

عنوان مقاله:

کارکرد گرافیک در توسعه گردشگری

محل انتشار:

چهارمین همایش بین المللی گردشگری، جغرافیا و محیط زیست پاک (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

پرناز گودرزپوری - استادیار گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

الناز یخچالیان - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه ارتباط تصویری، دانشکده هنر، واحد یزد، دانشگاه آزاد اسلامی، یزد، ایران

خلاصه مقاله:

جاذبه های گردشگری از عوامل اثر بخش جذب گردشگر در کشورها به شمار می رود و اهمیت آن به ایجاد فرصت های شغلی و تامین درآمد برای آنها محدود نمی شود و در صورت برنامه ریزی و توسعه همگون و همه جانبه، قادر است منافع مستقیم و غیر مستقیم اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و سیاسی را ایجاد و سهم قابل توجهی را در نقش آفرینی به منظور توسعه ملی، منطقه ای و بین المللی به خود اختصاص دهد. تبلیغات یکی از راهکارهای موثر به منظور تحقق این هدف گذاری به شمار می رود و در معرفی یکی از مهمترین ابزارهای تبلیغاتی می توان به نقش هنر گرافیک اشاره کرد که می تواند به عنوان یکی از گسترده ترین راهکارهای تبلیغاتی، وضعیت صنعت گردشگری یک کشور را بهبود و توسعه بخشد؛ رویکردی که همه کشورها در رقابتی تنگاتنگ برای بهره گیری از مزایای آن هستند. این پژوهش به تبیین و تحلیل تاثیر ابزارهای تبلیغاتی در جذب گردشگر با تاکید ویژه بر نقش هنرهای گرافیکی پرداخته است و بر این موضوع تاکید دارد که این ابزار باید به عنوان یکی از شاخه های علمی، اجتماعی، فرهنگی و ارتباطی با دقت بیشتری مورد مطالعه و استفاده قرار گیرد. نتایج حاصل از این پژوهش، همچنین تایید کننده اهداف تهیه آن مبنی بر اثر بخشی و توسعه صنعت گردشگری با بهره گیری از ابزارهای تبلیغاتی و موید ارتباط معنادار بین موفقیت صنعت گردشگری و استفاده از عنصر گرافیک است..

کلمات کلیدی:

گرافیک، تبلیغات، گردشگری، توسعه پایدار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/984589>

