

عنوان مقاله:

نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان

محل انتشار:

مدیریت ارتباطات در رسانه های ورزشی، دوره 6، شماره 4 (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 8

نویسندگان:

میترا ایرانپور مبارکه - کارشناسی ارشد، مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا(س)

ناهید اتقیا - دانشیار مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا(س)

مریم مختاری دینانی - استادیار مدیریت ورزشی، دانشگاه الزهرا(س)

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف تعیین نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان انجام شد. جامعه آماری این تحقیق شامل تمامی مدیران و کارمندان شاغل در سازمان گردشگری و میراث فرهنگی و آژانس های مسافرتی (N=2000) استان اصفهان بوده که از بین آن ها 350 نفر با استناد به فرمول کوکران و به شیوه نمونه گیری تصادفی انتخاب شدند. ابزار جمع آوری داده ها، پرسش نامه محقق ساخته ای با 45 گویه در قالب سه مولفه بود. پس از تعیین روایی صوری و محتوایی، روایی سازه پرسش نامه از طریق تحلیل عامل اکتشافی مورد بررسی قرار گرفت. برای تعیین پایایی ابزار نیز از روش آلفای کرونباخ استفاده شد و ضریب پایایی 812/0 محاسبه شد. نتایج آزمون تحلیل واریانس فریدمن حاکی از آن بود که بین نقش انواع رسانه ها در توسعه گردشگری ورزشی استان اصفهان تفاوت معنادار وجود دارد ($p < 0.05$) و به ترتیب رسانه های سمعی و بصری، رسانه های نوین و رسانه های چاپی در جایگاه اول تا سوم قرار داشتند. بنابراین لازم است در زمینه تقویت هرچه بیشتر رسانه های سمعی و بصری در جهت توسعه بیشتر گردشگری ورزشی در استان اصفهان تمهیدات لازم اتخاذ گردد.

کلمات کلیدی:

واژه های کلیدی: اصفهان، رسانه های جمعی، گردشگری ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1275399>

