



## **Введение**

Кинотуризм является перспективным направлением международного туризма. За последние несколько лет кино проникло во все сферы человеческой культуры. Это средство культуры, образования, пропаганды и способ провести свое свободное время. По некоторым оценкам, влияние кинофильмов на сознание людей превосходит влияние газет и книг вместе взятых. Фильмы, съемки которых проходили в запоминающихся своей красотой местах, надолго остаются в памяти. Такие фильмы могут стать мощным толчком к возникновению спроса на страну, где был снят фильм, в том числе и на ее достопримечательности.

Кинотуризм развивается во многих странах мира. В России же на сегодняшний день данный вид туризма остается недостаточно развитой отраслью, но, тем не менее, он может положительно повлиять на развитие российской индустрии туризма.

Значительный потенциал для развития кинотуризма имеет Крымский полуостров, так как на территории данного региона было снято достаточно много известных кинокартин, которые могут привлечь туристов к местам их съемок.

Актуальность выбранной темы заключается в том, что кинотуризм в Республике Крым может явиться ресурсом для привлечения туристов и развития туризма в регионе, следовательно, сформирует привлекательный туристский имидж территории.

Если говорить о степени изученности проблемы кинотуризма, то в целом, несмотря на новизну этого направления, имеется обширный теоретический материал. Однако с практической точки зрения данная тема освещена недостаточно. Наблюдается дефицит информации об организации кинотура. Таким образом, объем теоретического материала превышает объем практического материала.

Для написания данной бакалаврской работы были использованы различные источники: монографии и статьи таких ученых как Джанджугазова

Е.А., Белова Е.Д., Христов Т.Т., Остимук И.В., Остапчук А.В., Вирт О.В., Бугорский В.П., Фролова Е.А., Яковенко И.М., Байков Е.А., Сайбель Н.Ю., Потапова А.Е., Головецкий Н.Я., Сулова И.А., Шабалина Н.В., Таранова Ю.В. и др., внесших огромный вклад в развитие теоретической базы темы кинотуризма; данные интернет-изданий, рассказывающие о мировом опыте организации кино-туров; официальный сайт Республики Крым, содержащий в себе нормативно-правовые акты, связанные с развитием туризма в регионе, а также информацию о достопримечательностях.

В трудах Е.А. Джанджугазовой и Т.Т. Христова кинотуризм рассматривается как основа формирования перспективных туристских продуктов. Авторами проанализированы типологии кинотуров, рассмотрены специфические особенности построения киномаршрута и приведены практические примеры.

В статье «Тенденции и проблемы развития мирового туризма» Фроловой Е.А. исследованы тенденции развития мирового туризма, его положительные и отрицательные аспекты. Помимо перспективы динамичного развития обозначены проблемы, с которыми столкнется индустрия в ближайшие годы. Представлены методы снижения негативного воздействия от туристической индустрии.

Остимук И.В. в своей монографии оценивает перспективы развития кинотуризма в России, опираясь на современные тенденции и возможности региона.

Остапчук А.В., Сайбель Н.Ю., Потапова А.Е. в своих статьях оценивают современное состояние туристического сектора Республики Крым и на основании этого прогнозируют перспективы развития туристского рынка в Крыму.

Научный труд Суловой И.А. содержит в себе информацию о подходах к формированию туристского имиджа территории в России и за рубежом, их сходствах и различиях.

Белова Е.Д. описала прямое и косвенное влияние кинематографического туризма на социально-экономическое развитие и отметила усиление туристического интереса к регионам, где снимались фильмы.

Цель данной работы состоит в том, чтобы исследовать влияние кино на формирование привлекательного туристского имиджа территории и предложить проектную разработку кинотура в Республику Крым. Для достижения поставленной цели необходимо решить ряд задач:

1. раскрыть содержание понятия «кинотуризм»;
2. изучить зарубежный и отечественный опыт использования кинематографа в формировании привлекательного туристского имиджа;
3. выявить особенности и технологии разработки кинотуров;
4. проанализировать возможности развития кинотуризма в Республике Крым;
5. разработать кинотур в Республику Крым и способы его продвижения.

Выпускная квалификационная работа и проводимые в её рамках исследования обладают определенной практической ценностью. Разработанные мероприятия могут быть использованы при организации кинотуризма в республике Крым и будут способствовать формированию привлекательного имиджа данного региона.

Работа состоит из введения, двух глав, заключения, списка использованных источников.

### **Основное содержание.**

Первая глава выпускной квалификационной работы «Кинотуризм как современный тренд развития рынка путешествий» представляет собой анализ научной литературы. В ней рассматриваются теоретико-методологические основы кинотуризма, а также отмечается роль кинематографа в продвижении туристских центров.

Кино способно воздействовать на потребительские мотивы поведения человека. Киноиндустрия не только влияет на то, как люди выглядят, что читают, как одеваются, но и определяет те места, которые они выбирают в

качестве туристских дестинаций. Так появился совершенно новый вид туризма – кинотуризм.

Кинотуризм – направление отдыха, которое представляет собой посещение локаций, где проходили съемки какого-либо фильма. Это может быть и природный объект, и здание, а иногда и целый город.

Стоит отметить, что к кинематографическому туризму относится посещение кинофестивалей, которые представляют собой фестивали произведений киноискусства, сопровождающиеся публичным показом многих фильмов и приездом их авторов.

Кинофестивали имеют большое значение не только для продвижения киноиндустрии, но и для туризма, так как они привлекают туристов, желающих увидеть знаменитостей или новинки киноискусства. Крупнейшие кинофестивали мира привлекают в города-организаторы значительный приток туристов, а также обеспечивают освещение местных достопримечательностей в мировых СМИ. Таким образом, кинофестивали становятся инструментом продвижения и кино, и места их проведения.

Среди всех кинофестивалей выделяются три лидера: Каннский фестиваль, Венецианский кинофестиваль и Берлинский кинофестиваль. В России наиболее популярными кинофестивалями являются сочинский «Кинотавр» и Московский международный кинофестиваль.

Туризм, возникший под влиянием киноиндустрии, является одним из наиболее интересных видов культурно-познавательных путешествий. После выпуска успешного фильма турпоток в места съемок увеличивается. Данный фактор приводит к тому, что кинотуризм становится все более популярным. В настоящее время центрами кино туризма являются Европа, США, Восточные страны, северная Африка и др. Так, по мнению специалистов, одним из самых привлекательных городов с точки зрения кинематографических достопримечательностей является американский Нью-Йорк. Город известен такими персонажами, как Кинг-Конг, Годзилла, Бэтмен, Человек-Паук и многие другие. Не менее популярна в этом плане Великобритания в целом и ее столица

Лондон. Самым популярным направлением является кинотур по местам съемок популярного фильма «Гарри Поттер». Новая Зеландия уже на протяжении нескольких лет переживает туристический бум, связанный с напугавшей киноэпопеей «Властелин колец». В дальнейшем популярность страны среди туристов стала поддерживаться выходом экранизаций «Хроник Нарнии» и «Хоббита», съемки которых также проходили в Новой Зеландии.

Для российской индустрии, кинотуризм – явление достаточно новое. В России большое количество съемочных площадок, однако, сфера кинотуризма, к сожалению, развита слабо. Это обусловлено многими причинами: недостаточной известностью отечественных кинофильмов зарубежом, трудностями доступа и неафишируемостью информации о том, где снимались наши кинофильмы, спецификой менталитета российских туристов, предпочитающих иные виды отдыха, неготовностью турбизнеса, предприятий киноиндустрии и других заинтересованных структур инвестироваться в развитие этого вида туризма и т. д. Но, несмотря на это, предпосылки для использования кинематографа в целях развития туризма в нашей стране есть.

Черноморское побережье и курортные города неоднократно становились съемочной площадкой для любимых не одним поколением россиян фильмов. Также популярными местами съемок являются такие регионы, как Алтай, Москва, Санкт-Петербург и др. Большим потенциалом для развития кинотуризма обладает Крымский полуостров.

Важное место в туристической сфере выделено именно разработке туров, так как этот процесс довольно сложный. От того насколько ответственно подошли к изучению потребностей целевой аудитории зависит его привлекательность. Многие туроператоры для любителей кинематографа разрабатывают кинотуры.

Кинотур представляет собой особый вид туристского продукта. Особенностью кинотура является то, что нитка маршрута выстраивается по трем основным позициям :

- по наиболее интересным местам и достопримечательностям, где проходили съемки фильмов;
- по наиболее известным объектам индустрии кино;
- по местам наиболее значимых кинособытий.

Главной особенностью разработки кинотуров является использование кинотерриторий при построении туристских маршрутов. Грамотное теоретическое проектирование и формирование кинотуров является основой успешного их продвижения и реализации на практике, а также залогом стабильной работы туристической организации на рынке туристских услуг.

Вторая глава выпускной квалификационной работы «Место кинотуризма в формировании имиджа республики Крым» представляет собой анализ ресурсов для организации кинотуризма и разработку мероприятий по его развитию в республике Крым. Также в данном разделе отмечается роль кинотуризма в формировании имиджа данного региона.

Имидж является основой для оценки и выбора потенциального туриста места назначения. Туристский имидж региона – совокупность символично выраженных эмоциональных и рациональных представлений о своеобразии и специфике региона, сформированных в сознании реальных и потенциальных туристов.

В настоящее время многие регионы занимаются формированием позитивного туристского имиджа, так как он является важнейшим инструментом управления развития туристской территории. Поэтому создание положительного имиджа Республики Крым имеет особую актуальность, так как данный регион обладает большим туристским потенциалом.

Стремление сформировать положительный имидж Крыма прослеживается в ожидаемых результатах «Государственной программы развития курортов и туризма Республики Крым на 2017-2020 годы». На основе проведенного анализа было выявлено, что Крымский полуостров является уникальным регионом Российской Федерации, который имеет богатые

природно-климатические и историко-культурные ресурсы, являющиеся основой для развития туристской сферы.

Однако этих ресурсов недостаточно для формирования положительного имиджа. Необходимо продвижение региона как туристской дестинации. Для этого в Крыму проводятся рекламно-маркетинговые мероприятия такие, как работа со средствами массовой информации; выпуск информационных материалов; организация пресс-туров; проведение специализированных международных форумов и участие в них; участие в туристических выставках и ярмарках.

Таким образом, Крым участвует почти во всех региональных и мировых туристских выставках, проводит информационную поддержку продвижения имиджа региона, организует рекламные и ознакомительные туры. Но есть и отрицательные моменты в формировании имиджа Крыма – это негативные отзывы по инфраструктуре туризма, ценам и обслуживании. Также ряд граждан, в том числе иностранных, отпугивает республика Крым, в первую очередь, не только из-за низкого качества сервиса, но и из-за аннексии данного региона, произошедшей в 2014 году. Это событие вызвало в обществе довольно противоречивые мнения, что, несомненно, повлияло на туристические предпочтения людей.

Правильно сформированный имидж будет способствовать развитию культурно-познавательного туризма в регионе, включая кинотуризм. На основе проведенного анализа было выявлено, что республика Крым обладает всеми ресурсами для развития кинотуризма. Именно здесь находится Ялтинская киностудия, на которой было создано много известных фильмов. Кроме того, вхождение Крыма в состав Российской Федерации способствовало развитию кинематографа на полуострове. Российские режиссеры все чаще стали использовать дестинации Крыма в качестве съемочной площадки. Также на территории Крыма проводятся мероприятия, направленные на развитие отечественного кинематографа и укрепление его позиций на международной арене. Основными такими мероприятиями были кинофестивали, проведенные



на территории Крыма. В числе таких фестивалей IV Международный кинофестиваль «Евразийский мост».

Однако, несмотря на все имеющиеся ресурсы для развития кинотуризма, туристам предлагается весьма мало киномаршрутов. В целях развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым была предложена разработка кинотура «Крым сквозь призму кинематографа».

Вид туристического маршрута – культурно-познавательный, экскурсионный. Тип маршрута - групповой. Сезонность тура – летний. Выбор сезона объясняется необходимостью, во-первых, совершения междугородних переездов, а во-вторых, возможностями совершения пеших прогулок на местах. Кинотур рассчитан на 4 дня.

Киномаршрут подходит для любой возрастной категории. Стоит отметить, что маршрут будет интересен людям творческих профессий, а также квалифицированным специалистам в сфере кино. Кроме того, маршрут будет привлекательным прежде всего для российских туристов, так как он связан с историей отечественного кинематографа.

Данный маршрут направлен на удовлетворение культурно-познавательных запросов туристов и их потребностей в познании нового, получении ярких впечатлений, отдыхе и рекреации. Кроме того, туристам предоставляется возможность окунуться в историю съемок фильмов, узнать интересные факты о Крыме, а также побывать в новых местах.

Цель и задачи тура:

- духовно-нравственное воспитание общества средствами кинематографа;
- продвижение и популяризация российского киноискусства;
- обеспечение доступности лучших образцов киноискусства для жителей региона;
- обеспечение национального и международного признания республики Крым, продвижение её положительного имиджа;
- развитие культурно-познавательного туризма в регионе;

- знакомство туристов с историей кинематографа в Крыму;
- расширение представление туристов о кинокультуре, киноискусстве.

В средства продвижения данного кинотура были включены следующие мероприятия: продвижение в социальных сетях; разработка буклета; реклама на местных радиостанциях (Лидер ФМ); размещение информации о кинотуре на официальном сайте по туризму в Республике Крым.

### **Заключение**

Кинотуризм является перспективным и бурно развивающимся направлением международного туризма. На сегодняшний день это направление уже имеет сложившуюся базу, в виде архитектурных памятников, природных объектов, недемонтированных декораций. Наметились некоторые туристические центры, функционируют тематические парки в различных частях земного шара, появились географические тенденции в направлении туристических потоков. Таким образом, используя современные технологии, творческие инновации, а также полагаясь на накопленный опыт, богатую историю и материальную базу, кинотуризм может стать неотъемлемой частью туристической индустрии на мировом уровне.

Кинотуризм развивается во многих странах, в том числе и в Российской Федерации. Исследование показало, что Республика Крым обладает огромным потенциалом для развития кинотуризма, для развития которого необходимо, чтобы государство выступало в роли координатора в развитии инфраструктуры. Нужно найти баланс между спросом на туристские услуги и существующим предложением, а также обеспечить необходимую инфраструктуру, транспортную доступность к объектам туристского интереса и гарантировать надлежащее качество услуг.

Очевидно, что в настоящее время в Крыму кинотуризм развит слабо, хотя есть огромные перспективы его развития. Ресурсы, которыми обеспечен данный регион для развития кинотуризма и туризма в целом велики, однако требуют серьезных инвестиций для своего улучшения и обновления. Данные

инвестиции могут быть государственными, частными, иностранными. Однако только государственных инвестиций недостаточно. Что касается иностранных инвестиций, то они маловероятны, так как иностранные инвесторы остерегаются финансовых вложений в экономику Российской Федерации из-за уровня коррумпированности и сложной геополитической обстановки, связанной с аннексией Республики Крым.

Для формирования устойчиво положительного имиджа Республики Крым создана «Государственная программа развития курортов и туризма Республики Крым на 2017-2020 годы». Кроме того, Крым проводит рекламно-маркетинговые мероприятия для продвижения региона как туристской дестинации.

Правильно сформированный имидж будет способствовать развитию культурно-познавательного туризма в регионе, включая кинотуризм. Мной было выявлено, что республика Крым обладает всеми ресурсами для развития кинотуризма, а именно активной поддержкой развития кинематографа в данном регионе со стороны государства и кинолокациями, которые можно использовать для разработки новых киномаршрутов.

В целях развития культурно-познавательного туризма в Республике Крым была предложена разработка кино-тура «Крым сквозь призму кинематографа».

Предполагаемыми результатами организации и проведения кинотура являются:

- духовно-нравственное воспитание общества средствами кинематографа;
- продвижение и популяризация российского киноискусства;
- обеспечение национального и международного признания республики Крым, продвижение её положительного имиджа;
- развитие культурно-познавательного туризма в регионе;
- знакомство туристов с историей кинематографа в Крыму;
- расширение представления туристов о кинокультуре, киноискусстве.

Также были предложены мероприятия, которые будут способствовать продвижению данного кинотура.

В процессе написания бакалаврской работы были выполнены следующие поставленные ранее задачи:

1. раскрыто содержание понятия кинотуризм;
2. изучен зарубежный и отечественный опыт использования кинематографа в формировании привлекательного туристского имиджа;
3. проанализированы возможности развития кинотуризма в Республике Крым.
4. выявлены особенности и технологии разработки кино-туров;
5. разработан кино-маршрут и рассчитана его стоимость.

Таким образом, цель данной работы достигнута, задание выполнено в полном объеме.