

КІНОТУРИЗМ - ІННОВАЦІЙНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Ачкасова Вікторія Вікторівна

старший викладач

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: v.mashkina@physgeo.com

ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8899-4916>

Салімон Сергій Сергійович

магістрант

Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна

м. Свободи, 4, м. Харків, Україна, 61022

e-mail: s.salimon@physgeo.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0554-1733>

У статті розкрито особливості кінотуризму - інноваційного напрямку розвитку культурно-пізнавального туризму. Проведено аналіз наукових досліджень щодо кінотуризму, як складової культурно-пізнавального туризму. Більшість публікацій яких присвячена таким темам, як вплив кінематографа на туризм, вибір туристичних уподобань в результаті культових фільмів, які особливо відомими стали за останні роки.

Передумовами розвитку кінотуризму в світі є, в першу чергу, природні (фізико-географічні), соціально-економічні, історико-культурні туристичні ресурси, які безпосередньо стали об'єктами кінознімання. Кінофільм дає можливість використовувати в повній мірі природні ресурси, тому кінотуризм задовольняє ці потреби. Кінотуризм є достатньо складним видом за організацією, тому що об'єктом кінотуризму може бути як окрема телефонна будка так і ландшафт цілої країни. Значний вплив на розвиток кінотуризму мають і літературні твори, які є союзником, бо значна кількість фільмів були зняті саме за літературними творами. Цей фактор відіграє велику роль в розвитку і популяризації кінотуризму.

Кінотуризм, як один з спеціалізованих видів культурно-пізнавального туризму – є інноваційним напрямком, де задоволення культурних потреб є головною метою. Кінотуризм може бути представлений за різними кваліфікаційними ознаками та видами культурно-пізнавального туризму (за тривалістю, за напрямками, метою, способом пересування, тривалістю перебування, організаційною формою, та ін.). Дана характеристика форм кінотуризму, з характеристиками й прикладами. Вказана класифікація дестинацій кінотуризму.

Проаналізований вплив кінотуризму на зростання економіки ряду країн, в тому числі України. За останні роки різке збільшення кількості кіноглядачів пропонує маркетологам кінопродукт як альтернативний засіб просування. Сайти, студії, готелі, житлові будинки та особливо місця, де знімаються або знімалися фільми, стають туристичною визначною пам'яткою. Сьогодні роль кіноіндустрії та кінотуризму постійно зростає, це дозволяє багатьом країнам ефективно покращити свою економіку та надати міжнародному туризму стратегічне значення для стимулювання зайнятості населення. Проведено аналіз його розвитку в Україні.

Ключові слова: кінотуризм, кіноіндустрія, дестинації кінотуризму, кінотуризм в Україні.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день туризм розглядають як економічну та соціально-культурну складову. Економічна складова є дуже важливим фактором розвитку туризму, соціокультурна складова відіграє неабияку роль у розвитку комунікації, підвищення рівня пізнання суспільства.

Перегляд телебачення і відвідування кінотеатрів зайняли центральне місце в культурному житті людей. Таким чином, туризм в місця, показані в телевізійних програмах і кінофільмах, збільшився і останнім часом захопив свідомість маркетологів і дослідників. Цей вид туризму є одним з перспективних видів туризму, пов'язаний з індивідуальними вподобаннями кожного туриста та їх розвитком особливо в процесі кінематографа.

Вихідні передумови. Аналіз наукових досліджень вказує на те, що в умовах дуже швидкого розвитку туризму, що пов'язано з всебічним розвитком інформаційного суспільства, яке має більш досвідчених, вибіркового та

вимогливих туристів, виник новий сегмент туристичного ринку - кінотуризм.

Особливості трансформації культурно-пізнавального туризму розглядали в своїх роботах такі вчені, як Байков Є. О. [1], Мошняга Є. В. [2], Побірченко В. В., Шутаєва О. О. [3] та інші.

Більш ретельніше це питання розглядали іноземні вчені, наприклад Gjorgievski, Mijalceand Sinolicka Melles Trpkova [9], більшість публікацій яких присвячена таким темам, як вплив кінематографа на туризм, вибір туристичних уподобань в результаті культових фільмів, які особливо відомими стали за останні роки. Але в цілому досліджень з кінотуризму ще не достатньо, що потребує більш досконалого вивчення цієї тематики.

Мета даної статті є аналіз розвитку кінотуризму в світі і в Україні зокрема.

Вклад основного матеріалу дослідження. Кінотуризм – це відносно новий напрямок туризму, який розвивається завдяки популяризації кінофільмів. Фільми стають культовими, а разом з

ними стають культовими місця, де кінофільми знімаються, або де відбуваються події фільму. Турист, відвідуючи такі місця, намагається перейнятися духом кінофільму і зрозуміти, що відчували герої. В англійській мові кінотуризм визначається як film-Induced tourism (кіноіндустрія туризму). Кіноіндустрія туризму, визначається Шотландським радою з туризму (STB), як «бізнес залучення відвідувачів через зображення місця або сюжетні лінії місця, в кіно, відео і телебаченні», а VisitBritain 4 – «туристичні візити до місця призначення або залучення в результаті демонстрації по телебаченню, відео або кіноекрані» [13].

Кінотуризм, як один з спеціалізованих видів культурно-пізнавального туризму – є інноваційним напрямком, де задоволення культурних потреб є головною метою. Кінотуризм може бути представлений за різними кваліфікаційними ознаками та видами культурно-пізнавального туризму (за тривалістю, за напрямками, метою, способом пересування, тривалістю перебування, організаційною формою, та ін.).

Передумовами розвитку кінотуризму в світі є, в першу чергу, природні (фізико-географічні), соціально-економічні, історико-культурні туристичні ресурси, які безпосередньо стали об'єктами кінознімання. Кінофільм дає можливість використовувати в повній мірі природні ресурси, тому кінотуризм задовольняє ці потреби. Яскраві прояви природних явищ і процесів лягли в основу

багатьох сюжетних ліній кінофільмів. Велике значення для розвитку кінотуризму та вплив на його розвиток, має географічне положення будь якого району, країни: положення країни або району (регіону) по відношенню до основних постачальників туристів (великі міста, розвинені регіони); місце знаходження країни, району (регіону) на важливих транзитних шляхах; віддалення або близькість до гарячих точок планети; положення по відношенню до конкуруючих з прийомом туристів країн, районам (регіонах). А також подієві ресурси за тематикою – кінофестивалі, нагороди та кінопремії.

Дестинації кінотуризму класифікуються за низкою критеріїв [12]: за фільмом – локації зйомок, місця, про які розповідається у фільмі; за твором, на основі якого знятий фільм; за місцем де працює та мешкає автор твору; за місцем де працює та мешкає режисер; кіностудії і кінокомпанії в цілому; місця поховання відомих режисерів, письменників, акторів що мають відношення до культових фільмів.

Кінотуризм є достатньо складним видом за організацією, тому що об'єктом кінотуризму може бути як окрема телефонна будка так і ландшафт цілої країни (табл. 1). Значний вплив на розвиток кінотуризму мають і літературні твори, які є союзником, бо значна кількість фільмів були зняті саме за літературними творами. Цей фактор відіграє велику роль в розвитку і популяризації кінотуризму.

Таблиця 1

Форми та характеристики кінотуризму

Форма	Характеристика	Приклад
Відкриті місця		
Кінотуризм, як мотиватор подорожі	фільми, які можна дивитися вдома на телеекранах – є досить сильним мотиватором, щоб подивитися об'єкти, які були показані у фільмі	Острів Малл - другий за величиною острів архіпелагу, в фільмах про Гаррі Поттера. Вересові пагорби, старовинні рибальські села, похмурі замки (на зразок Glengorm Castle, що стоїть на північній частині острова безтурботні озера та ін.
Кінотуризм в рамках свята	відвідування локацій кінофільму (студії) як активність в межах події свята	Реконструкція кіно, на місцях де відбувалися військові події, в межах свята перемоги у ВВВ (1941-45 рр.)
Паломницький кінотуризм	відвідування сайтів півки для того, щоб віддати данину поваги фільму можливих нагадували реконструкцію	Відвідування замків, які були зняті в різних фільмах, замок МонтіПайтон- Володар кілець
Кінотуризм про відомих діячів культури і мистецтв	будинки відомих людей, відомі місця зйомок фільмів	Будинки в Голівуді
Ностальгічний кінотуризм	відвідування місць зйомок давніх часів	ЕндіГріфітс шоу (1950 р.), Сердцебиття (1960 р.)

Форма	Характеристика	Приклад
Комерційні місця на основі кіно		
Побудований атракціон в кіно	атракціони побудовані після зйомок для залучення туристів в комерційних цілях	Започатковане шоу в 1960-х роках, Heartbeat, мало шалений успіх у всьому світі протягом двох десятиліть. Тепер можна відвідати Aidsensfield та Уїтбі, де знімали більшу частину шоу.
Кінотури	тури розроблені за різними локаціями зйомок фільмів	Локації тури, кінотури
Експерсії збереженими місцями зйомок	експерсії збереженими місцями зйомок на приватних територіях	Хоббітон
Помилкові тотожності		
Кінотури місцями зйомок, які лише вважаються такими	фільми і телевізійні серіали супутне виробництво	«Позбавлення» - кінофільм відзнятий не в Аппалачах
Кінотуризм місцями де знімати кінофільм прагнули, але знято було в іншому місці	визвано цікавість фільму про конкретну країну або регіон. Але знятий він був в іншому місці	Фільм Хоробре Сердце (Шотландія). але знято в Ірландії
Закриті локації (місця)		
Тури кіностудіями	промислові тури, де працюють кіностудії. Де можна побачити актуальний процес зйомки фільму	Кіностудія ParamountPictures
Комерційні закриті місця		
Студії - тематичні парки	як правило суміжно зі студією спеціально вбудований тематичний парк для туристів, де показано актуальне виробництво фільму	UniversalStudios
Музеї	зберігається інформація, предмети, які використовувались в кінофільмі	Музей діючого зображення в Австралії
Виробничі студії	студії, музеї, тематичні парки	StudioGhibliv Японії
Закриті та відкриті події, що повторюються		
Кінопрем'єри	традиційні події в Голівуді	Володар Кілець в Новій Зеландії, Місія нездійсненна (Сідней)
Кінофестивалі	багато міст у світі, які проводять кінофестивалі	Кани,Едінбург та ін.
Віртуальні подорожі		
Телевізійні програми про подорожі		Програми про подорож
Гастрономічні програми		Кулінарні програми
Документальні фільми про культуру, природу		NationalGeographic

На місцях зйомок кінофільмів створюють тематичні парки і організують спеціальні тури. Близько 100 мільйонів людей в світі подорожують по місцях зйомок своїх улюблених персонажів щороку. В даний час немає однозначного терміна для визначення цього виду туризму. У зарубіжній літературі зустрічаються поняття «filmtourism», «filminducedtourism», «movieinducedtourism». У вітчизняній літературі частіше використовується поняття – кінотуризм.

Кінотуризм, як сучасний сегмент культурно-пізнавального туризму, охоплює більш широке

коло туристів. Однак виходячи з того що кінотуризм відноситься до нішевого туризму, тобто може мати наслідки культу того чи іншого кінофільму, і прихильників кінотуризму може бути від одного члена родини до цілої сім'ї [10].

Кінотуризм є специфічною туристичною моделлю, яка дозволяє людині побачити процес зйомки фільму чи відвідати місця, де він був знятий. Деякі країни, як Нова Зеландія (туристичні оператори: STA Trave, AudleyTravel, Bridge&Wickers, DiscovertheWorld), США (туристичні оператори: Miamitourcompany,

Rapillontourcompany) та Великобританія (туристичні оператори: Trailfinders, Thomson) вже успішно використовують популярність фільмів для підвищення туристичного потоку, що значно збільшує відвідуваність туристами цих країн.

Щоб стимулювати туризм, полегшити туристам вибір в їх процесах прийняття рішень, кінофільми можуть виступати в якості візуальних, вербальних і сенсорних засобів впливу. Образи дестинації відіграють значну роль в наданні впливу на процес прийняття рішень в якості основи для туристів, щоб зробити вибір про те, що відвідати. Чим більш сприятливий образ дестинації, тим більша ймовірність того, що вона буде обрана туристом.

Туристи у XXI столітті рідше обирають кінотвори, які, у певній мірі, становлять конкуренцію художній літературі, але в той самий час є союзником, бо значна кількість кінофільмів були зняті саме за літературними творами. Цей фактор відіграє велику роль в популяризації кінотуризму.

Оскільки, одним з перспективних напрямків сучасної географії є вивчення естетичних властивостей ландшафтів. Питання естетики природних об'єктів завжди цікавили людину, проте в умовах сучасного найсильнішого антропогенного преса на територію вивчення властивостей ландшафтів, здатних задовольняти духовно-естетичні потреби людей, стає по-справжньому важливою проблемою. Кінофільм дає можливість використовувати в повній мірі природні ресурси, тому кінотуризм задовольняє ці потреби.

Події які підпадають під егіду кінотуризму такі ж різноманітні, як і сюжети кінофільмів, а економічні прибутки залежать від тематики кінофільму, а також місць, які як найбільше будуть наближені до подій які відбувалися у фільмі [8]. Відвідування туристами місць зйомок різних фільмів отримало свою власну назву: set-jetting (подорож декораціями). Термін описує зростаючу тенденцію до відвідування місць, використаних в художніх фільмах і на телебаченні.

Найбільш активно кінотуризм розвивається у країнах, які представляють дестинації кінотуризму у вигляді архітектурних пам'яток, природних об'єктів, недемонтованих декорацій (Франція, Англія, Італія, США, Китай та ін.). Також слід зазначити, загальносвітову тенденцію підвищення вагомості так званих «видуманих» ресурсів спеціально відтворених у місцях, які не володіють багатим природною і культурно-історичною спадщиною, наприклад Хоббітон в Новій Зеландії. Такими «міфічними» місцями дуже вигідно розвивати кінотуризм так як він поза сезонний і створює нові робочі місця, приводить до додаткового облаштування і розвитку інфраструктури території.

Кінотуризм є зростаючим феноменом у всьому світі і живить індустрію розваг, збільшуючи потік

вхідних і вихідних туристів [7]. За останні роки різке збільшення кількості кіноглядачів пропонує маркетологам кінопродукт як альтернативний засіб просування. Сайти, студії, готелі, житлові будинки та особливо місця, де знімаються або знімалися фільми, стають туристичною визначною пам'яткою.

Кіноіндустрія – є бізнесом, який отримує прибуток від залучання відвідувачів, натхненних красивими пейзажами місць, які показані в кіно або драмі або історій пов'язаних з місцями через рекламу місць зйомки, які представлені в якості програми туру.

З цього можна зробити висновок, кінотуризм має достатній вплив на економіку тієї чи іншої країни. Так була введена за допомогою світової практики з мінімальним набором факторів формула «Кіно + Туризм = Ріст економіки», яка дуже гарно працює і дає певні результати, за умови необхідних складових і підходу. Цьому реальний приклад є Ейфелева вежа в Парижі, будь-який кінофільм чи мультфільм («Шерлок Холмс», «Таксі-2», «Рататуй» та ін.) з кадрами цієї вежі, вже реклама для сучасної молоді.

Одним з проявів культурно-пізнавального напрямку кінотуризму є започаткування і відвідування кінофестивалів в різних країнах світу, що на сьогоднішній день має глобальний масштаб. Кінофестиваль зазвичай супроводжується публічним показом багатьох фільмів і приїздом їх акторів, перелік кінофестивалів вказано в табл. 2.

Останнім часом з'явилося і кілька прекрасних кінофільмів-путівників містами Європи. Це і «Париж, я люблю тебе», і «Вікі, Христина, Барселона», і «Залити на дно в Брюгге». Можна навіть не купувати друковані видання-гіди, а просто заpastися картою і відправитися гуляти відповідно до сценарію, за яким живуть персонажі. В цілому, на розвиток кінотуризму впливають як позитивні, так і негативні фактори, пов'язані з політичною, законодавчо-правовою та соціально-економічною ситуацією в країні і в світі [4].

Загальний рівень забезпеченості України туристичними ресурсами є дуже високим. По-перше, в Україні значна кількість унікальних та естетично привабливих природних ландшафтів, що придатні для тривалого відпочинку та пригодництва у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи. Зокрема, це гірські території Карпат (у т.ч. гірськолижні центри, наприклад, Ворохта) та Криму (наприклад, Ай-Петрі), приморські ресурси Південного берегу Криму та морських прибережних територій Одеської, Миколаївської, Херсонської, Запорізької і Донецької областей, а також практично безмежні річкові ресурси, що передусім пов'язані із мальовничими ландшафтами навколо Дніпра, Десни, Південного Бугу та ін.

Кінофестивалі та кінопремії світу

Кінофестивалі та кінопремії світу	Країни (міста)	Рік започаткування
Премія Академії кінематографічних мистецтв і наук «Оскар»	США (Лос-Анджелес)	1929 р.
Канський кінофестиваль «Золота пальмова гілка»	Франція (Кани)	1938 р.
Венеціанський кінофестиваль «Золотий лев»	Острів Лідо	1932 р.
«Кришталевий глобус»	Чехія (Карлови Вари)	1946 р.
Берлінський кінофестиваль «Золотий ведмідь»	Германія (Берлін)	1951 р.
Московський кінофестиваль «Золотий Святий Георгій»	Росія (Москва)	1935 р.
Одеський кінофестиваль "Арт-мейнстрім", «Золотий Дюк»	Україна (Одеса)	1988 р. 2010 р.

Україна за своїми природно-кліматичними та геополітичними особливостями розташування на мапі світу, а також історико-краєзнавчими, рекреаційними, архітектурними ресурсами неодноразово привертала увагу вітчизняного і світового кінематографу. А тому за кадрами багатьох українських і зарубіжних фільмів можна розпізнати Київ, Львів, Одесу, Ужгород, інші населені пункти України; безліч унікальних природних локацій, культових історичних споруд, промислових об'єктів тощо.

В даний час географія кінотуризму в Україні представлена не дуже широко. Одним з найпопулярніших напрямів для кінотуристів, безумовно, до недавнього часу був півострів Крим, де було знято понад 400 кінострічок [5].

Виходячи з аналізу кількості знятих фільмів в містах та областях України, можна стверджувати про потужний потенціал як природних так і соціально-економічних туристичних ресурсів для розвитку кінотуризму в Україні.

Таблиця 3

Кількість кінофільмів відзнятих на території областей України

№	Назва області	Кількість фільмів
1	Волинська	2
2	Рівненська	2
3	Львівська	3
4	Закарпатська	32
5	Івано-Франківська	6
6	Тернопільська	2
7	Чернівецька	13
8	Хмельницька	17
9	Житомирська	10
10	Вінницька	15
11	Київська	10
12	Одеська	19
13	Черкаська	5
14	Кіровоградська	-
15	Дніпропетровська	17
16	Миколаївська	12
17	Полтавська	3
18	Чернігівська	5
19	Сумська	-
20	Харківська	25
21	Херсонська	13
22	Запорізька	7
23	Донецька	4
24	Луганська	-
25	Крим	більше 400

Кількість кінофільмів відзнятих на території міст України

№	Назва міста	Кількість фільмів
1	Луцьк	1
2	Рівне	2
3	Львів	21
4	Ужгород	2
5	Івано-Франківськ	6
6	Тернопіль	2
7	Чернівці	13
8	Хмельницький	1
9	Житомир	10
10	Вінниця	15
11	Київ	31
12	Одеса	19
13	Черкаси	5
14	Кропивницький	-
15	Дніпро	17
16	Миколаїв	12
17	Полтава	4
18	Чернігів	4
19	Суми	-
20	Харків	28
21	Херсон	12
22	Запоріжжя	7
23	Донецьк	9
24	Луганськ	-
25	Сімферополь	20
26	Севастополь	68

На сьогоднішній день в Україні немає студій, які б повністю відповідали стандартам MediaCity або хоча б CinemaCity і надавали послуги повного циклу. Але в Україні є діючі кіностудії, а також організації, які, як мінімум, мають знімальні павільйони і ведуть роботу над створенням гідних умов для кінознімального процесу (Film.UA, MF Films, StarMedia, MultiMediaDistribution, Паноптікум та ін.) [6].

В цілому кінотуризм користується все більшою популярністю в світі. Подорожі слідами кіногероїв хоч і не претендують на масовість, але давно перестали бути екзотичними. Кінотуризм приносить відчутний прибуток туристичними компаніями. Наприклад, за результатами досліджень британських фахівців, архітектурні пам'ятки, показані в кінофільми, приносять скарбниці королівства 2,6 млрд фунтів стерлінгів на рік. При цьому список кінопам'яток поповнюється з кожною новою гучною прем'єрою. Туристичні компанії активно складають спеціальні кіномаршрути, формують турпакети і видають кінопутівники. Тенденція розвивається настільки стрімко, що касові картини служать відмінною аудіовізуальною рекламою різних країн світу і регіонів.

Невипадково туроператори вважають кінофільми «віртуальними рекламними брошурами».

Український кінематограф після 20 років занепаду починає відроджуватися. У 2017 році зняли 27 фільмів, які отримали фінансування з держбюджету. У 2016 році держава профінансувала 35 нових українських фільмів [11]. У бюджеті-2018 закладено понад 1 млрд гривень на розвиток українського кінематографа. Також восени цього року Верховна Рада прийняла два законопроекти для розвитку українського кіно. По-перше, виробникам українських фільмів не потрібно платити ПДВ аж до 2023 року. По-друге, скасували мито на ввезення обладнання для зйомок фільмів.

Потрібно не так багато зусиль, щоб зробити Україну - Київ, Одеса, Львів, Харків, Карпати, - максимально доброзичливою територією для продюсерів з інших країн. Дати поштовх розвитку кіноіндустрії, подивитися на кіно як на прибутковий бізнес. Адже зняті кадри українських вулиць, парків, пам'яток побачать мільйони людей - потенційних туристів. Наприклад у Грузії, яку завдяки зйомкам для Боллівуду побачили як мінімум мільярд чоловік, і за короткий час потік туристів збільшився втричі.

Адже зйомки в Україні - це не тільки використання локацій. Продюсери, як правило, не привозять з собою техніків, айтішників, масовку і інший обслуговуючий персонал. Вони набирають їх на місцях. А це означає, що мінімум на кілька тижнів або місяців буде працевлаштована ціла команда. Також налагоджені творчі зв'язки, які стануть в нагоді в майбутньому. Крім того, знімальні групи повинні десь жити, харчуватися, розважатися. Значить, свою вигоду отримають і готелі, ресторани, культурні заклади і це є ще одним поштовхом для покращення туристичної інфраструктури.

Висновки з проведеного дослідження. Таким чином, кінотуризм є дуже цікавим сучасним видом туризму. Майже всі вікові категорії населення можуть знайти для себе щось цікаве в місцях кінозйомок. В індустрії кіно й індустрії туризму крім стійкості до криз, загальної популярності і стабільного комерційного успіху є потужний вплив кіно і туризму на економіку окремих брендів, цілих галузей діяльності і навіть країн. Тому кінотуризм є зростаючим феноменом у всьому світі і живить індустрію розваг, збільшуючи потік внутрішніх і в'їзних туристів.

Таблиця 5

Сайти туроператорів, які пропонують екскурсії (тури) місцями зйомок кінофільмів в Україні

Назва сайту	Тури по Україні кіноматографічній
https://tsn.ua/tourism/mandrivka-chernigivschiyou-v-ostanni-dni-lita-zatishok-ta-mistika-sedneva-980522.html	Мандрівники їдуть до Седнева, щоб побачити, де відбувались події фільму "Вій".
https://film.ua/uk/studio/filmemotion	Екскурсії по кіностудії «FILM.UA» - FILM.UA Group
http://lvivskaxata.com/tour/	LvivHouse Екскурсії Львовом та тури диким Заходом Пригоди трьох Мушкетерів у Львові
https://www.interesniy.kiev.ua/ua/kiyiv-ochima-kinematografa/	Київ очима кінематографа
http://incognita.com.ua/uk/podorozh-na-inshu-planetu-industrialniy-tur-v-kriviy-rig	Україна Інкогніта, тур за локаціями зйомок фільму «Червоний»
https://www.chernobyl-tour.com/ukraine/53-ekskursiya-na-odin-povniy-den-u-chornobilsku-zonu-ta-pripyat.html (Чорнобиль тур. ua)	Одноденні планові екскурсії в Чорнобильську зону та Прип'ять
https://businessvisit.com.ua/uk/blog/tsikavi-kanikuli-10-variantiv-shkilnih-ekskursij-po-ukrayini/	Екскурсії до озера Синевір (за фільму «Синевір»)

Сьогодні роль кіноіндустрії та туризму постійно зростає, це дозволяє багатьом країнам ефективно покращити свою економіку та надати міжнародному туризму стратегічне значення для стимулювання зайнятості населення. Україна безперечно має повний перелік туристичних ресурсів для кіноіндустрії та кінотуризму в цілому. Україна популярна, її люблять і хочуть тут знімати. Країна, в якій є Карпати, Львів, Тернопіль, Хортиця, повинна показати все це світу.

Продюсери з Європи, Америки, Індії та інших країн шукають нові, «незамиленні» пейзажі і види, унікальну природу, пам'ятки і більшість іноземців в захваті від українських пейзажів. Але для того, щоб заохочувати продюсерів знімати в Україні необхідно спростити видачу дозволених документів для проведення зйомок, підтримати кіноіндустрію саме українську і на законодавчому рівні.

CINEMA TOURISM AS AN INNOVATIVE DIRECTION OF TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE

Victoria Achkasova, SeniorLecture, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: v.mashkina@physgeo.com, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8899-4916>

Sergei Salimon, master, V. N. Karazin Kharkiv National University, Svobody sq., 4, Kharkiv, Ukraine, 61022, e-mail: s.salimon@physgeo.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0554-1733>

Cinema tourism as one of the specialized types of cultural and cognitive tourism is an innovative area where meeting cultural needs is the main goal. Cinema tourism can be represented by various qualifications and types of cultural and cognitive tourism (by duration, directions, purpose, way of travel, duration of stay, organizational forms etc.). The characteristics of the forms of cinema tourism with examples have been given. The classification of the destinations of cinema tourism has been indicated.

The subject of the study is the film industry development in Ukraine, which directly affects the creation of destinations, that are one of the factors of the film tourism development, in the country.

The purpose of the article is to analyze the film tourism development in the world and, in particular, in Ukraine. The main objectives of the study are: to analyze geographic aspects of the film tourism development in Ukraine; to quantify the availability of movies made in the territory of cities and regions of Ukraine as well as destinations, locations that were used in filming; to determine the prospects of the film tourism development in Ukraine.

The research methods are: empirical and statistical analysis of actual data; analytical and comparative research method which means study of the current state of film tourism resources for film tourism in Ukraine; complex method which is a full description of the research object; generalizations about the current state of film tourism in Ukraine.

The following results have been obtained: it has been determined that film tourism, as one of the specialized types of cultural and educational tourism, is an innovative approach, according to which meeting the cultural needs of tourists is the main goal. The cinema tourism influence on the economic growth of a number of countries has been analyzed, and Ukraine too. In recent years, the high increase in the number of moviegoers offers marketers a cinema product as one of the alternative means of promotion. Sites, studios, hotels, houses and especially places where movies have been or are being filmed become a tourist attraction. Today, the role of the cinema industry and tourism is constantly increasing, which allows many countries to effectively improve their economies and give international tourism strategic importance for stimulating employment.

Conclusions: the preconditions for the development of cinema tourism in the world are, first and foremost, natural geographical features, socio-economic, historical and cultural tourist resources, which have become filming objects. Films give the opportunity of full usage of natural resources, that's why cinema tourism satisfies these needs. Cinema tourism is quite difficult to be organized, because its object can be both a separate telephone booth and the landscape of the whole country. Literary works, which might be called an "ally", have a significant influence on the development of cinema tourism as well because of a great number of movies based on books. This factor plays an important role in the development and popularization of cinema tourism.

Key words: cinema tourism, film industry destinations of cinema tourism, cinema tourism in Ukraine.

КИНОТУРИЗМ – ИННОВАЦИОННОЕ НАПРАВЛЕНИЕ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Ачкасова Виктория Викторовна, старший преподаватель, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: v.mashkina@physgeo.com, ORCID: <http://orcid.org/0000-0001-8899-4916>

Салимон Сергей Сергеевич, магистрант, Харьковский национальный университет имени В. Н. Каразина, пл. Свободы, 4, г. Харьков, Украина, 61022, e-mail: s.salimon@physgeo.com, ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-0554-1733>

В статье раскрыты особенности кинотуризма как инновационного направления развития культурно-познавательного туризма. Проведен анализ научных исследований по формированию и развитию кинотуризма, как составляющей культурно-познавательного туризма. В результате анализа литературных источников определено, что большинство публикаций посвящены таким темам, как влияние кинематографа на туризм, выбор туристических вкусов в результате культовых фильмов, которые особенно известными стали за последние годы.

Предпосылками развития кинотуризма в мире в первую очередь являются природные (физико-географические), социально-экономические, историко-культурные туристические ресурсы, которые непосредственно стали объектами киносъёмки. Кинофильм дает возможность использовать в полной мере природные ресурсы, поэтому кинотуризм удовлетворяет эти нужды. Кинотуризм является достаточно сложным видом по организации, потому что объектом кинотуризма может быть как отдельная телефонная будка так и ландшафт целой страны. Значительное влияние на развитие кинотуризма имеют литературные произведения, так как значительное количество фильмов были сняты именно по ним. Этот фактор играет большую роль в развитии и популяризации кинотуризма.

Кинотуризм, как один из специализированных видов культурно-познавательного туризма – является инновационным направлением, где удовлетворение культурных нужд является главной целью. Кинотуризм может быть представлен по разным квалификационным признаками и видами культурно-познавательного туризма (по продолжительности, по направлениям, цели, образом передвижения, продолжительности пребывания, организационной формой, и др.). В статье дана характеристика форм кинотуризма, с характеристиками и примерами. Указана классификация направлений кинотуризма.

Проанализировано влияние кинотуризма на рост экономики ряда стран, и в том числе Украины. За последние годы резкое увеличение количества кинозрителей предлагает маркетологам кинопродукт как альтернативное средство продвижения. Сайты, студии, гостиницы, жилые дома и особенно места, где снимаются или снимались фильмы, становятся туристической выдающимися памятниками. Сегодня роль киноиндустрии и кинотуризма постоянно возрастает, это позволяет многим странам эффективно улучшить свою экономику и предоставить международному туризму стратегическое значение для стимулирования занятости населения.

Ключевые слова: кинотуризм, киноиндустрия, направления кинотуризма, кинотуризм в Украине.

References

1. Baykov, Ye. A. (2014). Innovatsionnye aspekty razvitiya kulturno-poznavatel'nogo turizma v sovremennykh usloviyakh. *Peterb. ekon. zhurn*, 2, 58-65. [in Russian]
2. Kwartalnov, V. A. (Red.). (2004). *Osnovy turistskoy deyatel'nosti: Uchebnik*. Moskva: Sovet. sport. [in Russian]
3. Pobirchenko, V. V., & Shutaeva, Ye. A. (2016). Tendentsii razvitiya mezhdunarodnogo turizma. *Innovatsionnaya nauka*, 10 (1), 101-103. [in Russian]
4. Mashkina, V. V., & Salimon, S. S. (2018). Kinoturizm – innovatsijnyj naprjamok rozvytku kulturno-piznaval'nogho turizmu. *Naukovyj visnyk Khersonskogo derzhavnogo universytetu. Serija: Gheografichni nauky*, 8, 263 – 269. [in Ukrainian]
5. Tochka.net. (2012, mart 29). Kinoturizm v Ukraine: kakie filmy snimali v nashey strane. Vzyato s <https://travel.tochka.net/7250-kinoturizm-v-ukraine-kakie-filmy-snimali-v-nashey-strane/> [in Russian]
6. Ghavryljuk, A. M. (2016). Kinoturizm v Ukrajinі: nerealizovani mozhlyvosti ta perspektyvy vykorystannja znakovykh lokacij. *Derzhavne upravlinnja: udoskonalennja ta rozvytok*, 7. Vzjato z <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=983> [in Ukrainian]
7. Dejan, Berić, Milutin, Kovačević, Karolina, Simat, & Sanja, Božić. (2013). Film Tourism: A Contemporary Resource for Promoting Serbia. *TURIZAM*. Volume 17, Issue 1, 18-28. Retrieved from http://www.dgt.pmf.uns.ac.rs/turizam/arhiva/vol_1701_2.pdf (data zvernennja: 05.05.2018).
8. Digital renaissance. Film induced tourism. (2018). Retrieved from <http://www.rinascimentodigitale.it/film-induced-tourism.html>.

9. Gjorgievski, Mijalce. (2012). Movie induced tourism: A new tourism phenomenon. *UTMS Journal of Economics*, 3 (1), 97 – 104. Retrieved from <http://utmsjoe.mk/files/Vol.%203%20No.%201/1-C3-Gjorvievski.pdf>
10. Grihault, N. (2003). Film Tourism – The Global Picture. *Travel & Tourism Analyst*, 5, 1 – 22.
11. Mighachova, O. (n. d.). Pro nashe kino, pro odne aktorsjke suzir'ja ta pro ukrajinsjku kinematografichnu mriju. Vzjato z http://www.ukrinform.ua/rubric-culture/1880207-ini_zabutih_predkiv_yak_mriya_ukraiinskogo_kinematografa_2091189.html. [in Ukrainian]
12. Nizioł, A. (2009). Film tourism as a new way to market a destination. *Scientific Review of Physical Culture*, 5, 149-155. Retrieved from <http://62.93.45.40/srpc/Articles/Volume-5/Issue-4/23.aspx>
13. CreativeEngland. (2015, march 4). Quantifying Film and Television Tourism in England. Report for Creative England in association with Visit England by Olsberg. Retrieved from <http://applications.creativeengland.co.uk/assets/public/resource/140.pdf>