

عنوان مقاله:

تعیین کارکردهای رسانه ای در توسعه گردشگری مذهبی با تاکید بر بقاع متبرکه

محل انتشار:

کنگره ملی امامزادگان با محوریت حضرت سید جلال الدین اشرف (سال: 1395)

تعداد صفحات اصل مقاله: 26

نویسندگان:

مهدی اثنی عشران - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه (دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان)

رضا اسماعیلی - دکتری جامعه شناسی و عضو هیئت علمی و دانشیار دانشگاه آزاد اسلامی اصفهان خوراسگان

خلاصه مقاله:

در عصر حاضر رسانه ها نقش کلیدی در توسعه گردشگری را برعهده دارند. گردشگری که امروزه از آن با عنوان یک صنعت یاد می شود ابعاد گوناگونی دارد که یکی از مهم ترین آنان گردشگری مذهبی می باشد. تمامی ادیان و مذاهب در سراسر جهان اماکن، آثار، سنتها و مراسم های مذهبی مختلف دارند که به یکی از جاذبه های مهم گردشگری آن ها تبدیل شده است. در این میان دین اسلام و مسلمانان نقش به سزایی در این شاخه از گردشگری دارند. مراسم حج، زیارت اماکن مقدس و وجود مراسم های عزاداری یا جشن های مذهبی مسلمانان از بزرگ ترین رویدادهای گردشگری مذهبی در جهان هستند. وجود هزاران بقعه، امامزاده، مسجد، حسینیه، قدمگاه و آرامگاه شخصیت های مذهبی در ایران به اهمیت گردشگری مذهبی افزوده است این مقاله با روش مروری تحلیلی کارکردهای رسانه را در ابعاد اطلاع رسانی، آموزشی، ارشادی، تفریحی و سرگرمی بررسی و نمونه هایی از مصادیق آنان در اماکن مذهبی و بقاع متبرکه را عنوان می کند. سپس به بررسی بسترهای رسانه ای من جمله سینما و تلویزیون، اینترنت و فضای مجازی و ارائه تکنیک ها و راهکارها و پیشنهادهایی در این خصوص می پردازد.

کلمات کلیدی:

گردشگری مذهبی، توریسم، بقاع متبرکه، امامزادگان، وقف، اوقاف

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/966637>

