षेत्र से जोड़ने वाले पहले बिंदु हैं। डेनिसन नैश और नेल्सन ग्रेबर्न ने पर्यटन अध्ययन (1977) में योगदान दिया, जो क्रमशः आधुनिक साम्राज्यवाद के प्रतीक के रूप में और परिवर्तनकारी पवित्र यात्रा के रूप में केंद्रित है। नैश और ग्रेबर्न दोनों ने विक्टर टर्नर की द रिचुअल प्रोसेस (1969) को आलोचनात्मक रूप से देखा और पर्यटन को एक मंच से दूसरे चरण में गमन की अनुमति देने वाली यात्रा के रूप में रखा। इस बिंदु पर अधिक चर्चा अनुभाग 3.4 तीर्थयात्रा में किया जाएगा।

जैसे-जैसे मानवविज्ञान में पर्यटन का अध्ययन करने की लोकप्रियता बढ़ी, पत्रिका (एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च) पर्यटन अनुसंधान के इतिहास ने अपने 1983 के अंक में पर्यटन पर मानवशास्त्रीय कार्यों के लिए एक पूरा अंक समर्पित किया। इसलिए 20 वीं शताब्दी के मध्य में विकास एक बिंदु था, जहां नैश द्वारा आगे की ओर एकाग्रता के मुख्य क्षेत्रों

विकास, पर्यटक परिवर्तन और अधिरचना को रखा गया था। वर्तमान शताब्दी में पर्यटन ने खुद को मानवशास्त्रीय अध्ययनों के विस्तार के भीतर सुरक्षित रूप से रखा है और रुचि के उपरोक्त क्षेत्रों से और आगे बढ़ गया है।

सदी के बदलाव ने एक मानवविज्ञानी अमांडा स्ट्रोनज़ा को देखा, जो एक नए शब्द 'इकोटूरिज्म' को चर्चा में लाए थे — साहित्य की समीक्षा के साथ पर्यावरणीय पर्यटन, जिसे सामाजिक वैज्ञानिकों ने अतीत में प्रकाशित किया था। उसने इस शाखा को मौलिक रूप से अंतःविषय कहा जिसका मुख्य ध्यान "राजनीतिक अर्थव्यवस्था, सामाजिक परिवर्तन और विकास" पर था (स्ट्रॉन्ज़ा 2001: 261)। एक रुचि के रूप में इकोटूरिज्म पर्यावरण मानवविज्ञान की वृद्धि से जुड़ा हुआ है, जो अब मानवविज्ञान की एक प्रमुख शाखा है। स्ट्रोनज़ा के बाद, कई मानवशास्त्रियों जैसे पैगी वेस्ट, जेम्स कैरियर, जिम इगोए, स्टॉकर, रॉबर्ट फ्लेचर आदि के नाम उल्लेखनीय हैं जिन्होंने ने इकोटूरिज्म का अध्ययन किया (वलेस और स्कॉट, 2018)।

## अपनी प्रगति की जाँच करें 2

5. वेलें स्मिथ कौन है? किन परिस्थितियों ने उन्हें पर्यटन पर काम करने और अपना पहला काम, होस्ट्स एंड गेस्ट्स (1977) प्रकाशित करने के लिए प्रेरित किया?

.....

.....

.....

6. मैक कैनेल के पर्यटन का काम किस पर केंद्रित था?

.....

.....

.....

7. अमांडा स्ट्रोनज़ा को पर्यटन के किस पहलू के अध्ययन के लिए जाना जाता है ?

.....

.....

.....

## 3.3 पर्यटन और मानवजाति वर्णन (एथनोग्राफी)

इस अनुभाग और इसके आगे के अनुभागों में हम उन प्रसंगों को देखेंगे जो मानवविज्ञान में पर्यटन अध्ययन के लिए विशिष्ट हैं। नृवंशविज्ञान जो पर्यटन का अध्ययन करने के लिए मानवविज्ञानी सहित सामाजिक वैज्ञानिकों द्वारा नियोजित अनुसंधान की एक महत्वपूर्ण खोज और महत्वपूर्ण विधि है, पर्यटन की जांच करते समय कठिनाइयों का सामना करना पड़ता है। ऐसा इसलिए है क्योंकि पर्यटन स्थल, पर्यटक (मेहमान) और मूल निवासी (मेजबान), सभी की स्थिति दिलचस्प लेकिन जटिल है जिससे पर्यटन अन्वेषण और जटिल हो जाता है।

मानवजाति वर्णन मानवविज्ञान जांच का एक आंतरिक हिस्सा है। यह एक कार्यप्रणाली है जिसमें खुद को पहले एक विधि के रूप में और फिर एक उत्पाद के रूप में स्थापित करने की विश्वसनीयता है। इसमें समय की लंबी अवधि के लिए लोगों के साथ प्रत्यक्ष जुड़ाव और अधिमानतः संस्कृतियों के बारे में “प्रामाणिक” जानकारी इकट्ठा करने के लिए स्थानीय भाषा का उपयोग शामिल है। पर्यटन अध्ययन के मामले में उपयोग की जाने वाली यह पद्धति उन पहलुओं को उठाती है जिन पर ध्यान देने की आवश्यकता है।

### 3.3.1 कार्यक्षेत्र/पर्यटक स्थल

आइए हम पहले स्थान पर विचार करें। पर्यटक स्थलों में से अधिकांश ऐतिहासिक रूप से महत्वपूर्ण रहे हैं और लोग उन स्थानों के बारे में अपने मन की आंखों में अद्भुत या आदर्श छवि को पुनः बनाने के लिए आते हैं। इस तरह के एक स्थान की छवि पर्यटकों को विभिन्न जगहों को देखने का अवसर देती है क्योंकि यह उनकी कल्पना में पढ़ा गया है और यह उनके द्वारा पढ़े गए विवरणों से हैं जो चित्र उन्होंने कहीं और से देखे हैं। इससे उनमें एक विदेशी छाप पैदा होती है जब वे वास्तव में देखते हैं, तो वे इसे वैसा ही चाहेंगे जैसा उन्होंने कल्पना की थी। यह उस विशेष स्थान का अतीत है जिसे वे अपने वर्तमान के बजाय देखना चाहेंगे। इस तरह के स्थलों को बढ़ावा देने के लिए व्यावसायिक रूप से जिम्मेदार लोग ऐसे आदर्शों को जीवित रखने के लिए जिम्मेदार हैं क्योंकि वे भी पर्यटकों को यह आश्वासन देते हैं कि इस मौके पर कल्पना, एश्वर्य और भावुकता उनके स्वयं के स्वामित्व में होगी। उदाहरण के लिए, भारत के मामले में, पश्चिमी लोग सपेरों—जादूगरों की आकर्षक भूमि, नग्न धर्म संयासियों और हाथी या सच्चे प्रेम के प्रतीक के रूप में प्रसिद्ध ताजमहल देखना पसंद करेंगे।

ऐसे पर्यटन स्थलों में स्थानीय लोग, इस कल्पित वास्तविकता को अक्षुण्ण रखने के लिए, पर्यटकों के लिए मनभावन व्यवहार करते हैं, जिससे उन्हें अपने साथ संतुष्टि और तृप्ति का एहसास होता है। इन परिणामों को प्राप्त करने के लिए मानवविज्ञानी बहुत से अध्ययन क्षेत्रों में दिलचस्पी प्रदान करते हैं।

### 3.3.2 पर्यटक/मेहमान

दूसरे स्थान पर एक पर्यटक स्थल की पहचान न केवल उसके आकर्षण के आधार पर की जाती है, बल्कि स्थान में जाने वाले लोगों द्वारा भी समान रूप से की जाती है और इसे आर्थिक और सांस्कृतिक रूप से व्यवहार्य बनाते हैं। वे आगंतुक, अतिथि का अनुभव करते हैं, जो अनुभव करने के लिए जाते हैं और वे किसी जगह पर क्यों जाते हैं, सबसे महत्वपूर्ण रूप से अवकाश और आनंद के लिए। पर्यटक की उपस्थिति एक नृवंशविज्ञानी के लिए दिलचस्प अध्ययन की अनुमति प्रदान करती है, जो उस स्थान के लिए पर्यटकों के दृष्टिकोण का अध्ययन करता है, पर्यटकों को टकटकी लगाकर देखती है कि पर्यटक स्थानीय लोगों को कैसे देखते हैं, इत्यादि। जैसा कि ऊपर उल्लेख किया गया है कि पर्यटक उस आनंद को प्राप्त करना चाहेगा जिसकी उसने परिकल्पना की है, इसलिए यह समझना ज्यादा महत्वपूर्ण है की एक नृवंशविज्ञानी ऐसे परिदृश्यों से कैसे निपटता है जहां अतीत, वर्तमान, कल्पना और वास्तविकता सभी उलझ गए हों।

एक नृवंशविज्ञानी (एथनोग्राफर) और एक पर्यटक की तुलना करना एक अत्यधिक विवादास्पद क्षेत्र है, जिसमें कई विद्वानों द्वारा बहस की जाती है कि प्रत्येक को क्या भूमिका निभानी है, वे कितने समान या अलग हैं और वे एक पर्यटक द्वारा लिखे गए यात्रा वृत्तांत की तुलना में नृवंशविज्ञानियों द्वारा निर्मित एक नृवंशविज्ञान निबंध की वैधता को सह अस्तित्व में कैसे रख सकते हैं। समाज और उसकी संस्कृति का प्रतिनिधित्व करने के



तरीकों में उनकी समानताएं इतनी अधिक हैं कि उन्हें “दूर के रिश्तेदारों” के रूप में भी संबोधित किया जाता है (क्रिक 1995)। जैसा कि अतीत में मानवविज्ञान का विकास मिशनरियों, समुद्री यात्रियों, प्रवासियों के विवरणों पर निर्भर था, इसी तरह यह कौन कह सकता है कि पर्यटकों द्वारा उत्पन्न किया गया काम उस दुनिया में मददगार नहीं हो सकता है जहां एक समाज पर नृवंशविज्ञानियों द्वारा निर्मित बातचीत के साथ बहस इस प्रश्न को लेकर होती है की “अन्य” क्या देखते हैं जो “स्व” के साथ दूर करना चाहते हो। यूरी (1990) का दावा है कि अब पर्यटन की प्रक्रियाओं और समाज और संस्कृति की प्रक्रियाओं के बीच किसी भी अंतर को पहचानना मुश्किल है। यह इस उत्तर-आधुनिक दुनिया में धारणा और प्रतिनिधित्व के अलग-अलग पर्यवेक्षकों के लिए अलग-अलग हो सकता है। 1955 में लेवी स्ट्रॉस ने *ट्रिस्टस ट्रोपिक* (1955) को लाया, जो मानवविज्ञानी की यात्रा का एक उत्कृष्ट उदाहरण है और इसे मानवशास्त्रीय महत्व के काम के रूप में रखा जा सकता है, जहां विडंबना है कि स्ट्रॉस यात्रा और यात्रा करने वाले लोगों को घृणास्पद मानते हैं।

### 3.3.3 मूलनिवासी/मेज़बान

एक महत्वपूर्ण पहलू यह है कि मानवविज्ञानी किस हद तक और किस तरह से मेज़बान समुदायों में मेहमानों, पर्यटकों की प्रविष्टि और उपस्थिति से प्रभावित होते हैं। मेज़बानों पर पर्यटक की संस्कृति का प्रभाव दिलचस्प हो सकता है। मेज़बान मेहमानों के तरीके की नकल करते हैं जो समय की अवधि के बाद मेज़बान समुदाय की सांस्कृतिक और सामाजिक संरचना को काफी प्रभावित कर सकते हैं। यह या तो एक सरल सांस्कृतिक बहाव या अधिक जटिल उच्चारण के परिणामस्वरूप हो सकता है। यह तभी हो सकता है जब पर्यटक को एक बेहतर संस्कृति से आने के रूप में देखा जाए। मैथिसन और वाल (1992) ने बताया है कि जब मेज़बान अपने मेहमानों के सामने आने पर अपने व्यवहार को बदल देते हैं लेकिन जब पर्यटक वापस जाते हैं तो वे फिर से सामान्य हो जाते हैं, इसे एक सांस्कृतिक बहाव के रूप में देखा जाता है। यह अधिक प्ररूपी है। हालांकि यदि व्यवहार में परिवर्तन एक अधिक स्थायी घटना बन जाता है, जहां सांस्कृतिक परिवर्तन जो पर्यटकों के संपर्क में आने के कारण होता है और एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी के लिए सौंप दिया जाता है, तो यह उच्चारण का एक हिस्सा हो सकता है। इसे अनुवांशिक व्यवहार के रूप में देखा जा सकता है। उदाहरण के लिए भारत के हिल-स्टेशन जो कि अंग्रेजों के पसंदीदा पर्यटन स्थल थे, ब्रिटिश संस्कृति का बहुत हिस्सा था जो आज भी कायम है।

नैश ने इस बात की चर्चा की है की “जब वे (मेज़बान समुदाय) पर्यटन स्थल बन जाते हैं तो अनुकूलन करते हैं” (1996:121)। होटल, रिसॉर्ट और मनोरंजन केंद्रों के निर्माण के साथ, मेज़बानों को उन सभी जरूरतों को पूरा करना होगा जो पर्यटक मेहमानों को ‘घर महसूस’ करा सके। इसके लिए यह स्पष्ट है कि मेज़बानों को एक और वातावरण बनाने के लिए अपने स्वयं के जीवन में महत्वपूर्ण बदलाव करने होंगे जो उनके रोजमर्रा का हिस्सा नहीं है।

पर्यटक-मेज़बान संपर्क की अक्सर “गलत व्याख्या” होती है। प्रत्येक के पास एक दूसरे की वास्तविकता की अवास्तविक अपेक्षाएं होती हैं और मानवविज्ञानी इन अपेक्षाओं को पूरा करने के लिए अपने व्यवहार के प्रकारों को देखने की अनुमति देता है। अपनी पुस्तक, *पर्यटन इमेजिनरी: एंथ्रोपोलॉजिकल एप्रोच* (2014) में सालाजार और ग्रेबर्न ने इन्हीं पहलुओं की चर्चा की है।



**ध्यानार्थ**

**सांस्कृतिक बहाव:** यह एक धीमा बदलाव है जिसका परिणाम या तो सांस्कृतिक नुकसान होता है या किसी सांस्कृतिक तत्व या संस्कृति में कोई अभ्यास होता है। उदाहरण के लिए फैशन और शैली में बदलाव।

**संस्कृति-संक्रमण:** यह एक ऐसी प्रक्रिया है जो तब होती है जब एक संस्कृति खुद को दूसरी संस्कृति में आत्मसात कर लेती है, जो कि प्रमुख रूप से प्रभावी होती है।

**प्ररूपी (फीनोटाइप) :** यह एक भौतिक लक्षण है जिसे देखा जा सकता है। इसे समलक्षणी भी कहा जाता है।

**जीनोटाइप :** यह किसी भी जीवित प्राणी की आनुवंशिक संरचना है।

**अपनी प्रगति की जाँच करें 3**

8. एक मानवजाति वर्णन (एथनोग्राफी) अन्वेषण में क्या होता है?

.....

.....

.....

9. पर्यटक आमतौर पर पर्यटक स्थल से क्या उम्मीद करता है?

.....

.....

.....

10. लेवी स्ट्रॉस का मशहूर कार्य जो उनकी यात्रा पर आधारित है, का क्या नाम है?

.....

.....

.....

11. मेजबान सांस्कृतिक बहाव का सामना कब करते हैं?

.....

.....

.....

**3.4 तीर्थयात्रा**

मानवविज्ञानियों ने तीर्थयात्रा के अध्ययन में रुचि दिखाई है, जिसकी शुरुआत वान गेनेप्स (1908 (1960)) *राइट द पैसेज* से हुई और इसे विक्टर टर्नर (1969) ने आगे बढ़ाया, जो संस्कारों और तीर्थयात्रा को बदलाव के मार्ग के रूप में समझाते थे। जैसा कि टर्नर द्वारा दिखाया गया था, समाज में एक व्यक्ति सामाजिक बदलाव के तीन चरणों से गुजरता है।

पहला *पृथक्करण* का वह चरण है जहाँ व्यक्ति को उसकी / उसके समुदाय के साथ रोजमर्रा की गतिविधियों से हटा दिया जाता है, दूसरा है *निर्मलता* जहाँ व्यक्ति को कर्मकांड और पवित्र वातावरण में रखा जाता है और तीसरा, *पुनर्मिलन* जहाँ व्यक्ति को उनके नियमित जीवन में वापस रखा जाता है। निर्मलता का दूसरा चरण *कम्युनिटास* (सामुदायिकता) की एक स्थिति भी रखता है जो उस समय उसी प्रक्रिया से गुजर रहे अन्य लोगों के साथ साझा किया जाता है। टर्नर ने तीर्थयात्रा पर चर्चा करने के लिए इसी रूपरेखा का उपयोग किया। तीर्थयात्रा में भी, उन्होंने कहा कि लोग एक व्यवस्थित, सामान्य शासन से चलते हैं और एक तीर्थस्थल के पवित्र और निर्मल वातावरण में प्रवेश करते हैं। पर्यटन का अध्ययन करने वाले मानवविज्ञानी कई पर्यटन अनुभवों के साथ टर्नर की तीर्थयात्रा के विवरण में समानता खोजने में सक्षम रहे हैं। मानवविज्ञानी ने इसे टर्नर के *कम्युनिटास* के विचार से जोड़ा है जहां लोग ऐसी स्थितियों में “सहजता, व्यक्तिगत पूर्णता और सामाजिक एकजुटता” अनुभव करते हैं (नैश और स्मिथ 1991)। इसका एक उदाहरण लोकप्रिय त्योहार फिएस्टा डे सैन फरमिन के दौरान लोगों द्वारा महसूस की गई भागीदारी है, जो स्पेन के पंपोला में आयोजित की जाती है या वॉल्ट डिज़नी वर्ल्ड का दौरा करते समय महसूस की जाती है।

ग्रेबर्न (1983) वर्णन करते हैं कि पर्यटन के उपयोग के माध्यम से लोगों के जीवन में ऐसे चरण उन्हें अपने दैनिक संरचित जीवन से बहुत जरूरी बदलाव और ताज़गी प्रदान करते हैं। उन्होंने कहा कि पर्यटन “सामान्य जीवन से उन आवश्यक विरामों में से एक है जो सभी मानव समाजों की विशेषता है, जो भौतिक और शारीरिक स्वास्थ्य के रखरखाव के लिए और अधिक आवश्यक हैं” (1983: 11)। वह कहते हैं कि आधुनिक पर्यटन पहले के समय की तीर्थयात्रा के साथ समानता रखता है और इसलिए तीर्थयात्रा पर टर्नर के विचारों का उपयोग पर्यटन के साथ समानांतर बनाने के लिए किया जा सकता है। यह दोनों की यात्रा है, जिसका गंतव्य ‘बहुत आगे तक दिख रहा है’। हालांकि अन्य मानवविज्ञानी, जो दोनों के बीच बहुत अंतर देखते हैं और बताते हैं कि तीर्थयात्रा एक धार्मिक उद्देश्य के साथ एक यात्रा है जो एक यात्री को पवित्र बिंदु तक ले जाती है जबकि पर्यटन को इस अर्थ में ‘बेतुका’ के रूप में देखा जाता है जिसका कोई संरचित उद्देश्य नहीं है और यह एक यात्री को सीमांत तक ले जाती है (लेइट एंड ग्रेबर्न 2009)। नए एथनोग्राफी संबंधी कार्यों ने मानवविज्ञानियों को सलाह दी है कि तीर्थयात्रा और पर्यटन को सैद्धांतिक रूप से मानवविज्ञान के संदर्भ से अलग नहीं किया जाना चाहिए, लेकिन उनका मूल्यांकन उनकी पृष्ठभूमि या उनकी स्थिति के परिप्रेक्ष्य से किया जा सकता है (बेडोन और रोज़मोन 2004)।

कभी-कभी (जैसा कि बसु 2004, इब्रोन 2000 और ग्रेबर्न 2004 द्वारा उल्लेख किया गया है), तीर्थयात्रा के संदर्भ में पर्यटन को तीर्थयात्रा की संरचना के दृष्टिकोण से भी देखा जाता है जो पर्यटन के अनुरूप विकसित होता है और यह कैसे प्रभाव डालता है। मानवविज्ञानी बताते हैं कि आइडेंटिटी टूरिज्म के संदर्भ में भी तीर्थयात्रा का उपयोग किया जाता है, उदाहरण के लिए, “रूट्स पिलग्रिमेज (जड़े/मूल तीर्थयात्रा)” जो किसी के पूर्वजों के घर (बसु 2007) या “क्विर तीर्थयात्रा” की यात्रा का जिक्र करते हुए सैन फ्रांसिस्को की यात्रा का जिक्र है जो समलैंगिक की एक मातृभूमि के रूप में जाना जाता है (हॉवे 2001)। ऐसे स्थलों में तीर्थ स्थल के बराबर भावनात्मक मूल्य होता है। पर्यटक के लिए पवित्रता यात्रा के इरादे की गंभीरता और स्थायी धारणा है जिसे यात्रा अपने अंत में लाएगी।

12. किस मानवविज्ञानी के मौलिक कार्य ने विद्वानों को पर्यटन में तीर्थ की अवधारणा का अध्ययन करने के लिए प्रभावित किया है?

.....

.....

.....

13. पर्यटक आमतौर पर पर्यटक स्थल से क्या उम्मीद करता है?

.....

.....

.....

### 3.5 प्रामाणिकता और सैद्धांतिक चिंतन के मुद्दे

पर्यटन में प्रामाणिकता की धारणा मानवविज्ञानियों के लिए रुचि और चिंता का विषय रही है। इसका अध्ययन तीन सैद्धांतिक दृष्टिकोणों से किया गया है: वस्तुवाद, रचनावाद और उत्तर-आधुनिकतावाद। प्रामाणिकता आमतौर पर मूल, वास्तविक, सच्चा आदि के अर्थ में उपयोग की जाती है लेकिन, पर्यटन में, प्रामाणिकता का अर्थ वास्तविक सच्चाई नहीं है, बल्कि एक सच्चाई है जिसे पर्यटक देखना चाहता है। पर्यटक के लिए, प्रामाणिक कुछ ऐसा हो सकता है जो पर्यटक ने सपना देखा हो। जैसा कि गिसोल्फ (2010), अपने लेख में एक परिदृश्य का वर्णन करते हैं, "प्रामाणिकता", इस बारे में है कि पश्चिम के लोग कैसे कुछ स्थानों के ईमानदार लोगों की छवियों को अपनाते हैं, ईमानदार उत्पादों का उत्पादन करने के लिए पृथ्वी पर ईमानदारी से काम करते हैं जहां परमाणु रिएक्टर, ट्रेड यूनियन या ट्रैफिक जाम इन चीजों के लिए कोई जगह नहीं है। पर्यटक अतीत को वर्तमान में देखने की कल्पना करता है। यह "आदिमवाद, विदेशी जनजातियों और ऐतिहासिक ठहराव" की छवियों से भरा है। इस तरह के क्षेत्रों को हकीकत ने भले ही तब्दील कर दिया हो लेकिन प्रामाणिकता यहां कुछ ऐसी बनी हुई है जिसकी कल्पना की जाती है और फिर पर्यटकों द्वारा देखा जाता है और पर्यटन व्यवसाय को फलने-फूलने के लिए ऐसी "प्रामाणिक वास्तविकताओं" का निर्माण किया जाता है। आइए अब हम यह देखने की कोशिश करें कि मानवशास्त्रियों ने पर्यटन में प्रामाणिकता को समझने की कितनी कोशिश की है।

**वस्तुवादी सिद्धांत:** यह सिद्धांत बताता है कि प्रामाणिकता दिमाग की नजर से मुक्त है। यह आंतरिक रूप से उस वस्तु के रूप में मौजूद होता है जिस स्थान का दौरा किया जाता है और जो सीधे आगंतुक या पर्यटक की धारणाओं से जुड़ा नहीं होता है, इसलिए 'प्रामाणिकता' एक तथ्यात्मक विशेषता के रूप में मौजूद है। दो अमेरिकी विद्वानों, बरस्टिन और मैककैनेल ने 1970 के दशक में इस वस्तुवादी सिद्धांत का आकलन किया था। बरस्टिन (1964) ने कहा कि पर्यटक हमेशा अमानवीय वस्तु की तलाश करते हैं और इस तथ्य के प्रति सचेत रहते हैं कि मेजबान स्थान एक 'छद्म घटना' प्रदान करता है। 'प्रामाणिक' एक प्रकार से निर्मित है, इसलिए वास्तव में अमानवीय है। बरस्टिन ने निष्कर्ष निकाला कि वास्तविकता में पर्यटक अप्रामाणिकता की तलाश करते हैं। हालाँकि, मैककैनेल (1976) ने असहमत होते हुए अपनी बात रखी कि, "प्रामाणिकता की तलाश में

परग्रही आधुनिक पर्यटक इसलिए प्राचीनता और प्राकृतिक की तलाश करता है, जो कि अभी तक आधुनिकता से अछूता है" (1976: 384)। वह ऐसे पर्यटकों को "धार्मिक तीर्थयात्री" कहता है। वे एक बिंदु पर सहमत होते हैं, कि पर्यटक वास्तव में जो देखते हैं, वह अप्रमाणिक है।

**रचनावाद सिद्धांत:** वस्तुवादी सिद्धांत में, एक मुद्दा जो देखा गया था वह यह था कि पर्यटकों स्थलों और उनकी संस्कृतियों को निरंतर और अपरिवर्तनीय के रूप में देखा गया था। इस मुद्दे को रचनावाद सिद्धांत नामक एक अन्य दृष्टिकोण से सुलझाया गया था। पर्यटन के संदर्भ में इस सिद्धांत के मुख्य समर्थक समाजशास्त्री, एरिक कोहेन थे। इस सिद्धांत का तर्क है कि प्रामाणिकता शारीरिक रूप से नहीं देखी जाती है और "एक सामाजिक रूप से निर्मित, बातचीत की अवधारणा है, और यह दौरा किए गए वस्तु की स्थायी संपत्ति नहीं है।" (टेरिज़िस्का 2012:90)। इस प्रकार विभिन्न लोग एक वस्तु को एक अलग प्रामाणिकता के साथ उसके दर्शन या सोचने के तरीके के आधार पर देख सकते हैं। कोहेन ने यह वर्णन करने के लिए एक नया शब्द प्रस्तुत किया कि कैसे एक कृत्रिम या नकली अनुभव में परिवर्तन के साथ उभरने की प्रामाणिकता, जिसे अंततः प्रामाणिक के रूप में मान्यता प्राप्त होती है। यूरी (2002) इसे स्पष्ट करते हैं, क्योंकि प्रामाणिकता के पर्यटक विश्वास को 'आधुनिक जन माध्यम' द्वारा 'समय-स्थान दबाव' के माध्यम से बनाया जाता है।

**उत्तर-आधुनिक सिद्धांत:** यह वांग द्वारा सिद्ध किया गया था और उन्होंने इसे अस्तित्ववादी प्रामाणिकता कहा जिसे गतिविधि आधारित प्रामाणिकता के रूप में भी जाना जाता है (वांग, 1999)। यह सिद्धांत उपरोक्त दोनों से भिन्न है, क्योंकि यह यात्रा के उद्देश्य से संबंधित नहीं है, लेकिन अनुभव से पर्यटक पर्यटक स्थल पर प्रवेश करता है। वैंड लिखते हैं, "अस्तित्व की प्रामाणिकता एक संभावित अस्तित्व की स्थिति को संदर्भित करती है जो कि पर्यटक गतिविधियों द्वारा सक्रिय किया जाना है। इसके अलावा, पर्यटन में प्रामाणिक अनुभव पर्यटन की सीमित प्रक्रिया के भीतर होने के इस सक्रिय अस्तित्व की स्थिति को प्राप्त करना है। अस्तित्व की प्रामाणिकता का दौरा की गई वस्तुओं की प्रामाणिकता से कोई लेना-देना नहीं है" (वांग : 352)। उत्तर आधुनिकतावाद पर दूसरों द्वारा बहस की गई है, जैसे एंगलर का कहना है कि, वस्तुवादी को ज्यादातर एक सिद्धांत के रूप में त्याग दिया गया हो सकता है, लेकिन इसे अभी भी अमल में देखा जाता है। उदाहरण के लिए, होटल और रिसॉर्ट, या समूह पर्यटन जो पर्यटक स्थल की संस्कृति का प्रामाणिक अनुभव देने का वादा करते हैं।

1950 के दशक में प्रामाणिकता चर्चा का विषय बन गई और यात्रा पर जाने की प्रेरणा के रूप में कार्य करने के लिए और पर्यटन घटनाओं में खुद को प्रदर्शित करने की क्षमता के रूप में चर्चा करने के लिए एक महत्वपूर्ण अवधारणा बन गई। हालांकि यह पाया गया है कि शिक्षाविद वास्तविक जीवन में प्रामाणिकता के रचनात्मक दृष्टिकोण के बारे में अधिक बात करते हैं, लेकिन वस्तुगत प्रामाणिकता अधिक रहती है।

### अपनी प्रगति की जाँच करें 3

14. सामाजिक वैज्ञानिकों द्वारा पर्यटन में किस सिद्धांत का अध्ययन किया गया है, उसके आधार पर तीन सिद्धांतों का नाम बताइए।

.....

.....

.....

15. वस्तुवादी सिद्धांत किस बारे में बात करता है?

.....

.....

.....

16. वस्तुवादी सिद्धांत, रचनावाद सिद्धांत से कैसे भिन्न है?

.....

.....

.....

17. वांग की अस्तित्व संबंधी प्रामाणिकता से क्या संबंधित है ?

.....

.....

.....

### 3.6 सारांश

इस इकाई ने आपको एक मूल विचार दिया कि मानवविज्ञानी पर्यटन का अध्ययन क्यों करते हैं, मानवशास्त्र की प्रमुख शाखाओं में इसका अध्ययन कैसे किया जाता है और ऐसे कौन से क्षेत्र हैं जिनमें मानवविज्ञानी रुचि रखते हैं। यह इकाई मानवविज्ञान में पर्यटन के इतिहास से जुड़े महत्वपूर्ण प्रणेतियों के साथ एक विस्तृत ऐतिहासिक चर्चा प्रदान करती है। एथनोग्राफी अथवा मानवजाति वर्णन को पर्यटन अध्ययन की एक महत्वपूर्ण विधि के रूप में दिखाया गया है। अंत में, इस इकाई में दो बहुत ही महत्वपूर्ण अवधारणाओं, तीर्थयात्रा और प्रामाणिकता की भी चर्चा की गई है।

### 3.7 संदर्भ

बेडन, ई, एंड रोजमैन, एस. (संपा) (2004). *इन्टरसेक्टिंग जर्नी : द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ पिलग्रिज एंड टूरिज्म*. अर्बाना ; शिकागो: युनिवर्सिटी ऑफ इलिनोइस प्रेस.

बासु, पॉल (2004). "रूट मेटाफर्स ऑफ 'रूट टूरिज्म'. इन साइमन कोलमैन और जॉन ईड (संपा) *रीफ्रेमिंग पिलग्रिज* (पृ. स. 150–174). लंदन: रूटलेज.

बासु, पॉल (2007). *हाइलैंड होमकोमिंग्स: जिनियॉलॉजी एंड हेरिटेज— टूरिज्म इन द स्कॉटिश डायस्पोरा*. लंदन: रूटलेज.

बरस्टिन, डी.जे. (1964) *द इमेज: ए गाइड टू स्टूडो-इवेंट्स इन अमेरिकन सोसाइटी*. न्यूयॉर्क: हार्पर एंड रो.

क्रिक, एम. (1995). "एंथ्रोपोलॉजिस्ट एज टूरिस्ट : एन आइडेंटिटी इन क्वेश्चन", इन मारी-फ्रांसिस्को लैनफंट, जॉन बी. एलॉक, एंड एडवर्ड एम.ब्रूनर (संपा) *इंटरनेशनल टूरिज्म. आइडेंटिटी एंड चेंज*, पृ.स. 205–223. लंदन: सेज.

एब्रोन, पौल्ला (2000). "टूरिस्ट एज पिलग्रिज: कमर्शियल फैशनिंग ऑफ ट्रान्साटलॉन्टिक पॉलिटिक्स". *अमेरिकन एथ्नोलॉजिस्ट*. 26 (4): 910–932.

ग्रेबर्न, नेल्सन (2004). "क्योटो टैक्स स्ट्राइक: बुद्धिस्म, शिंटो, एंड टूरिज्म इन जापान". इन एलेन बैडोन एंड शेरोन रोसमैन (संपा), *इंटरसेक्टिंग जर्नी: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ पिलग्रिमेज एंड टूरिज्म* (पृ.स. 125–139).

एंगलर, सी. (तिथि अनिर्धारित) *औथेंटिसिटी वर्सेस स्टेज्ड एक्सपीरियेंस*, रिट्रिवड फ्रॉम: <http://themedattraction.com/authenticity.htm>

डि ग्लोविन, एम.(2017). "एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म" इन लिंडा एल लोरी (संपा), *द सेज इंटरनेशनल इनसाइक्लोपीडिया ऑफ ट्रेवल एंड टूरिज्म*, पृ.स 77–81. थाउजेंड ओक, सीए: सेज पब्लिकेशन.

ग्रेबर्न, नेल्सन एच.एच. (1983). "द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म " इन *द एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च* 10 (1) : 9–34.

होल्डन, ए. (2005). *टूरिज्म स्टडीज़ एंड द सोशल साइंस*. न्यूयॉर्क: रूटलेज.

होवे, ए. (2001). "क्वीर पिलग्रिमेज: द सैन फ्रांसिस्को होमलैंड एंड आइडेंटिटी टूरिज्म". *कल्चरल एंथ्रोपोलॉजी*, 16 (1): 35–61.

लेइट,एन. एंड ग्रेबर्न, एन. (2009). "एंथ्रोपोलॉजीकल इंटरवेंशन इन टूरिज्म स्टडीज़. इन टी. जमाल एंड एम. रॉबिन्सन, *द सेज हैंडबुक ऑफ टूरिज्म स्टडीज़* (पृ.स.35–64). लंदन: सेज पब्लिकेशन्स लिमिटेड.

लेवी स्ट्रास, सी. (1955). *ट्रिस्ट्स ट्रोपिक*. पेरिस: प्लॉन. मैककैनेल, डी. (1976). *द टूरिस्ट*. न्यूयॉर्क: शॉकेन बुक्स.

मैथिसन, ए, एंड वॉल, जी (1992). *टूरिज्म. इकोनोमिक, फिजिकल एंड सोशल इम्पेक्ट्स*. एसेक्स: एडिसन वेस्ले लॉन्गमैन लिमिटेड.

नैश, डी. (1966). *एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*, पेर्गमॉन प्रेस, ऑक्सफोर्ड.

नैश, डी. (1977). "टूरिज्म एज इम्पीरियलिज्म". इन वेलेन स्मिथ (संपा), *होस्ट एंड गेस्ट* (पृ. स.33–47). फिलाडेल्फिया: युनिवर्सिटी ऑफ पेनसिल्वेनिया प्रेस.

ग्रेबर्न, एन. (1977). "टूरिज्म : द सेक्रेड जर्नी." इन वेलेन स्मिथ (संपा), *होस्ट एंड गेस्ट* (पृ. स. 17–32). फिलाडेल्फिया: युनिवर्सिटी ऑफ पेनसिल्वेनिया प्रेस.

नैश, डी. एंड वी. स्मिथ (1991). "एंथ्रोपोलॉजी एंड टूरिज्म". इन *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. वोल्यूम: 18, इश्यु: 1, पृ.स.: 12–25.

नुनेज़, टी. (1963). "टूरिज्म, ट्रेडिशन, एंड अकल्चरेशन: *एल विकेंडिस्मो इन मेक्सिको*" *एथ्नोलोजी*, 2: 328–336.

सालाज़ार, नोएल बी. एंड ग्रेबर्न, नेल्सन(2014). *टूरिज्म इमेजरिज: एंथ्रोपोलॉजीकल एप्रोचेस*. न्यूयॉर्क: बर्गहेन बुक्स.

स्मिथ, वी. (संपा) (1977). *होस्ट एंड गेस्ट: द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: युनिवर्सिटी ऑफ पेनसिल्वेनिया प्रेस.

स्मिथ, वी एंड मेरीन ब्रेंट (संपा) (2001). *होस्ट एंड गेस्ट रिविजिटेड : टूरिज्म इश्युज ऑफ द 21 सेंचुरी*. न्यूयॉर्क: कॉग्निजेंट कम्युनिकेशन कॉर्पोरेशन.

स्मिथ, वी. (2015). *स्टीरियोटिकोन : एन्ट्री टू ए रिसर्च*. न्यूयॉर्क: कॉग्निजेंट कम्युनिकेशन कॉर्पोरेशन.



स्ट्रोन्ज़ा, ए. (2001). "एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म". *एनुअल रिव्यू ऑफ एंथ्रोपोलॉजी*, 30:261–283.

टेर्जिस्किया, इलिन्का (2012). "इंटरप्रिटेशन ऑफ औथेंटिसिटी इन टूरिज्म". *साइंस एंड रिसर्च*, 85–94.

टर्नर, वी. (1969). *द रिव्युअल प्रोसेस: स्ट्रक्चर एंड एंटी स्ट्रक्चर*. शिकागो : एल्डीन.

यूरी, जे. (1990). *द टूरिस्ट गेज*. लंदन: सेज.

यूरी, जे. (2002). "मोबिलिटी एंड प्रॉक्सीमिटी". *सोशियोलोजी*, 36 (2), 255–274.

वैन गेन्नेप, ए. [1990] 1960. *राइट्स ऑफ पैसेज*. लंदन: रूटलेज एंड केगन पॉल.

वालेस, टी. एंड स्कॉट, वी. (2018). "एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म". इन सी. कूपर, एस. वोलो एंड डब्ल्यू. सी. गार्टनर. *द सेज हैंडबुक ऑफ टूरिज्म मैनेजमेंट* (पृ.स.118–128). लंदन: सेज पब्लिकेशन लिमिटेड.

वांग, एन. (1999). "रीथिन्कींग औथेंटिसिटी इन टूरिज्म एक्सपीरियेंस." *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 20 (2) : 349–370.

### 3.8 आपकी प्रगति जांचने के लिए उत्तर/संकेत

1. अनुभाग 3.1 में पहले अनुच्छेद का संदर्भ लें।
2. अनुभाग 3.1 में दूसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
3. अनुभाग 3.1 में दूसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
4. अनुभाग 3.1 में चौथे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
5. अनुभाग 3.2 में पहले दो अनुच्छेद देखें।
6. अनुभाग 3.2 में छठे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
7. अमांडा स्ट्रौनजा को इको –टूरिज्म अध्ययन करने के लिए जाना जाता है।
8. अनुभाग 3.3 में दूसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
9. अनुभाग 3.3.1 का संदर्भ लें।
10. ट्रिस्ट्स ट्रॉपिक (1955)।
11. अनुभाग 3.3.3 का संदर्भ लें।
12. विक्टर टर्नर।
13. अनुभाग 3.4 में दूसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
14. वे हैं: वस्तुवाद, निर्माणवाद और उत्तर-आधुनिकतावाद।
15. अनुभाग 3.5 में दूसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
16. अनुभाग 3.5 में तीसरे अनुच्छेद का संदर्भ लें।
17. अनुभाग 3.5 में चौथे अनुच्छेद का संदर्भ लें।

---

## इकाई 4 पर्यटन और संस्कृति\*

---

### इकाई की रूपरेखा

#### 4.0 परिचय

#### 4.1 पर्यटन और संस्कृति

4.1.1 पार-सांस्कृतिक अंतःक्रिया: संस्कृति-संक्रमण विवाद

4.1.2 पर्यटक अनुभव और प्रामाणिकता पर बहस

4.1.3 गंतव्य छवि निर्माण

4.1.3.1 छवि और छवि निर्माण

4.1.3.2 सांकेतिकता और पर्यटन

#### 4.2 सारांश

#### 4.3 संदर्भ

#### 4.4 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर

### अधिगम के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद, शिक्षार्थियों को चर्चा करने में सक्षम होना चाहिए:

- मानवविज्ञान में संस्कृति की अवधारणा;
- पर्यटन और संस्कृति के बीच संबंध;
- पर्यटन और संस्कृति के बीच अंतःक्रिया और मेजबान समुदाय पर इसके निहितार्थ; और
- छवि, छवि निर्माण और सांकेतिकता के आधार पर पर्यटक का अनुभव।

---

### 4.0 परिचय

पर्यटन एक सांस्कृतिक घटना है जोकि पर्यटन गतिविधियों के रूप में मेजबान और गंतव्य संस्कृतियों के साथ मज़बूती से जुड़ी हुई हैं। पर्यटन स्थलों और संस्कृति परिवर्तन में लोगों के मानवशास्त्रीय अध्ययन के दो अंतर-संबंधित मुद्दे (केंद्र-बिंदु) थे: (अ) पर्यटन और विकास की राजनीतिक अर्थव्यवस्था; और (ब) वैश्वीकरण की संबद्ध प्रक्रियाओं को शामिल करते हुए सांस्कृतिक आधुनिकीकरण, समरूपता/विषमता। यह इकाई पर्यटन और संस्कृति के साथ इसके अंतर-संबंधों से सम्बंधित है। हम इस इकाई को मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण से संस्कृति के अर्थ के साथ शुरू करेंगे और पर्यटन और संस्कृति के बीच संबंधों को समझने के साथ आगे बढ़ेंगे।

---

### 4.1 पर्यटन और संस्कृति

“वह” एक संस्कारी परिवार से ताल्लुक रखता/रखती है। “इतना असभ्य” कुछ ऐसे सामान्य वाक्यांश हैं जिनका हम दैनिक जीवन में उपयोग करते हैं। मानवशास्त्रीय दृष्टिकोण से संस्कृति के अध्ययन में ये वाक्यांश कितने प्रासंगिक हैं?

आइए संस्कृति के मानवशास्त्रीय समझ के साथ इस खंड से जुड़ते हैं और संस्कृति का अध्ययन करते हुए मानवशास्त्रीय अध्ययन से जुड़े पहलुओं को समझते हैं। मानवविज्ञान

---

**\*योगदानकर्ता:** डॉ. गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टोरल फ़ैलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड क्म्यूनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली

संस्कृति के साथ जीवन का एक तरीका है, जैसे कि लोगों का एक समूह कैसे व्यवहार करता है, सोचता है, वे कैसे बातचीत करते हैं, वे अपने दैनिक जीवन में किस प्रकार और किस तरह का भोजन खाते हैं इत्यादि। सबसे महत्वपूर्ण, मानवविज्ञानी संस्कृति को उस विशेषता के रूप में देखते हैं जो प्रत्येक मनुष्य के पास होती है, जो हर किसी के रोजमर्रा के जीवन के अनुभव का एक अनिवार्य हिस्सा है। मानवविज्ञान के दृष्टिकोण से, संस्कृति को मोटे तौर पर व्यवहार के रूप में परिभाषित किया गया है, जो सामाजिक बातचीत और भौतिक कलाकृतियों के उत्पादन के माध्यम से देखे गये हैं। सिंगर (1968:528) के अनुसार संस्कृति वह है “जो विभिन्न पद्धतियों से मिलकर बनी है, जो स्पष्ट और अन्तर्निहित है, जो व्यवहार के लिए है, जो प्रतीकों द्वारा अधिग्रहित और प्रेषित है, जो मानव समूहों की विशिष्ट उपलब्धियों को कलाकृतियों में उनके अवतार सहित, संस्कृति के आवश्यक मूल में पारंपरिक (यानी ऐतिहासिक रूप से व्युत्पन्न और चयनित) विचारों और विशेष रूप से उनके संलग्न मूल्यों को शामिल करती है।” संस्कृति को मोटे तौर पर या तो अर्थ की एक प्रणाली के रूप में देखा जाता है जिससे प्रतीकात्मक अभिव्यक्ति होती है या सामग्री और मूल वस्तुओं और कलाकृतियों और नियमों के संयोजन के रूप में देखा जाता है जो उनके उत्पादन और संचलन से संबंधित होती है। दूसरे शब्दों में, इसे या तो वैचारिक या भौतिक रूप से समझा जाता है। हालांकि, संस्कृति के इन दोनों पहलुओं के बीच परस्पर संबंध है।

संस्कृति में एक सामाजिक समूह के सदस्यों के रूप में सीखे हुए व्यवहार होते हैं। जिसमें ज्ञान, महत्व और परंपराओं द्वारा हासिल किया जाता है, वे पीढ़ियों के माध्यम से पहुँचती हैं। रिचर्ड्स (1996) ने तर्क दिया कि संस्कृति एक जटिल संपूर्णता है और यह एक प्रक्रिया और उत्पाद दोनों है। एक प्रक्रिया के रूप में संस्कृति में एक विशिष्ट समूह के व्यक्तियों का व्यवहार शामिल होता है जिसके माध्यम से लोग अपने और अपने जीवन का बोध कराते हैं। उत्पाद के रूप में संस्कृति में व्यक्तिगत समूह की गतिविधियाँ शामिल हैं जिनसे कुछ अर्थ जुड़े हुए हैं। रिचर्ड्स आगे तर्क देते हैं कि पर्यटन में ये दोनों अतिव्याप्त और एकीकृत हैं। जो पर्यटक प्रामाणिकता की तलाश में सांस्कृतिक अनुभवों में संलग्न हैं उन्हें विशेष रूप से उनके उपभोग के लिए विकसित संस्कृति प्रदान की जाती है। इस प्रकार, पर्यटन संस्कृति को ‘एक संस्कृति की प्रक्रिया’ से ‘संस्कृति को उत्पाद के रूप में’ परिवर्तित कर देती है। यह कहा जा सकता है कि पर्यटन स्वयं एक सांस्कृतिक उद्योग है जिसमें सांस्कृतिक उत्पादों और अनुभवों को पर्यटक आकर्षण के रूप में प्रचारित किया जाता है (प्रेन्टिस 1997)।

#### ध्यानार्थ

सर एडवर्ड बर्नेट टायलर को सामाजिक मानवविज्ञान का जनक माना जाता है, उनकी पुस्तक *प्रीमेटिव कल्चर*, 1871 में प्रकाशित हुई जिसमें कहा गया था “संस्कृति या सभ्यता, यह जटिल संपूर्णता है जिसमें ज्ञान, विश्वास, कला, नैतिकता, कानून, रीति-रिवाज, और दूसरे क्षमताओं को मनुष्य समाज की एक सदस्य के रूप में अधिग्रहित करता है” (टायलर, 1871 पुनर्मुद्रण 1958)।

संस्कृति की इस परिभाषा से, यह माना जा सकता है कि संस्कृति में ऐसे तत्व शामिल हैं जो मानव के रोजमर्रा के जीवन को बनाते हैं। संस्कृति एक अमूर्त नहीं है जिसे अलगाव में उत्पन्न किया जा सकता है, लेकिन एक समूह के अन्य सदस्यों के साथ रहने और समाज के एक हिस्से के रूप में ज्ञान का आदान-प्रदान करने और जीवन जीने का तरीका सीखता है। यह एक व्यक्तिगत गतिविधि नहीं है और न ही वंशानुगत है बल्कि एक पीढ़ी से दूसरी पीढ़ी तक भाषा और प्रतीकों के माध्यम से सीखने का माध्यम है।

पर्यटन और संस्कृति के बीच एक परस्पर संबंध है। पर्यटन, संस्कृति और समाज दोनों को प्रभावित करता है और संस्कृतियों और समाज की बनावट को प्रभावित करता है। जब हम

पर्यटन और संस्कृति के बीच अंतर-संबंध का अध्ययन करते हैं, तब हमें पता चलता है कि इसके कुछ बुनियादी तत्व हैं। बेहतर समझ के लिए नीचे दिए गए तत्वों को रेखांकित करें:

1. संस्कृति-संक्रमण यानी पर्यटक और मेजबान आबादी के बीच संस्कृति का संपर्क।
2. 'निर्मित' पर्यटक अनुभव बनाम प्रामाणिकता।
3. संस्कृति का संशोधन यानी संस्कृति को एक वाणिज्यिक संसाधन के रूप में देखा जाता है (पर्यटकों और विपणन विशेषज्ञों द्वारा संस्कृति को अद्वितीय या असामान्य माना जाता है)।
4. एक संभावित पर्यटन स्थल में बदलने के लिए एक स्थल का छवि निर्माण।

### अपनी प्रगति जांच करें 1

1. संस्कृति को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

.....

#### 4.1.1 पार-सांस्कृतिक अंतःक्रिया: संस्कृति-संक्रमण विवाद

पर्यटन और पर्यटक गतिविधियां विभिन्न संस्कृतियों के लोगों के बीच बातचीत की सुविधा प्रदान करती हैं। लोगों की जीवन शैली, मेजबान समुदाय का इतिहास, उनकी पारंपरिक कला, वास्तुकला, धर्म और अन्य सांस्कृतिक तत्व ऐसे कारकों को उत्तेजित कर रहे हैं जो एक पर्यटक को किसी विशेष क्षेत्र में जाने के लिए प्रेरित करते हैं। हालांकि, मेजबान क्षेत्र में निरंतर पर्यटन गतिविधियां धीरे-धीरे अपने मूल्यों और परंपराओं को प्रभावित करती हैं और पर्यटकों को उस स्थान पर लाने वाले आकर्षण को नुकसान पहुंचाना शुरू कर देती हैं।

'संस्कृति-संक्रमण' एक प्रमुख मानवशास्त्रीय अवधारणा है जो यह समझाता है कि पर्यटन संस्कृतियों को कैसे प्रभावित करता है। बर्न्स (1999:99) संस्कृति संक्रमण को 'दो अलग-अलग समाजों के बीच किसी भी गंतव्य पर एक संपर्क के परिणामस्वरूप संस्कृतियों की एक या कुछ तत्वों को उधार लेने की प्रक्रिया' के रूप में परिभाषित करता है। "इसे आगे समझाने के लिए हम एक उदाहरण के रूप में भाषा का हवाला दे सकते हैं। भारत के अधिकांश स्थानों जैसे आगरा, जोधपुर और जयपुर में जो कि पर्यटकों द्वारा बार-बार देखा जाता है कोई भी इस बात पर ध्यान देगा कि पर्यटन उद्योग में लगे लोग जैसे फेरीवाले, लोक कलाकार और गाइड जो कि अंग्रेजी, फ्रेंच और अन्य विदेशी भाषाओं को बोलते हैं, भले ही उनमें से कई पढ़ने या लिखने में सक्षम नहीं हैं।

संस्कृति संक्रमण सिद्धांत के ढांचे के भीतर, यह तर्क दिया गया है कि जब संपर्क एक मजबूत संस्कृति और कमजोर व्यक्ति के बीच होता है, तो यह आमतौर पर पहले का होता है जो बाद वाले को प्रभावित करता है (पेटिट-स्कनर 1977: 85)। अध्ययनों की

अंतर्निहित धारणा यह रही है कि संस्कृति परिवर्तन मुख्य रूप से स्वदेशी मेजबान समाज की परंपरा, रीति-रिवाजों और मूल्यों के बजाय पर्यटक समूह में होते हैं। इससे धीरे-धीरे संस्कृतियों का स्थानीयकरण हो सकता है और स्थानीय पहचान मजबूत पर्यटक समूह में मिल जाता है। जैसा कि नुन्ज़ (1989:266) कहते हैं, जब दो संस्कृतियां संपर्क में आती हैं, तो प्रत्येक उधार लेने की प्रक्रिया के माध्यम से एक दूसरे की तरह होने लगते हैं। यह भी माना जाता है कि जो पर्यटक अक्सर पश्चिमी और धनवान होते हैं, उनके मेजबान की तुलना में उनके मेजबान से उधार लेने की संभावना कम होती है। मेजबान समाजों को पर्यटन के अनुकूल बनाने और पर्यटकों की आवश्यकताओं को पूरा करने के प्रयास के रूप में देखा जाता है और इस प्रक्रिया में वे पर्यटकों के मनोभाव और मूल्यों को आत्मसाध करके पर्यटकों जैसा बन सकते हैं।

लेकिन संस्कृति-संक्रमण के दावा इस अर्थ में अस्पष्ट हैं कि यह जांचना मुश्किल है कि समाज में जो संस्कृति परिवर्तन हुए हैं वे पर्यटन के द्वारा या आधुनिकीकरण की अन्य प्रक्रियाओं के परिणामस्वरूप हैं (मैथिसन और वॉल 2006:265)। पर्यटकों और उनके मेजबानों के बीच संबंधों को समझने के लिए सांस्कृतिक बहाव एक वैकल्पिक अवधारणा है। यह पर्यटन के सांस्कृतिक प्रभावों का अध्ययन करने के लिए एक नए दृष्टिकोण का प्रतिनिधित्व करता है। हम जानते हैं कि मेजबान और मेहमानों के बीच निरंतर प्रत्यक्ष संपर्क के परिणामस्वरूप अभियोजन की प्रक्रिया होती है, लेकिन पर्यटन में मेजबान और मेहमानों के बीच संबंध मौसमी, रुक-रुक कर और सांस्कृतिक 'दूरी' द्वारा चिह्नित होते हैं, इसलिए परिवर्तनों को समझने के लिए **सांस्कृतिक बहाव** शब्द अधिक उपयुक्त है।

कोलिन्स के अनुसार (1978: 278) 'सांस्कृतिक बहाव बताता है कि अतिथि की भूमिका मेजबान से अलग होती है और अस्थायी संपर्क की स्थिति के परिणामस्वरूप मेजबान और मेहमान दोनों पर समलक्षणीय (फेनोटाइपिक) व्यवहार का परिवर्तन होता है। समलक्षणीय परिवर्तन मेजबान समाज/संस्कृति में स्थायी हो सकता है लेकिन अतिथि समाज/संस्कृति में अस्थायी हो सकता है।

ऊपर बताया गया है कि दोनों समूहों के मानक व्यवहार अभी भी निर्मित हैं, लेकिन अतिरिक्त कार्यों के साथ। कभी-कभी, दोनों पक्षों के संपर्क जो एक-दूसरे और मेजबान पर्यावरण के साथ परस्पर संपर्क और शोषण करते हैं, उनके परिणामस्वरूप व्यक्तिगत संतुष्टि होती है। यह एक समलक्षणीय परिवर्तन की ओर जाता है जो दोनों पक्षों में हो सकता है और सामान्य रूप से अस्थायी परिवर्तन हैं। मेजबान जो पर्यटकों की जरूरतों को समायोजित करता है वह पर्यटकों के जाने पर पिछले व्यवहार पर लौट सकता है। सांस्कृतिक बहाव के अनुसार, यह माना जाता है कि मेजबान व्यवहार अस्थायी रूप से रूपांतरित हो जाता है और यह परिप्रेक्ष्य संस्कृति-संक्रमण से अलग होता है।

लेकिन जब मेजबानों और मेहमानों के बीच संपर्क अधिक, निरंतर या स्थायी होता है, तो मेजबान के मानदंडों, मूल्यों और मानकों में बदलाव हो सकता है, जो लगातार पीढ़ियों तक पहुँचाया जा सकता है, और इस तरह के परिवर्तन प्रकृति अनुवांशिकी हैं। जब अनुवांशिकी और प्ररूपी व्यवहार दोनों में परिवर्तन होते हैं, तो इसे संस्कृति-संक्रमण कहा जाता है। सांस्कृतिक परिवर्तन जो अवधि, स्थायित्व और मेजबान और अतिथि के बीच बातचीत की तीव्रता पर निर्भर करते हैं। उदाहरण के लिए, कुछ देशों में जहां पर्यटन मौसमी है, कई स्थानीय लोग खुद को पर्यटन या आतिथ्य क्षेत्र में शामिल कर सकते हैं जैसे कि किसी होटल या रिसॉर्ट में काम करने के लिए अंशकालिक, व्यस्ततम सीजन के दौरान अपने घर को अतिथि सेवा अपार्टमेंट के रूप में किराये पर दे सकते हैं। अव्यस्ततम सीजन के दौरान वे कृषि जैसी अन्य आर्थिक गतिविधियों में खुद को व्यस्त रख सकते हैं।

नुनेज (1989), स्मिथ (2001), ग्रेबर्न (1976) और बर्न्स (1999) जैसे विद्वानों द्वारा पर्यटन पर किए गए अध्ययन से अनुमान लगाया जाता है कि जब मेजबान और अतिथि के बीच संपर्क बार बार होता है तो मेजबान संस्कृति और इसकी पहचान को पर्यटक के अधिक प्रभावी संस्कृति में आत्मसात किया जा सकता है। जब कभी-कभी स्थानीय निवासियों द्वारा पर्यटकों के व्यवहार प्रणाली की नकल की जाती है, तो संस्कृति के समरूपीकरण को तेज किया जाता है। इसे प्रदर्शन प्रभाव कहा गया है। इसमें हम उदाहरण के लिए, मेजबान समुदाय को गैर-पारंपरिक कपड़े पहनने, अस्थानीय भोजन और पेय पदार्थों की खपत या पर्यटकों के मनोरंजन के एक ही रूप में संलग्न होने की उनकी इच्छा को देखते हैं, जो कि जीवन के स्वदेशी तरीके से दूर जाने का कारण बनता है। इससे मेजबान समाज के सामाजिक ताने-बाने में खलल पड़ सकता है या अंतर-पीढ़ीगत संघर्ष हो सकता है। उदाहरण के लिए, युवा पीढ़ी जीवन की पश्चिमी शैली को जीने की इच्छा रख सकती है जबकि पुरानी पीढ़ी जीवन की पारंपरिक शैली की रक्षा करने की इच्छुक है।

## अपनी प्रगति जांच करें 2

2. संस्कृति-संक्रमण को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

3. आप सांस्कृतिक बहाव से क्या समझते हैं?

.....

.....

.....

4. प्रदर्शन प्रभाव को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

### 4.1.2 पर्यटक अनुभव और प्रामाणिकता पर बहस

पर्यटन और इसके सांस्कृतिक प्रभावों के उत्तरवर्ती अध्ययनों के कारण पर्यटन के मानवशास्त्र में एक और बहस हुई है प्रामाणिकता की धारणा। यद्यपि यह अवधारणा सामाजिक विज्ञानों में चर्चा में थी, लेकिन बरस्टिन (1961) और मैक कैनेनेल (1973) ने इसे पर्यटकों की प्रेरणाओं और अपेक्षाओं की चर्चा में प्रमुखता से लाए। डीन मैक कैनेनेल ने अपनी पुस्तक *द टूरिस्ट: ए न्यू थ्योरी ऑफ द लीजर क्लास* (1976) में तर्क दिया कि पर्यटकों के लिए यात्रा करने का प्राथमिक मकसद प्रामाणिकता की खोज करना है। वे वास्तविक अनुभवों को खोजने की उम्मीद के साथ यात्रा करते हैं यानी एक मौजूदा जीवन शैली का अनुभव करते हैं, या वे अनुष्ठान जैसे प्रामाणिक / शुद्ध संस्कृति और सांस्कृतिक कलाकृतियों की तलाश करते हैं। मैक कैनेनेल कहते हैं, *आधुनिक, वास्तविकता और*



प्रामाणिकता के लिए, अन्य ऐतिहासिक अवधियों और अन्य संस्कृतियों में, शुद्ध, सरल जीवन शैली में, कहीं और सोचा जाता है '(2013:3)। आधुनिकतावादी काल 17वीं शताब्दी से शहरी, औद्योगिक युग को संदर्भित करता है और कई विद्वानों ने शहरी जीवन शैली को कृत्रिम और भावनात्मक गुणवत्ता में कमी के रूप में वर्णित करते हैं। इसलिए ग्रामीण क्षेत्रों और अपेक्षाकृत कम औद्योगिकृत संस्कृतियों के एक स्वच्छंदीकरण के रूप में मानवीय मूल्यों को बनाए रखना और जीवन शैली को अपनाया है, भले ही ये निर्माण को परिभाषित करने और खोजने में मुश्किल हैं।

हालांकि, अनुसंधान से पता चला है कि सभी पर्यटक प्रामाणिकता नहीं चाहते हैं और अक्सर पर्यटक वास्तव में स्थानीय संस्कृतियों या उनके रोजमर्रा के जीवन का निरीक्षण करने में सक्षम नहीं होते हैं। पर्यटक औपचारिक रूप से पर्यटक के रूप में आते हैं और उन्हें वास्तव में मेज़बान के व्यक्तिगत जीवन में हस्तक्षेप की कोई अनुमति नहीं होती है। तो, इस अस्पष्टता को हल करने के लिए मैक कैनेल का तर्क है कि पर्यटन उद्योग पर्यटकों को निर्मित पर्यटन स्थलों और रची हुई प्रामाणिकता 'के साथ प्रस्तुत करता है।

जॉन पी टेलर ने 'ऑथेंटिसिटी एंड सिंसियरिटी इन टूरिज्म (2001)' पर अपने लेख में न्यूजीलैंड की देसी आबादी माओरी का उदाहरण देकर रची हुई प्रामाणिकता की अवधारणा को समझाया। माओरी पर्यटकों को अपनी "संस्कृति" का अनुभव प्रदान करने के लिए पर्यटकों को नृत्य और पारंपरिक भोजन परोसता है। लेकिन यह माओरी के जीवन की वास्तविक व्यवस्था को प्रतिबिंबित नहीं करता है, इसलिए यह एक 'रचित प्रामाणिकता' का उदाहरण है। आगे पर्यटकों के प्रकारों पर बहस करते हुए कोहेन (1988) ने कहा है कि सभी पर्यटक प्रामाणिक अनुभव की अभिलाषा नहीं रखते और सिर्फ पर्यटक बस्ती में रह सकते हैं। एक अन्य विद्वान डैनियल बरस्टिन (1961) का तर्क है कि आधुनिक पर्यटन बड़े पैमाने पर पर्यटन के लिए बनाए गए खरीददारी का केंद्र और मनोरंजन उद्यान जैसे व्यावसायिक स्थलों से संतुष्ट है। उनका तर्क है कि आधुनिक पर्यटक अक्सर जानबूझकर घर में सतही जीवन शैली से बचने के लिए बनावटी घटनाओं नामक अनौपचारिक अनुभवों की तलाश करते हैं।

इसके अलावा, यह समझा जाता है कि संस्कृतियां लगातार बदल रही हैं और स्थिर नहीं हैं इसलिए प्रामाणिकता का मुद्दा फिर अस्पष्ट हो जाता है। लेकिन मैक कैनेल बताते हैं कि प्रामाणिकता का मुद्दा अभी भी पर्यटन की भाषा में महत्वपूर्ण भूमिका निभाता है। पर्यटन की भाषा पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए 'प्रामाणिक अवकाश अनुभव', 'विशिष्ट पुराने घर', 'पुराने गाँव' जैसे वाक्यांशों का उपयोग करती है। अनुभव जितना अधिक प्रामाणिक होता है, उसका मूल्य उतना ही अधिक होता है और इस प्रकार प्रामाणिकता परिप्रेक्ष्य पर्यटकों की पसंद में एक महत्वपूर्ण तत्व बन जाता है। और यहां तक कि गंतव्य विपणन इसके मूल्य को बढ़ाने के लिए गंतव्य छवि में प्रामाणिकता के कुछ तत्वों को शामिल करने का प्रयास करते हैं।

प्रामाणिकता की अवधारणा कुछ प्रकार के पर्यटन जैसे जातीय, ऐतिहासिक या सांस्कृतिक पर्यटन के लिए प्रासंगिक है जिसमें दूसरों के कुछ प्रकार के '(यहाँ मेज़बान समुदाय) प्रस्तुति या प्रतिनिधित्व शामिल है। ब्राउन (1996), कोहेन (1988), मैकिन्टोश और प्रेंटिस (1999), सलामोन (1997) और पीयर्स और मोस्कर्टो (1986) जैसे विद्वानों ने तब से इस काम में व्यापक ध्यान दिया है। कोहेन ने अपने शोधपत्र *टुवाडर्स ए सोशियोलॉजी ऑफ इंटरनेशनल टूरिज्म* (1972) में तर्क दिया है कि आधुनिक व्यक्ति दर्शनीय स्थलों, रीति-रिवाजों और संस्कृतियों में रुचि रखता है क्योंकि वे अलग-अलग हैं और वह

मेजबान संस्कृतियों में विचित्रता और नवीनता का अनुभव करता है। पर्यटक इस प्रकार पर्यटन अनुभव में परिचित और विचित्रता दोनों की तलाश करता है।

### अपनी प्रगति जांच करें 3

- पर्यटन में प्रामाणिकता की अवधारणाओं और रचित प्रामाणिकता के बीच अंतर स्पष्ट करें ।

.....  
 .....  
 .....

#### 4.1.3 गंतव्य छवि निर्माण

हम समझते हैं कि आज तकनीक, परिवहन और संचार के साधनों में सुधार के साथ, हम एक सिकुड़ती दुनिया में रहते हैं, जहां लोगों को करीब लाया गया है। बढ़ी हुई खर्च करने योग्य आय और समय ने लोगों को पर्यटन गतिविधियों में संलग्न होने की संभावना को बढ़ाया है। हम यह भी समझते हैं कि पर्यटक एक सुखद अनुभव की उम्मीद करते हैं और जो पैसा और समय वे खर्च करते हैं उसके लिए अधिकतम मनोरंजन चाहते हैं। इस प्रकार, पर्यटन को 'अनुभवात्मक उत्पाद' कहा जा सकता है और पर्यटक अपने उत्पाद के गुणों के आधार पर उनको खरीदते हैं। यह हमें पर्यटन और संस्कृति पर अध्ययन के दूसरे भाग में ले जाता है, यानी 'कहाँ जाना' है?

यहां इस खंड में हम पर्यटन स्थलों पर ध्यान केंद्रित करते हैं। पर्यटकों की गतिविधियों में वृद्धि और पर्यटन स्थलों की बढ़ती संख्या के परिणामस्वरूप एक अत्यधिक प्रतिस्पर्धी वैश्विक बाजार है जहां गंतव्य संभावित पर्यटकों के लिए प्रतिस्पर्धा करते हैं। किसी विशेष गंतव्य की छवियां और प्रतिनिधित्व इसलिए बनाए जाते हैं ताकि यह संभावित पर्यटक के मन में स्पष्ट रूप से स्थापित हो जाए और उसे किसी विशेष स्थान पर जाने या फिर से आने के लिए राजी कर सके। प्रत्येक गंतव्य आज विशिष्ट आवास और अद्वितीय आकर्षण होने का दावा करता है और यह विपणकों के लिए अपने गंतव्य को बढ़ावा देने के लिए और अधिक कठिन हो जाता है। यहाँ विज्ञापन प्रतिनिधियों और विपणकों द्वारा दो महत्वपूर्ण कारक उपयोग किये जाते हैं:

- गंतव्य के प्रतीकात्मक मूल्य को बढ़ाने के लिए छवियों का उपयोग (छवि निर्माण)
- इन छवियों को प्रभावी ढंग से संवाद करने के तरीके (सांकेतिकता पर ध्यान केंद्रित)

अब नीचे दिए गए प्रत्येक कारकों पर विस्तार से चर्चा करते हैं।

##### 4.1.3.1 छवि और छवि निर्माण

छवियां एक कृत्रिम नकल या किसी वस्तु या व्यक्ति के बाहरी रूप का प्रतिनिधित्व करती हैं (बरस्टिन, 1961; 197)। छवि एक ऐसी चीज़ का दृश्य चित्रण है जो अनुपस्थित है और कुछ ऐसा जिसे दोबारा बनाया और पुनः पेश किया गया है। छवि का प्रमुख अर्थ वस्तुओं की दृश्यता या दृश्य कल्पनाशीलता है, जिसे चित्रों, तस्वीरों और परदे के माध्यम से मीडिया में दर्शाया जा सकता है। एक छवि में कई विशेषताएं हैं, अर्थात्, यह ज्वलंत है, ठोस है; दृश्य घटक हैं; यह सामाजिक है और एक दर्शक है; यह वस्तु का सरलीकृत और आंशिक प्रतिनिधित्व है; छवियों में हेरफेर किया जाता है और अक्सर पक्षपाती होते हैं और अस्पष्ट होते हैं और अंत में उन्हें सामाजिक मीडिया के माध्यम से सूचित किया जाता है। छवि की ये सभी विशेषताएं पर्यटन स्थलों पर लागू हो सकती हैं। गंतव्यों की छवियां

संभावित पर्यटकों को लुभाने के लिए किसी स्थान की चुनिंदा विशेषताओं को दर्शाती है। क्रॉम्पटन (1978) छवि निर्माण की परिभाषा देते हुए लिखते हैं की 'यह विश्वासों, विचारों, छापों और उम्मीदों का कुल योग है जो एक पर्यटक को एक गंतव्य के बारे में होता है। गार्टनर और हंट (1987) पर्यटक छवि को परिभाषित करते हुए लिखते हैं की यह गंतव्य के बारे में एक छाप होती है।

गंतव्य छवि (डेस्टनेशन इमेज) का अध्ययन 1970 में सामने आया जब जे.डी हंट ने अपने लेख 'इमेज ऐज ए फैक्टर इन टूरिज्म डेवलपमेंट' (1975) में प्रकाश डाला कि गंतव्य छवि पर्यटक की चयन प्रक्रिया में एक केंद्रीय भूमिका निभाती है। अब यह विद्वानों द्वारा माना जाता है कि एक सकारात्मक गंतव्य की छवि में वृद्धि हुई है और पर्यटक द्वारा गंतव्य के चयन पर भी प्रभाव पड़ता है। कई शोधकर्ताओं ने गंतव्य की छवि का अध्ययन एक स्वतंत्र चर के रूप में किया है जो अन्य चर जैसे कि उपभोक्ता की गंतव्य पसंद, निर्णय लेने और संतुष्टि को प्रभावित करता है। विद्वानों ने दिखाया है कि गंतव्य छवि निर्माण में कई कारक भूमिका निभाते हैं।

छवि निर्माण, छवि निर्माण के प्रतिनिधियों के द्वारा दी गई जानकारी के संकेतों के आधार पर एक गंतव्य के मानसिक प्रतिनिधित्व के निर्माण के रूप में परिभाषित किया गया है (गन 1972; गार्टनर 1993, और ब्रैमवेल और रॉडिंग 1996)। गंतव्य के लिए आवश्यक जानकारी व्यक्तिगत सूचना के साथ-साथ बाजार के सूचनाओं का एक संयोजन है। विपणन या विज्ञापन प्रतिनिधि विज्ञापन और प्रचार के माध्यम से एक सकारात्मक छवि बनाने के लिए प्रचार के प्रयासों में शामिल होते हैं। इस प्रकार बनाई गई छवि गंतव्य की नकल या प्रतिनिधित्व है, एक दृश्य प्रस्तुति है और वास्तविक स्थान का एक सरलीकृत रूप है।

पर्यटन उद्योग के विज्ञापनों में किसी स्थान की सकारात्मक छवि बनाने के लिए ब्रोशर, बिल बोर्ड, समाचार पत्र, पत्रिकाओं और टेलीविजन के माध्यम से संवाद किया जाता है। ये सभी माध्यम 'दृश्य समावेशन और बहिष्करण' के सिद्धांत के माध्यम से काम करते हैं, जिसका अर्थ है कि कुछ दृश्य घटकों को उजागर किया जाता है जबकि अन्य को बाहर रखा जाता है। समावेशन और बहिष्करण के इस सिद्धांत को समझना लाभ कमाने का तरीका है और यहां तक कि ऐसे गंतव्य भी हैं जो देखने में सामान्य हैं और इनमें परिदृश्य या दृश्यों जैसे किसी भी अद्वितीय आकर्षण का अभाव हो सकता है जो विज्ञापन के माध्यम से प्रतीकात्मक रूप से असाधारण स्थलों में परिवर्तित किया गया है। वास्तविकता का यह प्रतीकात्मक परिवर्तन एक साधारण स्थान को एक संभावित गंतव्य में बदल देता है। संभावित गंतव्य तब एक वस्तु बन जाता है और पर्यटकों को लुभाने के लिए बाजार में प्रवेश करता है।

#### 4.1.3.2 सांकेतिकता और पर्यटन

सांकेतिकता, संकेतों का अध्ययन है और यह बताती है कि संकेत से अर्थ कैसे उत्पन्न होते हैं। एक संकेत कुछ भी हो सकता है जो स्वयं के अलावा किसी अन्य चीज़ को संदर्भित करता है और एक संकेत का अर्थ पाठक की व्याख्या पर निर्भर करता है (एचटनर 1999:47)। सांकेतिकता अध्ययन की वह शाखा है जो संकेतों के अर्थ और व्याख्याओं से संबंधित है। यह काम भाषाविद् फर्डिनेंड डी सॉस्सुर (1857–1913) और दार्शनिक चार्ल्स सैंडर्स पीयरस (1839–1914) जैसे विद्वानों के काम के साथ विकसित किया गया था। बाद में रोलैंड बार्थेस (रोलां बार्थ 1915–1980) ने सांकेतिकता की समझ को आगे बढ़ाया।

सांकेतिकता पर विद्वत्ता के अनुसार एक संकेत में एक वाचक और एक तात्पर्य होता है। वाचक संकेत की भौतिक दिखावट है और तात्पर्य वह मानसिक अवधारणा है जिसे वह

संदर्भित करता है। वाचक और तात्पर्य के बीच संबंध में सॉसर की रुचि थी, पियर्स इससे एक कदम आगे अर्थ की संरचना की जांच करने में और केवल संकेतों को शब्दों के रूप में नहीं बल्कि गैर-मौखिक संकेतों के रूप में भी देखते हैं। सॉसर और पियर्स के सिद्धांत आधुनिक सांकेतिकता का आधार बनाते हैं। यह रोलां बार्थ का काम था जिससे सांकेतिकता विपणन के सन्दर्भ में छवि प्रचार का विश्लेषण किया। अपने लेख 'रैस्टोरिक ऑफ़ द इमेज' में उन्होंने जोर देकर कहा कि प्रचार सामग्री में इस्तेमाल की जाने वाली भाषा और छवियों का उपयोग केवल अर्थात्मक अर्थों में नहीं किया जाता है (सामान्य ज्ञान जो कि समान संस्कृति के लोग समझते हैं) लेकिन इसका उपयोग एक सांकेतिक अर्थ में भी किया जाता है (अतिरिक्त अर्थ जब पाठक की भावनाओं को भी जोड़ा जाता है)। इसलिए यह कहा जाता है कि अतिरिक्त अर्थ व्यक्तिपरक अर्थ हैं और पाठक के सांस्कृतिक प्रथाओं पर भी निर्भर हैं (बर्थ इन इनिस 1986: 193)

पर्यटन विपणन के लिए सांकेतिकता के अध्ययन को अपनाया गया है और संभावित पर्यटक और गंतव्य के बीच संवाद करते समय इसे शक्तिशाली उपकरण के रूप में स्वीकार किया गया है (एचटनर 1999: 52)। चार्ल्स एम एचटनर ने अपने लेख 'द सेमीओटिक पैराडाइम: इम्प्लीकेशन्स फॉर टूरिज्म रिसर्च' (1999) गंतव्य, पर्यटक और पर्यटन विज्ञापन के बीच एक संबंध प्रस्तुत किया।



उपरोक्त चित्र के अनुसार हम तीन मुख्य बिंदुओं को समझते हैं:

- क: जिस तरह से पर्यटन विज्ञापनदाता गंतव्य का प्रतिनिधित्व करता है;
- ख: जिस तरह से संभावित पर्यटक प्रतिनिधित्व की व्याख्या करता है; तथा
- ग: गंतव्य के लिए पर्यटक को दिए गए प्रतीकात्मक अनुभव।

उदाहरण के लिए भारत में एक शक्तिशाली विज्ञापन 'कुछ दिन तो गुज़ारो गुजरात में' (गुजरात में कुछ दिन बिताना) एक शक्तिशाली विज्ञापन है जो यह दिखाता है की विपणन प्रतिनिधि कैसे संभावित पर्यटक को गुजरात आने के लिए आमंत्रित करता है। यह विज्ञापन पर्यटकों को सोमनाथ मंदिर और गुजरात के अन्य अद्वितीय आकर्षणों की यात्रा करने के लिए प्रेरित करता है। मौखिक पाठ (एक प्रसिद्ध भारतीय अभिनेता द्वारा उल्लिखित) और दृश्य पाठ (समृद्ध सांस्कृतिक विरासत को उजागर करना) एक साथ संभावित पर्यटक को एक गंतव्य के कल्पनाशील लाभ प्रदान करते हैं। गंतव्य के मनोवैज्ञानिक और प्रतीकात्मक

मूल्यों और लाभों को गंतव्य स्थान के रूप में दर्शाया जाना चाहिए। संभावित पर्यटक जो विज्ञापन पढ़ता है, वह अपने दिमाग में जगह के बारे में एक छवि को फिर से संगठित करता है, जो प्रतीकात्मक के साथ-साथ छवियों के भौतिक पहलुओं से संकेत लेता है। इसलिए, अमूर्तता दो स्तरों पर होती है, एक, विज्ञापित छवियों की तैयारी के स्तर पर और दूसरी, पर्यटक के दिमाग में, जो प्रतिनिधित्व को भी चुनिंदा रूप से अपना लेता है और अपने स्वयं के विषय से दूसरी छवि बनाता है।

यहां एक और महत्वपूर्ण पहलू जो हमें समझने की जरूरत है, वह यह है कि प्रचार सामग्री में मौखिक और दृश्य तत्व एक विशेष प्रकार की भाषा का निर्माण करते हैं। ग्राहम डैन ने अपनी प्रसिद्ध पुस्तक 'द लैंग्वेज ऑफ टूरिज्म' (1996) में कहा है कि पर्यटन में प्रचार के कामों की अपनी भाषा है। उदाहरण के लिए, यात्रा ब्रोशर में 'प्रामाणिक, प्राकृतिक', 'स्वदेशी' जैसे शब्दों का उपयोग संभावित पर्यटकों के लिए एक वास्तविक या अद्वितीय/मूल जीवन शैली अनुभव का वादा करता है। बाद के एक कार्य में मॉर्गन और प्रिचर्ड (1998) ने तर्क दिया है कि पर्यटक ब्रोशर और बिलबोर्ड में दिखाए गए चित्र मुख्य रूप से घिसे-पिटे चित्रों पर आकर्षित होते हैं। उदाहरण के लिए, ब्रोशर आमतौर पर स्वस्थ, युवा, अच्छे दिखने वाले लोगों और आरामदायक शानदार आवास दिखाते हुए सुखद दृश्यों का चयन करते हैं और गंतव्य की एक सुंदर छवि बनाने के लिए बदसूरत लोगों को छोड़ देते हैं। इस तरह की आदर्श छवियां एक स्वप्न छवि का प्रतिनिधित्व करती हैं (जो पर्यटकों की अपेक्षाओं से मेल खाती हैं), जो गंतव्य को पर्यटक के स्वर्ग के रूप में बदल देती है।

जिस छवि को संप्रेषित किया जाता है वह न केवल सूचित करता है, बल्कि संभावित पर्यटक को उस स्थान पर जाने के लिए राजी करता है और उसे 'अन्य दुनिया' का अनुभव होता है, जो उसके अपने सांसारिक दैनिक दुनिया से अलग है। ये चित्र इस प्रकार प्रतीकात्मक दुनिया हैं जो दैनिक दुनिया में आरोपित हैं।

#### अपनी प्रगति जांच करें 4

6. एक संभावित गंतव्य का छवि निर्माण पर्यटन विकास में कैसे मदद करता है?

.....

.....

.....

7. एक गंतव्य के लिए उपयुक्त भाषा और आकर्षक दृश्यों का उपयोग पर्यटकों को एक स्थान पर जाने के लिए कैसे राजी करता है और पर्यटक और मेजबान समुदाय दोनों के लिए प्रोत्साहन के रूप में कैसे काम करता है?

.....

.....

.....

### 4.3 सारांश

इस इकाई में हमने पर्यटन और संस्कृति के बीच अंतर संबंधों की जांच की है और विभिन्न तर्कों को चित्रित किया है। पर्यटन के कई आयाम हैं और इसमें पर्यटन और मेजबान दोनों के लिए संस्कृति, प्रतिनिधित्व, उद्देश्य और प्रोत्साहन के कई कारक शामिल हैं। मेजबान



समुदाय के लिए इसके सकारात्मक और नकारात्मक दोनों परिणाम हैं, जो भौतिक रूप से लाभ उठाते हैं, लेकिन संस्कृति, मूल्यों और मानदंडों के नुकसान के मामले में हानिकारक हो सकते हैं। पर्यटन और गंतव्य और इसकी संस्कृति के बीच संबंध; पर्यटक का अनुभव और अपेक्षा; मेजबान समुदाय के लिए पर्यटन के परिणाम; पर्यटन उद्योग से व्यक्तियों और संस्थानों की मध्यस्थता की भूमिका सभी इस विषय की जटिलता को जोड़ते हैं।

पर्यटन गतिविधि सिर्फ एक आर्थिक लेनदेन से अधिक है, बल्कि सांस्कृतिक सेवन से भी अधिक है जहां स्थानीय द्वारा संस्कृति को पण्य किया जाता है और आगंतुको द्वारा उपभोग की जाती है। आज की दुनिया में जहां लोग करीब आए हैं, वहां विभिन्न संस्कृतियों के लोगों के परस्पर संपर्क की संभावनाएं अधिक हुई हैं। एक उद्योग के रूप में पर्यटन लोगों को करीब लाता है और इससे मानवविज्ञान के लिए पर्यटन की बारीकियों को समझने के लिए नई संभावनाएं खुलती है।

#### 4.4 संदर्भ

- ब्रैमवेल, बी एंड एल, रॉवडिंग (1996). 'टूरिज्म मार्केटिंग इमेजेज़ ऑफ इंडस्ट्रियल साइट्स'. *एनाल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. 23, 201–221.
- बोरस्टिन, डी. जे. (1961). *द इमेज : ए गाइड टू पसूडो इवेंट्स इन अमेरिका*. न्यूयॉर्क : हार्पर एंड रो.
- ब्राउन, डी. (1996). 'जेनुइन फेक', इन टी सेल्विन (संपा) *द टूरिस्ट इमेज : मिथ्स एंड मिथ मेकिंग इन टूरिज्म*. चीचेस्टर : विली. पृ. सं. 26–43.
- बर्न्स, पी. (1999). *एन इंट्रोडक्शन टू टूरिज्म एंड एंथ्रोपोलॉजी न्यूयॉर्क* : रूटलेज.
- कोहेन, ई. (1972). 'टुवर्ड्स ए सोशियोलॉजी ऑफ इंटरनेशनल टूरिज्म'. *सोशल रिसर्च*. 39.164–182.
- कोहेन, ई. (1988). 'औथेंटिसिटी एंड कोमोडाईजेशन इन टूरिज्म' *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. 15 (3), पृ.सं. 371–386.
- कॉलिन्स, एल.आर. (1978). 'रिव्यू ऑफ होस्ट्स एंड गेस्ट्स : एन एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म.' *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. वॉल्यूम 5.पृ.सं 278–80.
- क्रॉम्पटन, जे.एल. (1978). 'एन ऐससेसमेंट ऑफ द इमेज ऑफ मेक्सिको एज ए वेकेशन डेस्टिनेशन एंड द इन्फ्लूएंस ऑफ जियोग्राफिकल लोकेशन अपोन द इमेज'. *जर्नल ऑफ ट्रेवल रिसर्च*. 17 (1). 18–23.
- डैन, जी. (1996). *लैंग्वेज ऑफ टूरिज्म : ए सोशियोलिंग्विस्टिक पर्सपेक्टिव*. ऑक्सन : कैब इंटरनेशनल.
- एचटनर, सी.एम. (1999). 'द सेमीआटिक पैराडाइम : इम्प्लिकेशन फॉर टूरिज्म रिसर्च.' *टूरिज्म मैनेजमेंट*. वॉल्यूम 20. पृ.सं 47–57.
- गार्टनर, डब्ल्यू. सी एंड जे, शेन. (1992). 'द इम्पेक्ट ऑफ तियानमेन स्क्वायर ऑन चाइना टूरिज्म इमेज.' *जर्नल ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. 30 (सिंग्रग). 47–52.
- गार्टनर डब्ल्यू. सी एंड जे.डी, हंट 1987). 'एन एनालिसिस ऑफ स्टेट इमेज चेंज ओवर ए ट्वैल्व ईयर पिरियड (1971–1983)'. *जर्नल ऑफ ट्रेवल रिसर्च* (फॉल). 15–19.
- ग्रेबर्न, एन. एच. (1976). *एथनिक एंड टूरिस्ट आर्ट्स : कल्चरल एक्सप्रेसन्स फ्रॉम द फोर्थ वर्ल्ड*. बर्कले, यूनिवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया प्रेस.



- गन, सी. (1972). वेकेशनस्केप : डिजाइनिंग टूरिस्ट रीजन. ऑस्टिन ब्यूरो ऑफ बिजनेस रिसर्च : यूनिवर्सिटी ऑफ टेक्सास.
- हंट, जे डी (1975). 'इमेज एज ए फैक्टर इन टूरिस्ट डेवलपमेंट'. *जर्नल ऑफ ट्रेवल रिसर्च*. 13 (विंटर ). 1-7.
- इनिस, रॉबर्ट. (1986). *सेमियोटिक्स : एन इंट्रोडक्टरी रीडर*. लंदन : हचिसन.
- मैथिसन, ए. एंड वॉल जी, (2006). *टूरिज्म : चेंज, इम्पैक्ट एंड ओपोर्च्युनिटीज*. यूके पियर्सन एजुकेशन लिमिटेड.
- मैक कैननेल, डी. (1973). 'स्टेज्ड औथेंटिसिटी : अरेंजमेंट ऑफ सोशल स्पेस इन टूरिस्ट सेटिंग्स', *अमेरिकन जर्नल ऑफ सोशियोलॉजी*, 79, 586-603.
- मैक कैननेल, डी. (1976). *द टूरिस्ट : ए न्यू थ्योरी ऑफ द लीजर क्लास*. न्यूयॉर्क : शॉकेन बुक्स.
- मैक कैननेल, डी. (2013). *द टूरिस्ट : ए न्यू थ्योरी ऑफ द लीजर क्लास*. यूनिवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया प्रेस : लंदन
- मैक ईटोश, अलीसन जे एंड प्रेन्टिस, रिचर्ड सी, (1999). 'एफफर्मिंग औथेंटिसिटी : कन्ज्युमिंग कल्चरल हेरिटेज'. *एनाल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*. 26 (3). 589-612.
- मॉर्गन, एन एंड प्रिचर्ड, ए (1998). *टूरिज्म प्रमोशन एंड पावर : क्रिएटिंग इमेजेज, क्रिएटिंग आइडेंटिटीज*. वेस्ट ससेक्स : जॉन विली एंड संस लि.
- नुनेज़, टी.ए (1989). 'टूरिस्टिक स्टडीज़ इन एंथ्रोपोलॉजीकल पर्सपेक्टिव' इन स्मिथ (संपा) *होस्ट एंड गेस्ट : द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया : यूनिवर्सिटी ऑफ पेनसिल्वेनिया प्रेस. पृ.सं 265-79.
- पीयर्स, पीएल एंड मॉस्कोर्डो, जी (1986). 'द कांसेप्ट ऑफ टूरिस्ट एक्सपीरियंस'. *द ऑस्ट्रेलियन एंड ओर न्यूजीलैंड जर्नल ऑफ सोशियोलॉजी*. 22, 121-32.
- पेटिट-स्कनर, एस, (1977). 'टूरिज्म एंड एक्क्युल्युरेश इन तहिती' इन फैरेल बी. *सोशल एंड ईकोनोमिक इम्पैक्ट ऑफ टूरिज्म ऑन पेसिफिक कम्युनिटीज*. सेंटर फॉर साउथ पेसिफिक स्टडीज़. सांता क्रूज़: यूनिवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया. पृ.सं. 85-97.
- प्रेन्टिस, आर. (1997). 'कल्चरल एंड लैंडस्केप टूरिज्म : फ़ैसिलिटेटिंग मिनिंग', इन सलाहा वहाब एंड जॉन पिगराम (संपा) *टूरिज्म डेवलपमेंट एंड ग्रोथ : द चैलेंज ऑफ सस्टेनेबिलिटी*. लंदन : रूटलेज.
- रिचर्ड्स, जी (1996). *कल्चरल टूरिज्म इन यूरोप*. कैबी पब्लिशिंग. यूके : वॉलिंगफोर्ड.
- सलामोन, एफ ए (1997). 'औथेंटिसिटी इन टूरिज्म : द सैन एंजेल इन'. *एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च*, 24, 305-21.
- सिंगर, एम. (1968). 'द कांसेप्ट ऑफ कल्चर' इन डी.सिल्स (संपा). *इन्टरनेशनल इनसाइक्लोपीडिया ऑफ सोशल साइंसेस*, न्यूयॉर्क : मैकमिलन. वॉल्यूम, पृ.सं -527-41.
- स्मिथ, वी एल एंड ब्रेंट, एम (2001). *होस्ट्स एंड गेस्ट्स रिविज़िटेड : टूरिज्म इश्यूज़ ऑफ द 21 सेंचुरी*. न्यूयॉर्क : कॉग्निजेंट कम्युनिकेशंस
- टेलर, जॉन, पी. (2001). 'औथेंटिसिटी एंड सिंसीयरिटी इन टूरिज्म' इन एनल्स ऑफ टूरिज्म रिसर्च, वॉल्यूम .28, नंबर 1. पृ. सं 7-26.

---

#### 4.4 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर

---

1. कृपया उत्तर हेतु अनुभाग 4.1 देखें।
2. कृपया उत्तर हेतु अनुभाग 4..1 देखें।
3. पर्यटकों और उनके मेजबानों के बीच संबंधों को समझाने के लिए सांस्कृतिक बहाव एक वैकल्पिक अवधारणा है। कृपया अधिक स्पष्टीकरण हेतु अनुभाग 4.1.1 का संदर्भ लें।
4. कृपया उत्तर हेतु अनुभाग 4.1.1 देखें।
5. कृपया उत्तर हेतु अनुभाग 4.1.2 देखें।
6. कृपया उत्तर हेतु अनुभाग 4.1.3.1 देखें।
7. आदर्श छवियाँ एक स्वप्न छवि का प्रतिनिधित्व करती हैं (जो पर्यटकों की अपेक्षाओं से मेल खाती हैं), जो गंतव्य को पर्यटक के स्वर्ग के रूप में बदल देती हैं। कृपया अधिक स्पष्टीकरण हेतु अनुभाग 4.1.3.2 का संदर्भ लें।



ignou  
THE PEOPLE'S  
UNIVERSITY

---

## इकाई 5 संस्कृति का बाजारीकरण\*

---

### इकाई की रूपरेखा

- 5.0 परिचय
- 5.1 बाजारीकरण की अवधारणा
- 5.2 बाजारीकरण और कला रूप
- 5.3 प्रकरण अध्ययन (केस स्टडी)
  - 5.3.1 केस स्टडी 1
  - 5.3.2 केस स्टडी 2
- 5.4 सारांश
- 5.5 संदर्भ
- 5.6 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर

### अधिगम के उद्देश्य

इस इकाई को पढ़ने के बाद, शिक्षार्थी निम्नलिखित को समझने में सक्षम होंगे :

- पर्यटन में बाजारीकरण की अवधारणा;
- बाजारीकरण कैसे होता है; तथा
- पर्यटन के उन पहलुओं को समझना जिनका बाजारीकरण हो रहा है ।

---

### 5.0 परिचय

---

पहले की इकाई ने पर्यटन और संस्कृति में कुछ अवधारणाओं को सम्मिलित किया था। प्रामाणिकता की धारणा ( जैसा कि पर्यटक द्वारा कथित है और पर्यटक के लाभ के लिए मेजबान द्वारा प्रस्तुत की गई है) की चर्चा की जा चुकी है। इस इकाई में हम पर्यटन के बाजारीकरण पर ध्यान केंद्रित करेंगे। पहले बाजारीकरण की अवधारणा को दो प्रकरण अध्ययन (केस स्टडी), जो संस्कृति के बाजारीकरण को दर्शाते हैं उन्हें समझाया जायेगा। संस्कृति हमारे रोजमर्रा के जीवन का कुल योग है। जो हम करते हैं, कैसे कार्य करते हैं, हम अपने जीवन में रोजमर्रा के कार्य को कैसे करते हैं। लेकिन जब इन रोजमर्रा की गतिविधियों को अलग तरह से प्रस्तुत किया जाता है और इसे पर्यटक को बेचा जाता है, तो यह बाजारीकरण हो जाता है। यह मेजबान का रोजमर्रा का सामान्य जीवन नहीं है, बल्कि एक ऐसा जीवन है, जिसे महिमामंडित किया जाता है, जिसे अनोखा दिखाया जाता है, ऐसा दिखाया जाता है यह अद्वितीय है, पर इसके लिए पैसे का भुगतान किया जाता है।

---

### 5.1 बाजारीकरण की अवधारणा

---

मानवविज्ञान शोध के एक उद्देश्य के रूप में, जैसा कि शेफर्ड, 2002 (ग्रेबर्न, 1983:10 नैश और स्मिथ, 1991: 22) ने कहा है, पर्यटन को प्रश्नों की एक श्रृंखला द्वारा परिभाषित किया

---

**\*योगदानकर्ता:** डॉ. रुखशाना जमान, मानव विज्ञान संकाय सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, इग्नू, नई दिल्ली एवं डॉ. गुंजन अरोड़ा, पोस्ट-डॉक्टोरल फेलो, सेंटर फार सोशल मेडिसिन एंड कम्युनिटी हेल्थ, सामाजिक विज्ञान विद्यापीठ, जेएनयू, नई दिल्ली.

जा सकता है, आकार दिया जा सकता है। यह तीन मुद्दों के आस-पास घूमता है : व्यक्तिगत प्रेरणा (लोग यात्रा क्यों करते हैं?), आर्थिक लाभ और हानि (कौन इस यात्रा से लाभान्वित होते हैं?) और पर्यटन के सांस्कृतिक प्रभाव (क्या पर्यटन 'सांस्कृतिक' परिवर्तन लाता है?)। इस प्रकार संस्कृति के बाजारीकरण में संस्कृति का निर्माण शामिल है जिसमें सांस्कृतिक वस्तुओं और लक्षणों को एक विशेष संस्कृति के प्रतीक के रूप में प्रचारित किया जा रहा है। ऐसा पुनर्निर्माण मूल सांस्कृतिक तत्व को कई बार कमजोर कर सकता है।

क्लॉड लेवी-स्ट्रॉस ने *ट्रीस्ट्स ट्रौपिक्स* (1972: 39–40, 45, शेफर्ड 2002) में कहा कि: "यात्रा की किताबें और यात्री (समकालीन पर्यटक) केवल उस चीज के भ्रम को बनाए रखने के लिए सेवा करते हैं जो अब मौजूद नहीं है"; वास्तविक यात्रा को 'मोनोकल्चर' के माध्यम से बदलकर 'लुप्त वास्तविकता' के लिए एक व्यर्थ खोज में बदल दिया गया है। मोनोकल्चर की अवधारणा संस्कृति के बाजारीकरण से उत्पन्न होती है। 'वास्तविक संस्कृति' के रूप में कौन सी पर्यटन परियोजनाएं वास्तव में संस्कृति का एक हिस्सा है जिन्हें पर्यटक के लाभ के लिए पुनः निर्मित किया गया है, ताकि अनुभव के वास्तविक होने का आभास हो सके। शेफर्ड (2002: 184) के अनुसार सांस्कृतिक बाजारीकरण को कई विद्वानों द्वारा सांस्कृतिक पर्यटन के उस घटक के रूप में माना जाता है जो पारंपरिक सांस्कृतिक रूपों में स्थानीय रुचि को पुनर्जीवित करने में मदद कर सकता है, इस प्रकार दोनों गायब हो जाने वाले सांस्कृतिक लक्षणों को पुनर्जीवित करते हैं, और मेजबान को भौतिक लाभ प्रदान करते हैं (मैककेन, 1989 (1977))। यह इस तथ्य को भी सामने लाता है कि संस्कृति के बाजारीकरण में, मेजबान क्या 'पवित्र' है (जो पर्यटन के लिए खुला नहीं है) और क्या 'अपवित्र' है (जो बाजारीकरण के लिए खुला है) के बीच आसानी से अंतर कर सकता है (पिकार्ड 1996, 1997)। इस संबंध में, डाएने, (2007: 170–173) के काम *कमोडिफिकेशन ऑफ बिलीफ्स* का उदाहरण दिया जा सकता है। उन्होंने विश्वासों की खोज और अभिव्यक्ति में नए और अलग संदर्भों के निर्माण में बाजारीकरण की भूमिका की जांच की है। यह काम भूत पर्यटन, प्रेतवाधित होटल और स्कॉटलैंड में प्रेतवाधित रेस्तरां के विज्ञापनों के अभ्यास में दिखता है। तर्कसंगत और वैज्ञानिक मान्यताओं की एक आधुनिक दुनिया में, भूतों और प्रेतवाधित घरों की अवधारणा रोमांच और रहस्य की आभा रखती है जो यात्रा के समग्र उत्साह को जोड़ती है। इसलिए, ऐसे तत्व जो इससे जुड़े हुए हैं और स्कॉटलैंड आने वाले पर्यटकों के लिए प्रमुख आकर्षण बनते हैं। 'पुराने मिथकों और पुरानी पत्नियों' की कहानियां ऐसी पुनः अधिनियमित और पुनर्जीवित समकालीन उपभोक्ता संस्कृति का हिस्सा हैं। प्रेतवाधित तत्वों को स्कॉटलैंड के इतिहास के हिस्से के रूप में पेश किया जाता है, जहाँ संदिग्ध व्यक्तियों की खोज, युद्ध और विपत्तियां जिन्होंने अतीत में देश को तबाह कर दिया था, प्रामाणिकता को आभा प्रदान करता है। उदाहरणतः प्रत्येक पर्यटक जो स्कॉटिश हाइलैंड्स गया था, वह नेस झील के दौरे पर भी गया। झील नेस को राक्षस कहानी के साथ प्रस्तुत किया गया था जिसे नेसी के नाम से भी जाना जाता है जो झील के पानी में रहता है। अगले भाग में हम कुछ ऐसे क्षेत्रों के बारे में चर्चा करेंगे जिन्हें पर्यटन उद्योग में संस्कृति के बाजारीकरण द्वारा सम्मिलित किया गया है।

## अपनी प्रगति जांच करें 1

1. पर्यटन में बाजारीकरण को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

## 5.2 बाजारीकरण और कला रूप

प्रामाणिकता की धारणा मेजबान समाज की संस्कृति के बाजारीकरण से निकटता से जुड़ी हुई है और पर्यटन अध्ययन में बहुत चर्चा में रही है। जहां एक ओर यह तर्क दिया जाता है कि पर्यटन प्रामाणिक अनुभवों को बढ़ावा देता है, वहीं यह भी बताया गया है कि यह सांस्कृतिक संपदा को उपभोग्य वस्तुओं में परिवर्तित करता है जिनका प्रामाणिक रूप में विपणन किया जा सकता है। उदाहरण के लिए, स्थानीय सांस्कृतिक वस्तुएँ जो वेशभूषा, लोक व जातीय कला और आभूषण के माध्यम से दिखाई देती हैं, अक्सर विशेष रूप से पर्यटकों के उपभोग के लिए बनाई जाती हैं और अक्सर वास्तविक उपयोग में आने वाली मूल वस्तु से दूर होती हैं। इस तरह इन निर्मित वस्तुओं में से कई अपना मूल अर्थ खो देते हैं और पर्यटकों के अनुरूप संशोधित होते हैं। उत्पाद फिर स्वदेशी संस्कृति में अपना प्रामाणिक मूल्य और उपयोगिता खो सकता है और मात्र एक नमूने के रूप में उभर सकता है। उदाहरण के लिए, बाइसन हॉर्न मारिया के सिर की टोपी को अभी भी उनकी पहचान और महान सांस्कृतिक मूल्य के रूप में पेश किया जाता है। दूसरी ओर वास्तविकता यह है कि इस सिर के टोपी द्वारा अनुमानित प्रतिष्ठा और सम्मान का प्रतीकात्मक मूल्य अब हाशिए पर और निर्वासित हैं, जो ज्यादातर मजदूरी और सफाईकर्मियों के रूप में अपना जीवन व्यतीत करते हैं। उनके सिर की टोपी में सन्निहित पहचान का गौरव खो गया है। फिर भी नाचते समय उन्हें पहनने के लिए मजबूर किया जाता है, जो अपनी आजीविका और पर्यावरण के नुकसान के साथ अपना अर्थ खो चुके हैं। यह इंगित करता है कि पूंजीवादी विकास और बाजार की ताकतों के प्रभाव के तहत कई स्वदेशी लोगों की कला और शिल्प शैली जिस उद्देश्य से उत्पादित किए गए थे, उनके रूप बदल गये हैं। पूर्व में धार्मिक या आनुष्ठानिक प्रयोजनों के लिए निर्मित कलाकृतियाँ अब बिक्री के लिए उत्पादित की जाती हैं (मैथिसन और वॉल 2006: 272)। पुराने जीवन तरीकों के विनाश के साथ कई धर्मों और समारोहों ने स्वयं अपना वास्तविक महत्व खो दिया है। पर्यटन और संस्कृति के बीच संबंध का अध्ययन करते हुए, सामाजिक वैज्ञानिकों ने कुछ बिंदुओं पर चर्चा की है जो निम्नलिखित हैं :

- यह तर्क दिया जाता है कि पर्यटन पारंपरिक सांस्कृतिक रूपों में स्थानीय रुचि के पुनरुद्धार को प्रोत्साहित कर सकता है, और इस प्रकार स्थानीय अभिनेताओं को भौतिक लाभ प्रदान करता है लेकिन;
- यह चेतावनी दी जाती है कि पर्यटकों की मांग के कारण सांस्कृतिक उत्पादों और परंपराओं की सौंदर्य गुणवत्ता खो जाती है, जिससे संस्कृति का बाजारीकरण होता है।
- मूल संस्कृतियों के विनाश और परिवर्तन के साथ, इनमें से कुछ सांस्कृतिक लक्षण केवल व्यर्थ वस्तुओं के रूप में बने रहते हैं, जो केवल बाहरी लोगों के लाभ के लिए उत्पादित और प्रदर्शित किए जाते हैं।

हालांकि, स्थानीय संस्कृतियों पर पर्यटन के सभी प्रभाव नकारात्मक नहीं हैं। कई बार पर्यटन और मौद्रिक प्रोत्साहन वास्तव में कुछ स्थानीय परंपराओं, कौशल और शिल्प को पुनर्जीवित या बनाए रखने के लिए काम करते हैं। भारत में स्थानीय शिल्प और हथकरघा उत्पादों के पुनरुद्धार के लिए इन उत्पादों में बाजार की ताकतों और पर्यटकों सहित बाहरी लोगों की रुचि बहुत अधिक है।

**पारंपरिक कला रूपों का पुनरुद्धार**—ग्रेबर्न (1976) द्वारा पूर्वी कनाडाई इनुइट पर किया गया अध्ययन मेजबान समाज की कला और शिल्प पर पर्यटन के सकारात्मक प्रभाव

का एक उदाहरण है। इनुइट के कला रूपों में शोधन किया गया है और मेजबान समुदाय द्वारा दिए गए नए विचारों को शामिल किया गया है, उत्पाद का सकारात्मक प्रतीकात्मक मूल्य बनाए रखा गया है और स्थानीय समुदाय से प्रशिक्षित कारीगर उत्पादों को बनाने के लिए लगे हुए हैं ताकि उनकी मौलिकता सुनिश्चित हो सके। हालांकि, यह हमेशा नहीं होता है कि कला और शिल्प अपने मूल प्रतीकात्मक और सांस्कृतिक मूल्यों का पालन करते हैं। स्मृति चिन्ह के लिए पर्यटकों की मांग एक उदाहरण है जहां उत्पाद केवल मेजबान निर्माता द्वारा लाभ के लिए बनाए जाते हैं।

देश में विभिन्न प्रकार के स्थानीय समुदायों द्वारा किए गए भारतीय हस्तशिल्पों की मांग को हम उदाहरण के रूप में भी ले सकते हैं। राज्य ने स्वदेशी हस्तशिल्प और कई राज्य विक्रय भंडार के पुनरुद्धार और विपणन में सक्रिय रुचि ली है और इस उद्देश्य के लिए विशेष बाजार भी बनाए गए हैं। कारीगरों, शिल्पकारों और छोटे उद्यमियों को उन उत्पादों के उत्पादन, विकास और बाजार के लिए प्रोत्साहित किया जाता है जो उनके क्षेत्र के लिए विशेष हैं। भारत में लकड़ी, पीतल, टेराकोटा, कढ़ाई पर काम सदियों से चला आ रहा है और विदेशों में इसकी बड़ी मांग है। भारत का प्रत्येक क्षेत्र विभिन्न सामग्रियों को बनाने के लिए स्थानीय सामग्रियों का उपयोग करता है, जैसे की उत्तर-पूर्वी क्षेत्र में बांस, दक्षिण में पीतल और पूर्वी क्षेत्रों में टेराकोटा। विभिन्न मंत्रालयों के माध्यम से सरकार इन पारंपरिक हस्तशिल्प के विकास को बढ़ावा देती है जो कला और कारीगर दोनों के अस्तित्व और मान्यता में मदद करती है। हालांकि सभी उत्पादित सामग्री प्रामाणिक नहीं हैं।

**पारंपरिक कला रूपों की गिरावट—** ग्रेबर्न की पुस्तक, *एथनीक एंड टूरिस्ट आर्ट: कल्चरल एक्सप्लोरेशन्स फ्रॉम द फोर्थ वर्ल्ड* (1976) सांस्कृतिक परंपराओं के व्यावसायीकरण के अध्ययन पर सबसे प्रारंभिक पुस्तक है। ग्रेबर्न और बाद में कोहेन ने तर्क दिया कि पर्यटन ने छद्म— पारंपरिक कलाओं के प्रचार को गति दी है। ऐसे अध्ययन किए गए हैं जिन्होंने कम सकारात्मक तस्वीर को चित्रित किया है और दिखाया है कि पर्यटन ने एक बाजार प्रदान किया और पारंपरिक कला रूपों को संरक्षित करने में मदद की, इसने छद्म—पारंपरिक कला रूपों के उत्पादन को भी प्रोत्साहित किया है जिसे 'हवाई अड्डा कला' (एयरपोर्ट आर्ट) भी कहा जाता है। हवाई अड्डे की कला का अधिकांश हिस्सा अक्सर पारंपरिक संस्कृति के कम ज्ञान वाले लोगों द्वारा तैयार किया जाता है, जो उस समाज के सदस्य नहीं हो सकते हैं जिनकी कला वे चित्रित करते हैं (मे 1977: 125)। हालांकि मे का दृष्टिकोण एकतरफा है, यह पर्यटकों के सस्ते और विदेशी स्मृति चिन्हों की मांगों पर प्रकाश डालता है।

यह तर्क दिया जाता है कि कला के अर्थ और उसके सामाजिक या आध्यात्मिक महत्व में परिवर्तन हुए हैं। आकार, रूप, गुणवत्ता और कला रूपों के उत्पादन में उपयोग की जाने वाली सामग्री में परिवर्तन होते हैं और अक्सर पर्यटकों के पसंद के अनुसार निर्मित होते हैं। उदाहरण के लिए, बासकॉम (1976: 314) ने अफ्रीकी कला का अध्ययन करते हुए दिखाया कि जाम्बियन स्वदेशियों द्वारा उत्पादित लकड़ी के मुखौटे ने अपना आध्यात्मिक या प्रेरक मूल्य खो दिया है और यह पर्यटकों के पसंद से मेल खाता है। कलाएं जो शिल्पकार के मूल्यों, अनुभव और जीवन के अर्थों की परिणति हैं, उन्हें पहचान कर मूल प्रतीकों के रूप में बेचा जाता है (मैक केन्ज़ी 1977: 83)। लेकिन यहां ये अपना अर्थ और पुराने संदेश जो वे पहले चित्रित करने के लिए उपयोग करते हैं दोनों खो चुके हैं। इसके अलावा, पर्यटकों की खरीद उनकी स्थानीय सांस्कृतिक परंपराओं या मान्यताओं में किसी भी वास्तविक रुचि के बजाय उस संस्कृति के चिन्ह के रूप में रखने की इच्छा जहाँ वे घूमने गए थे से अधिक प्रभावित होती है (मैथिसन और वॉल 1982:165—9)।



### गतिविधि

अगली बार जब आप किसी गंतव्य के लिए उड़ान भरते हैं, तो मेजबान हवाई अड्डे पर 'एयरपोर्ट आर्ट' देखें। अपने प्रवास के दौरान, मेजबान की संस्कृति से जुड़ने का प्रयास करें और मूल्यांकन करें कि क्या आपकी यात्रा एयरपोर्ट की कला का सही प्रतिनिधित्व था।

आम तौर पर कला उत्पादों की मांग को देखते हुए यह एक बढ़ा हुआ उत्पादन होता है जो न केवल बड़े पैमाने पर उत्पादन और (छद्म) कला रूपों के व्यवसायीकरण की ओर जाता है, बल्कि बिचौलियों की भूमिका को भी बढ़ा देता है। ये बिचौलिए उन उत्पादकों और उपभोक्ताओं के बीच मध्यस्थ के रूप में कार्य करते हैं, जहां पर्यटक—मेजबान बातचीत बहुत कम होती है या नहीं होती है। बड़े पैमाने पर व्यावसायीकरण की प्रवृत्ति और बिचौलियों की बढ़ती भूमिका का वर्णन इवांस (1994) ने अपने शोधपत्र, 'फेयर ट्रेड: कल्चरल टूरिज्म एंड क्राफ्ट प्रोडक्शन इन द थर्ड वर्ल्ड' में किया है। प्रामाणिक प्रतिकृतियां (इवांस 1994) या 'टूरिस्ट आर्ट' (मार्कविक 2001) का यह बड़े पैमाने पर उत्पादन पारंपरिक सामग्रियों और तकनीकों की नकल है; जिसका बड़े पैमाने पर कारखानों में उत्पादन किया जा सकता है और स्थानीय बाजारों में पर्यटकों की खपत के लिए विपणन किया जाता है या यहां तक कि विदेशों में निर्यात किया जाता है। बॉम एवं अन्य (2013) इन स्मारकों को 'ग्लोबल' उत्पादों के रूप में देखते हैं, यानी ऐसे उत्पाद जो एक साथ स्थानीय और वैश्विक हैं।

कलाकृतियों के अलावा, संस्कृति के अन्य तत्व जैसे नृत्य, संगीत, विशेष समारोह/कार्यो को भी एक वस्तु के रूप में बढ़ावा दिया जाता है। गंतव्य क्षेत्रों की रोमांटिक छवियों, उनके नृत्यों और समारोहों को बाजार द्वारा चित्रित किया जाता है और ये प्रतीक संभावित पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए प्रचार साहित्य के रूप में यात्रा ब्रोशर और विज्ञापनों में स्पष्ट होते हैं। यहां तक कि विरासत स्थलों और स्मारकों/इमारतों को पर्यटक वस्तुओं के रूप में देखा जाता है। इस तरह मेजबान समुदाय की सांस्कृतिक संपत्ति उपभोज्य उत्पादों में परिवर्तित हो जाती है। पारंपरिक समारोह, नृत्य, रीति-रिवाज और त्योहार इस प्रकार एक नई स्थिति प्राप्त करते हैं और मनोरंजन स्थलों या अनुष्ठानों में बदल जाते हैं और धीरे-धीरे पर्यटन स्थलों की विशेषता बन जाते हैं। उदाहरण के तौर पर, राजस्थान में किसी भी होटल या रिसोर्ट में प्रवेश करने पर पारंपरिक *कठपुतली* नृत्य या स्थानीय नर्तकियां हमें नमस्कार करती हैं। और होटल के मुख्य द्वार पर माथे पर कुमकुम टीका लगाकर मेहमानों का पारंपरिक तरीके से स्वागत किया जाता है। स्थानीय लोगों द्वारा विशेष अवसरों पर गाए जाने वाले स्वागत/पारंपरिक गीतों को अब मेहमानों को शुभकामना देने के लिए होटल के लॉबी में गाया जाता है। स्थानीय संस्कृति और स्थानीय लोगों का यह चित्रण पर्यटन रिसोर्ट्स और होटलों में बहुत अधिक दिखाई देता है लेकिन संदर्भ से बाहर हो जाता है और संस्कृति के भाग के रूप में पेश किया जाता है।

संस्कृति और सांस्कृतिक तत्वों के वर्गीकरण के एक और उदाहरण को एक स्पेनिश अनुष्ठान के अध्ययन में (ग्रीनवुड 1977; 174) ने चित्रित किया है। अलार्डे एक सार्वजनिक अनुष्ठान त्योहार है जो 1638 में फ्रांस पर स्पेन की जीत की याद दिलाता है। यह त्योहार एकजुटता और एकता का प्रतीक है और शहर के लोग प्रायः इस समारोह में भाग लेते हैं। स्पेनिश पर्यटन में तेजी से वृद्धि और पर्यटन के व्यस्ततम अवधि के समय ने अलार्डे अनुष्ठान में होने वाले रीति-रिवाजों और उसके सांस्कृतिक अर्थों को कम कर दिया।

शहर का निजी समारोह सरकारी और वाणिज्यिक प्रचार के माध्यम से एक सार्वजनिक आकर्षण बन गया है।

इसलिए, यह बिल्कुल संभव है कि जब संस्कृति को पर्यटकों के उपभोग के लिए परिवर्तित किया जाता है और पर्यटकों को आकर्षित करने के लिए मंचित प्रदर्शन या वंचित अनुभवों को आगे बढ़ाया जाता है, तब सांस्कृतिक रूप अपने पारंपरिक अर्थ को खो देता है। सांस्कृतिक आकर्षणों के मंचन के सकारात्मक और नकारात्मक दोनों परिणाम हो सकते हैं। मंचित आकर्षण संस्कृति को संरक्षित करने में मदद कर सकते हैं, अपनी अनूठी परंपराओं में स्थानीय समुदाय के गौरव को बढ़ा सकते हैं और युवा पीढ़ी के बीच संस्कृति के संरक्षण के बारे में जागरूकता भी बढ़ा सकते हैं। या पर्यटक के अनुभव को बढ़ाने के लिए परंपराओं और रीति-रिवाजों में हेरफेर जैसे नकारात्मक परिणाम भी हो सकते हैं। पारंपरिक नृत्यों या कुछ अनुष्ठानों/प्रदर्शनों जैसे मंचन सतही होते हैं और ये स्थानीय और पर्यटन बाजार दोनों द्वारा आर्थिक लाभ के लिए हो सकते हैं। हालांकि इस तरह के आकस्मिक अनुभव आमतौर पर स्थानीय संस्कृति को चित्रित करने का एक ईमानदार प्रयास हो सकता है लेकिन वे अपने वास्तविक सार्थक संदर्भों से स्थानीय सांस्कृतिक गुणों को कमजोर कर सकते हैं। अगले भाग में हम प्रकरण अध्ययन (केस स्टडी) की सहायता से यह समझने की कोशिश करेंगे कि विभिन्न स्तरों पर मेजबान स्थलों में पर्यटकों के लाभ के लिए संस्कृति का किस तरह से उपयोग होता है।

## अपनी प्रगति जांच करें 2

2. हवाई अड्डा कला (एयरपोर्ट आर्ट) क्या है?

.....

.....

.....

3. ग्लोकल को परिभाषित करें।

.....

.....

.....

## 5.3 प्रकरण अध्ययन (केस स्टडी)

### 5.3.1 केस स्टडी

*फ्रॉम टेम्पल टू कमोडिटी ? टूरिज्म इन सॉन्गपैन एंड द बोन मोनस्ट्रीज ऑफ़ एमडो शर्कॉंग द्वारा मोना श्रेमप्फ एंड जैक पैट्रिक हायज (2009)*

इस काम में लेखकों ने उस परिवर्तन का अध्ययन किया जो चीन के एक प्रांत में एक पर्यटन स्थल के रूप में प्रदर्शित होने के बाद 1999 में *ओपनिंग ऑव द वेस्ट* या 'पश्चिम के उद्घाटन' के अभियान के कारण घोषित किया गया था। यह अध्ययन सोंगपैन काउंटी और उसके मुख्य शहर से संबंधित है जो उसी नाम से जानी जाती है (तिब. जुंग चू माखर)। इस क्षेत्र में शार खोग का तिब्बती क्षेत्र शामिल है, इसके छोटे बॉन पो गांवों और सॉन्गपैन शहर के उत्तर में स्थित मठों (मोनास्ट्री) को फिर से बनाया गया है, और साथ ही शार डुंग री ('ईस्टर्न कोच माउंटेन') का पूर्व बॉन तीर्थ पर्वत है जो खूबसूरत जंगल से

घिरा हुआ है और फ़िरोजी-रंग की झील से घिरा हुआ है (तिब. गसर मत्सो) , जिसे अब हुआंगलॉग नेचर रिजर्व के रूप में जाना जाता है।

यह अध्ययन अपने बॉन मठों (मूल में तिब्बती नहीं थे) के साथ शार खोग के ग्रामीण तिब्बती क्षेत्र और सोंगपैन शहर के शहरी पर्यटन पर केंद्रित है, जिनमें से कुछ 1999 से पर्यटन में लगे हुए थे (2009 में अध्ययन के प्रकाशन तक)। विचार यह था कि पर्यटन के माध्यम से स्थानीय विकास और परिवर्तनों की विविधता को कैसे समझा जाए और पर्यटन का बाजारीकरण कैसे हुआ। 1999 में, चाइना डेली ने घोषणा की थी कि दक्षिण-पश्चिम चीन के सिचुआन प्रांत ने राष्ट्रव्यापी 'इको-टूरिज्म' अभियान के हिस्से के रूप में एक दर्जन नए पर्यटन मार्गों की शुरुआत की है। सूची में ऐसे दौरे शामिल थे जो चेंगदू के दक्षिण में स्थित एमी शान और लेशान के चीनी बौद्ध तीर्थ स्थलों से जुड़े थे, जिनमें क्रमशः खोड पो खोग और शार खोग के तिब्बती क्षेत्रों में स्थित प्रसिद्ध जीउझाङ्गौ और हुआंगलॉग नेचर रिजर्व शामिल हैं। इन पर्यटन में रिवर राफ्टिंग, प्राचीन पहाड़ी रास्तों के साथ लंबी पैदल यात्रा, और वनस्पतियों और जीवों से समृद्ध क्षेत्रों की यात्राएं शामिल थीं। इस पर्यटन अभियान के परिणामस्वरूप, 2004 में सोंगपैन शहर में पर्यटन उद्योगों में वृद्धि हुई और शार खोग जो चीनी और तिब्बतियों दोनों के बीच सामान्य रूप से चुआनझुसी (तिब. गत्सो थान्यांग डेगन) और हुआंगलॉग (तिब. गसर मत्सो) के रूप में जाना जाता है पर्यटन के मुख्य आकर्षण का केंद्र बन गए। अब आइए कुछ क्षेत्रों को समझते हैं जहाँ पर्यटन का बाजारीकरण हुआ।

#### *स्थान के नाम की सांस्कृतिक राजनीति*

लेखकों ने तिब्बती से चीनी भाषा में स्थान नाम परिवर्तन की सांस्कृतिक राजनीति और चीन में जातीय तिब्बतियों के बहुमत का प्रतिनिधित्व किया और चीनी राज्य द्वारा समर्थित पर्यटन के कारण आसपास आने वाले स्थान-निर्माण की परिवर्तनकारी राजनीति का प्रतिनिधित्व किया। लेखकों ने जानबूझकर पहले या तो तिब्बती या चीनी स्थान के नामों का इस्तेमाल किया था, उसके बाद में वैकल्पिक रूप से चीनी या तिब्बती नाम का इस्तेमाल किया। उन्होंने उन स्थानों के लिए चीनी नामों का इस्तेमाल किया, जिन्हें आमतौर पर तिब्बतियों द्वारा भी जाना जाता था और उनका उपयोग किया जाता था और पर्यटन पर राज्य की नीतियों के माध्यम से नामित शहरी 'सांस्कृतिक' या प्राकृतिक 'दर्शनीय स्थानों' में तब्दील हो गए थे। जैसा कि लेखकों द्वारा कहा गया है, ऐसे स्थानों में दृश्यमान और संरचनात्मक परिवर्तन दिखाई दिए, जो लगभग चीनी तरीके से बदल गए थे। शार खोग के सोंगपैन शहर में और आसपास के स्थानों में, कई प्रमुख पर्यटन होटल और कई पर्यटन सेवाएं सामने आईं, जिससे इन क्षेत्रों का भी विकास हुआ। हुआंगलॉग का राष्ट्रीय प्रकृति भंडार (तिब. गसर मत्सो) और जियुझाङ्गौ (तिब. गसर रस्ता डगू) भी प्रमुख क्षेत्र थे जो पर्यटन स्थल के अंतर्गत आते थे। दूसरी ओर, लेखकों ने तिब्बती स्थान और मठों के नाम को सोंगपैन शहर के उत्तर में शर खोंग (और उनके चीनी नाम कोष्ठक में रखा) के बाद से बनाए रखा क्योंकि वे अभी भी गांवों या मठों के रूप में अपनी तिब्बती सांस्कृतिक विशेषताओं को बनाए रखते हैं।

#### *शहर और संरचना विकास का निर्माण*

इस अध्ययन ने शहरी और ग्रामीण पर्यटन के बीच के अंतर को प्रस्तुत किया है। सन 2000 के बाद से सोंगपैन काउंटी पर्यटन विकास दो प्रकार के पर्यटन प्रतिमान के बीच विभाजित है — एक जो स्थानीय राष्ट्रीय-शहरी संस्कृति को उजागर करता है, और दूसरा जो स्थानीय ग्रामीण जातीय संस्कृति को उजागर करता है। सोंगपैन की 'पर्यटन आधुनिकता' के सबसे अधिक दिखाई देने वाले संकेत, पास के इलाकों में आए, जो पर्यटन

रिसॉर्ट्स में विकसित हुए, हालांकि, इस तरह के शहरीकरण को सोंगपैन के ग्रामीण गांवों में शुरू में नहीं पाया गया था।

#### पर्यटन के लिए चीनी पारंपरिक वस्तुओं का विपणन

तिब्बती और चीनी औषधीय पौधे और पशु उत्पादों को स्थानीय उत्पादों या काउंटी के 'प्राथमिक' उत्पादों के रूप में बेचा जा रहा था, जो निर्यात उद्देश्यों और पर्यटन उद्योग के लिए बहुत महत्वपूर्ण हो गया। प्रसंस्करण और बिक्री मुख्य रूप से सामूहिक रूप से आयोजित व्यवसायों में स्थानीय तिब्बतियों द्वारा मुख्य रूप से संचालित और चलाए गए थे। माल को सोंगपैन काउंटी मार्केट डेवलपमेंट कंपनी (पुराने काउंटी वानिकी ब्यूरो के हिस्से) द्वारा स्थानीय लोगों से लाया गया था, जिसे बाद में सोंगपैन काउंटी हुआंगलॉंग टूरिज्म मार्केट डेवलपमेंट कंपनी का नाम दिया गया, जिसे बाद में संसाधित किया गया और काउंटी फार्मसियों के माध्यम से विपणन किया गया। यह विचार, जैसा कि एक स्थानीय पर्यटन अधिकारी द्वारा कहा गया था, '[...] सीधे तौर पर तिब्बतियों और हुई के पारंपरिक सांस्कृतिक ज्ञान के बेहतर पहलू सामाजिक धन पैदा करना है ताकि सम्पूर्ण समाज में सामाजिक उत्पादकता बढ़े और सतत विकास में सकारात्मक भूमिका निभाई जा सके' (2009: 297)।

#### पर्यटन के लिए शार खोंग में बॉन मठों और मठवासी पुनरुद्धार

पर्यटन प्रचार शुरू होने से पहले, बाहरी लोगों या पर्यटकों से प्रायोजन, भिक्षुओं के अध्ययन या मठों में अनुष्ठानों के अभ्यास के लिए उपलब्ध नहीं था। यह पूरी तरह से स्थानीय तिब्बती ग्रामीणों द्वारा किया गया था। यहां तक कि बॉन मठों के पुनर्निर्माण के शुरुआती चरणों के दौरान इसे स्थानीय ग्रामीण आबादी की मदद से प्रबंधित किया गया था, जिसमें स्थानीय सरकार से शुरुआती समर्थन के साथ श्रम और वित्तीय सहायता शामिल थी। पर्यटन में रास्ते खोलने के साथ, मठों को पट्टे पर देने की अवधारणा एक नई शुरुआत थी। इस प्रकार, पर्यटन ने वार्षिक मठवासी त्योहारों के लिए पर्यटकों की काफी संख्या को सुगम और आकर्षित किया, जो पहले एक स्थानीय मामला था। पर्यटन के संपर्क में आने से पहले मठ तिब्बती जीवन शैली का अनुसरण कर रहे थे। हालांकि, पट्टे पर देने के साथ, बाजारीकरण के संदर्भ में कुछ बदलाव देखे जा सकते हैं। बाहर पट्टे पर देने की अवधारणा ही बाजारीकरण का हिस्सा था। एक स्थान पर पर्यटक गाइड के रूप में चीनी महिलाओं का प्रवेश, जो पहले मासिक धर्म के दौरान महिलाओं के प्रवेश पर वर्जित था, को भी बाजारीकरण प्रक्रिया के लिए जिम्मेदार ठहराया गया था। हालांकि, पर्यटन विकास एजेंसियों को पट्टे पर दिए गए मठों का एक अलग मत था क्योंकि उन्होंने चीनी गाइडों का स्वागत किया था। तिब्बती ग्रामीण भाषा के कारण चीनी पर्यटकों से व्यवहार में खुद को असहज महसूस करते थे, और चीनी पर्यटक गाइडों के आने से उनके आभारी थे जिनकी चीनी भाषा पर कमान थी।

हालांकि, मठों को पट्टे पर देने से सम्बंधित प्रमुख मुद्दों में से एक सांस्कृतिक पहचान का संकट था जो कि एक अनुष्ठान में परिलक्षित होता था। मठों को आदर्श रूप से तिब्बतियों से संबंधित माना जाता है जो बौद्ध हैं और उनके पास मठ को घेरने (वृत्त बनाना) की प्रथा है, जो घड़ी की सूई की दिशा में मठ में है, हालांकि, बॉन मठों में यह घड़ी के विपरीत दिशा में था। इस तरह की कुछ घटनाओं के बारे में पहले बताया गया था, ये तब हुआ जब छोटे चीनी पर्यटक समूह घूमने आए, उन्होंने मठों को तिब्बती मान लिया और तिब्बती रीति का पालन किया। इस स्थिति से उबरने के लिए चीन की पर्यटन एजेंसियों ने स्ना स्टेंग, गत्सो शन्ग, क्यन्ग शन्ग और ड्गा' मल के बॉन मठों को पट्टे पर देकर (कम से कम ग्रीष्म ऋतु 2006 तक, जब लेखक अपना क्षेत्र में कार्य कर रहे थे), इस सांस्कृतिक पहचान

के संघर्ष से बचने का एक रास्ता निकाला। उन्होंने मठों के बीच में बड़ी चीनी शैली की हवन/सुगंध देग(कॉल्ड्रोन)स्थापित की और इसके अलावा शौचालय भी बनवाये। इस प्रकार, चीजों को बहुत स्पष्ट किए बिना, पर्यटक को सही मार्ग का पालन करने के लिए और समस्या को सूक्ष्मता से हल करने के लिए एक मार्ग बनाया गया था।

इस अध्ययन में हम पर्यटन के संदर्भ में बाजारीकरण के कई पहलुओं को देखते हैं। यह दर्शाता है कि सांस्कृतिक राजनीति ने तिब्बती या चीनी संस्कृति के अनुसार स्थानों के नामकरण में भी कैसे भूमिका निभाई। मठों को किराए पर देना भी एक नया पहलू था, जो पर्यटन के कारण, एक धार्मिक स्थान के बाजारीकरण के लिए अग्रणी था। बॉन मठ जो अनुष्ठान प्रदर्शन के संदर्भ में तिब्बती मठों से अलग थे, उन्होंने पर्यटकों के ध्यान में तथ्य लाये बिना, कॉल्ड्रोन के अभिविन्यास और प्लेसमेंट में एक सूक्ष्म परिवर्तन के साथ अपने तरीके बनाए रखे। यह अध्ययन इस बात को सामने लाता है कि इस क्षेत्र में पर्यटन के विभिन्न प्रकार कैसे उभरे और स्थानीय लोग और बाहरी लोग किस तरह से विभिन्न तरीकों से इसमें लगे रहे। कभी-कभी ऐसे टकराव और विवाद भी होते थे, जिससे बाजारीकरण हुआ।

### अपनी प्रगति जांच करें

4. मोना श्रेम्पफ और जैक पैट्रिक हेस के स्टडी फ्रॉम टेम्पल टू कम्मोडीटी ? टूरिज्म इन सोंगपैन एंड बॉन मोनास्ट्री ऑफ एंडो शार खोग में बाजारीकरण के पहलुओं को सूचीबद्ध करें।

.....

.....

.....

### 5.3.2 कैसे स्टडी II

भारत के उदाहरण

विरासत वाले क्षेत्रों का बाजारीकरण

अब देखते हैं कि क्या बाजारीकरण के ये पहलू छिटपुट या सार्वभौमिक हैं। यदि हम भारत में ताजमहल के मामले को एक पर्यटन स्थल के रूप में लेते हैं, तो हमें इस ऐतिहासिक स्थान में होने वाले विभिन्न प्रकार के वर्गीकरण को समझने की आवश्यकता है। ताजमहल मुगल काल के दौरान बनाया गया था और सफेद संगमरमर के पत्थरों के उपयोग के लिए प्रसिद्ध है (जिसे राजस्थान के मकराना में निर्मित किया गया था) (कोच 2006 द कम्पलीट ताज)। उस अवधि के दौरान सफेद संगमरमर का उत्पादन स्थानीय स्तर पर नहीं किया गया था। हालांकि, आज आगरा शहर अपने संगमरमर के उत्पादन के लिए जाना जाता है और ताजमहल की प्रतिकृतियां पर्यटकों को स्मारिका के रूप में बेची जा रही हैं। इसने संगमरमर उद्योग के लिए एक बड़ा बाजार तैयार किया है। इसी तरह, अंतरराष्ट्रीय पर्यटकों की जरूरतों को पूरा करने के लिए विलासपूर्ण होटल के साथ टाउनशिप बढ़ी है। स्थानीय लोगों के पास अपनी स्थानीय भाषा के अलावा अन्य भाषा कौशल भी होते हैं, ताकि वे पर्यटकों के साथ बातचीत कर सकें। इन स्थानीय लोगों ने ज्यादातर भारतीय संदर्भ में अपनी औपचारिक शिक्षा (10वीं और 12वीं) पूरी नहीं की है, लेकिन अंग्रेजी में संचार के लिए कौशल विकसित किया है। एक और उदाहरण दिल्ली में दिल्ली हाट जैसे स्थानों के निर्माण का मामला है, जहां देश भर के कारीगर अपने जातीय, हस्तनिर्मित उत्पादों को प्रदर्शित करने और बेचने के लिए इकट्ठा होते हैं। इससे उत्पादों का भी विकास होता है, फिर भी पर्यटक एक स्थान पर भारतीय संस्कृति के विभिन्न पहलुओं का अनुभव करते हैं।



इसी तरह, अगर हम भारत के किसी भी धार्मिक स्थलों का मामला उठाते हैं, जो कि पर्यटक आकर्षण का स्थान भी हैं, तो हम वहां पर बाजारीकरण के चिन्ह देखते हैं। इस उदाहरण में हम देख सकते हैं कि मेजबान संस्कारों और अनुष्ठानों के हिस्से के रूप में संस्कृति का कैसे बाजारीकरण होता है। यह उदाहरण दिल्ली में *निजामुद्दीन दरगाह* (एक सूफी संत का प्रार्थना स्थल) जाने के मेरे व्यक्तिगत अनुभव से उद्धृत है। जैसे ही कोई पर्यटक या तीर्थयात्री छोटी गलियों में प्रवेश करता है, वहां सामान बेचने वाले विक्रेता उनका स्वागत करते हैं और यह बताते हैं कि यह धार्मिक अनुष्ठान का हिस्सा है, जो दरगाह में प्रार्थना के लिए आवश्यक है। विक्रेताओं के पास गुलाब की माला और पंखुड़ी, अगरबत्ती, एक बोटल इत्र (वानस्पतिक स्रोतों से प्राप्त एक आवश्यक तेल, आमतौर पर गुलाब की पंखुड़ियों से प्राप्त तेल), *मन्नत के धागे* (एक धागा) और *बताशा* (छोटी मिश्री) ये सब सामान एक ट्रे (बेंत से बना) में रख के प्रार्थना सेवा के दौरान दरगाह में ले जाने के लिए तैयार होता है, इसके बाद भक्त प्रदान किए गए स्थानों में से एक पर अपनी मन्नत के साथ इस *मन्नत के धागे* को बाँधता है। प्रार्थना के बाद जाने वाली इन वस्तुओं को *तबरूक* (एक अरबी शब्द जिसका अर्थ होता है बरकत से परिपूर्ण या आशीर्वाद के के साथ जुड़ा हुआ सभी के साथ साझा किया जाता है। कभी-कभी, वे पर्यटक को एक चादर (सूफी संत की कब्र पर ओढ़ाया जाने वाला कपड़ा) खरीदने का लालच भी देते हैं। हालांकि, ये वैकल्पिक हैं और अनुष्ठानों का एक आवश्यक हिस्सा नहीं है। फिर भी, इन वस्तुओं को अनुष्ठान के नाम पर परिवर्तित किया जा रहा है और उन पर्यटकों और लोगों को पेश किया जाता है जो तीर्थयात्रा(जियारत) पर हैं। इन स्थलों पर रुहानी इलाज के दावे भी किये जाते हैं।

#### गतिविधि

जब आप अगली बार किसी धार्मिक स्थान या पर्यटन स्थलों पर जाएँ, तो उन पहलुओं को पहचान करने की कोशिश करें जो कि आधुनिकीकरण के उदाहरण हैं।

#### राष्ट्रीय उद्यानों का बाजारीकरण

आइए यहाँ हम (वासन, 2018), *कन्ज्युमींग द टाइगर एक्सपिरियेंसींग निओलिबरल नेचर* का उदाहरण लेते हैं, जो एक प्रतिभागी पर्यवेक्षक के रूप में भारत के राजस्थान के रणथंभौर राष्ट्रीय उद्यान और मध्य प्रदेश में कान्हा और बांधवगढ़ राष्ट्रीय उद्यानों में सहभागी अवलोकन के अपने अनुभव से संबंधित था। वासन ने अपने रहने के अनुभव के आधार पर यह देखा कि बाघ को दिखाने की प्रक्रिया, एक वस्तु के रूप में बाजारीकरण की प्रक्रिया में सम्मिलित है। इसे विपणन के माध्यमों से आगे लाया गया है जिसमें बाघ को देखने की प्रक्रिया शामिल है। राष्ट्रीय उद्यानों और सफारी विनियमों तक बहुत पहुँच ने वन्यजीव अनुभव को एक दुर्लभ बाजार वस्तु के रूप में सुदृढ़ किया। उसने पर्यटकों के अवलोकन पर जोर दिया, फोटोग्राफी ने वैश्विक और नए सोशल मीडिया के माध्यम से मध्यस्थता की, जो बाघ को एक साथ जंगली और परिचित, बहुसांस्कृतिक और स्थानीय बनाती है, जिससे यह एक अद्वितीय सार्वभौमिक वस्तु बन जाती है। उन्होंने उस भौतिक अनुभव को भी देखा, जिसके माध्यम से पर्यटक बाघ, सामाजिक स्थिति और आर्थिक पदानुक्रमों का उपभोग करता है, जो बाघ को सीमित लोगों तक पहुँचाते हैं। उनके काम में “एक स्थायी संरक्षण नैतिकता के बीच बुनियादी विरोधाभास, और वस्तुगत प्रकृति के प्रतिस्पर्धी उपभोग के इस रूप द्वारा बनाई गई विशिष्टता” शामिल है (वासन 2018:481)।



5. संस्कृति में बाजारीकरण के पहलुओं को सूचीबद्ध करें जो आपको विरासत स्थल, धार्मिक स्थान या राष्ट्रीय उद्यानों का दौरा करते समय मिल सकता है।

.....

.....

.....

## 5.4 सारांश

इस इकाई में शिक्षार्थी पर्यटन में संस्कृति के बाजारीकरण की अवधारणा से परिचित हुए। जब किसी संस्कृति के किसी विशेष तत्व को पर्यटन गतिविधियों के संवर्द्धन के लिए उजागर या वश में किया जाता है, तो इसे बाजारीकरण के रूप में जाना जाता है। बाजारीकरण संस्कृति को कमजोर करने की ओर ले जा सकता है। यह हमने कई मानवशास्त्रीय कार्यों के उदाहरणों के साथ समझाने की कोशिश की। हमने मेजबान से कुछ अनुभवों के साथ-साथ पर्यटकों के दृष्टिकोणों को भी सूचीबद्ध करने की कोशिश की है कि कैसे संस्कृति का बाजारीकरण होता है। अगली इकाई में हम पर्यटन में राजनीतिक अर्थव्यवस्था की अवधारणा को ध्यान में रखेंगे।

## 5.5 संदर्भ

बासकॉम, डब्ल्यू. डब्ल्यू. (1976). 'चेंजिंग अफ्रीकन आर्ट' इन ग्रेबर्न, एन.एच.एथनिक एंड टूरिस्ट आर्ट्स: कल्चरल एक्सप्रेसनस फ्रॉम द फोर्थ वर्ल्ड. बर्कले : यूनिवर्सिटी ऑफ कैलिफोर्निया प्रेस.

बर्नर्स, पी.(2002).एन इंटरोडक्शन टू टूरिज्म एंड एंथ्रोपोलॉजी. न्यूयॉर्क: रूटलेज.

क्रिक,एम.(1994). रेस्लेंडेंट साइट्स, डिस्कॉर्डन्ट वोइसेस: श्रीलंकंस एंड इंटरनेशनल टूरिज्म. स्विट्ज़रलैंड : हारवुड एकेडमिक पब्लिशर्स.

इवांस, जी.(1994). 'फेयर ट्रेड: कल्चरल टूरिज्म एंड क्राफ्ट प्रोडक्शन इन द थर्ड वर्ल्ड', इन ए. सीटन, सी जेनकिंस, आर वुड, पी डेके, एम. बेनेट एंड आर. स्मिथ (संपा), टूरिज्म : द स्टेट ऑफ़ द आर्ट. चिचेस्टर : विली. पृ. सं. 783-791.

गोल्डस्टीन. डायने, ई. (2007) "कमोडिफिकेशन ऑफ बिलीफ्स". हॉन्टिंग एक्सपीरियेंसेस एडिटेड बाइ डाएन ई. गोल्डस्टीन, सिल्विया एन ग्राइडर एंड जेनी बैंक्स थॉमस. यूनिवर्सिटी प्रेस ऑफ़ कोलोराडो, यूटा स्टेट यूनिवर्सिटी प्रेस.

ग्रेबर्न, एन. एच. (1976). एथनिक एंड टूरिस्ट आर्ट्स: कल्चरल एक्सप्रेसनस फ्रॉम द फोर्थ वर्ल्ड. बर्कले, यूनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफोर्निया प्रेस.

ग्रीनवुड, डी.(1977). कल्चर बाय द पाउंडरु एन एंथ्रोपोलाजिकल प्रस्पेक्टिव आन टूरिज्म एज कल्चरल कमोडीटाइजेशन इन वी. स्मिथ (संपा). होस्ट एंड गेस्ट: द एंथ्रोपोलाजी ऑफ़ टूरिज्म. फिलाडेल्फिया: पेंसिल्वेनिया यूनिवर्सिटी प्रेस. पृ. स. 171-186.

मैथिसन, ए एंड वॉल जी. (2006). टूरिज्म : चेंज, इम्पेक्ट्स एंड ओप्योर्च्युनिटीज. यूके पियर्सन एजुकेशन लिमिटेड.

मैथिसन, ए एंड वॉल जी, (1982). टूरिज्म : इकोनोमिक, फिजिकल एंड सोशल इम्पैक्ट्स. न्यूयॉर्क: लॉन्गमैन.

मैक कैनेल, डी. (1973). 'स्टेज्ड ऑथेंटिसिटी : अरेंजमेंट ऑफ सोशल स्पेस इन टूरिस्ट सेटिंग्स,' *अमेरिकन जर्नल ऑफ सोशियोलॉजी*, 79, 586–603.

मैक कैनेल, डी (1976). *द टूरिस्ट: ए न्यू थ्योरी ऑफ़ द लीजर क्लास*. न्यूयॉर्क : शॉकेन बुक्स.

मैक केन्ज़ी एम. (1977). 'द डेवीएन्ट ऑफ़ टूरिज्म : एयरपोर्ट आर्ट' इन फेरेल, बी.एच. *सोशल एंड इकोनोमिक इम्पेक्ट ऑफ़ टूरिज्म ऑन पेसिफिक कम्युनिटीज*. सेंटर फॉर साउथ पेसिफिक स्टडीज, युनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफोर्निया, सांताक्रूज़.

मे, आर. जे. (1977). 'टूरिज्म एंड द आर्टफैक्ट इन पापुआ न्यू गिनी' इन फिंने, बी आर एंड वाटसन, ए.ए. (संपा) *ए न्यू काइंड ऑफ़ शुगर: टूरिज्म इन द पेसिफिक*. सेंटर फॉर साउथ पेसिफिक स्टडीज, युनिवर्सिटी ऑफ़ कैलिफोर्निया, सांताक्रूज़.

नैश, (1989). 'टूरिज्म एज ए फॉर्म ऑफ़ इम्पीरियलिज्म' इन वी स्मिथ (संपा). *होस्ट एंड गेस्ट : द एंथ्रोपोलॉजी ऑफ़ टूरिज्म*. फिलाडेल्फिया: युनिवर्सिटी ऑफ़ पेन्सिल्वेनिया प्रेस.

पिकार्ड, मिशेल (1997), 'कल्चरल टूरिज्म, नेशन—बिल्डिंग, एंड रीजनल कल्चर: द मेकिंग ऑफ़ एक बालीनीस आइडेंटिटी'. पृ. सं. 181–214 इन पिकार्ड एंड वुड (संपा) *टूरिज्म, एथनिसिटी, एंड द स्टेट इन एशियन एंड पैसिफिक सोसाइटीज*. होनोलूलू: युनिवर्सिटी ऑफ़ हवाई प्रेस.

पिकार्ड, मिशेल (1996) *बाली: कल्चरल टूरिज्म एंड टूरिस्टिक कल्चर* (अनुवाद डायना डार्लिंग). सिंगापुर: आर्चिपिलागो प्रेस (ओरिजिन पब्लिकेशन 1992). श्रेम्प, मोना एंड जैक पैट्रिक हेस.(2009). "टेम्पल ऑफ़ कमोडिटी? टूरिज्म इन सोंगपैन एंड द बॉन मोनास्ट्री ऑफ़ ए'मदो शारखोग". ईस्ट एंड वेस्ट, वॉल्यूम 59, नंबर 1/4, बॉन: द एवरलास्टिंग रिलिजियन ऑफ़ तिब्बत. तिब्बतियन स्टडीज़ इन ऑनर ऑफ़ प्रोफेसर डेविड एल स्नेलग्रोव. पृ.सं. 285–312.

शेफर्ड, रॉबर्ट (2002). "कमोडिटीफिकेशन, कल्चर एंड टूरिज्म". *टूरिस्ट स्टडीज़* वॉल्यूम: 2 इश्यू: 2. सेज पब्लिकेशन. पृ.सं. 183–201.

वासन, सुधा. (2018). "कन्ज्युमिंग द टाइगर एक्सपिरियेंसींग नियोलिबरल नेचर" इन *कन्सर्वेशन एंड सोसाइटी*. वॉल्यूम 16, नंबर 4 (2018), पृ.सं. 481–492. अशोका ट्रस्ट फॉर रिसर्च इन इकोलॉजी एंड द एनवायरनमेंट एंड वोल्टर्स क्लूवर इंडिया प्राइवेट लिमिटेड. <https://www.jstor.org/stable/26500661>

## 5.6 आपकी प्रगति की जाँच करने के लिए उत्तर

1. उत्तर हेतु अनुभाग 5.1 देखें ।
2. अनुभाग 5.2 में उप-शीर्षक दो देखें।
3. अनुभाग 5.2 देखें ।
4. उत्तर हेतु अनुभाग 5.3.1 का संदर्भ लें।
5. अनुभाग 5.3.2 देखें ।