

عنوان مقاله:

بررسی نقش رسانه های اجتماعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر کرمان

محل انتشار:

هشتمین کنفرانس بین المللی تربیت بدنی و علوم ورزشی (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

میلااد اسکندری دامنه - کارشناسی ارشد، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران: ایران

مجید جلالی فراهانی - دانشیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران: ایران

امین دهقان قهفرخی - استادیار، گروه مدیریت ورزشی، دانشکده تربیت بدنی و علوم ورزشی، دانشگاه تهران، تهران: ایران

خلاصه مقاله:

هدف از تحقیق حاضر، بررسی نقش رسانه های اجتماعی در توسعه گردشگری ورزشی شهر کرمان بود. روش تحقیق حاضر از نوع توصیفی پیمایشی بود که به صورت میدانی اجرا شد. جامعه آماری این تحقیق متخصصان ورزش، گردشگری و رسانه های ورزشی بودند. روش نمونه گیری تحقیق حاضر به صورت در دسترس بود که تعداد ۲۰۰ پرسشنامه مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. ابزار تحقیق، پرسشنامه محقق ساخته بود که روایی آن توسط ۲۲ نفر متخصصان مدیریت ورزشی، گردشگری و رسانه مورد تایید قرار گرفت و پایایی آن ۰/۸۴ به دست آمد. تجزیه و تحلیل داده ها با استفاده از آزمون کلموگروف اسمیرونوف، آزمون تی تک نمونه ای و آزمون رتبه ای فریدمن با استفاده از نرم افزارهای SPSS نسخه ۲۵ انجام گرفت. نتایج تحقیق نشان داد رسانه های اجتماعی از طریق ایجاد تقاضا برای خدمات و کالاهای ورزشی و ایجاد جذابیت برای اجتماعات، زمینه لازم برای توسعه در توسعه گردشگری ورزشی فراهم می کند؛ بنابر این استفاده از رسانه های اجتماعی می تواند نقش مثبتی در تصویر ذهنی گردشگران شهر کرمان داشته باشد.

کلمات کلیدی:

رسانه، رسانه های اجتماعی، گردشگری، گردشگری ورزشی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1715744>

