
تأثيرات سینما بر صنعت گردشگری

تهمینه خطیبی طهرانی

انتشارات ایزد قلم



سرشناسه: خطیبی طهرانی، تهمینه، ۱۳۵۹

عنوان و نام پدیدآور: تأثیرات سینما بر صنعت گردشگری / مولف تهمینه خطیبی طهرانی.

مشخصات نشر: آبادان: ایزد قلم، ۱۳۹۸.

مشخصات ظاهری: ۵۰ ص:؛ ۲۱/۵×۱۴/۵ س.م.

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۳۴۶-۵-۶

وضعیت فهرست نویسی: فیبا

یادداشت: کتابنامه.

موضوع: گردشگری و سینما — ایرلند موضوع: Ireland — Tourism and motion pictures

موضوع: سینما — ایرلند موضوع: Ireland — Motion pictures

رده بندی کنگره: ۱۳۹۷ غ ۶ / ۱۵۵ G

رده بندی دیویی: ۳۳۸/۴۷۹۱۰۹۴۱۵

شماره کتابشناسی ملی: ۵۵۴۶۹۱۱

تهمینه خطیبی طهرانی تأثیرات سینما بر صنعت گردشگری

طراح جلد: مهدی خدادادی

ته آرا: محبوبه کمارجی

نشر ایزد قلم

ایستگاه چاپ: دفتر کرج

نوبت چاپ: ۱۱۰۰ نسخه

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۵۳۴۶-۵-۶

۶۰۰۰۰ ریال



انتشارات ایزد قلم

دفتر مرکزی: منطقه آزاد اروند-آبادان-کوی قدس-ایستگاه ششم-ردیف ۲۵۲-اتاق ۳
نمایندگی کرج: فردیس-فلکه ۵-بلوار امام خمینی ۱۲-متری لاله-مجتمع نسیم-واحد ۳۸
تلفن: ۰۹۳۶۳۹۲۰۰۲۱

حق چاپ و نشر محفوظ است

Site: www.izadghalam.ir

Email: izadghalam@gmail.com

Instagram: [izadghalam](https://www.instagram.com/izadghalam)

فهرست

۸	پیش گفتار
۱۲	گردشگری فیلم در ایرلند
۱۶	روش شناسی
۱۸	روش های تحقیق
۲۲	نتیجه گیری و نتیجه ها
۲۳	فصل دوم
۲۴	بیان مساله
۲۸	اهمیت و ضرورت انجام تحقیق
۳۲	سوابق مربوط
۴۰	اهداف پژوهش
۴۳	سوال ها و فرضیه ها
۴۵	روش کار
۴۸	منابع

پیش‌گفتار

فیلم به عنوان یک رسانه می‌تواند تأثیر زیادی بر روی مخاطبان خود داشته باشد. یک بدنه روبه‌رشد ادبیات شواهدی ارائه می‌کند که تولیدات سینمایی و تولیدات تلویزیونی می‌تواند بر تصمیمات سفر گردشگران تأثیر بگذارد. آنها را اغوا کند تا از مقصدهای خاص بازدید کنند که در صفحه دیده شده‌اند. این کتاب مفهوم گردشگری ناشی از فیلم را به ایرلند اعمال می‌کند. بافت بریدات اولیه از سال ۱۹۵۰ به عنوان یک تمرکز خاص بر نمونه‌های برجسته جدیدتر مانند بازی تاج‌وتخت و جنگ ستارگان: نیروی بیداری. پژوهش آنلاین جهانی (شبکه‌نگاری) با استفاده از طرفداران بازی تاج‌وتخت همراه با آنالیز محتوای وب‌سایت‌های ارتباط جمعی مربوط به فیلم جنگ ستارگان ۲۰۱۵ و اکاز، بزم، ایرلندی اسکلیگ مایکل انجام شد. یافته‌ها، پایگاه‌های طرفداران اینترنتی را با توجه به هر مورد و علاقه شدید در مکان‌های مبتنی بر ایرلند نشان می‌دهند. به نظر می‌رسد که آگاهی در هر مورد بالا و در حال رشد است که پتانسیل زیادی برای رشد ایرلند به عنوان یک مقصد گردشگری فیلم را برجسته می‌کند.

یک پدیده رشد جدید در بازار گردشگری مقصد گردشگری این روزها روند روبه‌افزایش برای ارتباط با یک مقصد با برنامه‌های محبوب سینمایی یا برنامه‌های تلویزیونی است. این موضوع به دنبال کسب شهرت و شهرت بیشتر در عصر مردن پس از سه‌گانه «ارباب حلقه‌ها» (۲۰۰۳-۲۰۰۱) و اینکه نیوزیلند ب موفقیت خود را به عنوان خانه «زمین میانه» معرفی کرد آغاز شد. (بیتون، ۲۰۰۵). با این حال به‌طور قابل بحثی مفهوم فیلم جذب گردشگر برای بازدید از مکان‌های خاص بسیار طولانی‌تر است. در حقیقت ایرلند می‌تواند برخی از نخستین نمونه‌های این پدیده را بر زبان آورد.

(فیلم جان فورد ۱۹۵۲ «مرد آرام» با بازی جان وین و مورین اوهارا یکی از این نمونه‌هاست.

یک فیلم که فورد «بهترین کارگردان» اسکار را برنده کرد، فیلم (که عمدتاً در منطقه کنگ در شرکت مایو قرار دارد) به‌طور خاص با تماشاگران آمریکایی در ارتباط است و تا به امروز، گردشگران آمریکایی را به این مجتمع روستایی جذب می‌کند (بیش از ۶۰ سال پیش گردشگری فیلم را با گردشگری صفحه نمایش را می‌توان به عنوان «بازدید توریستی به یک مقصد خاص» حاذقه به عنوان یک نتیجه از مقصد در تلویزیون، ویدیو، دی‌وی‌دی، یا بروی صفحه‌نمایش سینمایی» تعریف کرد).

از این پدیده، گردشگران به بازدید از مقصد خاص به دلیل ارتباط آنها با فیلمهای نمایش و نمایشهای تلویزیونی حمایت می‌کنند. این شگل گردشگری به یک پدیده بسیار قدرتمند تبدیل شده است. این می‌تواند یک مقصد را با یک فرصت برای تفریح، تصویر رسانه‌ای و درک مردم از کشور فراهم کند/ درعین حال با استفاده از یک شکل جهانی گردشگری که به طور گسترده‌ای شناخته شده و در حال توسعه است، می‌تواند اقتصاد خود را به طور قابل توجهی افزایش دهد. تحقیقات نشان داده است که فیلمها و نمایشهای تلویزیونی به شدت بر توریستها در انتخاب مقصد خود تأثیر می‌گذارند (ریل و همکاران ۱۹۹۸) بئتن ۲۰۰۵، سادسزن ۲۰۰۶، پچی ۲۰۰۶، باتلر ۲۰۱۱، کانل ۲۰۱۳). دیگر نمونه‌های ابتدایی فراتر از «مرد آرام» ایرلند شامل مواردی از هیجان‌انگیز جاسوسی ۱۹۴۹ «مرد سودا» (روین) و فیلم ۱۹۶۵ «صدای موسیقی» (در سالزپورگ) همه اینها به توسعه و ارتقاء گردشگری به مکانهای مربوطه آنها اعتبار می‌بخشد و درواقع این اثر هنوز هم ادامه دارد، چند دهه بعد (بولان، بویدوبل ۲۰۱۱). نیوزلند و سه‌گانه فیلم «ارباب حلقه‌ها» یکی از بیشترین تحقیقات و نمونه‌هایی از

فیلمهای گردشگری بوده است.

این کشور در طول سه سال هزینه افزایش هزینه‌های گردشگری مستقیم ۳۲/۸ میلیون دلار را تنها با تأثیر این فیلمها به اثبات رسانده است که تأثیر آن بیش از ده برابر در دهه‌ای است که دنبال می‌شود (بوچ من ۲۰۱۰). در نیومکزیکو فیلم گردشگری به ارزش ۱۲۴ میلیون دلار تخمین زده می‌شود (به‌طور عمده به نمایش (Breaking Bad) در سالیکه در سوئد، به لطف فیلم تلویزیونی «هزاره» و wallen-der ۱۰۶ میلیون در تاریخ تخمین زده شده است (کونل ۲۰۱۳، زانلی و مجید ۲۰۱۴). در سالهای اخیر، شهیدی در تولید فیلم تلویزیون در ایرلند (شمال و جنوب) در سالهای اخیر اقتصادهای اکسفورد (۲۰۱۲)، مقصد در حال حاضر فرصتی برای جانب دیگر که بزرگتر از این بازار گردشگری فیلم بر درآمد داد.

در ایرلند، یک تغییردهنده محلی در زمانهای اخیر، نمایش تلویزیونی «گیم آف ترونز» (GOT) است که بیشتر در ایرلند شمالی (NI) فیلمبرداری شده است. این یکی از تماشایی‌ترین و محبوب‌ترین نمایشهای تلویزیونی است که تا بحال در سراسر جهان دیده شده است و فرصت برای استفاده از گردشگری از این است که برای آینده از اقتصاد ملی اعطایم است. علاوه بر این، یکی از نمونه‌های اخیر نشان می‌دهد که فیلمها می‌توانند و کارگردان جی.جی.آبرامز تصمیم گرفتند صحنه‌هایی را برای فیلم جدید جنگ ستارگان "The force a wakens in Ireland" فیلمبرداری کنند، بنابراین مناظر ایرلندی را به یک طرفدار عظیم و منبع بالقوه گردشگران جدید، شروع کرد.

هدف از این کتاب بررسی پتانسیل گردشگری فیلم در ایرلند از طریق بهره‌برداری از دو پدیده فوق‌العاده موفق فیلم و تلویزیون در قالب بازیهای

جنگی و جنگ ستارگان است. به طور خاص، این تحقیق به دنبال بررسی مبانی هواداران این تولیدات مربوط به رسانه‌ها به عنوان یک فرم جدید گردشگری برای ایرلند بود. تحقیق آن لاین (شبکه نگاری) با طرفداران بازی گیم‌آف ترونز انجام شد که بیشتر با تجربه و تحلیل محتوای رسانه‌های اجتماعی در اطراف فیلم جنگ ستارگان و ارتباط آن با ایرلند تکمیل شد.

www.ketab.ir