

1. Record Nr.	UNINA9910483738903321
Autore	Aschenbrand Erik
Titolo	Die Landschaft des Tourismus : Wie Landschaft von Reiseveranstaltern inszeniert und von Touristen konsumiert wird // von Erik Aschenbrand
Pubbl/distr/stampa	Wiesbaden : , : Springer Fachmedien Wiesbaden : , : Imprint : Springer VS, , 2017
ISBN	3-658-18429-9
Edizione	[1st ed. 2017.]
Descrizione fisica	1 online resource (XIII, 260 S. 3 Abb.)
Collana	RaumFragen: Stadt – Region – Landschaft, , 2625-6991
Disciplina	304.2
Soggetti	Human geography Sports—Sociological aspects Human Geography Sociology of Sport and Leisure
Lingua di pubblicazione	Tedesco
Formato	Materiale a stampa
Livello bibliografico	Monografia
Nota di bibliografia	Includes bibliographical references.
Nota di contenuto	Landschaftstheorie -- Verbreitung und Entwicklung landschaftlicher Stereotype -- Diskursanalyse der Tourismuswerbung -- Tourismusforschung in teilnehmender Beobachtung.
Sommario/riassunto	Erik Aschenbrand untersucht, wie Vorstellungen von Landschaft durch Reiseveranstalter modifiziert und verfestigt werden, wo sich die Vorbilder touristischer Landschaftsmotive lokalisierten lassen und wer in der Lage ist, neue werbewirksame Vorstellungen zu erzeugen. Auf der Grundlage genauer Beobachtungen und eigener beruflicher Erfahrungen in der Tourismuswirtschaft analysiert er verschiedene Formen der touristischen Aneignung von Landschaft und erklärt die soziale Konstruktion des ‚Typischen‘, die Abläufe sozialen Distinktionsverhaltens sowie die Mechanismen der sozialen Konstruktion touristischer Landschaften im Besonderen und von Landschaft im Allgemeinen. Der Inhalt Landschaftstheorie Verbreitung und Entwicklung landschaftlicher Stereotype Diskursanalyse der Tourismuswerbung Tourismusforschung in teilnehmender Beobachtung Die Zielgruppen Dozierende und Studierende der Sozialwissenschaften, Geographie und Tourismusforschung Praktikerinnen und Praktiker aus der Tourismusbranche Der Autor Erik Aschenbrand ist wissenschaftlicher Mitarbeiter am Forschungsbereich Stadt- und

