

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رسانه های ارتباط جمعی بر گردشگری شهری نمونه موردی تبریز

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی عمران ، معماری و زیرساخت های شهری (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 15

نویسندگان:

محمدرضا رضایی آقامیلرو - دانشجوی دکتری جغرافیا و برنامه ریزی شهری دانشگاه آزاد اسلامی واحد مرند، کارشناس شهرداری تبریز،
مدرس دانشگاه پیام نور

اکبر نوری زاده - دانشجوی دکتری علوم تربیتی دانشگاه پیام نور تهران، عضو هیئت علمی دانشگاه پیام نور هریس

افسانه صفرنژاد - دانش آموخته کارشناسی مدیریت جهانگردی دانشگاه پیام نور واحد ایلخچی

پریناز مهدیلی - دانش آموخته کارشناسی مدیریت جهانگردی دانشگاه پیام نور واحد ایلخچی

خلاصه مقاله:

امروزه رسانه ها تاثیرات زیادی را بر جاذبه های مقصد گردشگری دارند، رسانه ها با استفاده از تصاویر ویژه ای که از مقصد می سازند و نقش حمایتی که دارند تاثیر بسزایی را در ایجاد انگیزه در مخاطبین دارند تا اقدام به مسافرت کنند برای جاذبه های گردشگری لازمست که ارزش آنها شاخه شود رسانه های ارتباط جمعی توانایی ارزش دهی به جاذب های گردشگری را از راه تصویرسازی دارا هستند در این تحقیق به بررسی به بررسی تاثیرات رسانه های ارتباط جمعی ملی و محلی بر کمیت و کیفیت گردشگری شهری تبریز پرداخته شده و براساس نتایج حاصله، فرضیات ارائه شده مورد تایید قرار گرفتند. همچنین بین توجه به گردشگری شهری در رسانه های ارتباط جمعی و میزان آشنایی مردم با نقاط گردشگری و مراجعه به آنها نیز رابطه مستقیم وجود دارد.

کلمات کلیدی:

گردشگری، گردشگری شهری، رسانه های ارتباط جمعی، تبریز

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/448050>

