



From Film to Sustainability: Navigating the Challenges of Film Tourism

Nima Moshiri Langroudi¹, Seyed Ali Hosseini², Seyed Mojtaba Mahmoudzadeh³

1. Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.
2. Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran
3. Department of Tourism Management, Faculty of Management & Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Article Info

Article type:
Research Paper

Keywords:
Sustainable development of tourism, development of film tourism, destination management, negative effects, Langroud and Lahijan Counties

Received:
22 Aug 2024

Received in revised form:
10 oct 2024

Accepted:
16 Dec 2024
pp.26-41

Abstract

Film tourism has emerged as a significant method for tourism development, harnessing the power of visual media to attract travelers to destinations featured in popular films and television shows. This phenomenon creates a compelling narrative for these locations, often transforming ordinary places into iconic tourist attractions. However, like all forms of tourism, film tourism presents a double-edged sword. While it can generate substantial economic benefits and enhance global recognition for the destination, neglecting its adverse impacts can undermine sustainable development efforts. This research aims to prioritize the negative effects of film tourism, employing Friedman's method to assess the views of 2,070 residents from the cities of Langroud and Lahijan. The findings reveal that environmental concerns, such as pollution, landscape degradation, and resource depletion, are the most pressing issues for residents. Furthermore, locals emphasize the importance of equitably distributing the economic benefits of tourism to ensure the overall well-being of community. The study highlights the necessity for policymakers and tourism managers to incorporate the viewpoint of local residents into film tourism development strategies. Aligning tourism initiatives with community concerns is crucial for achieving sustainable development. For film tourism to serve as a positive force, it must be managed in a way that minimizes environmental harm and promotes equitable fair economic growth. Future research should focus on strategies to mitigate these negative impacts and investigate the long-term effects of film tourism on local communities.

Citation: Moshiri Langroudi, Nima, Hossein, Seyed Ali, Mahmoudzadeh, Seyed Mojtaba (2024) From Film to Sustainability: Navigating the Challenges of Film Tourism, Journal of Tourism Management Studies of the Smart Era, 1 (1), 26-41.

Publisher: Vali-e-Asr University of Rafsanjan
<http://doi.org/10.22072/tmsse.2024.722044>

The Author(s) ©



1. nimamoshirilangroudi@gmail.com
2. hosseini.sa@atu.ac.ir
3. sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

Extended Abstract

Introduction

Film tourism is a rapidly growing area of research. However, most studies have focused on the impact of films on tourists, with less emphasis placed on to the effects of film tourism on local communities and residents' perspectives. Like other forms of tourism, film tourism can yield both positive and negative consequences for residents. Positive effects include stimulating tourism, generating economic benefits for the region, raising awareness of the destination, creating new attractions, improving or establishing a favorable image of the destination, and generating jobs in the area. conversely, the negative effects of film tourism encompass overcrowding, the creation of unrealistic image of destinations, the commodification of culture, damage to natural resources, the transient nature of economic benefits, over-tourism, and a lack of public participation in tourism development processes. While numerous studies have examined the positive effects of film tourism, the negative impacts have received comparatively less attention.

Methodology

To address the research question, a quantitative approach was employed in this study. The research involved distributing structured questionnaires among residents of Langroud and Lahijan from April 7 to June 21. Three researchers assisted in the distribution by, randomly selecting every tenth house to receive a questionnaire. Respondents were asked to complete the questionnaire in front of their homes, with a researcher present to answer any questions. A total of 2,070 completed questionnaires were collected. The questionnaire consisted of 21 items, including six demographic questions and additional questions related to negative social impacts (six items, adapted from Meimand et al., 2017), negative economic impacts (three items, adapted from Alrwajfah et al., 2019), and negative environmental impacts (six items, adapted from Adongo et al., 2017). The questions were translated into Farsi using a one-way translation technique (McGorry, 2000) for its cost-effectiveness

and quick turnaround. The questions were designed using a five-point Likert scale.

Results

To assess the validity of the constructs, a confirmatory factor analysis was conducted. This method evaluates the model's fit against empirical or simulated data. Due to the large dataset, the Chi-square test was not used. As illustrated in Table 2 and Figure 1, all factor loadings exceeded 0.3 and were statistically significant. According to Hair et al. (2009), the model fit indices presented in Table 3 indicate a good fit. Furthermore, the correlation coefficients among the constructs were below 0.9, which further supports the model's adequacy. The reliability and validity of the data, as shown in Table 2, were also deemed satisfactory. This method is used to prioritize multiple samples without considering distribution type. In this study, it was employed to evaluate the significance of each factor to residents by analyzing their responses.

The hypothesis that economic, cultural, and environmental impacts hold equal important to the community was rejected, indicating that residents prioritize these factors differently. Environmental issues were identified as the most significant concern residents. Similarly, the hypothesis asserting that social impacts are equally important was also rejected, with economic concerns- particularly property prices- emerging as the most critical factor, additionally, the hypothesis regarding the equal importance of negative environmental impacts was rejected, as residents expressed the most concern over overcrowding.

Discussion and Conclusion

This study explored the importance of negative impacts of film tourism on local residents. While previous research has acknowledged these adverse effects, none have prioritized which impacts are most critical to residents. Our findings revealed that environmental issues are of paramount concern for residents in these counties studied. Social issues, particularly the growing social gap, are also significant, alongside economic concerns related to rising property prices. Within the environmental

context, overcrowding caused by tourists emerged as the primary concern. By highlighting the importance of these negative factors, our research contributes to the existing literature on tourism, addressing a notable gap in the research. Additionally, the findings can be applied to the broader context of sustainable tourism development.

Despite offering valuable insights into residents' concerns about film tourism, our study has several limitations. First, because our research was not exploratory, we may have overlooked many potential issues related to film. Second, we did not distinguish between tourism-related and non-tourism-related occupations, which could have yielded deeper insights. Third, the sample was restricted to two counties and conducted over a short period.

Therefore, further research is needed in this area. First, we recommend conducting an exploratory study on the positive and negative impacts of film tourism. Second, future studies should cover a broader geographical scope to facilitate cross-national analysis and to understand how different cultures influence the prioritization of various concerns.

Funding

There is no funding support.

Authors' Contribution

The authors' contributions are equal.

Conflict of Interest

Authors declared no conflict of interest.

Acknowledgments

We extend our gratitude to all the scientific consultants who contributed to this paper.

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم

نیما مشیری لنگرودی^۱، سید علی حسینی^۲، سید مجتبی محمودزاده^۳

۱. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. گروه مدیریت جهانگردی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

اطلاعات مقاله چکیده

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ دریافت:

۱۴۰۳/۰۶/۰۱

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۳/۰۷/۱۹

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۳/۰۹/۲۶

صص. ۲۶-۴۱

کلید واژه‌ها:

پایداری اقتصادی، پایداری اجتماعی، پایداری فرهنگی، گردشگری روستایی، جوامع محلی.

گردشگری فیلم یکی از روش‌هایی است که امروزه برای توسعه گردشگری مرسوم شده است. گردشگری فیلم پدیده‌ای است که به کمک رسانه‌های تصویری مردم را به سفر ترغیب می‌نماید و در ذهن آنان تصویر و داستانی جدید از مقصد خلق می‌نماید، اما این روش مانند سایر روش‌های گردشگری مانند یک شمشیر دو لبه می‌ماند که در صورت عدم توجه به اثرات منفی باعث شکل‌نگرفتن توسعه پایدار گردشگری در مقصد خواهد شد. هدف این پژوهش اولویت‌بندی اثرات منفی گردشگری فیلم به‌روشنی فریدمن با توجه به نظر ساکنان جامعه می‌باشد. این پژوهش با بررسی نظر ۲۰۷۰ نفر از ساکنان دو شهرستان لنگرود و لاهیجان، به این نتیجه دست می‌یابد که اثرات منفی زیست‌محیطی بیش‌ترین نگرانی را برای ساکنان به‌وجود می‌آورد. این نگرانی‌ها شامل ازدحام و شلوغی است که گردشگران فیلم در مقاصد ایجاد خواهند نمود. علاوه بر این، توجه به توسعه متوازن ثروت توسعه گردشگری فیلم، خواست مردم ساکن این مناطق است. این مطالعه نیاز حیاتی سیاست‌گذاران و مدیران گردشگری را به در نظر گرفتن دیدگاه‌های ساکنان محلی هنگام برنامه‌ریزی و توسعه استراتژی‌های گردشگری فیلم برجسته می‌کند. با همسویی توسعه گردشگری با خواسته‌ها و دغدغه‌های جامعه محلی، توسعه پایدار دست‌یافتنی‌تر و موثرتر می‌شود. یافته‌ها حاکی از آن است که برای این‌که گردشگری فیلم یک نیروی مثبت باشد، باید به گونه‌ای مدیریت شود که آسیب‌های زیست‌محیطی را به حداقل برساند و رشد اقتصادی عادلانه را ارتقا بخشد.

استناد: مشیری لنگرودی، نیما؛ حسینی، سیدعلی؛ محمودزاده، سید مجتبی (۱۴۰۳). از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم، دو فصلنامه مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، (۱)، ۲۶-۴۱.

<http://doi.org/10.22072/tmsse.2024.722044>



© نویسندگان

ناشر: دانشگاه ولی عصر رفسنجان

1. nimamoshirilangroudi@gmail.com

2. hosseini.sa@atu.ac.ir

3. sm.mahmoudzadeh@atu.ac.ir

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

مقدمه

گردشگری فیلم یکی از مباحثی است که به شدت تمرکز پژوهشی بر آن افزایش یافته است، اما بیش‌تر این پژوهش‌ها به بررسی تأثیر فیلم بر گردشگران پرداخته‌اند (Meng & Tung, 2016) و کم‌تر اثرات گردشگری فیلم بر جامعه و نظرات ساکنان بررسی شده است. این در صورتی است که گردشگری فیلم مانند سایر اشکال گردشگری می‌تواند اثرات منفی و مثبتی برای ساکنان داشته باشد (Marafa et al, 2019; Pillai et al, 2022). اثرات مثبت گردشگری فیلم شامل: تحریک گردشگری (Asero & Ponton, 2021; St-James et al, 2018) سودآوری اقتصادی برای مناطق (Lundberg et al, 2018; Macionis, 2004) ایجاد آگاهی از مقصد (Heitmann, 2010; Nanjangud, 2019) ایجاد جاذبه‌های جدید در مقصد (Hudson & Ritchie, 2006) بهبود یا ایجاد تصویر مثبت از مقصد (Abdelazim & Ahmed, 2017; Terzidou et al, 2017) و ایجاد شغل در منطقه (Beeton & Cavicchi, 2015) می‌باشد. از منظر دیگر، اثرات منفی گردشگری فیلم شامل ایجاد شلوغی و ازدحام (Lundberg et al, 2018) ایجاد تصویری غیر از تصویر واقعی مقاصد (Nanjangud & Reijnders, 2022) کالایی‌شدن فرهنگ (Heitmann, 2010) تخریب منابع طبیعی (Larson et al, 2013) زودگذر بودن سود اقتصادی گردشگری فیلم، ایجاد گردشگری بیش از اندازه در مقصد (Connell, 2012; Liu et al, 2020) و نبود مشارکت عمومی در روند توسعه گردشگری فیلم (Kim et al, 2017) می‌باشد؛ در نتیجه با توجه به این که اثرات مثبت گردشگری فیلم در مقالات بسیاری پرداخته شده است، توجه به اثرات منفی گردشگری فیلم کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

در نتیجه در این پژوهش این سوال مطرح می‌گردد که کدام یک از اثرات منفی گردشگری فیلم بیش‌ترین سطح دغدغه جامعه میزبان است. به‌صورت خاص این پژوهش اثرات گردشگری فیلم را بر اساس مدل باتلر (Butler, 1974) در سه بخش اثرات منفی اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تقسیم کرده و آنان را رتبه‌بندی می‌نماید که کدام برای مردم دارای بیش‌ترین اهمیت می‌باشد. این مطالعه یک رویکرد کمی رتبه‌بندی از طریق آزمون فریدمن را دارد، تا بتواند درک روشنی از تشویش‌ها و دغدغه‌های مردم محلی با توجه به اهمیت آنان بدهد. این پژوهش بر عکس پژوهش‌های پیشین که بیش‌تر به اثرات مثبت توجه داشتند، به اثرات منفی توجه می‌کند و آنان را از دید ساکنان محلی رتبه‌بندی می‌نماید.

افزایش اثرات منفی باعث سلب رضایت ساکنان از روند توسعه می‌گردد و باعث می‌شود که ساکنان در روند توسعه مشارکت نداشته باشند. به عبارت دیگر، برای آن که بتوان توسعه پایدار را در منطقه شاهد بود باید اثرات نامطلوب را به‌حداقل رساند (Lee & Jan, 2015) به‌علاوه، ذی‌نفعان جزء اصلی گردشگری پایدار هستند که مشارکت آنان اجرای گردشگری پایدار را تسهیل می‌نماید (Waligo et al, 2013). در نتیجه، این مزایا و معایب گردشگری است که می‌تواند بر پیروزی یا شکست توسعه پایدار گردشگری موثر باشد (Nugroho & Numata, 2021) بنابراین، گردشگری در صورتی که می‌خواهد پایدار باشد به‌شکلی توسعه یابد که به‌نفع جوامع محلی باشد و جوامع محلی از نفع بردن خود مطمئن باشند (Choi & Murray, 2010). این مطالعه با بینشی که درباره اولویت اثرات منفی در ذهن جامعه محلی وجود دارد، به‌دنبال ایجاد توسعه پایدار گردشگری فیلم می‌باشد. به‌علاوه به سیاست‌گذاران کمک می‌نماید تا با دید بهتری بتوانند باعث توسعه مقصد شوند. این پژوهش به شهرستان‌های لنگرود و لاهیجان می‌پردازد که اخیراً قسمت‌هایی از سریال افرا در آن‌ها فیلم‌برداری شده است. گردشگری فیلم پتانسیل کمک به توسعه این دو شهرستان را دارد. با توجه به این که این تحقیق قبل از توسعه کامل این مکان‌ها به‌عنوان مکان‌های گردشگری فیلم انجام شده است، یافته‌ها می‌تواند بینش‌های ارزشمندی را برای برنامه‌ریزان منطقه‌ای ارائه دهد. با شناسایی چالش‌های بالقوه مرتبط با گردشگری فیلم، برنامه‌ریزان می‌توانند اقدامات استراتژیک را برای کاهش اثرات منفی و بهینه‌سازی مزایای این شکل نوظهور گردشگری به‌عنوان یک استراتژی توسعه تکمیلی اجرا کنند.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

توسعه پایدار گردشگری و مشارکت مردم

ریشه مفهوم پایداری به زیست‌بوم‌گرایی بر می‌گردد که در دهه ۱۹۷۰ به شهرت رسید و در سال ۱۹۸۰، برای اولین بار اتحادیه بین‌المللی حفاظت از طبیعت و منابع طبیعی در استراتژی توسعه جهانی به مفهوم پایداری اشاره کرد (Bramwell & Lane, 1993; Liu, 2003). اولین تعریف از توسعه پایدار در گزارش کمیسیون برانتلند^۱ در سال ۱۹۸۷ به‌عنوان توسعه‌ای که نیاز حال را بدون کاهش توانایی‌های نسل آینده با در نظر گرفتن پویایی شرایط برآورده سازد، تعریف شد. امروزه توسعه گردشگری پایدار در ادبیات گردشگری به‌شکل قارچ‌گونه‌ای رشد داشته است، اما بیش‌تر این مطالب در اروپا متمرکز بوده است که این را نمی‌توان کافی دانست (Adams & Sanchez, 2020; Ashraf et al, 2020). از طرف دیگر عدم وجود یک تعریف واحد و قابل‌قبول از گردشگری پایدار به‌دلیل چندرشته‌ای بودن که دیدگاه‌های زیادی را ایجاد کرده است، از دیگر مشکلات مطالعات در این بخش می‌باشد (Moyle et al, 2014). به علاوه، گردشگری پایدار از اواخر دهه ۸۰ میلادی یکی از حوزه‌های پرکاربرد می‌باشد، اما هنوز بسیاری از مفروضات آن نادرست، از هم‌گسیخته و ناهموار است (Liu, 2003).

به‌صورت ساده گردشگری پایدار رویکردی است که به کاهش تنش میان صنعت، دیدارکنندگان، محیط‌زیست و جوامع کمک می‌نماید (Bramwell & Lane, 1993). گردشگری پایدار به‌دنبال آن می‌باشد که اثرات نامطلوب گردشگری را به یک مکان تا حد امکان خنثی یا کم نماید (Hui et al, 2023). توسعه پایدار گردشگری از راه افزایش فرصت‌های اقتصادی، حفاظت از میراث طبیعی و فرهنگی و هم‌چنین کمک به بهبود کیفیت زندگی جوامع محلی می‌تواند یک درمان مناسب برای تمام نامالیمتی‌های گردشگری باشد (Poudel et al, 2016). در حقیقت توسعه پایدار گردشگری به دنبال آن است که راهی پیدا نماید تا میان تقاضاهای اقتصادی و اثرات نامطلوب تعادل برقرار گردد (Hui et al, 2023). توسعه پایدار گردشگری می‌تواند با تقسیم اصولی منابع به‌دست آمده از گردشگری میان نیازهای مدیران برای تامین هزینه‌های محافظت از جاذبه‌ها و منابع و هم‌چنین کمک به جوامع محلی از جمله بهبود شرایط زندگی مردم، جلو مشکلات اجتماعی، اقتصادی و محیطی گردشگری را بگیرد (Poudel et al, 2016). اما توجه به این نکته که اهداف پایداری با اهداف توسعه اقتصادی به صورت آن‌چه که جوامع به‌دنبال آن هستند در تضاد می‌باشند (Adams & Sanchez, 2020). در ذهن پژوهشگران گردشگری پایدار به‌شکل ایده‌آل‌گرا می‌باشد، اما واقعیت پذیرش شده آن در صنعت متفاوت بوده؛ چون اجرای مفهوم پایداری دشوار می‌باشد (Moyle et al, 2014). امروزه جوامع متوجه اثرات منفی گردشگری پایدار شده‌اند و در نتیجه آن نوعی توسعه گردشگری را می‌خواهند که به پایداری منطقه کمک نماید (Ashraf et al, 2020).

برای آن که مقصدی به توسعه پایدار برسد توجه به کاهش اثرات نامطلوب محیطی بسیار اهمیت دارد و این موثر از رفتارهای عمدی و غیرعمدی گردشگران است (Lee & Jan, 2015). توسعه پایدار شامل چهار شرط اساسی شامل تدوین استراتژی‌های کل‌نگر، اهمیت به حفظ فرآیندهای زیست‌محیطی ضروری، نیاز به حفاظت از میراث انسانی و تنوع‌زیستی و توسعه به گونه‌ای که بهره‌وری بتواند در نسل آینده پایدار بماند، می‌باشد (Bramwell & Lane, 1993). یکی از نیازهای رسیدن به توسعه‌ای پایدار در توسعه گردشگری مقاصد، توجه به ذی‌نفعان است که در صورت حذف هر کدام از ذی‌نفعان نمی‌توان انتظار داشت که مقصد به توسعه پایدار گردشگری دست خواهد یافت (Poudel et al, 2016). شناسایی ذی‌نفعان برای مشارکت در فرآیند برنامه‌ریزی توسعه و مدیریت پایدار گردشگری ضروری می‌باشد (Waligo et al, 2013) در نتیجه سوالی که مطرح می‌گردد آن است که چگونه ذی‌نفعان می‌توانند به‌طور موثر در توسعه گردشگری پایدار مشارکت داشته باشند. والیگو و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود به این نتیجه رسیده‌اند که شناخت دیدگاه‌های

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

ذی‌نفعان برای ایجاد مشارکت آنان در فرآیند توسعه گردشگری پایدار بسیار مهم است. به علاوه عواملی مانند کیفیت رهبری، کیفیت اطلاعات و دسترسی به اطلاعات، نوع نگاه ذی‌نفعان، وجود ظرفیت مشارکت، روابط ذی‌نفعان و اولویت‌های آنان بسیار موثر می‌باشد؛ در نتیجه می‌توان عواملی که باعث ایجاد مشارکت در ذی‌نفعان شود را در سه سطح تقسیم‌بندی کرد: جذب ذی‌نفعان به گردشگری پایدار، ادغام فرآیند مشارکت ذی‌نفعان و مدیریت فرآیند مشارکت که در نتیجه این مراحل، ذی‌نفعان به صورت موثر می‌توانند مشارکت داشته باشند.

جوامع ساکن در مناطق گردشگری را می‌توان یکی از مهم‌ترین ذی‌نفعانی دانست که در پژوهش‌های گردشگری باید به آنان توجه گردد تا بتوان به موفقیت بلندمدت و پایدار در مقصد گردشگری دست یافت (Ahn & Bessiere, 2023; Chang et al, 2020; Nasr et al, 2022). حمایت جامعه از توسعه گردشگری وابسته به تاثیراتی است که آنان از اثرات گردشگری درک می‌نمایند (Nugroho & Numata, 2021). در صورت وجود ترس یا رنجش از توسعه گردشگری و نبود حمایت آنان از توسعه، نمی‌توان انتظار توسعه گردشگری به شکل پایدار را داشت (Boley et al, 2018) در نتیجه درک آنان از سیاست‌ها و اثرات گردشگری عامل مهمی در توسعه گردشگری می‌باشد (Choi & Murray, 2010). در صورتی که بخواهیم توسعه پایدار در یک مقصد را در طولانی مدت شاهد باشیم، باید از مشارکت مردم و جلوگیری از افزایش اثرات منفی مطمئن باشیم (Nugroho & Numata, 2021). از طرفی مشخص است تنها مشارکت دادن گردشگران در فرآیند توسعه گردشگری نمی‌تواند نگرش مثبت در آنان ایجاد نماید (Huo et al, 2023) و رشد اقتصادی تنها عامل مهم مورد توجه جامعه نیست، بلکه جامعه به دنبال رسیدن به رفاه؛ یعنی توسعه انسانی، کیفیت زندگی و پیشرفت اجتماعی نیز هستند (Dwyer, 2022). ارکان سه‌گانه توسعه پایدار^۱ بر افزایش رفاه از طریق افزایش فرصت‌های اقتصادی، حفظ میراث فرهنگی و طبیعی موجود در جامعه محلی و بهبود کیفیت زندگی ساکنان تأکید دارد تا بتوان شاهد گسترش توسعه پایدار گردشگری بود (Boley et al, 2018) از طرف دیگر این سوال مطرح می‌گردد که چه زمانی جامعه از توسعه گردشگری حمایت نخواهند کرد. نوگورو هو و نوماتا (۲۰۲۱)، در پژوهش خود جواب می‌دهند زمانی که درک اثرات منفی بسیار بیش‌تر از اثرات مثبت باشد، دیگر جامعه از توسعه گردشگری حمایت نخواهند کرد؛ در نتیجه آیا می‌توان مطرح نمود که تنها سود اقتصادی برای ایجاد نگرش مثبت به گردشگری کفایت می‌نماید. بولی و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهش خود در جواب به این سوال پاسخ دادند که اهمیت درک مثبت از اثرات مثبت اقتصادی برای مدت‌زمان طولانی است که مورد توجه و توافق میان پژوهشگران مختلف است، اما این تمام موضوع نیست و گردشگری باید بتواند در هر سه بعد ارکان توسعه گردشگری پایدار؛ یعنی اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی نظر مثبت جامعه میزبان را کسب نماید.

گردشگری فیلم و اثرات آن

به صورت کلی گردشگری القایی فیلم^۲، نوعی از فعالیت‌های گردشگری تعریف می‌شود که فرد مقصد خود را با توجه به تصویری متحرک که در فیلم، تلویزیون، رسانه‌های دیجیتال و سایر مکان‌هایی که توانایی پخش دارند، دیده است (Zhou et al, 2023) گردشگران فیلم به دنبال برطرف‌سازی حس کنجکاوی هستند که از علاقه به دیدار از پس‌زمینه‌های فیلم ایجاد شده است (Butler, 2015; Kim et al, 2011). در تعریفی ساده‌تر گردشگری القایی فیلم را می‌توان به‌عنوان محل‌هایی که در آن فیلم‌برداری رخ داده است و افراد را به اثر دیدن فیلم به آن جذب می‌نماید، تعریف کرد (Pires Basáñez & Ingram, 2013) که این مفهوم با گردشگری فیلم متفاوت است. گردشگری فیلم به‌عنوان فعالیت‌های گردشگری وابسته به تماشای فیلم، سریال‌ها، نمایش خانگی و سایر اشکال این نوع رسانه مطرح می‌شود که تفاوت آن با گردشگری القایی فیلم در نوع انگیزه گردشگران است (Wong et al, 2021). به بیان دیگر،

1. Triple Bottom Line
2. Film-induced tourism

گردشگری فیلم را می‌توان سفر به مکانی تعریف کرد که در فیلم‌برداری استفاده شده است یا مرتب با فیلمی بوده است (Azevedo et al, 2023).

در سال ۲۰۱۵ اعلام شد که چهل میلیون گردشگر القایی فیلم وجود داشته است (Ng & Chan, 2020) اما آمار سال‌های اخیر نشان داد که حدود هشتاد میلیون گردشگر در قبل از پاندمی کرونا، مقصد خود را بر مبنای فیلم انتخاب کرده‌اند (آزودو و همکاران، ۲۰۲۳) که رشد چهل میلیون را نشان داد. این علاقه تنها در بخش صنعت نبوده است و در بخش آکادمیک هم می‌توان شاهد آن بود. از سال ۱۹۹۰ تا به امروزه علاقه به پژوهش در گردشگری فیلم با استناد به تعداد کتاب‌ها و مقالاتی که در این حوزه چاپ شده است، افزایش یافته است (Butler, 2011; Hahm & Wang, 2011) اما بیش‌تر مطالعاتی که درباره گردشگری فیلم شده است، تنها بر بازاریابی شهرها یا کشورها به وسیله فیلم یا سریال‌ها تمرکز داشته‌اند و درباره مدیریت، اثرات و مشکلاتی که گردشگری فیلم ایجاد می‌کند کمتر بحث شده است (Hudson, 2011; Kim & kim, 2018; kim et al, 2015).

گردشگری فیلم مانند یک شمشیر دولبه می‌ماند که می‌تواند تأثیرات مثبت و منفی فراوانی را داشته باشد، تنها می‌توان نتیجه مطلوب را در صورتی انتظار داشت که مدیریت درستی حاکم باشد (O'Connor & Kim, 2014). فیلم‌ها می‌توانند مزیت‌هایی مانند ایجاد محرک سفر به مقصد نمایش داده شده، افزایش تعداد گردشگران، ایجاد دل‌بستگی و نگرش نسبت به مکان، سفر خیالی افراد به مقصد و تبدیل آنان به بازاریابان مقصد، ایجاد تصویر مقصد، تحریک اقتصاد مقصد و ایجاد تجربه‌ای نوین از مقصد بر مبنای فیلم را خلق نمایند (Azevedo et al, 2023). یا در مثال دیگر در انگلستان بیان شده است که از هر ده نفر، هشت نفر مقصد خود را بر مبنای فیلمی که دیده‌اند، انتخاب می‌نمایند (Hahm & Wang, 2011) اما از سوی دیگر بسیاری از یافته‌ها نشان می‌دهد که علی‌رغم اثرات مثبتی که می‌تواند گردشگری فیلم برای مقاصد داشته باشد، این رشد بسیار کند بوده و نیاز به مدیریت دقیق دارد (Hudson, 2011). سوالی که مطرح است آن است که آیا توسعه مقصد بر مبنای فیلم لزوماً سودآور می‌تواند باشد. اوکانر و کیم (۲۰۱۴) در پژوهش خود بیان کردند همان‌طور که در یورکشایر انگلستان^۱ مشاهده شد، توجه بیش از حد به گردشگری فیلم برای جذب گردشگر می‌تواند پایداری گردشگری محلی را به خطر بیندازد؛ چون تمام گردشگران صرفاً به دنبال دیدار از مناطق نمایش داده شده در فیلم‌ها نیستند و به همین دلیل رقابت بین ذی‌نفعان مختلف زیاد می‌شود که در نتیجه آن قیمت‌ها رشد می‌نمایند. جاذبه‌های گردشگری فیلم صرفاً باید بخشی از استراتژی مقصد باشد. به صورت کلی اثرات گردشگری فیلم را می‌توان در سه حوزه اقتصادی، زیست‌محیطی و اجتماعی- فرهنگی بررسی نمود که اثرات اقتصادی آن شامل، تغییرات نرخ قیمت زمین و مسکن، نبود نیروی متخصص برای رسیدن به بیش‌ترین سود اقتصادی و تغییر شکل گردشگران منطقه است (Kim et al, 2017). یکی از مشکلات اساسی فیلم‌ها نبود پایداری در تضمین موفقیت اقتصادی در بلندمدت می‌باشد (Schiavone et al, 2022). بیش‌تر مقاصد دوست دارند که اثرات بلند گردشگری فیلم را نادیده بگیرند و صرفاً به اثرات کوتاه‌مدت اقتصادی آن تمرکز می‌کنند و رسیدن به آن را تسهیل می‌نمایند (Hudson, 2011). از سوی دیگر به دلیل آن‌که گردشگری فیلم باعث شلوغی، ازدحام و تغییرات منظر می‌شود، می‌توان بیان کرد که اثرات زیست‌محیطی گردشگری فیلم بسیار زیاد است (Kim et al, 2017) اما در صورتی که دانش ذی‌نفعان درباره گردشگری فیلم افزایش یابد می‌توان انتظار داشت که مقصد به پتانسیل‌های توسعه‌ای خود خواهد رسید (O'Connor, 2011). البته پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۷) نشان داد که جوامع میزبان اثرات منفی زیست‌محیطی و فرهنگی را جدی نمی‌گیرند و این اثرات در باورهای آنان تأثیرگذار نخواهد بود.

در نتیجه، با توجه به این موارد سوالی که پیش می‌آید آن است که چگونه می‌توان مقاصد گردشگری فیلم را با توجه به مواردی که ایجاد می‌شود مدیریت نمود. شیاوونه و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود به سه رویکرد برای مدیریت مقصد گردشگری فیلم دست

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

یافتند. این رویکردها شامل رویکرد سودمند^۱، رویکرد انتقادی-بازنمایی^۲ و رویکرد یکپارچه^۳ می‌باشد. رویکرد سودمند توسط شرکت‌های فیلم‌برداری اتخاذ می‌گردد که تنها از تولید فیلم به دنبال رسیدن به سود می‌باشند. رویکرد دوم را دستداران به میراث فرهنگی انتخاب می‌نمایند و دلیل آن وجود آسیب‌هایی است که گردشگران فیلم می‌توانند ایجاد نمایند. هم‌چنین متخصصان مدیریت فرهنگی به این نکته اشاره می‌کنند که در صورت داشتن یک نگاه کل‌نگر می‌توان توسعه گردشگری فیلم را به بهترین شکل شاهد بود؛ در نتیجه می‌توان بیان داشت که ذی‌نفعان می‌توانند در سودآوری یک پروژه گردشگری فیلم نقش داشته باشند. هادسون (۲۰۱۱) در پژوهش خود به بررسی تعامل مقاصد با سازندگان فیلم پرداخت و بیان کردند که تعامل مقاصد و فیلم‌سازان یک رابطه برد-برد را ایجاد خواهد نمود. در نهایت سوال اساسی آن است که جامعه محلی چگونه اثرات منفی گردشگری فیلم را اولویت‌بندی می‌نماید و برای جامعه کدام یک از اثرات منفی اولویت بیش‌تری دارد.

مواد و روش‌ها

این پژوهش برای پاسخ به پرسش‌ها از رویکرد کمی استفاده کرده است. از نظر هدف جزء پژوهش‌های کاربردی می‌باشد و از نظر ماهیت، پژوهش پیمایشی می‌باشد و از طریق پخش پرسشنامه انجام شده است.

نمونه زیر مجموعه‌ای از جامعه آماری است که بتواند نماینده همه انواع عناصر جامعه باشد، تعریف می‌شود و بدان معنی است که واحدهایی که از جامعه به‌عنوان نمونه انتخاب می‌شوند، باید همه ویژگی‌های انواع مختلف واحدهای جمعیت را نشان دهند (Shukla, 2020). نمونه‌گیری، روش انتخاب نمونه از جامعه آماری است و دلیل انجام چنین کاری، پرهزینه و زمان‌بر بودن بررسی کل جامعه آماری است (Bhardwaj, 2019).

برای پاسخ به سوال پژوهش از روش کمی در این پژوهش استفاده گردید. این پژوهش از طریق پخش پرسشنامه در میان ساکنان شهرستان‌های لنگرود و لاهیجان در بازه زمانی ۷ آوریل تا ۲۱ ژوئن توزیع شد. پرسشنامه این پژوهش از نوع ساختار یافته بود. در پخش پرسشنامه سه نفر پژوهشگر را همراهی می‌کردند. آنان در مناطق مختلف شهر پخش می‌شدند و به‌صورت تصادفی سیستماتیک از هر ده خانه یک خانه را برای توزیع پرسشنامه انتخاب کردند. به هر فرد پاسخ‌دهنده در صورت تمایل در جلوی خانه‌اش، پرسشنامه جهت تکمیل داده می‌شد و یکی از اعضا در فرآیند حضور داشت تا پاسخ پرسش‌های احتمالی را بیان نماید. در مجموع ۲۰۷۰ پرسشنامه به‌صورت کامل جواب گرفتند.

پرسشنامه این پژوهش شامل ۲۱ پرسش است که از این تعداد، ۶ سوال مرتبط با گویه‌های جمعیت‌شناختی است و سایر سوالات به ترتیب به شرح ذیل طراحی شده است: اثرات اجتماعی منفی شامل شش سوال (Meimand et al, 2017) اثرات اقتصادی منفی شامل سه پرسش (Alrwajfah et al, 2019) و اثرات منفی محیطی شامل شش سوال (Adongo et al, 2017). این سوالات به وسیله تکنیک ترجمه یک‌طرفه (McGorry, 2000) به زبان فارسی ترجمه شد. دلیل استفاده از این تکنیک، ارزیابی این روش و رسیدن به پاسخ در زمان کوتاه بود. سوالات مطابق با فایل مادر در طیف پنج‌گزینه‌ای لیکرت طراحی شدند. می‌توانید سوالات را در جدول شماره ۲ مشاهده نمایید.

پیش از پخش پرسشنامه در میان مردم برای سنجش روایی پرسشنامه ما از روش روایی صوری^۴ که یکی از روش‌های روایی محتوایی^۱ است، استفاده نموده‌ایم. روایی صوری را می‌توان به دو شکل کمی و کیفی انجام داد. در روش کیفی پرسشنامه را در اختیار

1. The utilitarian approach
2. The critical-representational approach
3. The integrative approach
4. Face validity

اساتید و متخصصین قرار داده و نظر آنها درباره گویه‌ها پرسیده می‌شود، ولی در روش کمی از دو شاخص نسبت روایی محتوایی یا CVR و همچنین شاخص روایی محتوایی یا CVI استفاده می‌گردد (Bahariniya et al, 2021؛ حسینی و همکاران، ۱۳۹۴). در نتیجه در پژوهش حاضر به روش کیفی روایی محتوا بسنده نمودیم.

برای تجزیه و تحلیل آماری این پژوهش از نرم‌افزار SPSS 26 و نرم‌افزار AMOS 21 استفاده شد. از نرم‌افزار SPSS برای بررسی و تجزیه و تحلیل آمار توصیفی، محاسبه آلفای کرونباخ و آزمون فریدمن استفاده شد. از نرم‌افزار AMOS برای تحلیل عامل تأییدی استفاده گردید.

یافته‌های پژوهش

یافته‌های توصیفی

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ۵۰/۹ درصد افرادی که به پرسشنامه پاسخ داده‌اند زن می‌باشند. تعداد مردان در این پژوهش برابر با ۱۰۱۷ نفر (۴۹/۱ درصد) می‌باشد. ۵۵/۶ درصد افرادی که در تکمیل این پرسشنامه مشارکت کرده‌اند، حداقل یک‌بار ازدواج کرده‌اند. بیش‌تر پاسخ‌دهندگان از نظر سنی کمتر از سی‌سال سن دارند و در جایگاه بعدی افرادی که بین سی تا سی‌وننه سال سن دارند حضور دارند. محل سکونت بیش‌تر این افراد در شهرستان‌های لاهیجان و لنگرود می‌باشد. ۴۷ درصد از مشارکت‌کنندگان بیش‌تر از ۱۵ سال در محل سکونت خود حضور دارند. از نظر سطح سواد بیش‌تر افراد دارای دیپلم می‌باشند (۳۴/۳ درصد). مطالب خلاصه در جدول شماره (۱) قابل مشاهده می‌باشد.

جدول ۱: یافته‌های توصیفی پژوهش

تعداد	درصد		تعداد	درصد				
جنسیت			سن					
۵۶۹	۲۷/۵	زیر سی سال	۱۰۱۷	۴۹/۱	مرد			
۵۵۷	۲۶/۹	۳۰-۳۹	۱۰۵۳	۵۰/۹	زن			
۴۵۱	۲۱/۸	۴۰-۴۹	وضعیت تأهل					
۴۸۹	۲۳/۶	بالا ۵۰ سال	۹۲۰	۴۴/۴	مجرد			
محل سکونت			۱۱۵۰	۵۵/۶	متاهل			
مدت سکونت			لاهیجان					
۵۸۰	۲۸	لاهیجان	مدت سکونت					
۵۹۰	۲۸/۵	لنگرود	۲۳۰	۱۱/۱	زیر یک سال			
۴۳۸	۲۱/۲	حومه لنگرود	۲۳۵	۱۱/۴	۱-۳ سال			
۴۶۱	۲۲/۳	حومه لاهیجان	۲۹۷	۱۴/۳	۳-۱۰ سال			
در موارد سن (۴)، محل سکونت (۱) و سطح تحصیلات (۲) داده گم‌شده وجود دارد.			۳۳۶	۱۶/۲	۱۰-۱۵ سال			
			۹۷۲	۴۷	بیش‌تر از ۱۵ سال			
			تحصیلات					
			۷۱۱	۳۴/۳	دیپلم و کمتر			
			۶۳۸	۳۰/۸	لیسانس			
			۴۲۵	۲۰/۵	فوق لیسانس			

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کج مشیری لنگرودی و همکاران

دکترا	۱۴/۲	۲۹۴
-------	------	-----

تحلیل عاملی تأییدی (CFA)

برای آن که اعتبار سازه‌ها مورد بررسی قرار بگیرد، از روش تحلیل عامل تأییدی^۱ استفاده می‌گردد (Wong & Lai, 2013). در این روش به ارزیابی برازش مدل^۲ با توجه به داده‌های تجربی یا شبیه‌سازی شده پرداخته می‌شود (Price, 2023). از آزمون کای اسکوئر به دلیل حساسیت به حجم (Hair et al, 2009) و زیاد بودن حجم داده‌های این پژوهش صرف نظر شد. همان‌طور که در جدول شماره (۲) و شکل شماره (۱) مشاهده می‌شود، تمام بارهای عاملی بزرگ‌تر از ۰/۳ و معنادار شده‌اند (Tavakol & Wetzel, 2020). بر مبنای نظر هیر و همکاران (۲۰۰۹) شاخص‌های برازش مدل که در جدول شماره (۳) آماده‌اند، نمایش گر یک برازش خوب می‌باشند. هم‌چنین ضریب همبستگی در بین سازه‌ها زیر ۰/۹ می‌باشد که نشان از برازش خوب مدل است (Gerbing & Anderson, 1988) به علاوه مقدار روایی و پایایی داده‌ها که در جدول (۲) نمایش داده شده است، نیز مقدار مناسب را نمایش می‌دهد (Awang, 2012; Cheung et al, 2023; Lance et al, 2006).

جدول ۲: نتایج تحلیل عاملی تأییدی

کد	سازه‌ها	بار عاملی	α	CR	AVE
NSE	اثرات اجتماعی منفی		۰/۹۲۳	۰/۹۲۷	۰/۶۸۱
NSE1	توسعه گردشگری فیلم در منطقه باعث رشد بی‌بندوباری می‌گردد	۰/۸۳۱			
NSE2	توسعه گردشگری فیلم در منطقه باعث رشد جرم و جنایت در منطقه می‌شود	۰/۸۷۷			
NSE3	گردشگری فیلم، وندالیسم (تخریب اموال عمومی) را در منطقه افزایش می‌دهد	۰/۸۲۲			
NSE4	گردشگری فیلم باعث افزایش مصرف مواد مخدر در جامعه می‌شود	۰/۸۶۳			
NSE5	گردشگری فیلم باعث ایجاد اعتیاد به الکل در جامعه می‌گردد	۰/۸۲۷			
NSE6	گردشگری فیلم فقط برای افراد محدودی سودآور است	۰/۶۷۵			
NEE	اثرات اقتصادی منفی		۰/۷۶۲	۰/۷۸۳	۰/۵۴۸
NEE1	گردشگری فیلم قیمت املاک را افزایش می‌دهد	۰/۶۲۵			
NEE2	گردشگری فیلم هزینه زندگی را افزایش می‌دهد	۰/۷۳۸			
NEE3	گردشگری فیلم باعث بیکاری فصلی می‌شود	۰/۷۳۳			
NenE	اثرات منفی محیطی		۰/۹۳۲	۰/۹۳۳	۰/۶۹۷
NenE1	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش زباله خواهد شد	۰/۸۱۵			
NenE2	توسعه گردشگری فیلم باعث آلودگی آب خواهد شد	۰/۸۰۵			
NenE3	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش ترافیک خواهد شد	۰/۸۴۲			
NenE4	توسعه گردشگری فیلم باعث ازدحام جمعیت می‌شود	۰/۷۹۶			
NenE5	توسعه گردشگری فیلم باعث تخریب محیط طبیعی می‌شود	۰/۸۵۸			

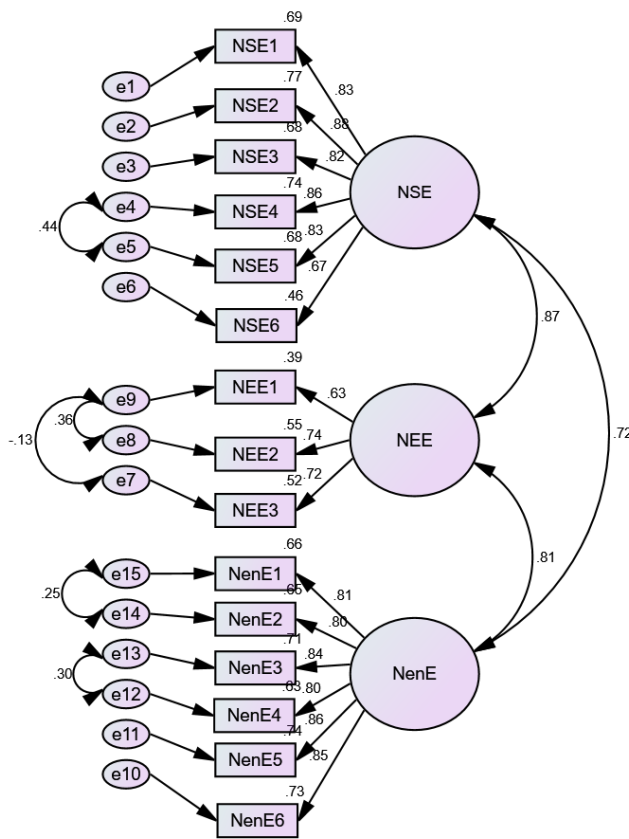
1. Confirmatory factor analysis
2. Model fit

NenE6	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش شلوغی و سروصدا خواهد شد	۰/۸۵۲		
-------	--	-------	--	--

AVE, average variance extracted; CR, composite reliability

جدول ۳: شاخص‌های برازش مدل

SRMR	RMSEA	CFI	TLI	IFI	RFI	NFI	مدل
۰/۵۶۰	۰/۱	۰/۹۲۷	۰/۹۱۲	۰/۹۲۷	۰/۹۰۸	۰/۹۲۴	اولیه
۰/۴۵۹	۰/۰۷۹	۰/۹۵۷	۰/۹۴۵	۰/۹۵۷	۰/۹۴۱	۰/۹۵۴	بعد از اصلاح



شکل ۱: مدل‌های اندازه‌گیری با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی مورد آزمایش قرار گرفتند

آزمون فرض پژوهش

این روش زمانی استفاده می‌شود که بدون در نظر گرفتن نوع توزیع، چند نمونه را اولویت‌بندی کنیم (Hoffman, 2019; Pimentel et al, 2016). این آزمون برای بررسی داده‌های ترتیبی توصیه می‌گردد (Paulson, 2003). در این پژوهش از این آزمون برای بررسی اهمیت هر یک از عوامل برای ساکنان و تحلیل آن بر مبنای نظر ساکنان پرداختیم.

سوال اول: کدام یک از اثرات اقتصادی، فرهنگی و محیطی برای جامعه از اهمیت بیشتری برخوردار می‌باشد؟ بر مبنای جدول شماره (۴) می‌توان بیان کرد که فرض یکسان بودن گویه‌ها برای مردم رد شده است و تفاوت نگاه در میان عوامل وجود دارد. از نگاه ساکنان، مسائل زیست‌محیطی از بیش‌ترین اهمیت برخوردار است.

جدول ۴: آزمون فریدمن بررسی ترتیبات اثرات منفی گردشگری فیلم

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کج مشیری لنگرودی و همکاران

رتبه	اثرات منفی گردشگری فیلم	میانگین رتبه‌ها ^۱
۱	اثرات منفی زیست‌محیطی	۲/۶۲
۲	اثرات منفی اقتصادی	۲/۱۸
۳	اثرات منفی اجتماعی	۱/۲۰
تعداد ۲۰۷۰، کای‌اسکوئر ^۲ ۲۳۴۷/۷۴۵، درجه آزادی ۲، سطح معناداری ^۳ ۰/۰۰۰		

سوال دوم: کدام یک از اثرات منفی اجتماعی برای جامعه از اهمیت بیش‌تری برخوردار می‌باشد؟ بر مبنای جدول شماره ۵ می‌توان بیان کرد که فرض یکسان بودن گویه‌ها برای مردم رد شده است و تفاوت نگاه در میان عوامل وجود دارد. از نگاه ساکنان، نگرانی برای سودآور بودن گردشگری فیلم برای تمام ساکنان از بیش‌ترین اهمیت برخوردار است.

جدول ۵: آزمون فریدمن اثرات منفی اجتماعی گردشگری فیلم

رتبه	اثرات منفی اجتماعی گردشگری فیلم	میانگین رتبه‌ها
۱	گردشگری فیلم فقط برای افراد محدودی سودآور است	۴/۴۶
۲	گردشگری فیلم وندالیسم (تخریب اموال عمومی) را در منطقه افزایش می‌دهد	۳/۸۳
۳	گردشگری فیلم باعث افزایش مصرف موادمخدر در جامعه می‌شود	۳/۲۶
۴	توسعه گردشگری فیلم در منطقه باعث رشد جرم و جنایت در منطقه می‌شود	۳/۲۱
۵	گردشگری فیلم باعث ایجاد اعتیاد به الکل در جامعه می‌گردد	۳/۱۶
۶	توسعه گردشگری فیلم در منطقه باعث رشد بی‌بندوباری می‌گردد	۳/۰۸
تعداد ۲۰۷۰، کای‌اسکوئر ^۲ ۱۶۷۸/۶۹۰، درجه آزادی ۵، سطح معناداری ^۳ ۰/۰۰۰		

سوال سوم: کدام یک از اثرات منفی اقتصادی برای جامعه از اهمیت بیش‌تری برخوردار می‌باشد؟ بر مبنای جدول شماره (۶) می‌توان بیان کرد که فرض یکسان بودن گویه‌ها برای مردم رد شده است و تفاوت نگاه در میان عوامل وجود دارد. از نگاه ساکنان، نگرانی برای افزایش قیمت املاک برای تمام ساکنان از بیش‌ترین اهمیت برخوردار است.

جدول ۶: آزمون فریدمن اثرات منفی اقتصادی گردشگری فیلم

رتبه	اثرات منفی اقتصادی گردشگری فیلم	میانگین رتبه‌ها
۱	گردشگری فیلم قیمت املاک را افزایش می‌دهد	۲/۴۹
۲	گردشگری فیلم هزینه زندگی را افزایش می‌دهد	۲/۲۰
۳	گردشگری فیلم باعث بیکاری فصلی می‌شود	۱/۳۲
تعداد ۲۰۷۰، کای‌اسکوئر ^۲ ۲۱۳۲/۳۱۶، درجه آزادی ۲، سطح معناداری ^۳ ۰/۰۰۰		

سوال چهارم: کدام یک از اثرات منفی زیست‌محیطی برای جامعه از اهمیت بیش‌تری برخوردار می‌باشد؟ بر مبنای جدول شماره (۷) می‌توان بیان کرد که فرض یکسان بودن گویه‌ها برای مردم رد شده است و تفاوت نگاه در میان عوامل وجود دارد. از نگاه ساکنان، نگرانی برای افزایش ازدحام جمعیت برای تمام ساکنان از بیش‌ترین اهمیت برخوردار است.

جدول ۷: آزمون فریدمن اثرات منفی زیست‌محیطی گردشگری فیلم

1. Mean Rank
2. Chi-Square
3. Asymp. Sig

مطالعات مدیریت گردشگری عصر هوشمند، دوره ۱، شماره ۱، ۴۱-۲۶، پاییز و زمستان ۱۴۰۳

رتبه	اثرات منفی زیست‌محیطی گردشگری فیلم	میانگین رتبه‌ها
۱	توسعه گردشگری فیلم باعث ازدحام جمعیت می‌شود	۳/۹۲
۲	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش ترافیک خواهد شد	۳/۹۱
۳	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش شلوغی و سروصدا خواهد شد	۳/۶۴
۴	توسعه گردشگری فیلم باعث افزایش زباله خواهد شد	۳/۳۹
۵	توسعه گردشگری فیلم باعث تخریب محیط طبیعی می‌شود	۳/۲۶
۶	توسعه گردشگری فیلم باعث آلودگی آب خواهد شد	۲/۸۸
تعداد ۲۰۷۰، کای‌اسکوئر ۱۰۸۴/۹۵۹، درجه آزادی ۵، سطح معناداری ۰/۰۰۰		

بحث

در پژوهش حاضر به چگونگی اهمیت اثرات منفی گردشگری فیلم در میان ساکنان منطقه پرداختیم. اگرچه وجود اثرات منفی گردشگری فیلم در پژوهش‌های پیشین اثبات شده بود (هایتمن، ۲۰۱۰؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۷؛ لارسون^۱ و همکاران، ۲۰۱۳؛ لوندبرگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸؛ ریتیچاینوات^۳ و همکاران، ۲۰۱۸) اما در هیچ کدام از تحقیقات پیشین تا جایی که محققین بررسی کردند به این که کدامیک از اثرات منفی بیش‌ترین اهمیت را برای ساکنان دارد، پرداخته نشده بود. یافته‌های این پژوهش نشان داد که اثرات زیست‌محیطی برای مردم دو شهرستان لنگرود و لاهیجان از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است. در بخش‌های اجتماعی فاصله طبقاتی از اهمیت بسیاری برخوردار است، در بخش اقتصادی قیمت ملک از اهمیت بسیاری برخوردار می‌باشد و در بخش زیست‌محیطی ازدحامی که گردشگران ایجاد می‌نمایند، بیش‌ترین مقدار نگرانی را ایجاد می‌نماید. پژوهش حاضر با بررسی اهمیت عوامل منفی به ادبیات گردشگری فیلم کمک کرد تا شکاف پژوهشی را پوشش دهد. همچنین نتایج این پژوهش به ادبیات توسعه گردشگری هم کمک می‌نماید و در ادبیات توسعه پایدار گردشگری نیز می‌توان از یافته‌های پژوهش استفاده نمود.

نتایج ما نشان داد که جامعه نسبت به اثرات منفی زیست‌محیطی نگران‌تر از اثرات اقتصادی و فرهنگی می‌باشد که می‌توان دلیل آن را وابستگی بیش‌تر مردم به زمین‌های کشاورزی خود در منطقه دانست. آن‌ها اقتصاد گردشگری؛ به‌خصوص سودآوری گردشگری فیلم را به عنوان یک عامل جانبی نگاه می‌نمایند. همچنین دلیل آن که توجه به اثرات منفی اجتماعی نسبت به دو مورد دیگر کم‌تر است را در پژوهش یوسیبو^۴ و همکاران (۲۰۱۸) می‌توان یافت که در پژوهش خود به این مهم دست یافته‌اند که در شرایط رکود اقتصادی، اثرات منفی اجتماعی تا حد زیادی توسط مردم نادیده گرفته خواهد شد. همچنین این یافته تاحدی با پژوهش کیم و همکاران (۲۰۱۷)، همسو بود که بیان کردند که جوامع میزبان اثرات منفی زیست‌محیطی و فرهنگی را تا حد زیادی نادیده می‌گیرند.

در نتیجه، یافته‌های این پژوهش، پیامدهای مدیریتی بسیاری را دارا می‌باشد. اول این که مدیران باید پیامدهای زیست‌محیطی توسعه گردشگری فیلم در منطقه را در نظر بگیرند. بیش‌تر نگرانی‌های زیست‌محیطی مردم منطقه ایجاد آلودگی محیطی نمی‌باشد، بلکه آلودگی‌های بصری مانند ازدحام، ترافیک و شلوغی نگرانی مردم است؛ در نتیجه مدیران باید دست به عریض کردن خیابان‌های منتهی به مناطق گردشگری بزنند. همچنین با ایجاد پیاده‌راه‌های گردشگری از ازدحام‌هایی که منجر به مختل شدن زندگی مردم محلی می‌شود، دست بزنند. دوم این که یافته‌ها نشان می‌دهد که ایجاد شکاف اجتماعی و طبقاتی برای مردم منطقه مهم‌ترین نگرانی اجتماعی می‌باشد؛ در نتیجه مدیران باید از تمام ظرفیت‌های محلی برای توسعه گردشگری فیلم در منطقه استفاده کنند و تمام ذی‌نفعان را شریک این

1. Larson
2. Lundberg
3. Rittichainuwat
- 4 Eusébio

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

توسعه نمایند؛ همانند آنچه که شیاوونه و همکاران^۱ (شیاوونه و رایندرز، ۲۰۲۲)، در پژوهش خود اشاره کردند. سوم این که، بیشتر نگرانی اقتصادی ناشی از گردشگری فیلم درباره افزایش قیمت زمین و هزینه‌های زندگی می‌باشد که در بخش شکاف طبقاتی هم اشاره شد. پس، به نوعی می‌توان ادعا داشت که مردم از سود سرشار توسعه گردشگری فیلم در منطقه اطلاع دارند، ولی نبود مشارکت در فرآیند و همچنین دانش درباره تجربیات مناطق دیگر، آنان را درباره چگونگی سهم‌شان از سود و ضرر اثرات اقتصادی نگران کرده است که می‌توان با توجه با یافته هادسون (۲۰۱۱) بیان کرد که در صورت مشارکت ذی‌نفعان، می‌توان شاهد یک شرایط برد-برد برای منطقه بود.

نتیجه‌گیری

امروزه یکی از مولفه‌های کلیدی هوشمندی مقصد، تاکید بر توسعه پایدار است. یک عامل حیاتی در دستیابی به توسعه پایدار، حمایت فعال و مشارکت ذی‌نفعان در فرآیند است. برای این که ذی‌نفعان فعالانه از ابتکارات توسعه حمایت کرده و درگیر آن شوند، برنامه‌ریزان باید بر حداقل رساندن اثرات منفی و در عین حال به حداکثر رساندن نتایج مثبت تمرکز کنند. این تعادل نه تنها حس مالکیت و همکاری را تقویت می‌کند، بلکه دوام طولانی‌مدت را برای مقصد تضمین می‌کند. در چارچوب این پژوهش، شهرستان‌های لنگرود و لاهیجان فرصت بی‌نظیری را ارائه می‌دهند؛ چون که هنوز توسعه مقصد مبتنی بر گردشگری فیلم را تجربه نکرده‌اند. این مرحله انتقالی یک فرصت ایده‌آل برای اجرای برنامه‌ریزی مدیرانه و استراتژیک برای توسعه فراهم می‌کند. با اتخاذ رویکردی فعال و هوشمندانه، می‌توان این مقاصد را به گونه‌ای توسعه داد که هم رشد اقتصادی و هم پایداری زیست‌محیطی را در اولویت قرار دهند. پرداختن به چالش‌های بالقوه در مراحل اولیه تضمین می‌کند که در عصر هوشمندی، توسعه با اصول گردشگری پایدار مطابقت داشته باشد و الگویی ایجاد شود که نه تنها اقتصاد محلی را تقویت می‌کند، بلکه از یکپارچگی زیست‌محیطی نیز محافظت می‌نماید. در صورت انجام این کار، ذی‌نفعان و جامعه گسترده‌تر به احتمال زیاد بخش گردشگری را در آغوش می‌گیرند و آن را راهی برای رفاه بلندمدت و نظارت بر محیط‌زیست می‌دانند. توسعه گردشگری فیلم در این شهرستان‌ها، در صورت مدیریت هوشمندانه، می‌تواند به‌عنوان طرحی برای شیوه‌های گردشگری پایدار عمل کند.

اگرچه پژوهش حاضر توانست بینش خوبی درباره رتبه‌بندی دغدغه‌های ساکنان محلی از توسعه گردشگری فیلم ارائه نماید، اما دارای محدودیت‌های بسیاری نیز هست. اول این که، پژوهش حاضر به دلیل آن که حالت اکتشافی نداشت، بسیاری از نگرانی‌هایی که ممکن است گردشگری فیلم ایجاد نماید از دید پژوهش مخفی شده است. دوم این که، در پژوهش به بررسی شغل مرتبط و غیرمرتبط با گردشگری و تفاوت دغدغه‌ها پرداخته نشد که می‌توانست دانش عمیق‌تری ایجاد نماید. سوم، نمونه‌گیری این پژوهش تنها در بستر دو شهرستان و در بازه زمانی کوتاه انجام شد.

بر این پایه، این حوزه تحقیقاتی مستلزم بررسی بیشتر است که در ادامه به تشریح آن خواهیم پرداخت. ابتداءً انجام یک مطالعه اکتشافی در مورد تأثیرات مثبت و منفی گردشگری فیلم را توصیه می‌کنیم. دوم، مطالعات آینده باید در مقیاس جغرافیایی بزرگ‌تری انجام شود تا امکان تحلیل‌های فراملی فراهم شود و درک چگونگی تأثیر فرهنگ‌های مختلف بر این تأثیرات اولویت‌بندی شود.

حامی مالی

هیچ حمایت مالی وجود ندارد.

سهم نویسندگان در پژوهش

سهم نویسندگان به صورت برابر است.

تضاد منافع

نویسندگان هیچ تضاد منافع را اعلام نکردند.

تقدیر و تشکر

از کلیه مشاوران علمی این مقاله کمال تشکر را داریم.

منابع

- Abdelazim, T., & Ahmed, A. (2017). How do Saudi Arabians Perceive the Egyptian Tourist Destination through Drama and Films? *Journal of Tourism & Hospitality*, 6.
- Adams, K., & Sanchez, P. (2020). Tourism as Industry and Field of Study. In. <https://doi.org/10.4324/9781003031765-5>.
- Adongo, R., Choe, J. Y., & Han, H. (2017). Tourism in Hoi An, Vietnam: impacts, perceived benefits, community attachment and support for tourism development. *International Journal of Tourism Sciences*, 17(2), 86-106. <https://doi.org/10.1080/15980634.2017.1294344>
- Ahn, Y.-j., & Bessiere, J. (2023). The Relationships between Tourism Destination Competitiveness, Empowerment, and Supportive Actions for Tourism. *Sustainability*, 15(1), 626. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/1/626>
- Alrwajfah, M. M., Almeida-García, F., & Cortés-Macías, R. (2019). Residents' Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, Jordan. *Sustainability*, 11(7), 1907. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/7/1907>
- Asero, V., & Ponton, D. (2021). Film Tourism in South-Eastern Sicily: In the Footsteps of Inspector Montalbano. *ATHENS JOURNAL OF TOURISM*, 8, 163-176. <https://doi.org/10.30958/ajt.8-3-2>
- Ashraf, M. S., Hou, F., Kim, W. G., Ahmad, W., & Ashraf, R. U. (2020). Modeling tourists' visiting intentions toward ecofriendly destinations: Implications for sustainable tourism operators. *Business Strategy and the Environment*, 29(1), 54-71. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/bse.2350>
- Awang, Z. (2012). *A handbook on structural equation modeling using AMOS*. Universiti Teknologi MARA Press .
- Azevedo, A., Alves, J. A., & Fernandes, R. R. (2023). The (negative) impact of violent and gore TV crime series on destination image and travel motivation. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28, 100782. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100782>
- Bahariniya, S., Ezatiasar, M., & Madadizadeh, F. (2021). A Brief Review of the Types of Validity and Reliability of scales in Medical Research. *Journal of Community Health Research*, 10. <https://doi.org/10.18502/jchr.v10i2.6582>
- Beeton, S., & Cavicchi, A. (2015). Not Quite Under the Tuscan Sun... the Potential of Film Tourism in Marche Region. *Almatourism - Journal of Tourism, Culture and Territorial Development*, 6(4), 146-160. <https://doi.org/10.6092/issn.2036-5195/4958>
- Bhardwaj, P. (2019). Types of sampling in research. *Journal of the Practice of Cardiovascular Sciences*, 5, 157. https://doi.org/10.4103/jpcs.jpcs_62_19
- Boley, B. B., Strzelecka, M., & Woosnam, K. M. (2018). Resident Perceptions of the Economic Benefits of Tourism: Toward a Common Measure. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(8), 1295-1314. <https://doi.org/10.1177/1096348018759056>
- Bramwell, B., & Lane, B. (1993). Sustainable Tourism: An Evolving Global Approach. *Journal of Sustainable Tourism*, 1(1), 1-5. <https://doi.org/10.1080/09669589309450696>
- Butler, R. (2011). It's only make believe: the implications of fictional and authentic locations in films. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 91-101. <https://doi.org/10.1108/17554211111122961>
- Butler, R. W. (1974). The social implications of tourist developments. *Annals of Tourism Research*, 2(2), 100-111. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383\(74\)90025-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/0160-7383(74)90025-5)
- Chang, M.-X., Choong, Y.-O & Ng, L.-P. (2020). Local residents' support for sport tourism development: the moderating effect of tourism dependency. *Journal of Sport & Tourism*, 24(3), 215-234. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1833747>

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

- Cheung, G. W., Cooper-Thomas, H. D., Lau, R. S., & Wang, L. C. (2023). Reporting reliability, convergent and discriminant validity with structural equation modeling: A review and best-practice recommendations. *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-023-09871-y>
- Choi, H. C., & Murray, I. (2010). Resident attitudes toward sustainable community tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 18(4), 575-594. <https://doi.org/10.1080/09669580903524852>
- Connell, J. (2012). Film tourism – Evolution, progress and prospects. *Tourism Management*, 33(5), 1007-1029. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.02.008>
- Dwyer, L. (2022). Destination competitiveness and resident well-being. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100996. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100996>
- Eusébio, C., Vieira, A. L., & Lima, S. (2018). Place attachment, host–tourist interactions, and residents' attitudes towards tourism development: the case of Boa Vista Island in Cape Verde. *Journal of Sustainable Tourism*, 26(6), 890-909. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1425695>
- Gerbing, D. W., & Anderson, J. C. (1988). An Updated Paradigm for Scale Development Incorporating Unidimensionality and Its Assessment. *Journal of Marketing Research*, 25(2), 186-192. <https://doi.org/10.2307/3172650>
- Hahm, J., & Wang, Y. (2011). Film-Induced Tourism as a Vehicle For Destination Marketing: Is it Worth the Efforts? *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(2), 165-179. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.546209>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J & ,Anderson, R. E. (2009). *Multivariate Data Analysis*. Prentice-Hall. <https://books.google.co.uk/books?id=VvXZnQEACAAJ>
- Heitmann, S. (2010). Film Tourism Planning and Development—Questioning the Role of Stakeholders and Sustainability. *Tourism and Hospitality Planning & Development*, 7(1), 31-46. <https://doi.org/10.1080/14790530903522606>
- Hoffman, J. I. E. (2019). Chapter 26 - Analysis of Variance. II. More Complex Forms. In J. I. E. Hoffman (Ed.), *Basic Biostatistics for Medical and Biomedical Practitioners (Second Edition)* (pp. 419-441). Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-817084-7.00026-7>
- Hosseini, Z., Ghorbani, Z., & Ebn Ahmady, A. (2015). Face and Content Validity and Reliability Assessment of Change Cycle Questionnaire in Smokers. *Journal of Mashhad Dental School*, 39(2), 147-154. <https://doi.org/10.22038/jmds.2015.3637>
- Hudson, S. (2011). Working together to leverage film tourism: collaboration between the film and tourism industries. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 165-172. <https://doi.org/10.1108/17554211111123023>
- Hudson, S., & Ritchie, J. R. B. (2006). Film tourism and destination marketing: The case of Captain Corelli's Mandolin. *Journal of Vacation Marketing*, 12(3), 256-268. <https://doi.org/10.1177/1056766706266197>
- Hui, X., Raza, S. H., Khan, S. W., Zaman, U., & Ogadimma, E. C. (2023). Exploring Regenerative Tourism Using Media Richness Theory: Emerging Role of Immersive Journalism, Metaverse-Based Promotion, Eco-Literacy, and Pro-Environmental Behavior. *Sustainability*, 15(6), 5046. <https://www.mdpi.com/2071-1050/15/6/5046>
- Huo, T., Yuan, F., Huo, M., Shao, Y., Li, S., & Li, Z. (2023). Residents' participation in rural tourism and interpersonal trust in tourists: The mediating role of residents' perceptions of tourism impacts. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 457-471. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2023.02.011>
- Kim, S., & Kim, S. (2018). Perceived values of TV drama, audience involvement, and behavioral intention in film tourism. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 259-272. <https://doi.org/10.1080/10548408.2016.1245172>
- Kim, S., Kim, S., & Heo, C. (2015). Assessment of TV Drama/Film Production Towns as a Rural Tourism Growth Engine. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 20(7), 730-760. <https://doi.org/10.1080/10941665.2014.927378>
- Kim, S., Kim, S., & Oh, M. (2017). Film Tourism Town and Its Local Community. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 18(3), 334-360. <https://doi.org/10.1080/15256480.2016.1276005>

- Lance, C. E., Butts, M. M., & Michels, L. C. (2006). The Sources of Four Commonly Reported Cutoff Criteria: What Did They Really Say? *Organizational Research Methods*, 9(2), 202-220. <https://doi.org/10.1177/1094428105284919>
- Larson, M., Lundberg, C., & Lexhagen, M. (2013). Thirsting for vampire tourism: Developing pop culture destinations. *Journal of Destination Marketing & Management*, 2(2), 74-84. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2013.03.004>
- Lee, T. H., & Jan, F.-H. (2015). The influence of recreation experience and environmental attitude on the environmentally responsible behavior of community-based tourists in Taiwan. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(7), 1063-1094. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1032298>
- Liu, Y., Chin, S., Nechita, F., & Candrea, A. (2020). Framing Film-Induced Tourism into a Sustainable Perspective from Romania, Indonesia and Malaysia. *Sustainability*, 12. <https://doi.org/10.3390/su12239910>
- Liu, Z. (2003). Sustainable Tourism Development: A Critique. *Journal of Sustainable Tourism*, 11(6), 459-475. <https://doi.org/10.1080/09669580308667216>
- Lundberg, C., Ziakas, V., & Morgan, N. (2018). Conceptualising on-screen tourism destination development. *Tourist Studies*, 18(1), 83-104. <https://doi.org/10.1177/1468797617708511>
- Macionis, N. (2004). Understanding the film-induced tourist. *Melbourne: Tourism Research Unit*, 86-97.
- Marafa, L. M., Chan, C.-S., & Li, K. (2022). Market Potential and Obstacles for Film-Induced Tourism Development in Yunnan Province in China. *Journal of China Tourism Research*, 18(2), 245-267. <https://doi.org/10.1080/19388160.2020.1819498>
- McGorry, S. Y. (2000). Measurement in a cross-cultural environment: survey translation issues. *Qualitative Market Research: An International Journal*, 3(2), 74-81. <https://doi.org/10.1108/13522750010322070>
- Meimand, S. E., Khalifah, Z., Zavadskas, E. K., Mardani, A., Najafipour, A. A., & Ahmad, U. N. U. (2017). Residents' Attitude toward Tourism Development: A Sociocultural Perspective. *Sustainability*, 9(7), 1170. <https://www.mdpi.com/2071-1050/9/7/1170>
- Meng, Y., & Tung, V. W. S. (2016). Travel Motivations of Domestic Film Tourists to the Hengdian World Studios: Serendipity, Traverse, and Mimicry. *Journal of China Tourism Research*, 12(3), 305-324. <https://doi.org/10.1080/19388160.2016.1266068>
- Moyle, B. D., McLennan, C.-I. J., Ruhanen, L., & Weiler, B. (2014). Tracking the concept of sustainability in Australian tourism policy and planning documents. *Journal of Sustainable Tourism*, 22(7), 805-824. <https://doi.org/10.1080/09669582.2013.839694>
- Nanjangud, A. (2019). Bollywood Tourism in Japan: Current Challenges, Potential Directions. *International Journal of Contents Tourism*, 4, 1-11.
- Nanjangud, A., & Reijnders, S. (2022). Cinematic itineraries and identities: Studying Bollywood tourism among the Hindustanis in the Netherlands. *European Journal of Cultural Studies*, 25(2), 659-678. <https://doi.org/10.1177/1367549420951577>
- Nasr, E., Emeagwali, O. L., Aljuhmani, H. Y., & Al-Geitany, S. (2022). Destination Social Responsibility and Residents' Environmentally Responsible Behavior: Assessing the Mediating Role of Community Attachment and Involvement. *Sustainability*, 14(21), 14153. <https://www.mdpi.com/2071-1050/14/21/14153>
- Ng, T.-M. & Chan, C.-S. (2020). Investigating film-induced tourism potential: The influence of Korean TV dramas on Hong Kong young adults. *Asian Geographer*, 37(1), 53-73. <https://doi.org/10.1080/10225706.2019.1701506>
- Nugroho, P., & Numata, S. (2021). Changes in residents' attitudes toward community-based tourism through destination development in Gunung Ciremai national park, Indonesia. *Tourism Recreation Research*, 46(3), 403-421. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1808753>
- O'Connor, N. (2011). How can the film-induced tourism phenomenon be sustainably managed? *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 3(2), 87-90. <https://doi.org/10.1108/1755421111122952>
- O'Connor, N., & Kim, S. (2014). Pictures and prose: exploring the impact of literary and film tourism. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 12(1), 1-17. <https://doi.org/10.1080/14766825.2013.862253>
- Paulson, D. S. (2003). Nonparametric Statistics In *Applied Statistical Designs for the Researcher (1st ed.)*. CRC Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1201/9781482276244/01>

از فیلم تا پایداری: پژوهشی درباره چالش‌های گردشگری فیلم / کیم مشیری لنگرودی و همکاران

- Pillai, S. K. B., Kamat, K., Scaglione, M., D'Mello, C., & Weiermair, K. (2019). Film Tourism and Its Impact on Residents Quality of Life: A Multi Logit Analysis. In A. M. Campón-Cerro, J. M. Hernández-Mogollón, & J. A. Folgado-Fernández (Eds.), *Best Practices in Hospitality and Tourism Marketing and Management: A Quality of Life Perspective* (pp. 181-199). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-91692-7_9
- Pimentel, T. C., Gomes da Cruz, A., & Deliza, R. (2016). Sensory Evaluation: Sensory Rating and Scoring Methods. In B. Caballero, P. M. Finglas, & F. Toldrá (Eds.), *Encyclopedia of Food and Health* (pp. 744-749). Academic Press. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-384947-2.00617-6>
- Pires Basáñez, R., & Ingram, H. (2013). Film and tourism: the imagined place and the place of the imagined. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 5(1), 39-54. <https://doi.org/10.1108/17554211311292439>
- Poudel, S., Nyaupane, G. P., & Budruk, M. (2016). Stakeholders' Perspectives of Sustainable Tourism Development: A New Approach to Measuring Outcomes. *Journal of Travel Research*, 55(4), 465-480. <https://doi.org/10.1177/0047287514563166>
- Price, L. R. (2023). Confirmatory factor analysis: foundations and extensions. In R. J. Tierney, F. Rizvi, & K. Ercikan (Eds.), *International Encyclopedia of Education (Fourth Edition)* (pp. 607-618). Elsevier. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/B978-0-12-818630-5.10016-8>
- Rittichainuwat, B., Laws, E., Scott, N., & Rattanaphinanchai, S. (2018). Authenticity in Screen Tourism: Significance of Real and Substituted Screen Locations. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 42(8), 1274-1294. <https://doi.org/10.1177/1096348017736568>
- Schiavone, R., & Reijnders, S. (2022). Fusing fact and fiction: Placemaking through film tours in Edinburgh. *European Journal of Cultural Studies*, 25(2), 723-739. <https://doi.org/10.1177/1367549420951568>
- Schiavone, R., Reijnders, S., & Brandellero, A. (2022). 'Beneath the storyline': analysing the role and importance of film in the preservation and development of Scottish heritage sites. *International Journal of Heritage Studies*, 28(10), 1107-1120. <https://doi.org/10.1080/13527258.2022.2131876>
- Shukla, S. (2020). *CONCEPT OF POPULATION AND SAMPLE*.
- St-James, Y., Darveau, J., & Fortin, J. (2018). Immersion in film tourist experiences. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 273-284. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1326362>
- Tavakol, M., & Wetzel, A. (2020). Factor Analysis: a means for theory and instrument development in support of construct validity. *Int J Med Educ*, 11, 245-247. <https://doi.org/10.5116/ijme.5f96.0f4a>
- Terzidou, M., Styliadis, D., & Terzidis, K. (2017). The role of visual media in religious tourists' destination image, choice, and on-site experience: the case of Tinos, Greece. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 35(3), 306-319. <https://doi.org/10.1080/10548408.2017.1304316>
- Waligo, V. M., Clarke, J., & Hawkins, R. (2013). Implementing sustainable tourism: A multi-stakeholder involvement management framework. *Tourism Management*, 36, 342-353. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.10.008>
- Wong, I. A., Song, Y. C., & Zhang, C. (2021). Not all films are created the same: understanding the cross-level effect of movie ratings on destination image creation. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 38(4), 356-367. <https://doi.org/10.1080/10548408.2021.1921097>
- Wong, J.-Y., & Lai, T.-C. (2013). Celebrity Attachment and Behavioral Intentions: The Mediating Role of Place Attachment. *International Journal of Tourism Research*, 17. <https://doi.org/10.1002/jtr.1974>
- Zhou, B., Xiong, Q., Li, P., Liu, S., Wang, L.-e., & Ryan, C. (2023). Celebrity involvement and film tourist loyalty: Destination image and place attachment as mediators. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 54, 32-41. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.11.004>