

## چکیده

محققان بر این باورند که منابع اطلاعاتی بر شکل‌گیری تصویر ذهنی از مقصد گردشگری موثرند. بر این اساس، این تحقیق تلاش دارد به بررسی تأثیر منابع اطلاعاتی بر ابعاد تصویر ذهنی و قصد سفر به مقصد گردشگری بپردازد. داده‌های پژوهش از طریق پرسشنامه گردآوری شد و با استفاده از مدل معادلات ساختاری به کمک نرم افزارهای SPSS و Smart PLS 3.0 فرضیه‌ها مورد آزمون قرار گرفت. جامعه آماری پژوهش شامل مسافران غرب استان گیلان بود که در بازه زمانی انجام پژوهش از جاذبه‌های گردشگری غربی این استان دیدن کرده‌اند. به منظور جمع‌آوری داده‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری غیراحتمالی در دسترس، از ۴۲۲ گردشگر نمونه‌گیری به عمل آمد. پایایی پرسشنامه نیز با استفاده از آلفای کرونباخ تأیید گردید. بر اساس تحلیل ساختاری مشخص شد که منابع اطلاعاتی گردشگران تأثیر زیادی بر تصویر ذهنی شناختی و عاطفی گردشگران دارد. به علاوه، تصویر ذهنی شناختی بر تصویر ذهنی عاطفی موثر بود. افزون بر این، تصویر ذهنی شناختی و عاطفی بر تصویر ذهنی کلی از مقصد تأثیری معنی‌دار داشتند. سرانجام، تصویر ذهنی کلی نیز بر قصد سفر گردشگران موثر بود.

**واژگان کلیدی:** گردشگر، منابع اطلاعات، تصویر ذهنی از مقصد، قصد سفر، معادلات ساختاری.