

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رسانه و فضای مجازی بر توسعه گردشگری ورزشی استان البرز

محل انتشار:

هفتمین همایش ملی علوم ورزشی و تربیت بدنی ایران (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

محمد رحیمی - استادیار مدیریت ورزشی دانشگاه پیام نور

مهدی مهین خاکی - دانشجوی کارشناسی ارشد دانشگاه پیام نور

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر بررسی تاثیر رسانه و فضای مجازی بر توسعه گردشگری ورزشی استان البرز بود. تا اواسط ۱۹۹۰ تبلیغات و بازاریابی در گردشگری به طور کلی به آژانس های مسافرتی محدود می شد، اما با پیشرفت علم و فناوری و به وجود آمدن رسانه های جمعی و همچنین لزوم تبلیغ و بازاریابی در سطح وسیع تر، گردشگری توانست با طراحی و ایجاد وب سایت ها، بازار خود را به خوبی گسترش دهد (۳۱)، به طوری که در قرن حاضر ظهور رسانه های مدرن و فناوری نوین مانند رایانه ها، اینترنت و ارتباطات ماهواره ای بستر مناسبی را برای جوامع و ملت ها فراهم آورده است (۲). در این مطالعه با توجه به هدف ماهیت موضوع از روش تحلیلی و کتابخانه ای استفاده شده است. برای گردآوری اطلاعات مورد نیاز از مبانی نظری تحقیق روش کتابخانه ای استفاده گردید از مقالات، سایت ها و مجموعه مجلات مربوط به موضوع، جهت جمع آوری اطلاعات استفاده گردید. در بررسی مطالعات انجام شده این نتیجه به دست آمد که با توجه به اینکه گردشگری ورزشی یک صنعت نوپا و در حال رشد است و می تواند در توسعه زیرساخت ها، اشتغال زایی و شناخت مناطق شهری و روستایی به خصوص مناطق دورافتاده بیانجامد و از سوی دیگر با توجه به عدم آگاهی و یا کسب اطلاعات غیرواقعی به ویژه گردشگران ورزشی خارج از کشور از مراکز گردشگری ورزشی استان البرز و عدم استقبال آن ها از سفر به ایران و این استان پیشنهاد می شود با همکاری سایر ارگان و نهادهای دولتی و خصوصی در سطح استان و تبلیغات صحیح، اطلاع رسانی، شفاف سازی و بهره گیری از تجربیات پیشین گردشگران ورزشی که سابقه حضور در ایران و استان البرز را داشته اند و با بازتاب نظرات و تجربیات این گردشگران بستر توسعه گردشگری استان البرز فراهم شود.

کلمات کلیدی:

رسانه های جمعی، فضای مجازی، توسعه، گردشگری ورزشی، استان البرز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1371245>

