

مدیریت گردشگری و اثرات فرهنگی، اجتماعی آن بر جوامع

محمدعلی نادی^۱

مهرداد صادقی ده چشمه^۲

چکیده:

در این مقاله، باتوجه به اهمیت موضوع گردشگری در چند دهه اخیر که یکی از موضوعات مهم، واز پردرآمدترین صنعت روز دنیا لقب گرفته و بازتابی از شرایط اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی هر جامعه می باشد. برنامه ریزی برای استفاده مطلوب از این صنعت برای کشورها می تواند تأثیر قابل توجهی در بهبود کیفیت زندگی اجتماعی و اقتصادی و فرهنگی جامعه داشته باشد. باتوجه به این اهمیت، در این مقاله ابتدا تعریف فرهنگ و گردشگری مورد توجه قرار گرفته است، سپس رابطه بین فرهنگ و گردشگری و براساس ارتباطی که بین این دو مقوله در نظر گرفته شده، اثرات فرهنگی و اجتماعی گردشگری بر جوامع بررسی شده است. در پایان آموخته های حاصل از این مطالعه با توجه به شرایط اجتماعی، فرهنگی و ارزشهای جامعه به تعیین و ارائه راهکارهای مناسب برای مدیریت گردشگری کشور می انجامد. هدف اصلی این مقاله مدیریت گردشگری و اثرات فرهنگی و اجتماعی آن بر جوامع و ارائه راهکارهای مناسب جهت ارتقای مدیریت این صنعت می باشد. این مقاله بر مبنای مطالعات کتابخانه ای صورت بندی شده و نتایج آن نشان میدهد که صنعت گردشگری بر روی محیط های گردشگری تأثیرات فرهنگی و اجتماعی گوناگونی بر جای می نهد به هر حال برای کاهش و کنترل آثار منفی اجتماعی _ فرهنگی توسعه گردشگری، در میان جوامع میزبان راهکارو استراتژیهای بسیاری وجود دارد که می توان با در نظر گرفتن تفاوت های فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی و سیاسی این جوامع مناسبترین گزینه را انتخاب و اجراء نمود.

واژگان کلیدی: مدیریت گردشگری، فرهنگ، گردشگری فرهنگی، اثرات فرهنگی

Email:Nadi2248@yahoo.com

^۱ عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان

Email:Mehrdad.sadeghi61@yahoo.com

^۲ دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد اسلامی واحد خوراسگان