

## ВЛИЯНИЕ КИНОИНДУСТРИИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОГО ИНТЕРЕСА

В последние годы наблюдается рост числа людей, которые путешествуют, чтобы испытать яркие эмоции. Что же привлекает, что является объектом туристического интереса, который генерирует мотивационный позыв индивидуума или группы индивидуумов к потреблению туристического продукта и, соответственно, совершению туристической поездки? В случае кинотуризма объектами туристического интереса кинотуризма являются, например, места съемок. Как это происходит: фильм становится культовым, а вместе с ним становятся культовыми и сами места, где снимаются фильмы, либо где происходят события фильма.

Когда такие кинопроекты, как «Игра престолов», «Гарри Поттер» или «Властелин колец» получают всемирную известность, количество посещений мест их съемок значительно растет. Это касается Королевской Гавани (Дубровник, Хорватия), Средиземья (Скалы Мангаоtaki, Новая Зеландия), Хоббитона (Матамата, Новая Зеландия) или волшебного мира Гарри Поттера (Universal Studios, Флорида или Warner Bros Studios, Лондон).

Во всем мире проводится множество маркетинговых исследований, доказывающих прямую связь между выходом успешного фильма и ростом числа туристов в стране съемок. Самый известный пример такой зависимости – бурный рост туристического рынка Новой Зеландии после выпуска трилогии «Властелин колец» Питера Джексона. Успех от экранизации романа Толкина оказался для новозеландской экономики немного неожиданным.

**Кинотуризм** – это явление, возникшее много лет назад. А также это очень эффективный инструмент привлечения туристов, который использовался не одной страной, сознательно или нет. Исторически сложилось так, что есть страны (например, Соединенные Штаты или Великобритания), которые гораздо более опытни в этой области (поскольку у них и более крупная киноиндустрия). Но в последнее время, понимая значимость кинотуризма для экономики, многие страны стараются вкладывать средства в создание кинопроектов на своей территории.

Для развития кинотуризма в нашей стране необходимо проводить масштабные рекламные кампании для привлечения продюсеров и режиссеров, которые будут снимать свои проекты на территории Республики Беларусь. Что в свою очередь привлечет туристов, которые захотят пройтись по улицам, по которым ходили их любимые герои. Необходимо так же создавать готовые туристические маршруты с развлечениями.

Для того, чтобы заинтересовать молодежь, можно нанять известных блогеров, которые будут транслировать туры на различных площадках. Использовать социальные сети и телевидение для подогрева туристского интереса. Тем более, что Беларусь – страна, где уже было снято и снимается немалое количество известных кинопроектов.