

عنوان مقاله:

چالش ها و راهکارهای تاسیس تلویزیون گردشگری در ایران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات فرهنگ ارتباطات، دوره 19، شماره 43 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 23

نویسنده:

محمد قلی میناوند - استادیار دانشکده ارتباطات و رسانه دانشگاه صدا و سیما

خلاصه مقاله:

ایران دهمین کشور دنیا از لحاظ میراث فرهنگی، تمدن بشری و جاذبه های گردشگری است، اما از نظر جذب گردشگر در رتبه های پایین قرار دارد. گردشگری در دنیای کنونی یکی از مه مترین راه های جذب درآمد و توسعه محسوب می شود و کشورهای مستعد گردشگری با بهره گیری از روش های مختلف و از جمله راه اندازی شبکه های تلویزیونی گردشگری تلاش می کنند سهمی از صنعت گردشگری را به خود اختصاص دهند. روش این تحقیق تحلیلی توصیفی است و با بهره گیری از تکنیک مصاحبه عمیق و استفاده از دیدگاه های برخی کارشناسان رسانه، ارتباطات و گردشگری، به موضوع چالش ها و راهکارهای تاسیس تلویزیون گردشگری در ایران پرداخته است. در این بررسی با رعایت اصل اشباع، با 14 نفر از کارشناسان آشنا با موضوع مصاحبه شده است. از دو پرسش اصلی این پژوهش، در یکی به چالش ها و مشکلات راه اندازی این شبکه پرداخته شده و در دیگری شناسایی الگوی اولیه تلویزیون گردشگری داخلی موردتوجه بوده است. نتایج پژوهش حاکی است که بیشتر صاحب نظران مشکلات راه اندازی شبکه گردشگری را شامل مشکلات قانونی، سیاسی، اقتصادی و حرف های دانسته اند. مشکل قانونی، تنها به انحصار بیودن رادیو و تلویزیون مربوط می شود. از نگاه کارشناسان، مشکلات حرف های شامل پنج مشکل مدیریتی، فنی، نیروی انسانی، جذب مخاطبان و همچنین رقابت با تلویزیون دولت یاند. همچنین چالش های مالی و اقتصادی در راه اندازی شبکه گردشگری، شامل گرا نبودن تولیدات رسانه ای و پرهزینه بودن ماهیت کار رسانه عنوان شده اند. الگوی این شبکه گردشگری از نگاه کارشناسان، الگوی رسانه خدمت عمومی است؛ رسانه ای که باید مخاطب محور باشد و برنامه های آن با توجه به نیاز مخاطب تولید و پخش شوند.

کلمات کلیدی:

گردشگری، رسانه، الگوی تاسیس، میراث فرهنگی، شبکه تلویزیونی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/835582>

