УДК 338.48(476) DOI 10.63874/2218-0311-2026-1-195-204

Анна Анатольевна Токарчук[1], Наталья Ивановна Сухонос[2], Анна Николаевна Маевская[3]
[1]студент 3-го курса фак. естествознания
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
[2]ст. преподаватель каф. городского и регионального развития
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
[3]канд. геол.-минерал. наук, доц. каф. городского и регионального развития
Брестского государственного университета имени А. С. Пушкина
Anna Tokarchuk[1], Natalya Sukhonos[2], Anna Maevskaya[3]
[1]3-d Year Student of the Faculty of Natural Sciences of Brest State A. S. Pushkin University
[2]Senior Lecturer of the Department of Urban and Regional Development
of Brest State A. S. Pushkin University
[3]Candidate of (Geological and Mineralogical Sciences,
Associate Professor of the Department of Urban and Regional Development
of Brest State A. S. Pushkin University
e-mail: maevskaya.anna@inbox.ru

ОПЫТ РАЗРАБОТКИ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРШРУТА ПО МЕСТАМ КИНОСЪЕМОК В БЕЛАРУСИ

Кинотуризм представляет собой перспективное направление культурного туризма, способное трансформировать зрительский интерес в реальные туристические потоки и обеспечить мультипликативный экономический эффект для дестинаций. Мировой опыт Новой Зеландии, Исландии и Туниса убедительно доказывает высокий потенциал кинолокаций как катализаторов регионального развития. Для Республики Беларусь, обладающей богатым кинематографическим наследием, актуальной задачей является вовлечение «съемочных площадок» в туристическую сферу. Цель исследования – теоретическое обоснование и разработка кинематографического тура по местам съемок фильмов на территории Беларуси. Методика работы включала анализ научной литературы по кинотуризму, проведение социологического опроса потенциальных потребителей, отбор локаций, а также геоинформационное картографирование на платформе FlexGIS. В результате разработан пятидневный маршрут, охватывающий 15 ключевых локаций в Брестской, Минской и Гродненской областях, связанных с такими картинами, как «Брестская крепость», «Стиляги», «Черный замок Ольшанский» и др. Создана интерактивная веб-карта «Белорусские локации кино», доступная в открытом интернет-пространстве, для популяризации кинотуризма и привлечения внимания к культурному наследию страны.

Ключевые слова: *Республика Беларусь, кинотуризм, ГИС-технологии, маршрут, интерактивная карта, социологический опрос.*

Experience in Developing a Tourist Route to Film Locations in Belarus

Movie-induced tourism represents a promising direction within cultural tourism, capable of transforming audience interest into actual tourist flows and generating a multiplier economic effect for destinations. The international experience of New Zealand, Iceland, and Tunisia convincingly demonstrates the high potential of film locations as catalysts for regional development. For the Republic of Belarus, which possesses a rich cinematographic heritage, engaging film locations in the tourism sector is a pressing objective. The purpose of this study is the theoretical substantiation and development of a cinematic tour to filming locations in Belarus. The research methodology included an analysis of scientific literature on film tourism, a sociological survey of potential consumers, the selection of locations, and geographic information mapping using the FlexGIS platform. As a result, a five-day itinerary was developed, covering 15 key locations in the Brest, Minsk, and Grodno regions, associated with films such as Brest Fortress, Hipsters, The Black Castle of Olshany, and others. An interactive web-map «Belarusian Film Locations» has been created and is available in the open Internet space to promote film tourism and draw attention to the country's cultural heritage.

Key words: *Republic of Belarus, Movie-induced tourism, GIS technologies, Itinerary, Interactive map, Sociological survey.*

Введение

В настоящее время одним из перспективных направлений туризма является кинотуризм (кинематографический туризм). Наиболее типичное определение данного термина дано в монографии австралийской исследовательницей S. Beeton: кинотуризм – это посещение мест съемок фильмов, телепередач, экскурсии на киностудии и в тематические парки [1].

В свою очередь, Джуэлл и Маккиннон (Jewell & McKinnon, 2008) в исследовании, опубликованном в Journal of Travel & Tourism Marketing, описывают данное явление как потенциально новую форму культурного ландшафта и акцентируют внимание на росте популярности дестинаций вследствие их кинопрезентации.

В русскоязычной литературе понятие «кинотуризм» трактуется как вид культурно-познавательного туризма, основывающийся на организации путешествий по местам существования известных киногероев и съемок фильмов [2]. Также кинотуризм определяют как относительно новое направление отдыха, которое представляет собой посещение локаций, где проходили съемки какого-либо фильма. Это может быть отдельный природный объект, здание, а иногда и целый город [3].

Кинотуризм как вид туризма возник в развитых западных странах в XX в. Основные этапы развития данного направления отражены на рисунке 1 [1; 4–5].



Рисунок 1 – Этапы развития кинотуризма

Если на первых этапах зарождения кинотуризм был пассивным созерцанием: туристы стремились просто увидеть «те самые» пейзажи или сделать фотографию на фоне дома героя, довольствуясь ролью наблюдателя, то на современном этапе он трансформировался в активный поиск впечатлений. Сегодня путешественник не хочет просто смотреть – он хочет жить внутри истории. Такую возможность дает применение технологий виртуальной и дополненной реальности, что позволяет создавать захватывающие туры по местам киносъемок, максимально погружая туристов в атмосферу любимых фильмов. Параллельно растет популярность тематических парков развлечений, посвященных известным кинопроектам, что формирует отдельное направление в кинотуризме. Примером может послужить тематический парк Disney World, в котором материализовался фильм «Пандора: мир “Аватара”».

Разнообразие кинематографического опыта привело к формированию разных видов кинотуризма. В настоящее время в научной литературе выделяют следующие

направления кинотуризма: паломнический (посещение достопримечательностей, где снимались любимые фильмы); «знаменитый» (посещение домов и других мест, связанных со знаменитостями); ностальгический, или исторический (посещение мест, связанных с другой эпохой); событийный (посещение кинофестивалей и других кинематографических событий) [6].

Однако для того, чтобы кинотуризм мог успешно развиваться и приносить доход территориям, необходимо учитывать ряд ключевых факторов, среди которых: привлекательность кинематографических локаций; государственная поддержка (льготы для кинопроизводства, упрощение административных процедур, инвестиции в туристическую инфраструктуру); эффективный маркетинг (продвижение кинолокаций как туристических объектов, создание тематических туров и мероприятий, использование цифровых технологий); сотрудничество киноиндустрии и туристического сектора.

Современная мировая практика убедительно доказывает высокий социально-экономический потенциал кинотуризма. Наиболее показательные успешные примеры использования кинотуризма можно увидеть в:

– Новой Зеландии (трилогия «Властелин колец»). Если в 2000 г. (до выхода фильма) Новую Зеландию посетили около 1,7 млн туристов, то к 2018 г. этот показатель вырос до 3,6 млн, и значительная часть этого роста обусловлена образом «Средиземья». Культовая локация «Хоббитон» только за 2025 г. приняла около 600 тыс. посетителей [7];

– Исландии, где съемки сериала «Игра престолов» на фоне уникальных вулканических пейзажей привели к взрывному росту туристического потока. Количество путешественников увеличилось с 500 тыс. до 2,5 млн человек за период показа [8];

– Тунисе, где существуют официальные экскурсионные программы, аккредитованные Национальным туристическим офисом Туниса (ONTT), которые возят фанатов по местам съемок франшизы «Звездные войны» [9]. Эти локации стали обязательной частью туристической программы, что позволяет пустынным регионам страны получать стабильный поток туристов.

В мировом масштабе странами-лидерами по развитию кинотуризма являются Великобритания, США, Новая Зеландия. По прогнозам Future Market Insights, мировой рынок кинотуризма к 2033 г. вырастет до $118,6 млн [10].

Таким образом, изучение кинотуризма демонстрирует его эволюцию от спонтанных путешествий до самостоятельного сегмента индустрии с высоким мультипликативным эффектом. Мировой опыт подтверждает способность кинематографа трансформировать экономику регионов и формировать устойчивый бренд страны.

Актуальность развития данного направления для Республики Беларусь связана с ее богатым собственным кинематографическим наследием (здесь проходили съемки таких известных картин, как «Брестская крепость», «В августе 44-го…», «Белые Росы»), которое до настоящего времени остается не включенным в туристический оборот. Проектирование специализированного маршрута позволит собрать разрозненные объекты в целостный продукт, привлечь дополнительный поток туристов и монетизировать существующий культурный ресурс, который сегодня не приносит экономической отдачи.

В связи с вышеизложенным целью настоящего исследования является теоретическое обоснование и разработка концепции кинематографического тура по местам съемок белорусского кино.

Материалы и методика исследования

Исходными данными для проведения исследования послужили:

1) текстовые материалы в виде описаний, выполненных на основе анализа фундаментальных трудов зарубежных авторов в области кинотуризма (S. Beeton, S. Roesch,

G. Busby, J. Klug, N. Macionis), а также публикаций, посвященных психологии восприятия кинолокаций (K. Brown, S. Kim, R. Shields) и экономике впечатлений (Н. С. Морозова, А. И. Янкович);

2) фотоэлементы, включающие авторскую визуальную фиксацию современного состояния объектов съемок, архивные кадры из фильмов;

3) данные социологического опроса, проведенного авторами в форме онлайн-анкетирования потенциальных потребителей для выявления мотивации, предпочтений и готовности к участию в кинематографических турах.

Непосредственно процесс создания кинотура, представленного в настоящем исследовании включал:

1) Анализ рынка кинотуров в Республике Беларусь. В ходе данного этапа был проведен анализ действующих на туристическом рынке Республики Беларусь предложений. Он показал, что несмотря на наличие устойчивого интереса со стороны туроператоров (Traveling, «Ваш отдых», «Беларустурист») и богатой инфраструктуры киностудии «Беларусьфильм», сегмент кинотуризма в стране находится на начальной стадии формирования. Рынок предлагает, по сути, один типовой продукт – экскурсию за кулисы студии, – который дублируется разными компаниями под разными названиями с незначительными вариациями в стоимости и наполнении. При высоком потенциале и доступной ценовой политике белорусский кинотуризм пока не реализует свои возможности, оставаясь точечным, а не системным явлением.

2) Опрос целевой аудитории. Для разработки кинотура, отвечающего потребностям целевой аудитории, было проведено количественное социологическое исследование в форме анкетирования. Анкета разработана с учетом специфики исследовательского опроса, ориентированного на выявление предпочтений и потребностей потенциальных кинотуристов, а также на поиск новых идей для развития кинотуризма в Беларуси. Она включала пять тематических блоков: демографические данные; опыт взаимодействия с кино; личные предпочтения в кинотуризме; потенциал развития кинотуризма в Беларуси; предложения по развитию кинотуризма. Для анализа результатов опроса использованы методы дескриптивной статистики: расчет частот, процентов, средних значений. Это позволило выявить доминирующие тенденции и предпочтения респондентов.

3) Выбор локаций для маршрута. С учетом проведенного опроса был составлен список популярных белорусских фильмов, знакомых большинству зрителей. Далее на основе сведений из открытых интернет-источников была установлена география съемок отобранных кинокартин. Важным критерием при окончательном выборе точек стало требование, чтобы локации, помимо связи с кинематографом, обладали самостоятельной культурно-исторической ценностью. Все это позволило собрать насыщенную пятидневную программу тура.

4) Картографирование маршрута с использованием ГИС-технологий. На завершающем этапе создана интерактивная веб-карта тура, обеспечивающая наглядное представление маршрута и удобную навигацию для потенциальных туристов. Платформой для разработки стала FlexGIS, обладающая широкими возможностями для веб-картографии, включая настройку визуализации данных, внешнего вида карты, стилей отображения и добавление функциональных виджетов. Работа над картой включала несколько этапов. На первом была подготовлена картографическая основа с границами областей. На втором каждая точка визуализирована иконкой кинокамеры и снабжена фотографией кадра из фильма, названием картины и описанием. На третьем – для отображения логистики маршрута вручную прорисован линейный слой пятидневного автобусного тура с привязкой к реальной дорожной сети. Финальным акцентом стала настройка модуля «История карты» (Story Map), превратившего статичную схему

в интерактивный пошаговый сценарий путешествия, позволяющий пользователю последовательно знакомиться с каждой локацией и ее киносвязью.

Результаты и их обсуждение

Разработанный тур включает 15 локаций. Он проходит по территории трех областей Республики Беларусь: Брестской, Минской и Гродненской.

Тур рассчитан на пять дней для экономически активного населения и людей среднего возраста (от 30 до 64 лет); по виду спроса это люди с туристическими потребностями и желанием путешествия; по активности туриста во время отдыха – любители познания; в зависимости от стиля жизни – тенденциозные. Релевантной в контексте данного исследования будет также использование категории специфических кинотуристов (т. е. тех, для кого посещение места съемок – главная цель поездки) [1].

Ниже более подробно рассмотрим разработанный тур.

Согласно разработанному маршруту, *в первый день* туристы посетят г. Брест и его окрестности, где познакомятся с легендарной историей защиты Брестской крепости через одноименный фильм, увидят локомотивы – свидетелей съемок множества разных кинофильмов, получат возможность посетить станцию Дубица, которая благодаря своей уникальной архитектуре конца XIX в. стала съемочной площадкой для многочисленных кинокартин, включая военно-исторические драмы (таблица 1).

Таблица 1 – День 1. Брест – Пинск

Время	**Локация**	**Киносвязь**
9:00–12:30	Мемориальный комплекс «Брестская крепость-герой»	Основная натурная локация фильма «Брестская крепость» (режиссер А. Котт). В картине задействованы Холмские и Тереспольские ворота, Белый дворец, Свято-Николаевский гарнизонный храм, пороховые склады и другие объекты мемориала.
11:00–12:30	Музей железнодорожной техники	Локация фильма «Купала» (режиссер В. Янковский), посвященного классику белорусской литературы Янке Купале. Экспонаты Брестского музея железнодорожной техники также были задействованы при съемках следующих картин: «Застава Жилина» (2008), «Днепровский рубеж» (2008), «Снайпер 2. Тунгус» (2011), «Туфельки» (2011), «Последний бой майора Пугачева» (2007), «Господа офицеры. Спасти императора» (2007), «Немец» (2009), «Последний бронепоезд» (2008) и др.
16:00–19:10	Станция Дубица (Брестский р-н, 35 км от г. Бреста)	Историческая железнодорожная станция конца XIX в., где снято около десятка фильмов, включая «Брестскую крепость». Сохранившаяся архитектура царских времен и действующие паровозы создают аутентичную атмосферу для военно-исторических картин.

Во второй день туристы отправятся в г. Пинск и Несвиж, где познакомятся с архитектурными памятниками, запечатленными в кино: увидят Иезуитский коллегиум XVIII в., который стал съемочной площадкой для экранизации трилогии Якуба Коласа, а также прогуляются по площади Ленина, где снимали драму «Трудные радости». Главным событием дня станет посещение Несвижского замка, который предстанет сразу в двух образах – как место действия детектива с его таинственными подземельями и как сказочное королевство Недалия (таблица 2).

Таблица 2 – День 2. Пинск – Несвиж

Время	Локация	Киносвязь
11:00–14:00	Иезуитский коллегиум (г. Пинск)	Архитектурный комплекс XVIII в., задействованный в фильме «Первые испытания» (1956, режиссер В. Корш-Саблин) – экранизации трилогии Якуба Коласа «На ростанях».
11:00–14:00	Площадь Ленина с памятником В. И. Ленину (г. Пинск)	Локация фильма «Трудные радости» (1976, режиссер Б. Степанов).
17:40–19:40	Несвижский замок (дворцово-парковый ансамбль)	Основная локация телевизионного художественного фильма «Следы апостолов» (2013, режиссер С. Талыбов), снятого по мотивам одноименной книги. Действие фильма происходит в Несвижском замке. В картине задействованы интерьеры и подземелья замка, где по сюжету спрятаны легендарные сокровища Радзивиллов.
17:40–19:40	Несвижский замок (интерьеры)	Локация фильма-сказки «Рыжик в зеркале» (2010, режиссер Е. Турова). Домом зеркальщика в фильме стал зал дворца в Несвиже. Интерьеры замка использованы для создания атмосферы волшебного королевства Недалия.

Третий день является наиболее насыщенным и разнообразным. Он начинается с погружения в историю кинематографа в музее и закулисье Национальной киностудии в г. Минске. Завершится день в Лидском р-не, где в вечерних сумерках перед путешественниками предстанут усадьба Пусловских и старинная мельница в аг. Дворище – живые декорации мистического «Черного замка Ольшанского» по роману Владимира Короткевича (таблица 3).

Таблица 3 – День 3. Несвиж – Минск – аг. Дворище

Время	Локация	Киносвязь
11:00–14:00	Государственный музей истории театральной и музыкальной культуры, Национальная киностудия «Беларусьфильм» (г. Минск)	Экспозиция, посвященная истории национального кинематографа, уникальные экспонаты, связанные со съемками белорусских фильмов.
14:00–17:00	Проспект Независимости, ГУМ (г. Минск)	Ключевые локации фильма «Стиляги» (2008, режиссер В. Тодоровский). Минск выступил в роли Москвы 1950-х гг.: именно здесь режиссер нашел кусочки столицы СССР прошлого века.
19:30–20:00	Дворцово-парковый комплекс Пусловских (аг. Дворище, Лидский р-н)	Историческая усадьба, использованная для съемок фильма «Черный замок Ольшанский» (1983, режиссер М. Пташук), по мотивам одноименного романа В. Короткевича.
19:30–20:00	Туристический комплекс «Вольный мельник» (аг. Дворище)	Старинная водяная мельница, входящая в комплекс усадьбы, задействована в съемках фильма «Черный замок Ольшанский». Сохранившаяся четырехэтажная башня с банкетным залом на первом этаже создает атмосферу, реконструирующую быт белорусской шляхты.

Четвертый день начнется в усадьбе Дворище, а продолжится уже в богатом культурным наследием г. Гродно. Прогуливаясь по его улицам, туристы увидят железнодорожный вокзал, посетят Свято-Покровский собор – место действия

экранизаций произведений Владимира Короткевича – и непременно пройдут по улице Ленина. Здесь время словно останавливается, что позволяет ощутить себя частью знакомых с детства кинокадров (таблица 4).

Таблица 4 – День 4. аг. Дворище – Гродно

Время	**Локация**	**Киносвязь**
17:00–19:00	Железнодорожный вокзал (г. Гродно)	Локация фильма «Миколка-паровоз» (1956, режиссер Л. Голуб).
17:00–19:00	Свято-Покровский кафедральный собор (ул. Элизы Ожешко, г. Гродно)	Место съемок фильмов «Житие и вознесение Юрася Братчика» и «Христос приземлился в Городне» (1967, режиссер В. Бычков) – экранизации произведений В. Короткевича.
17:00–19:00	Улица Ленина (г. Гродно)	Основная локация фильма «Белые Росы» (1983, режиссер И. Добролюбов).

Заключительный (пятый) день путешествия подарит туристам встречу с военной историей на экране и наяву. По пути из г. Гродно в г. Брест группа остановится в Слониме, где ее ждут сразу две знаковые локации: железнодорожный вокзал и Советская улица, – которые стали фоном для напряженных сцен военной драмы «В августе 44-го...», а также площадь Ленина у стен драматического театра, после чего маршрут приведет путешественников обратно в Брест, замыкая кольцо пятидневного кинопутешествия по Беларуси (таблица 5).

Таблица 5 – День 5. Гродно – Слоним – Брест

Время	**Локация**	**Киносвязь**
17:00–18:00	Железнодорожный вокзал, Советская улица (г. Слоним)	Локация фильма «В августе 44-го...» (2001, режиссер М. Пташук) – военной драмы по роману В. Богомолова «Момент истины».
18:00–18:30	Площадь Ленина, Слонимский драматический театр	Локация фильма «Сыновья уходят в бой» (1969, режиссер В. Туров) – кинокартины о Великой Отечественной войне.

Стоит отметить, что разработанный тур представлен не только в виде описательного маршрута, но и в виде интерактивной веб-карты «Белорусские локации кино». Такое цифровое решение создано с целью расширения числа пользователей и максимальной доступности информации для всех желающих, вне зависимости от их местоположения.

Созданная карта сочетает в себе картографические данные, текстовые описания и фотографии кадров из фильмов, что позволяет туристу не просто прочитать о локации, но и увидеть, как она выглядела на экране.

Интерактивный формат дает возможность познакомиться с маршрутом в любое удобное время и в любом месте – с компьютера, планшета или смартфона. При этом карта постоянно актуальна: любые изменения или дополнения могут оперативно вноситься без изменения ссылки на ресурс.

Бесплатное распространение и простота использования делают такой гид идеальным инструментом для самостоятельного планирования путешествия, позволяя охватить неограниченную аудиторию и вдохновить на поездку даже тех, кто пока не может отправиться в путь, но мечтает прикоснуться к миру белорусского кино (рисунок 2).

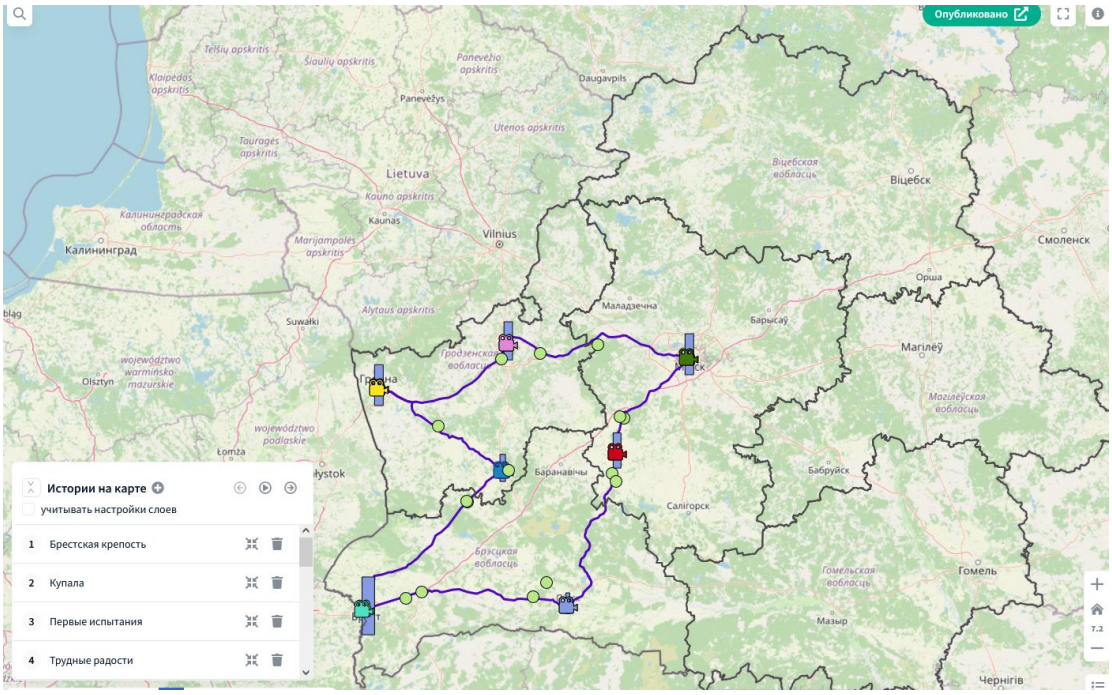


Рисунок 2 – Общий вид созданной интерактивной карты

Разработанная интерактивная карта размещена в свободном доступе в Сети по ссылке: https://gis.flexatel.xyz/viewer/0b4ad4e4-ccc2-4642-931a-2bf490e69204. Ее использование будет способствовать:

1) маркетинговому продвижению разработанного туристического продукта: карта выступает в качестве постоянно доступного рекламного носителя, формирующего визуальный образ тура и стимулирующего интерес потенциальных потребителей через наглядную демонстрацию маршрута и ключевых локаций;

2) формированию туристического бренда территории: визуализация кинолокаций на карте Беларуси способствует созданию устойчивой ассоциации регионов с национальным кинематографом, позиционируя страну как привлекательную дестинацию для кинотуризма;

3) формированию инструмента работы с целевой аудиторией: карта предоставляет пользователям возможность самостоятельного изучения информации, формировать у них чувство вовлеченности и сопричастности к процессу планирования путешествия, что повышает вероятность выбора данного тура;

4) повышению узнаваемости отечественного кино: интеграция кадров из фильмов и описаний кинокартин в интерфейс карты выполняет просветительскую функцию, популяризируя отечественное кинематографическое наследие среди широкой аудитории;

5) визуализации логистики и географии тура: линейный слой с маршрутом и цветовое кодирование локаций позволяют потенциальным туристам оценить масштаб путешествия, его насыщенность и географический охват, что облегчает принятие решения о покупке;

6) анализу продукта: встроенные диаграммы с результатами опроса предоставляют возможность мониторинга потребительских предпочтений и корректировки туристического продукта в соответствии с актуальным спросом.

Заключение

Таким образом, в ходе проведенного исследования были разработаны концепция и детальный маршрут пятидневного кинематографического тура по местам съемок

белорусского кино на территории Брестской, Минской и Гродненской областей. Для его создания применялись методы анализа теоретических основ кинотуризма, социологического опроса целевой аудитории и геоинформационного картографирования.

Тур выполнен в формате детализированной программы с указанием временных интервалов, объектов показа и их привязкой к конкретным кинопроизведениям национальной киностудии. Он дает комплексное представление о кинематографическом наследии регионов Беларуси и послужил основой для создания интерактивной веб-карты, визуализирующей маршрут и все ключевые локации.

Перспективы развития проекта связаны с добавлением в него данных об объектах туристской инфраструктуры: средствах размещения, пунктах общественного питания и сопутствующих сервисах. Такой подход позволит сформировать целостный туристический продукт, где информация о кинолокациях будет дополнена практическими функциями для организации путешествия, что повысит его коммерческую привлекательность и эффективность рекламного продвижения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Beeton, S. Film-Induced Tourism / S. Beeton. – Clevedon : Channel View Publications, 2005. – 270 p.

2. Петрова, Э. А. Кинотуризм как перспективное направление развития туристического рынка / Э. А. Петрова // СИЛА систем. – 2019. – № 1 (10). – С. 11–13.

3. Вирт, О. В. Перспективные виды международного туризма / О. В. Вирт // Молодежь, наука, творчество – 2013 : материалы XI межвуз. науч.-практ. конф. студентов и аспирантов, Омск, 21–24 мая 2013 г. : в 2 ч. / Омс. гос. ин- сервиса ; редкол.: Д. П. Маевский (гл. ред.). – Омск, 2013. – Ч. 1. – С. 193–194.

4. Шаркова, Е. В. Проблемы и перспективы развития кинотуризма в России : автореф. бакалавр. работы : 43.03.02 «Туризм» / Шаркова Евгения Викторовна ; Сарат. нац. исслед. гос. ун-т им. Н. Г. Чернышевского. – Саратов, 2022. – 26 с.

5. Busby, G. Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues / G. Busby, J. Klug // Journal of Vacation Marketing. – 2001. – Vol. 7, iss. 4. – P. 316–332.

6. Полухина, А. В. Кинотуризм: по следам любимых фильмов / А. В. Полухина, Т. В. Пермякова // Инновационная научная современная академическая исследовательская траектория (ИНСАЙТ). – 2023. – № 1 (13). – С. 103–113. – DOI: 10.17853/2686-8970-2023-1-103–113.

7. Basu, A. 25 years later, The Lord of the Rings is still driving tourism traffic to New Zealand / A. Basu // Hindustan Times. – 2026. – 26 January. – URL: https://www.hindustantimes.com/htcity/-trips-tours/new-zealand-is-still-on-the-global-tourism-map-thanks-to-the-lord-of-the-rings-which-completes-25-years-in-2026-101769432636997.html (дата обращения: 25.02.2026).

8. Ентякова, А. Кинотуризм: Вокруг света за 80 минут / А. Ентякова // КиноРепортер. – 2023. – 29 янв. – URL: https://kinoreporter.ru/kinoturizm-vokrug-sveta-za-80-minut/ (дата обращения: 20.02.2026).

9. Star Wars Matmata Tour – Film Locations – From Djerba or Zarzis // GetYourGuide. – 2026. – 16 February. – URL: https://www.getyourguide.ru/djerba-l302/star-wars-matmata-tour-film-locations-from-djerba-or-zarzis-t854721/ (дата обращения: 20.02.2026).

10. Анализ рынка кинотуризма – рост и прогноз на 2023–2033 гг. // Future Market Insights. – 2023. – Июль. – URL: https://www.futuremarketinsights.com/ru/reports/film-tourism-overview-and-sector-outlook (дата обращения: 20.02.2026).

REFERENCES

1. Beeton, S. Film-Induced Tourism / S. Beeton. – Clevedon : Channel View Publications, 2005. – 270 p.

2. Petrova, E. A. Kinoturizm kak perspektivnoe napravlenie razvitiya turisticheskogo rynka / E. A. Petrova // SILA sistem. – 2019. – № 1 (10). – S. 11–13.

3. Virt, O. V. Perspektivnye vidy mezhdunarodnogo turizma / O. V. Virt // Molodezh, nauka, tvorchestvo – 2013 : materialy XI mezhvuz. nauch.-prakt. konf. studentov i aspirantov, Omsk, 21–24 maya 2013 g. : v 2 ch. / Oms. gos. in-t servisa ; redkol.: D. P. Maevskiy (gl. red.). – Omsk, 2013. – Ch. 1. – S. 193–194.

4. Sharkova, Ye. V. Problemy i perspektivy razvitiya kinoturizma v Rossii : avtoref. bakalavr. raboty : 43.03.02 «Turizm» / Sharkova Yevgeniya Virtorovna ; Sarat. nats. issled. gos. un-t im. N. G. Chernyshevskogo. – Saratov, 2022. – 26 s.

5. Busby, G. Movie-induced tourism: The challenge of measurement and other issues / G. Busby, J. Klug // Journal of Vacation Marketing. – 2001. – Vol. 7, iss. 4. – P. 316–332.

6. Polukhina, A. V. Kinoturizm: po sledam lyubimykh fil’mov / A. V. Polukhina, T. V. Permyakova // Innovatsionnaya nauchnaya sovremennaya akademicheskaya issledovatel’skaya traektoriya (INSAIT). – 2023. – № 1 (13). – S. 103–113. – DOI: 10.17853/2686-8970-2023-1-103-113.

7. Basu, A. 25 years later, The Lord of the Rings is still driving tourism traffic to New Zealand / A. Basu // Hindustan Times. – 2026. – 26 January. – URL: https://www.hindustantimes.com/htcity/-trips-tours/new-zealand-is-still-on-the-global-tourism-map-thanks-to-the-lord-of-the-rings-which-completes-25-years-in-2026-101769432636997.html (data obrashcheniya: 25.02.2026).

8. Yentyakova, A. Kinoturizm: Vokrug sveta za 80 minut / A. Yentyakova // KinoReporter. – 2023. – 29 yanv. – URL: https://kinoreporter.ru/kinoturizm-vokrug-sveta-za-80-minut/ (data obrashcheniya: 20.02.2026).

9. Star Wars Matmata Tour – Film Locations – From Djerba or Zarzis // GetYourGuide. – 2026. – 16 February. – URL: https://www.getyourguide.ru/djerba-l302/star-wars-matmata-tour-film-locations-from-djerba-or-zarzis-t854721/ (data obrashcheniya: 20.02.2026).

10. Analiz rynka kinoturizma – rost i prognoz na 2023–2033 gg. // Future Market Insights. – 2023. – July. – URL: https://www.futuremarketinsights.com/ru/reports/film-tourism-overview-and-sector-outlook (data obrashcheniya: 20.02.2026).

Рукапіс паступіў у рэдакцыю 13.03.2026