

عنوان مقاله:

بررسی نقش رسانه ها در توسعه گردشگری ورزشی

محل انتشار:

اولین کنگره تخصصی مدیریت شهری و شوراهای شهر (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 21

نویسنده:

الهه حمیدی - دانشجوی ارشد جغرافیای برنامه ریزی گردشگری دانشگاه آزاد اسلامی واحد گرمسار

خلاصه مقاله:

در روند پرشتاب جهانی، رسانه ها و فناوری های ارتباطی با سرعت غیرقابل تصور پیشرفت نموده و تمام سطوح فعالیتهای انسانی را تحت سیطره خود قرار داده اند. تولیدات رسانه ای موفق می تواند تاثیر قابل توجهی در معرفی جاذبه های کم توجه شده در مناطق با پتانسیل های گردشگری داشته باشد، مکان های گردشگری می توانند شاهد تاثیر مستقیم یک اثر رسانه ای در توسعه فعالیت های مربوط به این بخش باشد و گردشگری ورزشی یکی از بخش های رو به رشد صنعت گردشگری در جهان به شمار می آید و کشور ما با برخورداری از امکانات و پتانسیل های لازم برای گسترش این صنعت، شرایط بسیار مناسبی دارد هدف از پژوهش حاضر بررسی نگرش مدیران و متخصصان ورزش، گردشگری و رسانه های ورزشی درباره نقش رسانه های جمعی در توسعه گردشگری ورزشی است. روش پژوهش بصورت تحلیلی-توصیفی و گردآوری و مطالعه کتابخانه ای بوده.

کلمات کلیدی:

رسانه جمعی، گردشگری ورزشی، گردشگری، فناوری اطلاعات، رسانه های نوین

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/271473>

