

جهانگردی در چشم اندازی جامع

(معرفی و بررسی)

● علی اعظم محمدیگی
پژوهشگر اقتصاد فرهنگ و هنر

■ مؤلف: چاک گی با همکاری ادواردو فایوسولا
■ مترجم: علی پارسائیان، محمد اعرابی
■ ناشر: دفتر پژوهش های فرهنگی

یا کسب و کار مغایرت دارد. زیرا گردشگری در فرهنگ عامه معنای تفریح می‌دهد و سفر برای معالجه یا کسب و کار که جزء انواع جهانگردی پذیرفته شده است و حتی سفر برای انجام اعمال واجب حج (به عنوان یک سفر زیارتی) هدف تفریح را تعقیب نمی‌کند یا اساسا هدف درجه اول آنها نیست. در نهایت، باید گفت تنوع انگیزه‌های سفر که فصل اول این کتاب (صفحه ۳۴) به معرفی آنها پرداخته مؤید آن است که برای ساده کردن گفتگو و تحریر مطلب درباره هر یک از این نوع سفرها، یافتن و ازهای مناسب با معنای جامع برای Tourism ضرورت ندارد. به هر حال در پاسخ پرسش مطرح شده در ابتدای این نوشته باید گفت که کتاب جهانگردی در چشم‌اندازی جامع ابعاد مختلف سفر خارجی‌ان به یک کشور فرضی «جهانگردپذیر» را تشریح می‌کند. از جمله این ابعاد، آثار اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جهانگردی خارجی‌ان در این کشور است. (نگاه کنید به فصول ۱۰ و ۱۱ کتاب) یا هنگامی که از بازاریابی جهانگردی سخن گفته شده (نگاه کنید به بخش سوم کتاب)، منظور، تلاش‌های کشور جهانگردپذیر برای جذب جهانگردان کشورهای دیگر است که در قالب اقداماتی چون شناسایی گروه‌های مختلف متقاضی سفر به این کشور، فراهم کردن شرایط مناسب

کتاب جهانگردی در چشم‌اندازی جامع "International Tourism: A Global Perspective" که آن را سازمان جهانی جهانگردی تهیه کرده و آقایان دکتر علی پارسائیان و سید محمد اعرابی ترجمه نمودند، همانطور که از عنوان آن برمی‌آید به زبان غیر آکادمیک و ساده به سیری کلی در ابعاد مختلف جهانگردی پرداخته است. اما همین جا پیش از معرفی و بررسی این کتاب این پرسش پیش می‌آید که منظور از «جهانگردی» چیست؟ در واقع، آیا جهانگردی افراد یک کشور خاص در کشورهای دیگر مطرح است یا جهانگردی اتباع کشورهای دیگر در آن کشور یا گردشگری داخلی در درون یک کشور؟ به عبارت دیگر، آیا در این سیر کلی، کشور مورد نظر به عنوان کشور جهانگرددوست، مطرح می‌شود یا کشور جهانگردپذیر یا مقصد جهانگردان؟ به نظر می‌رسد طرح این پرسش، مشکل فقدان معادل فارسی مناسب برای واژه Tourism را نشان دهد. اگر واژه جافتاده و پراستفاده جهانگردی اختیار شود، تنها سفر از یک کشور به کشور دیگر به ذهن متبادر می‌شود. اگر واژه جدید گردشگری را (که گویا مورد قبول فرهنگستان زبان فارسی قرار نگرفته است) اختیار کنیم، بار معنایی آن چنان است که با هدفهای سفر برای زیارت، درمان

اشکال را با نوشتن یاورقی در موارد مورد نیاز مرتفع می‌سازند. اما روش دیگر ترجمه، ترجمه تاویلی یا تفسیری است. به این معنا که مترجم سعی می‌کند مطلب نویسنده را خوب بفهمد و بعد همان مطلب را با استفاده از زبان دیگر به بهترین نحو منتقل سازد. در حالت دوم هم معمولا سعی می‌شود از واژه‌ها و اصطلاحات مشابه در دو زبان استفاده شود با این تفاوت که در جاهایی که این تشابه کمکی به فهم مطلب نمی‌کند و یا منجر به برداشت نادرست می‌گردد، مترجم اولویت را بر انتقال مفهوم می‌دهد و اگر نیاز باشد از اصطلاحات نزدیک‌تر و گویاتر و گاهی عبارتهای توضیحی استفاده می‌کند. درمقایسه این دو روش می‌توان گفت از آنجا که منظور از ترجمه کتاب یا مقاله انتقال محتوی است، روش دوم موفق‌تر است.

در کتاب حاضر نیز به نظر می‌رسد که امانت داری بیش از حد مترجم و ترجمه لغت به لغت کتاب و درموردی وضع اصطلاحات جدید و نامانوس، بدون تشریح و توضیح آن‌ها در

استفاده از وسایل کمک آموزشی بصری هیچگاه نمی‌تواند و نباید جایگزین آموزش مستقیم توسط معلم گردد... بازسازی واقعیت در تصویر همیشه کاری تکه‌بردار است و بر بخشی از واقعیت جدا شده از زمینه خود تاکید می‌کند.

آنچه که فرد نیاز دارد درباره چیزی یاد بگیرد به هیچ وجه «خود» آن چیز نیست بلکه کل سازمان یافته‌ای از ویژگی‌های آن چیز است که به صورتی انتخابی از آن منتزع شده است.

یاورقی موجب شده است که متن نامفهوم شود. برای مثال: (۱) واژه شمایل در برگردان واژه "icon"؛ هانقلان وفلاسفه هنر، همین مفهوم نشانه شمایی را خصوصا به شکل گسترده‌ای به کار گرفتند تا باز نمایی، بیان، تسمیه صوتی، و دیگر انواع دلالت (ارجاع) زیبایی‌شناختی را تبیین کنند. (ص. ۵۱)

(۲) برگردان واژه "competency" به «هوانش» (کفایت): «لری گراس... تحلیل خود را با مقولات توانش (کفایت) آدمی یعنی با مهارتهای اجتماعی و ذهنی زادهو زیننده فرهنگ او شروع می‌کند...» (ص. ۲۴)

(۳) برگردان واژه "manipulation" به «برزش»: در این مقاله خواهیم دید که ایجاد و انتقال اندیشه نمادین به یاری بیش از یک شیوه دلالت‌هایی اساسی در تعیین فنون آموزشی و الویتهای آموزشی دارد. یکی از این دلالتها تاکید بر تجربه مستقیم و کاوش و برزش فعال است» (ص. ۹۴).

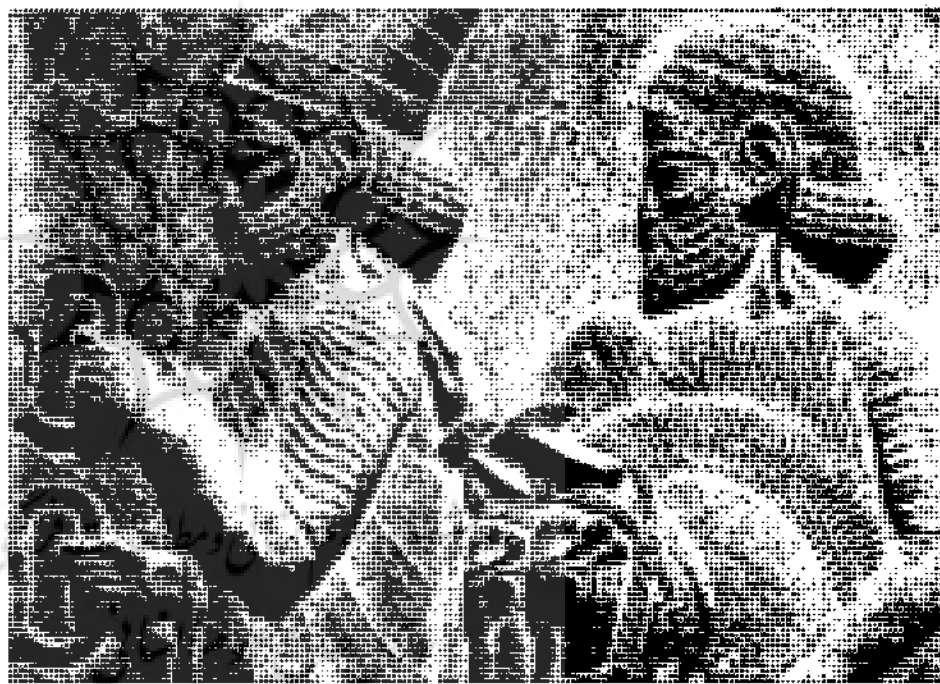
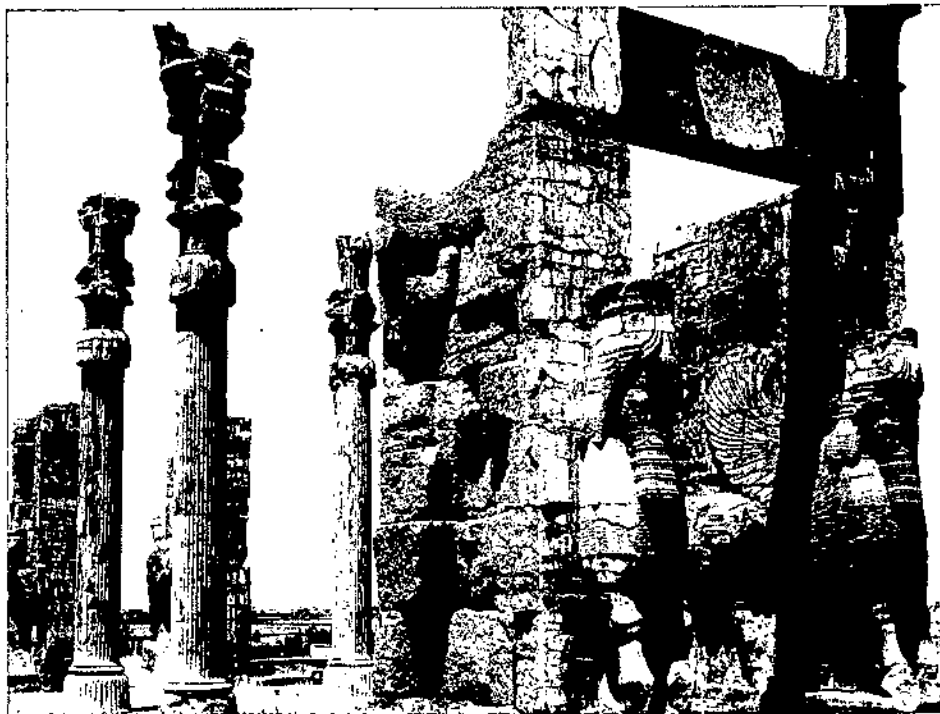
(۴) برگردان واژه "coextensive" به «همگستر»: «اکثر آدمیان... لزوما نمی‌دانند که رمزگان مورد استفاده آنها باشیوه نمادین همگستر نیست» (ص. ۹۶). با وجود ابهاماتی که بیان شد باید اذعان کرد که ترجمه این کتاب کار شاق و پر زحمتی بوده است و مترجم محترم نهایت تلاش خود را برای انتقال مقتصدانه مطلب با حفظ امانت به کار بسته است. البته دست گرفتن کتاب ترجمه شده و بیان اشکالاتی از این نوع آسان است. و مسلما این ابهامات در برابر اهمیت و ارزش خود اثر و ترجمه کامل آن رنگمی‌بازند. در مجموع، مطالعه کتاب به محققان ودانشجویان علوم انسانی توصیه می‌شود.

برای عرضه محصولات جهانگردی به این متقاضیان و تدوین برنامه‌های بازاریابی مشخص از طریق پژوهش‌های جهانگردی تبلور پیدا می‌کند. با توجه به هدف سازمان جهانی جهانگردی مبنی بر توسعه و گسترش جهانگردی به عنوان «وسیله‌ای مهم برای تقویت صلح بین‌المللی و تفاهم، توسعه اقتصادی و تجارت بین‌المللی» (صفحه ۴۱۹)، اقدام این سازمان به تهیه کتابی که مختص بررسی ابعاد مختلف سفر خارجی‌ان به یک کشور دیگر باشد طبیعی جلوه می‌کند.

این کتاب که ترجمه آن در حدود ۵۰۰ صفحه است، از پنج بخش تشکیل می‌شود. بخش اول در قالب دو فصل به ارائه تعاریف پایه از «مسافرت و جهانگردی»، انواع مسافرت، تاریخچه مسافرت و جهانگردی و روندها و الگوهای سفر و جهانگردی در مناطق مختلف جهان می‌پردازد.

بخش دوم کتاب در قالب فصول سه تا شش اجزاء تشکیل‌دهنده محصولات جهانگردی را معرفی می‌کند. هر جهانگرد برای رسیدن به مقصد موردنظر در قدم اول به خدمات حمل و نقل نیاز دارد. با توجه به گوناگونی شیوه‌های حمل و نقل و پیشرفت‌های تکنولوژیک در هر شیوه. از حمل و نقل زمینی تا حمل و نقل آبی و هوایی. فصل سوم این شیوه‌ها را توضیح می‌دهد. در فصل چهارم، انواع اقامتگاه و خدمات پذیرایی که یکی از اجزای مهم هزینه سفر اکثر مسافران جهانگردی، بویژه جهانگردان تفریحی را تشکیل می‌دهد و نیز مسائل مربوط به مالکیت و مدیریت اقامتگاه‌ها مورد بررسی قرار گرفته است. خدمات جهانگردی تا حد زیادی به صورت غیرمستقیم و از طریق واسطه‌هایی چون آژانس‌های مسافرتی به متقاضیان عرضه می‌شود. فصل پنجم به معرفی سازمان‌های واسطه در امور سفر و جهانگردی و بیان تاثیر پیشرفت‌های تکنولوژیک بر سیستم توزیع محصولات جهانگردی می‌پردازد. سفرهای جهانگردی برحسب انگیزه یا هدف جهانگرد، به سفرهایی چون، سفرهای «درمانی»، «زیارتی»، «کاری»، «فرهنگی» و «ورزشی» قابل تقسیم‌بندی است. هر یک از این نوع سفرها طبیعتاً محصولات خاص خود را می‌طلبند که فصل ششم تحت عنوان «محصولات و خدمات ویژه جهانگردی» به آن می‌پردازد. برای مثال، جهانگردان فرهنگی به محل موزه‌ها، نمایشگاه‌ها و بناهای تاریخی می‌روند تا از خدمات ذریعاً مانند دیدن آثار تاریخی و نمایشنامه و شنیدن برنامه ارکستر سمفونی بهره‌مند شوند.

بخش سوم کتاب که فصول هفت تا نه را در برمی‌گیرد به بررسی عرضه و تقاضای خدمات مسافرتی و جهانگردی می‌پردازد و در نهایت، با ترکیب نمودن نتایج این دو نوع بررسی تلاش‌های سازمان‌های پژوهشی ذریعاً را برای ارزیابی و برآورد تقاضای جهانگردی، مورد بررسی قرار می‌دهد. فصل هفتم، تحت عنوان «بخش‌بندی بازار جهانگردی و روانشناسی مسافرت» ضمن طبقه‌بندی انگیزه‌های متقاضیان سفر و جهانگردی مانند سفر برای دیدن دوستان و بستگان و سفر برای کسب و کار، به بررسی عوامل جمعیتی، اجتماعی و شرایط زندگی که گروه‌های مختلف متقاضی جهانگردی را از هم تفکیک می‌کند، می‌پردازد. فصل هشتم، بازاریابی محصولات جهانگردی توسط سازمان‌های عرضه‌کننده این محصولات را بررسی می‌کند. این فصل ضمن بیان ویژگی‌های خدمات جهانگردی مانند عدم امکان احتکار آن برای عرضه در یک فصل خاص، تلاش‌های عرضه‌کنندگان برای بخش‌بندی بازار برحسب ویژگی‌های مختلف متقاضیان سفر و جهانگردی را تشریح می‌کند و استراتژی‌های آنها را برای تامین این نیازها مورد بحث قرار می‌دهد.



● اگر گروه‌های جهانگرد بر اساس انگیزه‌ها و اهداف، به جهانگردان درمانی، ورزشی، کاری، تفریحی، فرهنگی و آموزشی قابل تقسیم‌بندی باشند، با توجه به نیازهای خاص این گروه‌ها و امکانات اقتصادی و محدودیت‌های مختلف مانند مغایرت تامین نیازهای جهانگردان تفریحی با ارزش‌های دینی در کشور، جذب جهانگردان فرهنگی باید سرلوحه برنامه‌ها و سیاستگذاری‌های جهانگردی قرار گیرد.

● نویسندگان، ضمن بیان ویژگی‌های خدمات جهانگردی مانند عدم امکان احتکار آن برای عرضه در یک فصل خاص، تلاش‌های عرضه‌کنندگان را برای بخش‌بندی بازار برحسب ویژگی‌های مختلف متقاضیان سفر و جهانگردی تشریح کرده، استراتژی‌های آنها را برای تامین این نیازها مورد بحث قرار می‌دهند.

بخش چهارم کتاب به موضوع بحث برانگیز انواع اثرات جهانگردی اختصاص دارد. در دهه‌های اول پس از جنگ جهانی دوم که بر اثر رشد اقتصادی و افزایش درآمد در کشورهای توسعه یافته و تحولات تکنولوژیک در جابجایی مسافران و عرضه خدمات جهانگردی، سفر و جهانگردی شدید گسترش یافت، اثرات اقتصادی مثبت جهانگردی مانند افزایش درآمد ملی، ایجاد اشتغال و ارزآوری، سیاستگذاران را به اختصاص منابع نسبتاً هنگفت برای گسترش این فعالیت سوق داد. فصل دهم کتاب به تأثیر جهانگردی در توسعه اقتصادی و معرفی این آثار و روش‌های اندازه‌گیری آن اختصاص دارد. اما آثار جهانگردی در عمل به آثار اقتصادی مثبت آن ختم نشد و پیامدهای زیانبار اجتماعی و فرهنگی مانند سست شدن ارزش‌های جامعه بومی به علت مرآوده با جهانگردان خارجی و تأثیر منفی الگوی مصرف این جهانگردان بر طبقه متوسط و مرغه جوامع جهانگردپذیر (در کشورهای در حال توسعه) را در پی داشت. فصل پانزدهم به بیان این آثار و نیز معرفی استراتژی‌های کنترل آثار فرهنگی و اجتماعی جهانگردی، اختصاص دارد. فصل دوازدهم مشخصاً به آثار منفی جهانگردی بر محیط زیست کشورهای جهانگردپذیر می‌پردازد و ضمن بیان نتایج چند مطالعه موردی درباره تأثیر منفی جهانگردی بر محیط زیست منطقه یا کشور مقصد، استراتژی‌های کنترل اثرات فوق را معرفی می‌کند.

دولت‌ها از طریق ابزارهای سیاستی گوناگون مانند سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی، تنظیم مقررات و سیاست‌های مستقیم و غیرمستقیم دیگر، عملاً نقش تعیین‌کننده‌ای در روند گسترش جهانگردی ایفا کرده‌اند. بخش پنجم و نهمی کتاب تحت عنوان «برنامه‌ریزی و سیاست‌های جهانگردی» با فصل سیزدهم آغاز می‌شود که در آن مبانی نظری دخالت دولت در بخش سفر و جهانگردی، نقش عملی بخش عمومی در برنامه‌ریزی جهانگردی و دخالت سطوح مختلف دولت از دولت محلی تا دولت ملی و سازمان‌های بین دولتی در جهان در آن مطرح شده است. سازمان ملی جهانگردی در هر کشور، مهمترین مجرای اقدامات مستقیم دولت برای اثرگذاری بر کم و کیف عرضه خدمات مسافرتی و جهانگردی است که در قسمت پایانی این فصل به آن پرداخته شده است. با توجه به تأثیرات متقابل سیاست دولت در کشورهای مختلف بر گسترش جهانگردی، در دهه‌های اخیر عرضه سیاستگذاری در فعالیتهای مسافرتی و جهانگردی، مرزهای ملی را در نوردیده و به پیدایش سازمان‌های بین دولتی در این حوزه انجامیده است. فصل چهاردهم ضمن بیان هدفهای شکل‌گیری این سازمانها و معرفی مهمترین آنها مانند سازمان جهانی جهانگردی و سازمان بین‌المللی هواپیمایی کشوری، نشان می‌دهد که شرکتها و سازمانهای خصوصی (بویژه در عرصه حمل و نقل) در تنظیم مقررات منطقه‌ای و جهانی در زمینه برخی فعالیت‌های مسافرتی و جهانگردی دست دارند. فصل پانزدهم در ادامه مطالب بخش پنجم کتاب که مختص برنامه‌ریزی و سیاست‌های جهانگردی است، مشخصاً به فنون برنامه‌ریزی جهانگردی، ضرورت‌های آن و ارکان یک برنامه عملی جهانگردی اختصاص دارد.

نیروی انسانی یکی از عوامل بسیار مهم در گسترش کم و کیف خدمات مسافرتی و جهانگردی است و به همین دلیل فصل شانزدهم در قالب مطالبی چون برنامه‌ریزی نیروی انسانی، تربیت نیروی انسانی در صنعت جهانگردی و مسائل مبتلابه توسعه منابع انسانی در صنعت جهانگردی، به این مهم

● **مهمترین ویژگی کتاب حاضر این است که چند رشته‌ای بودن مطالعه جهانگردی را نشان می‌دهد. مباحث متنوع این اثر، بر اهمیت مطالعات اقتصادی، جامعه‌شناختی و روانشناختی در برنامه‌ریزی و سیاستگذاری جهانگردی دلالت دارد**

● **تکرار غیر ضروری برخی از موضوعات، انحراف از مباحث اساسی و کلان به مباحث جزئی و خرد (در بعضی از موارد) و بعضاً عدم رعایت نظم و توالی منطقی فصول، از جمله نواقص این اثر محسوب می‌شود**

پرداخته است. فصل هفدهم به عنوان نتیجه‌گیری و فصل پایانی کتاب، آینده صنعت جهانگردی، نقش منابع انسانی در رشد آن و به طور کلی، آینده مقوله جهانگردی پایدار را مطرح نموده است. گفتنی است هر فصل کتاب با بیان مطالب اصلی فصل آغاز می‌شود و با ذکر خلاصه این مطالب و طرح چند پرسش (برای آزمون فهم این مطالب توسط خواننده) پایان می‌یابد. همانطور که از معرفی مجموعه مطالب کتاب «جهانگردی در چشم اندازی جامع» برمی‌آید با توجه به اطلاعات نگارنده شاید در ایران نخستین کتابی باشد که کمابیش کلیه ابعاد جهانگردی خارجی را در یک کشور را مورد بحث قرار داده است. به نظر می‌رسد مهمترین ویژگی این کتاب آن باشد که چند رشته‌ای بودن مطالعه جهانگردی را نشان می‌دهد. بحث تئوری‌های انگیزه سفر (صفحات ۲۲۷-۲۱۹) که مبنای برنامه‌های بازاریابی دولت و نگاه‌های جهانگردی قرار می‌گیرد، ریشه در مطالعات «روانشناختی» دارد. بررسی اثر اجتماعی و فرهنگی جهانگردی، خواننده را با اهمیت مطالعات «جامعه‌شناختی» در ارزیابی این آثار آگاه می‌کند و در نهایت، بررسی ابعاد اقتصادی فعالیت‌های جهانگردی مانند ضریب تکاثری این فعالیت‌ها در مورد متغیرهای اقتصادی کلان مانند سطح درآمد و اشتغال در اقتصاد ملی (صفحات ۳۰۷-۳۰۵) «نقش و نظریه اقتصادی» در برنامه‌ریزی بخش جهانگردی را نشان می‌دهد.

در مقایسه با ادبیات جهانگردی در کشور شاید مزیت اصلی این کتاب آن باشد که اثرات اجتماعی و فرهنگی منفی جهانگردی و نیز آثار زیانبار آن در تخریب محیط زیست را برجسته و تشریح کرده است. (فصول ۱۲ و ۱۳) زیرا در این ادبیات (که اوایل دهه ۱۳۷۰ به همت معاونت پژوهشی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی، مجموعه‌ای از آن، اعم از آثار تحقیقی، تالیفی، ترجمه

شده و گزارش‌های دولتی، شناسایی و طبقه‌بندی شده است) عموماً از آثار اقتصادی مثبت جهانگردی خارجی سخن گفته شده است. البته این آثار مثبت به دلیل قلت نسبی شمار جهانگردان خارجی در ایران (حتی، در سال‌های پیش از انقلاب که شرایط مناسبی برای جذب جهانگردان تفریحی که پرشمارترین گروه جهانگردان در جهان هستند فراهم بود) و مهمتر از آن، عدم قیاس درآمدهای ارزی حاصل با منبع دیگر درآمد ارزی در کشور یعنی صادرات نفت، عملاً تحقق پیدا نکرده و این آثار در سطح انتظارات و خیالپردازی‌های محققان، دست‌درکاران و سیاستگذاران باقی مانده است و بس. البته متقابلاً باید گفت آثار اجتماعی و فرهنگی منفی جهانگردی خارجی در ایران نیز به دلیل عدم تحقق پدیده جهانگردی انبوه‌ترین گروه در کشور، به وقوع نپیوسته است اما نشانه‌های مشهود این آثار منفی به ویژه تخریب محیط زیست رامی‌توان در قالب گردشگری انبوه داخلی دید (مثلاً، تخریب اراضی کشاورزی در مناطق شمالی کشور و آلوده شدن سواحل دریای خزر) که دست‌اندرکاران و سیاستگذاران بویژه سیاستگذاران محلی را به یافتن راه‌های جلوگیری از این عواقب نامطلوب فعالیت‌های مسافرتی و جهانگردی در مناطق جهانگردپذیر کشور فرا می‌خواند.

مطالب بالا به این معنا نیست که امکان جذب جهانگرد خارجی به کشور کاملاً نفی شود، اما همانطور که فصل ششم کتاب در قالب معرفی انواع سفرهای جهانگردی و نیز مطالب فصل هفتم درباره انگیزه‌های سفر نشان می‌دهد، اگر گروه‌های جهانگرد بر اساس این انگیزه‌ها و هدفها به جهانگردان درمانی، ورزشی، کاری، تفریحی، فرهنگی و آموزشی قابل تقسیم‌بندی باشد با توجه به نیازهای خاص این گروه‌ها و امکانات اقتصادی و محدودیت‌های مختلف (مانند معایرت تامین نیازهای جهانگردان تفریحی با ارزش‌های دینی در کشور، جذب جهانگردان فرهنگی باید سرلوحه برنامه‌ها و سیاستگذاری‌های جهانگردی قرار گیرد).

در بیان نقاط ضعف این کتاب باید گفت: اولاً، برخی از موضوعات آن که در یک فصل یا بخش مستقل به صورت مفصل مطرح شده در فصلی دیگر به شکلی غیر ضروری تکرار شده است. برای مثال اجزای تشکیل‌دهنده صنعت مسافرت و اثرات مسافرت و جهانگردی که به ترتیب، موضوع بخش‌های دوم و سوم کتاب را تشکیل می‌دهد در فصل اول کتاب (صفحات ۵۰-۴۰) تکرار شده و همین امر، بر حجم کتاب افزود است. ثانیاً، در حالی که مباحث فصول مختلف جنبه توصیفی و بیان وضع موجود را دارد، در برخی موارد مانند مبحث «مدیریت میهمان‌پذیرها» نویسندگان به‌باید و نیابدها یا طرح مباحث سیاستی پرداخته‌اند. ثالثاً، در برخی مباحث توجه نویسندگان از میان مباحث کلان (که رویه حاکم بر کل کتاب است) به سوی طرح مباحث خردمانند مقررات هواپیمایی و جزئیات قراردادهای هوایی (صفحات ۱۰۵-۹۷) منحرف شده است. در نهایت، ترتیب مطالب برخی فصول فاقد نظمی توالی منطقی است.

برای مثال، در فصل پانزدهم، نویسندگان ابتدا «انواع برنامه‌ریزی جهانگردی» را مطرح نموده و سپس به بحث «نیاز به برنامه‌ریزی جهانگردی» پرداخته‌اند.

ترجمه این کتاب نیز چند نقیصه دارد که مهمترین آن‌ها بیان خواهد شد. اولاً، مترجمان برای اکثر اصطلاحات فنی، به ویژه اصطلاحات اقتصادی، معادل مناسبی را اختیار نکرده‌اند و به نظر می‌رسد این امر از عدم تخصص آنان در رشته‌های ذیربط سرچشمه می‌گیرد. برای مثال، در صفحه ۳۳۴، آنجا که تفاوت‌های «کالا» (به عنوان محصول فیزیکی و ملموس) و «خدمات»

(به عنوان محصول غیرملموس) مطرح شده، به جای واژه «کالا» واژه «محصول» را معادل لغت good قرار دادند. همچنین، در صفحه ۳۱۰ عبارت «تجزیه و تحلیل هزینه - فایده» (که یکی از روشهای ارزیابی و برآورد مجموعه آثار اقتصادی و غیراقتصادی مثبت یا منفی سرمایه‌گذاری‌های مختلف از جمله سرمایه‌گذاری‌های جهانگردی است) اشتباه، «تجزیه و تحلیل هزینه - سود» ترجمه شده است. موارد دیگری از این قبیل وجود دارد که نمونه‌ای از آن، ذیلا (ابتنا معادل نامناسب و سپس شکل تصحیح شده آن) ذکر می‌گردد: (۱) ص ۳۰۵: الگوی مبتنی بر ضریب و گردش درآمد - الگوی مبتنی بر ضریب تکاثری و گردش درآمد

(۲) ص ۳۰۷: ضریب اشتغال - ضریب تکاثری اشتغال
(۳) ص ۳۰۸: تجزیه و تحلیل داده‌ها و ستاده‌ها - تحلیل داده - ستانه

(۴) ص ۲۴۰: کانال توزیع - شبکه توزیع
(۵) ص ۱۸۰: گردش‌های فرهنگی - گردشگری فرهنگی
(۶) ص ۳۹۶: اثرات محیطی - اثرات زیست‌محیطی
با توجه به اینکه براساس اطلاعات نگارنده، مترجمان این کتاب تاکنون در حوزه‌های بسیار متفاوت مانند بودجه‌بندی و برنامه‌ریزی دولتی، مدیریت و اخیراً، جهانگردی کتاب ترجمه کرده‌اند و به نظر می‌رسد ترجمه متون را به عنوان فعالیت حرفه‌ای و فارغ از علائق مطالعاتی در رشته‌ای خاص انجام می‌دهند شاید بهتر این باشد که اینگونه مترجمان، هنگام وضع معادل برای اصطلاحات فنی، دست کم به ادبیات رشته ذیربط مراجعه نمایند. در میان اصطلاحات غیراقتصادی که به عنوان معادل نامناسب انتخاب شده‌اند، مثال، می‌توان به واژه «نوشابه» (ص ۱۱۱) در عبارت «صنعت تامین غذا و نوشابه» اشاره کرد که به نظر می‌رسد معادل صحیح‌تر آن، «نوشیدنی‌ها» باشد.

ثانیا، مترجمان در معرفی واژه‌های تخصصی متن اصلی، وحدت رویه نداشتند. مثلا در صفحه ۹۲، برای اصطلاح پروازهای منظم، واژه اصلی آن یعنی Service Scheduled را در زیرنویس همین صفحه آورده‌اند و در مقابل، برای بسیاری از عبارات و واژه‌های تخصصی مانند «جهانگردی مبتنی بر سیستم اقتصادی» (در صفحه ۷۱) و اصطلاحات شماره ۱، ۲، ۳ و ۴ که در بند قبلی ذکر شد، واژه اصلی را ذکر نکرده‌اند. به‌طور کلی، آوردن واژه اصلی در زیرنویس‌ها یا در پایان کتاب این مزیت را دارد که اگر مترجم معادل مناسب و گویایی را انتخاب نکرده باشد خواننده با اطلاع از واژه اصلی به معنای درست آن در جمله پی خواهد برد.

ثالثا، مترجمان در بیان ماخذهای مورد استفاده نویسندگان کتاب برخلاف رویه معمول که نام نویسنده را ماخذ را به زبان اصلی (مثلا به زبان انگلیسی) ذکر می‌کنند خواننده را براساس معادل فارسی نام نویسنده ماخذ مورد نظر ارجاع داده‌اند و این اقدام مترجمان، زمینه را برای طرح یک پیشنهاد قابل تامل در زمینه نحوه اشاره به ماخذهای مورد استفاده نویسندگان متن اصلی، در هنگام ترجمه کتب یا مقالات فراهم می‌کند که فوایدی بر آن مترتب است.

پیشنهاد نگارنده این است که ماخذها شماره‌گذاری شوند و در متن ترجمه شده برای ارجاع خواننده به ماخذ مورد نظر، به جای نام نویسنده شماره ماخذ آورده شود. برای مثال، در همین کتاب، یکی از ماخذهای مورد استفاده نویسندگان متن اصلی، این مقاله است:

این مقاله براساس حروف الفبایی نام نویسندگان، سومین ماخذی است که در پایان کتاب معرفی شده است (در صفحات

● در کار ترجمه این اثر، اشکالاتی مانند عدم انتخاب معادل‌های مناسب برای واژه‌های تخصصی، عدم درج زیرنویس به زبان اصلی برای برخی واژه‌های تخصصی و عدم رعایت اصل «کوتاه‌نویسی» به چشم می‌خورد.

● جهانگردی در کنار اثرات اقتصادی مثبت مانند افزایش درآمد ملی، ایجاد اشتغال و ارزآوری، پیامدهای زیانبار اجتماعی و فرهنگی مانند سست شدن ارزش‌های جامعه بومی به علت مرادده با جهانگردان خارجی و تاثیر منفی الگوی مصرف این جهانگردان بر طبقه متوسط و مرفه جوامع جهانگردپذیر را نیز داشته است.

● دولتها، از طریق ابزارهای سیاستی گوناگون مانند سرمایه‌گذاری‌های زیربنایی، تنظیم مقررات و سیاست‌های مستقیم و غیرمستقیم دیگر، عملا نقش تعیین‌کننده‌ای در روند گسترش جهانگردی ایفا نموده‌اند.

Archer, B(1982). The value of multipliers and their policy implications. Tourism Management, 3, 236-241.
۵۰۸ - ۳۹۹). براساس پیشنهاد فوق به جای بیان نام فارسی یا انگلیسی نویسنده در متن ترجمه شده، خواننده به شماره این ماخذ (در اینجا شماره ۳) ارجاع داده شود. به عبارت دیگر، خواننده برای توضیحات بیشتر به ماخذ ۳ مراجعه کند. مزیت اصلی این پیشنهاد آن است که صرف‌مجویی نسبتا قابل توجهی در تعداد صفحات متن ترجمه شده حاصل می‌شود. برای مثال، در کتابی چون «جهانگردی در چشم‌اندازی جامع» که بیش از ۱۰۰ ماخذ را مورد استناد قرار داده و به مجموعه این ماخذها، در داخل متن نزدیک به ۱۰۰۰ بار ارجاع شده است کوتاه شدن عبارت مورد استفاده برای ارجاع (برای مثال، در ص ۲۹۸ کوتاه کردن عبارت «به واحد اطلاعات اقتصادی، ۱۹۹۲، مراجعه کنید» با عبارتی جایگزین مانند «ماخذ ۲۱») نزدیک به ۱۰۰۰ سطر صرف‌مجویی در کل متن را در پی دارد و اگر هر صفحه متن به طور متوسط، ۲۵ سطر داشته باشد، حدود ۴۰ صفحه در کل صفحات متن صرف‌مجویی شده است. این صرف‌مجویی در تعداد صفحات کتاب، بر قیمت کتاب اثر کاهشی دارد و از آنجا که قیمت کتاب یکی از عوامل موثر در تصمیم‌مصرف‌کننده به خرید آن است بر تقاضای آن اثر مثبت خواهد گذاشت.

مزیت زیباشناختی شماره‌گذاری ماخذها به جای بیان نام نویسنده به زبان متن اصلی این است که متن ترجمه شده تماما به زبان فارسی خواهد بود و برخلاف تقریبا تمام متون ترجمه شده در کشور، نقیصه کاربرد نونوع خط (فارسی و انگلیسی) در یک متن را ندارد. بربنیای این پیشنهاد، حتی واژه‌های اصلی تخصصی را می‌توان به جای معرفی در

زیرنویس‌ها، در پایان کتاب و به صورت واژه‌نامه الفبایی موضوعات، نامها و امثال آن آورد. به هر حال، اقدام مترجمان کتاب به ترجمه نام‌نویسندگان در هنگام معرفی ماخذهای مورد استفاده، هرچند این حسن را داشته که صفحات کتاب را به‌مخلوطی از واژه‌های انگلیسی و فارسی در کنار یکدیگر مبدل نکرده، اما تکرار این موارد فضای نسبتا زیادی از کتاب را اشغال کرده است. گفتنی است که مترجمان، در برخی موارد برخلاف رویه مورد اشاره، نام انگلیسی ماخذ مورد استفاده را آوردند (مانند معرفی ماخذ مورد استفاده در انتهای جدول ۴.۲، ص ۱۱۸).

به طور کلی به نظر می‌رسد کوتاه‌نویسی در ترجمه‌باید به عنوان یک معیار ترجمه خوب مورد توجه مترجمان قرار گیرد. هنر یک مترجم شایسته آن است که معنای هر جمله متن اصلی را حتی الامکان در قالب عبارت کوتاه‌تر، البته به شرط رعایت سایر معیارهای یک ترجمه خوب، به خواننده منتقل کند. این امر، کارانتقال معانی به خواننده را تسریع و تسهیل می‌کند. بحث تفصیلی درباره این مشخصه ترجمه خوب را به جای دیگری موکول می‌کنیم. اما همین جا باید گفت که ترجمه مورد بررسی فاقد این مشخصه است و همین نقیصه، به سهولت و روانی متن ترجمه شده آسیب‌رسانده است.

برای مثال، در صفحه ۲۵۹، به جای عنوان «عواملی که موجب افزایش یا کاهش اثرات جهانگردی می‌شود» مترجمان می‌توانستند عبارت ساده‌تر «عوامل افزایش یا کاهش اثرات جهانگردی» را قرار دهند. همچنین موارد زیر نیز به عنوان نمونه قابل ذکر است:

ص ۳۱۶: موایی که در محیط وجود دارند - موانع محیطی
ص ۱۹۲: اجزای اصلی تشکیل دهنده گردشگری‌ها - اجزای اصلی گردشگری‌ها

ص ۳۳۲: اثراتی که جهانگردی بر جامعه می‌گذارد - اثرات جهانگردی بر جامعه

به عنوان آخرین نقیصه مهم و قابل ذکر در ترجمه کتاب که در متن ترجمه شده، بارها تکرار شده و برارایش کتاب اثر نامطلوبی بر جا گذاشته است دو نمونه مطرح می‌شود. در صفحه ۱۰۸، در ستون دوم جدول ۴.۲ که سیستم طبقه‌بندی مهمات‌خانه‌ها را نشان می‌دهد عبارت «AAA امریکا» به عنوان یکی از این طبقه‌بندی‌ها معرفی شده است. همچنین در صفحه ۱۲۲، جدول ۴.۳ عینا از متن اصلی کپی گرفته شده و به همین دلیل، عناوین ستون‌های جدول به زبان انگلیسی و فاقد ترجمه فارسی است.

این نقیصه که در برخی کتب ترجمه شده دیگر قابل مشاهده است به نظر می‌رسد از شتابزدگی مترجمان در ترجمه کتب ناشی می‌شود و این به نوبه خود شاید اساسا به تلاش ناشر برای تقلیل هزینه آماده‌سازی کتاب، باز می‌گردد. این پدیده که مهمترین وجه آن متاسفانه در شکل عدم استفاده از ویراستاران ادبی و فنی و عوامل دیگری که می‌توانند بر کیفیت محتوایی متن ترجمه شده اثر یکنارند تجلی پیدامی‌کند یک اپیدمی شایع در فعالیت ترجمه متون تخصصی در ایران است که امید می‌رود رفع آن مورد توجه ناشران علاقمند به عرضه آثار ممتاز قرار گیرد.