

УДК 379.851

ОСНОВНЫЕ АСПЕКТЫ КИНОТУРИЗМА

Е.В. ТОМАШЕВИЧ

(Представлено: О.В. ШТЕЕР)

Рассматривается новое актуальное направление в туризме – кинотуризму, которое может предложить качественно новый туристический комплекс, сформированный на стыке разных индустрий. В основу современных разрабатываемых кинотуров ложатся живые впечатления и эмоции, способные пробудить интерес потребителей. Также в статье анализируется типология кинотуров, выделяются специфические особенности построения нитки маршрута, приводятся практические примеры.

Кинотуризм – относительно новое направление туризма, которое развивается благодаря популяризации кинофильмов (блокбастеров). Фильмы становятся культовыми, а вместе с ними становятся культовыми места, где фильмы снимаются, либо, где происходят события кинофильма. Путешественник, посещая такие места, старается проникнуться духом фильма и понять, что чувствовали его герои. Сегодня отмечается всплеск интереса к оригинальным продуктам, и в этой связи кинотуризм востребован развивающимся туристическим бизнесом как основа для нового туристического предложения.

Кино, как одно из самых демократичных и массовых видов творчества является великолепным полем для проявления возможностей современных креативных технологий, а сочетание двух массовых и необыкновенно привлекательных индустрий: туризма и кино – дает интересный продукт из новой линейки коммерческого предложения, основанный на стыке двух индустрий и названный кинотуризмом [1].

Как было отмечено ранее, **кинотуризм** – это сравнительно новая область туристической деятельности, предлагающая продукт, основой которого являются новые впечатления в сочетании с романтическим настроением, теплыми ностальгическими воспоминаниями, вызываемых профессионально спланированным кинотуром.

Таким образом, «**кинотур**» – это особый вид туристического продукта, нитка маршрута которого выстраивается по трем основным позициям:

- по наиболее интересным местам и достопримечательностям, где проходили съемки;
- по наиболее известным объектам индустрии кино и, прежде всего, киностудиям;
- по местам наиболее значимых кинособытий (фестивалям, слетам и пр.).

Из перечисленных вариантов формирования маршрута кинотура, наиболее популярным является первый – кинотур по местам съемки, так как он проектируется на топографической основе с соблюдением всех классических приемов и методов туристического проектирования.

Кинотуризм – это туристическая активность, которая возникла под воздействием кинопроизведений и киноотрасли. В английском языке для обозначения этого явления утвердился термин «Film-induced tourism».

Выделяют три основных типа кинотуризма, которые формируют и акцентируют впечатления потребителей:

- кинотуризм, где в главной роли играет понятие «атмосфера»;
- кинотуризм, как «фильм-бренд» – когда кинотур формируется на основе известных географических и товарных брендах, обычно выбирается очень яркая и насыщенная кинолента с живыми и образными кадрами, очень известными актерами и легко узнаваемыми достопримечательностями;
- кинотуризм, как «фильм-время\действие» – проектирование кинотура, раскрывающего большие временные периоды, сопровождаемые активными действиями происходящие с людьми, городами или странами во временном контексте [2].

В качестве примера, можно привести самые известные киноленты, которые уже успешно состоялись как смысловая и топографическая основа новых туристических кинопродуктов (табл.).

Размещение рекламы в фильме иногда эффективнее, чем традиционные виды рекламы региона. Фильм может не просто привлечь туристов, но и создать определенный образ. Таким образом, экономическая выгода от рекламы туристического направления в кино очевидна.

Кинотуризм зависит от следующих факторов:

- маркетинговая деятельность по продвижению направления (до и после релиза);
- атрибуты места киносъемки;
- специфические факторы фильма;
- комиссионные вознаграждения и помощь местного правительства.

Таблица. – Типология кинофильмов как основа для формирования кинотуров

№ п/п	Тип кинотура	Наименование кинокартины	Жанр	Характеристика
1.	«Фильм-атмосфера»	«Мужчина и Женщина». Франция (Париж-Довиль), 1966 г.	Драма, мелодрама	«Мужчина и Женщина» – французская романтическая драма 1966 г. Режиссер, оператор и продюсер Клод Лелуш. Композитор Франсис Лей. В главных ролях Ануэ Жирард и Жан-Луи Трентиньян. Фильм получил «Оскар», «Золотую пальмовую ветвь и др. призы. В тур включено посещение: г. Довиль на берегу Ла-Манша. Довиль – это фешенебельный аристократический курорт и настоящая кинематографическая столица Нормандии. Проживание в отеле «Le Normandy», где снимался этот замечательный фильм. Посещение центральных площадей, где происходили съемки фильма. Стоимость тура на 3 дня составляет 2500\$ [3].
2.	«Фильм-бренд»	«Римские каникулы» США Италия (Рим), 1953 г.	Комедия с элементами мелодрамы	«Римские каникулы» – американская романтическая комедия с элементами мелодрамы 1953 года. Режиссер и продюсер Уильям Уайлер. В главных ролях Грегори Пек и Одри Хепберн. Фильм получил несколько премий «Оскар» и внесен в «Национальный реестр фильмов», США. В тур включено посещение: фонтана Треви и Испанскую лестницу. Площади Ротонда, где находится Пантеон, построенный во времена императора Адриана, то есть во II веке н.э. Колизей и Капитолий. Проживание в 3* гостинице. Стоимость тура – 2000\$ [4].
3.	«Фильм-время \ действие»	«Москва слезам не верит» СССР, (Москва), 1979 г.	Советская мелодрама	«Москва слезам не верит» – советский мелодраматический художественный фильм, снятый режиссёром Владимиром Меньшовым. Лидер проката 1980 г. в СССР (около 90 млн. зрителей). Главные герои: Вера Алентова и Алексей Баталов. Получил премию «Оскар» в 1981 г. В рамках фестиваля «Московское кино» проводят бесплатные экскурсии под названием «КиноМосква». Приняв участие в них, москвичи и гости столицы смогут посетить места съемок 28 легендарных кинолент: «Война и мир», «Двенадцать стульев», «Мастер и Маргарита», «Москва слезам не верит» и многих других [5].

Влияние кино на туризм:

- киноэкспедиции, как деловой туризм (расселение, проживание, развлечения, такси, полиция, пожарные, киномассовка);
- кинопарки, как разновидность тематических парков – искусственное создание туристического объекта (формирование устойчивого туристического потока, создание дополнительной привлекательности для места, зависимость от популярности кинопленок);
- киностудии, как объект индустриального туризма – производственный объект как достопримечательность (по аналогии с электростанциями, пекарнями т.д.);
- кинозвезды, как объекты культурного паломничества (в России более распространено «культурное паломничество» по местам жизни литераторов);
- кинофестивали, как вид событийного туризма – аналогично спортивным состязаниям, этнографическим и музыкальным фестивалям, карнавалам, парадам, государственным праздникам;
- кино, как промоутер видов туризма – пропаганда тех или иных явлений, формы человеческой активности в кино влияет на рост турпотока этого профиля (альпинизм, дайвинг, лингвистический туризм, религиозное паломничество);
- кино, как промоутер конкретного места – кинопроизведение настолько впечатляет зрителя, что он выбирает места связанные с этим кинофильмом для своих реальных путешествий. В этом случае рост туристической активности наблюдается в конкретном географическом месте [6].

Несомненно, следует выделить основные положительные аспекты киноиндустрии, которые влияют на развитие туристической отрасли в направлении кинотуризма:

- формирование интереса к дестинации;
- формирование того или иного образа территории;
- стимулирование поездки в определенное место за счет создания информированности о месте;
- формирование воспоминаний или переживания сильных эмоций во время нахождения на месте;
- кино определяется как своеобразный путеводитель по дестинации, информируя и определяя необходимые знания.

Таким образом, можно сделать вывод, что кинотуризм представляет собой определенный вид туризма, который ставит перед собой цель ознакомления туристов с местом съемки кинофильма, сериала. Данное направление только входит в оборот на рынки продаж и позволяет представить потребителям новый продукт и заинтересовать их креативными и инновационными предложениями.

ЛИТЕРАТУРА

1. Возникновение кинотуризма [Электронный ресурс] // Кинотуризм. – Режим доступа: <http://www.kinoturizm.ru/>. – Дата доступа: 18.04.2017.
2. Виды и аспекты кинотуризма [Электронный ресурс] // Кинотуризм как туристический продукт. – Режим доступа: <http://futereruss.ru/wp-content/uploads/>. – Дата доступа: 12.05.2017.
3. Туры в «мир кино» [Электронный ресурс] // futereruss.ru. – Режим доступа: <http://futereruss.ru/traveltogether/>. – Дата доступа: 10.06.2017.
4. Тур по следам кинофильмов [Электронный ресурс] // Кинопутешествия. – Режим доступа: <http://iledebeaute.ru/puteshestviya/2012/4/6/23848/>. – Дата доступа: 12.05.2017.
5. Экскурсии по маршрутам фильмов [Электронный ресурс] // [mosday](http://mosday.ru). – Режим доступа: <http://mosday.ru/news/item>. – Дата доступа: 10.06.2017.
6. Формы и тенденции кинотуризма [Электронный ресурс] // [academia](http://www.academia.edu). – Режим доступа: <http://www.academia.edu/>. – Дата доступа: 10.06.2017.