

عنوان مقاله:

رسانه ها و تصویرسازی مقصد گردشگری

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی جغرافیا، گردشگری، منابع طبیعی و توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسنده:

بهنام رضاقلی زاده - کارشناس ارشد مدیریت رسانه و پژوهشگر صدا و سیما

خلاصه مقاله:

رسانه ها در همه اشکال خود، نقش برجسته ای را در بازنمایی ها و ترسیم مناطق و مقصدهای گردشگری ایفا می کنند. تصورات مطلوب یا نامطلوب مردم در خصوص یک مکان یا کشور خاص را می توان از طریق اشکال فرهنگ عامه در رسانه ها مثل فیلم ها، سریال های تلویزیونی و ترکیبات ادبی آن کشور شکل داد و این امر نقش مهمی را بر فرایند تصمیم گیری در خصوص مقصد و نحوه گذران تعطیلات ایفا می کند. هدف این مقاله، بیان اهمیت بازنمایی های رسانه ای در تصویرسازی از یک مکان یا مقصد گردشگری بوده و این نوشتار نمونه هایی از نوع رسانه هایی را که در تصویرسازی از مکان دارای کارکردهای مثبت و منفی هستند، مورد مطالعه و کنکاش قرار می دهد.

کلمات کلیدی:

تصویرسازی مکان، بازنمایی رسانه ای، فیلم ها و سریال های تلویزیونی، اشکال ادبی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/357373>

