

عنوان مقاله:

کارکرد رسانه های جمعی جهت غلبه بر موانع فرهنگی-اجتماعی توسعه صنعت گردشگری

محل انتشار:

اولین همایش بین المللی مدیریت گردشگری و توسعه پایدار (سال: 1390)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

شهرزاد نیری - دانشجوی دکتری مدیریت رسانه

مجتبی امیری - استادیار دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

تحقق توسعه همه جانبه و پایدار در کشور ما نیازمند جایگزین کردن منابع نفتی با منابع درآمدی پایدارتری مانند صنعت گردشگری می باشد این صنعت یکی از منابع درآمدی بسیار مهم بود که کشور در حال توسعه ای مانند ایران نیازمند توجه ویژه به آن و توسعه این صنعت مهم است اما این صنعت با موانع اقتصادی سیاسی-حقوقی، فرهنگی-اجتماعی و مدیریتی بسیاری روبرو است که توسعه آن مستلزم غلبه کردن بر این موانع است در این میان رسانه های جمعی به عنوان یکی از مهمترین نهادها در هر جامعه ای نقش مهم و موثری در غلبه کردن بر موانع توسعه این صنعت و رشد و شکوفایی آن ایفا می نمایند که این نقش را میتوان از منظر تحلیل کارکردی مورد بررسی قرار داد با توجه به گستردگی حیطه موانع توسعه صنعت گردشگری در این پژوهش تنها به بررسی موانع فرهنگی-اجتماعی توسعه این صنعت پرداخته شده است و تلاش می شود تا راهکارهای غلبه بر این موانع در قالب تبیین کژکارکردها و کارکردهای آشکار و پنهان رسانه های جمعی مشخص شود. بنابراین مساله اصلی در این پژوهش عبارت است از اینکه کرکردهایی که رسانه های جمعی جهت غلبه بر موانع فرهنگی-اجتماعی توسعه صنعت گردشگری ایفا می نمایند چیست؟

کلمات کلیدی:

رسانه های جمعی، کارکرد، موانع فرهنگی-اجتماعی، صنعت گردشگری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/139140>

