

УДК 338.484.6

791.43/.45

КИНОТУРИЗМ В РОССИИ: ПОНЯТИЯ, ТЕНДЕНЦИИ И ПРОБЛЕМЫ

Анисимова В. В., Романова И. А.

*ФГБОУ ВО «Кубанский государственный университет», г. Краснодар, Российская Федерация
E-mail: viktoriya23.84@mail.ru, romanovakubgu@mail.ru*

Кинотуризм уже сейчас за рубежом приобрел популярность. В России такой вид туризма только начинает формироваться, но уже сейчас имеет все предпосылки для своего развития. Помимо эффективного развития на основе потенциала, выделяются и проблемы, решение которых позволит добиться положительных результатов.

Ключевые слова: культурно-познавательный туризм, кинотуризм, аттрактивный туризм, кинотуризм в России, проблемы кинотуризма.

ВВЕДЕНИЕ

Такой новый вид туризма как кинотуризм относят к культурно-познавательному виду туризма, так как он отвечает представленным характеристикам в его определении. Культурно-познавательный, или экскурсионный, туризм представляет собой путешествия и поездки с познавательными целями. Культурное самовыражение народа всегда вызывает интерес у туриста. Культура является фундаментальной основой процесса развития, сохранения, укрепления независимости, суверенитета и самобытности народа. При исследовании понятий, особенностей, тенденций кинотуризма были выявлены наиболее характерные проблемы в развитии кинотуризма.

Наиболее важными вопросами при анализе ситуации с развитием кинотуризма в России стали возникать в отношении большого количества проблем. В связи с этим, целью исследования послужили проблемы развития кинотуризма на территории России, решив которые, новый вид туризма можно будет развивать в регионах страны и видеть массу положительных экономических, культурных и социальных эффектов.

КИНОТУРИЗМ В РОССИИ: ОСНОВНЫЕ ПОНЯТИЯ ВИДА ТУРИЗМА

Кинотуризм как вид нового весьма аттрактивного туризма сформировался на стыке двух уже весомых для экономики отраслей – туризма и киноиндустрии. В рамках теоретической характеристики изучаемого вида туризма можно сформулировать основные тезисы, характеризующие кинотуризм:

- киностудии служат объектами для туризма (достопримечательности и минимальная туристская инфраструктура, которую в последствии необходимо расширять);
- кинозвезды как объекты культурного паломничества (довольно перспективное направление, однако и проблемное);
- кинофестивали как неотъемлемая часть киноиндустрии и туризма;

- кино как промоутер видов туризма (популяризация тех или иных форм человеческой деятельности, представленных в фильмах);
- кино как промоутер конкретных мест съемок.

Кинотуризм в России сегодня находится на начальной стадии своего пути и имеет перспективы развития, он появился на стыке двух крупных отраслей экономики и по основным параметрам является составной частью культурно-познавательного вида туризма. Также необходимо подчеркнуть, что появление на рынке новых видов услуг обусловлено многими факторами: научно-техническим прогрессом, предоставляющим все новые возможности в организации поездок, урбанизацией, в связи с которой возникает желание снять стресс и абстрагироваться от жизненной рутины, а при определенном стабильном уровне дохода, который позволяет путешествовать, возникает пресыщенность от стандартных туристских программ.

Современный этап развития общества можно назвать временем бурного роста нестандартных (креативных) индустрий, развивающих идеи экономики впечатлений, эмоций. Впечатления и эмоции как следы, оставляемые в сознании людей, стали особыми «продуктами», составляющими суть коммерческого предложения. Это, прежде всего, креативный подход, в отличие от ремесленного, на котором основано производство традиционных товаров и услуг. Этот тезис подтверждается утверждением авторов очень известного и неординарного исследования, посвященного экономике впечатлений Б. Джозеф Пайна и Джеймса Х. Гилмора: «Сырье равноценно, товары материальны, услуги нематериальны, а впечатления незабываемы. Покупатели впечатлений ценят свое участие в действе, которое организуется той или иной компанией. Как люди экономят на товарах, чтобы купить больше услуг, так они экономят время и средства на услугах, чтобы приобрести более ценные для них впечатления» [1].

Зарубежный опыт развития кинотуризма насыщенный и имеет определенные этапы. Кинотуризм за рубежом значительно развит, в перспективе будет иметь стабильный рост, принося экономике стран (регионам) значительный доход, привлекая категорию туристов, стремящихся получить неповторимую эмоцию и впечатление.

Говоря о кинотуризме в России, необходимо прежде всего характеризовать российский кинематограф, который представлен обилием фильмов, в основном для массового зрителя, на криминальную, комедийную и историческую тематики. Однако в общем плане общая стилистика российского кино еще только формируется. Большинство качественно снятых фильмов пока подражают голливудскому стилю, есть отдельные фильмы, напоминающие французское и немецкое кино. Снято также множество менее качественных фильмов, напоминающих худшие образцы советского кино.

Важным фактом в развитии киноиндустрии в республиках России является формирование, начиная с конца 1990-х гг., своего национального кинематографа. Снимаются фильмы на татарском, якутском и прочих языках. Эти фильмы имеют более локальное распространение, однако в некоторых регионах занимают до 20%

прокатного времени и по популярности обгоняют зарубежные блокбастеры.

Для формирования предпосылок становления кинотуризма, важным является характеристика ее статистики. С 2004 по 2014 г. количество экранов в России увеличилось в 3,6 раза и превысило 3 тыс., и продолжает расти. По коммерческим сборам, составляющим более 1 млрд дол. в год, российский рынок находится на 4-й позиции в Европе начиная с 2009 г. Доля российского кино снизилась с 22–29% (2000–2009 гг.) и занимает 13,8% (2018 г.) кинорынка страны [2]. Несмотря на рост производства фильмов и лидирующим темпам строительства кинотеатров в последнее время, посещаемость кинотеатров снижается, либо растет незначительно. С одной стороны, это связано с отсечением поколения 30 и 40-летних зрителей из-за преобладания блокбастеров, а с другой стороны – конкуренцией с другими медиа. При этом средняя стоимость билетов приблизилась к 8 дол., что сопоставимо с ценами на Западе.

В таблице 1 представлен перечень 15 самых высокобюджетных российских картин в истории проката (без учета инфляции), цифры представлены на 8 января 2017 г. [3].

Таблица 1.

Перечень 15 самых высокобюджетных российских кинокартин
(на 8 января 2017 г.). Источник: [2].

№ п/п	Название кинокартин	Год создания	Бюджет, млн. долл. США
1.	«Вий 2. Тайна Печати дракона»	2019	50
2.	«Утомленные солнцем 2: Цитадель»	2011	45
3.	«Утомленные солнцем 2: Предстояние»	2010	40
4.	«Обитаемый остров»	2008	36
5.	«Сибирский цирюльник»	1998	35
6.	«Сталинград»	2013	30
7.	«Вий 3D»	2014	26
8.	«Матильда»	2017	25
9.	«Солнечный удар»	2014	21
10.	«Викинг»	2016	20,8
11.	«Адмиралъ»	2008	20
12.	«Август. Восьмого»	2012	19
13.	«Он – дракон»	2015	18
14.	«Монгол»	2007	18
15.	«Похищение»	2006	17

Начиная с перестройки стали появляться новые кинофестивали, кинопремии (Ника и Золотой орел), число которых превышает на сегодняшний день полсотни. Наиболее популярные из них: Московский международный кинофестиваль (ежегодный международный фестиваль класса А); Кинотавр (с 1989 г., Сочи);

Кишонок (с 1992 г., Анапа); Международный кинофестиваль «Послание к человеку» (с 1989 г., Санкт-Петербург); Международный кинофестиваль «Зеркало» имени Андрея Тарковского (с 2007 г., Иваново); Окно в Европу (с 1995 г., Выборг); Золотой Витязь (с 1992 г., разные города); Меридианы Тихого (с 2003 г., Владивосток); Сталкер (с 1995 г., Москва); Международный кинофестиваль «Восток&Запад. Классика и авангард» (с 2008 г., Оренбург).

Касаемо развития инфраструктуры киноиндустрии, которая станет основой туристской инфраструктуры изучаемого вида туризма, то при съемках фильма создаются объекты киносъемок, формируется некая локальная инфраструктура, которая в дальнейшем может использоваться в качестве туристской.

Немаловажным является наличие высокопрофессиональных специалистов для формирования готового туристского продукта для кинотуризма, проведения экскурсий, аниматоров и др. специалистов, обеспечивающих полноценную работу. Решающим является грамотное проведение маркетинговых исследований в направлении развития той или иной локации съемок, привлечения потребителей, их интерес и получение впечатлений и эмоций от увиденного. Такие исследования нуждаются в финансировании – а значит здоровой предпринимательской среде и поддержке со стороны государства.

ПРОБЛЕМЫ В РАЗВИТИИ КИНОТУРИЗМА, ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ

Каждая страна заинтересована, чтобы граждане проводили свой отдых внутри страны, стабилизируя и поднимая туристскую отрасль и экономику в целом. Это касается и России, с ее колоссальным туристско-рекреационным потенциалом в регионах страны. Развивая новые виды туризма, можно добиться успеха в отрасли по многим параметрам как экономического, так и культурно-социального характера. Касаемо развития кинотуризма в России и регионах страны, то это и огромный потенциал для развития нового туристского продукта, и привлечение новых туристов, как внешних, так и внутренних, и развитие туристской инфраструктуры, и многое другое. Чтобы грамотно развивать кинотуризм на территории России, необходимо комплексно подходить к вопросу.

При характеристике и общем анализе развития кинотуризма в России, авторами были выявлены наиболее актуальные и важные проблемы, которые препятствуют развитию нового вида туризма для страны. Теоретической и практической базой для выявления таких проблем послужили научные публикации исследователей в изучаемом сегменте туризма. Анализ публикаций проходил на базе научной электронной библиотеки Elibrary.ru. Были проанализированы научные статьи на тему кинотуризма, весь перечень анализируемых статей представлен в списке использованных источников (в списке под порядковыми номерами 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22). Рассмотрим наиболее актуальные проблемы, также приведем возможные пути решения выявленных проблем развития кинотуризма в России.

1. Незнание потенциальных туристов о новом виде туризма – кинотуризме.

Такой вид туризма стал формироваться совсем недавно и, естественно, еще не получил такой популярности на рынке туристских услуг. Более того турфирмы также еще не предлагают такой турпродукт, а если и предлагают, то это происходит в единичных случаях. Для решения выявленной проблемы необходимо популяризовать локации, где происходили съемки фильмов, повышать популярность российского кино, связывать у потенциальных потребителей нового вида туризма эти понятия – съемка фильма, его популярность и посещение локаций съемок. Таким образом, будет формироваться новый туристский продукт, привлекательный для туристов.

2. Вторая проблема связана с первой: недостаточный уровень знаний у потенциальных туристов о российских фильмах, о местах съемок. Популяризация таких мест и российского кино может привести к положительному эффекту для развития кинотуризма в регионах страны, так как уже сейчас имеется огромный потенциал для его развития, уже сейчас российское кино становится популярным и востребованным и киноманам становится интересно посетить локации съемок. Для посещения таких мест необходимо создавать туристскую инфраструктуру, развивать места съемок и привлекать туристов-киноманов.

3. Также стоит указать сопутствующую проблему, тормозящую развитие кинотуризма в стране: затянувшийся кризис в отечественном кинематографе, который необходимо преодолевать более быстрыми темпами. Для решения проблемы необходимо создавать качественный кинопродукт, который будет популярен не только в пределах России, но и за рубежом. Необходима также поддержка отечественной киноиндустрии со стороны правительства и инвесторов. Важным остается вопрос отсутствия защиты рынка кино от «пиратов».

4. Актуальной проблемой необходимо назвать и следующую: часто в качестве съемочных площадок используются культурно-исторические объекты, здания и улицы населенных пунктов, соответственно в этот период они недоступны для туристов и местных жителей, что создает неудобства и недовольства. Эту проблему решить довольно просто: съемочный процесс должен быть не постоянным, а кратковременным, а лучше всего создавать локации самостоятельно и использовать их для развития в последствии кинотуров.

5. Низкая экономическая эффективность функционирования кинотуризма на современном этапе развития вида туризма. Проблема решаемая, но затратная, однако, после ее реализации, появится обратный эффект – высокая экономическая эффективность функционирования кинотуризма. Здесь потребуются комплексное решение проблемы: создание смелыми и креативными кадрами туристской сферы готового интересного туристского продукта, плюс его продвижение на рынке, популяризация и реализация потребителям. Потребуется не только высококвалифицированные кадры в туристской сфере, но и инвестиционная поддержка, а также поддержка на уровне местной власти.

6. Необходимо учесть и возможные экологические проблемы, которые могут возникнуть при самих съемках и уже при посещении локации съемок популярных фильмов. Об этом необходимо позаботиться заранее, обдумать вопросы количества

туристов, нагрузки туристской инфраструктуры на территорию, которая будет задействована для развития кинотуризма.

7. Следующая проблема – это неразвитость туристской инфраструктуры у уже имеющихся локаций съемок для посещения туристов, а также у потенциальных локаций, которые в перспективе могут быть задействованы при развитии кинотуров. Для решения указанной проблемы необходимо учитывать и достичь гармонии в следующих составляющих туристской инфраструктуры: наличие туристских ресурсов (в случае с кинотуризмом, это будут места съемок фильмов), условия для высококвалифицированного кадрового обеспечения, соответствие экологическим требованиям и экономическая целесообразность.

8. Проблемы транспортной составляющей в обеспечении дальнейшего развития кинотуризма в регионах страны. Первостепенно необходимо решить проблему отсутствия низкобюджетных авиаперевозчиков с современным авиапарком, ведь отсутствие конкуренции на внутренних авиаперелетах не позволяет снижать цены; да и состояние авиалайнеров, аэропортов, взлетно-посадочных полос сдерживает развитие туризма вообще в ряде регионов России. Избавится от дефицита железнодорожных перевозок в высокий сезон, также позволит решить проблему. И требует модернизации, поддержки и развития речной туристский и круизный вид транспорта. Все это в совокупности приведет к росту развития туризма в регионах страны, а также и поддержит развитие новых видов туризма, в том числе и кинотуризма.

9. Еще одной актуальной проблемой для развития кинотуризма в России можно назвать такое явление как сезонность. В основном кинотуры начинают пользоваться популярностью у туристов в период благоприятный для рекреации, а этот период, тем более в регионах России, не круглогодичен. Решение проблемы сезонности также требует комплексности, и будет зависеть от многих вопросов, решение которых позволит сгладить такое явление.

ВЫВОДЫ

Авторами были проанализированы статьи исследователей в сегменте кинотуризма и выявлены наиболее актуальные проблемы, решение которых позволит развивать исследуемый вид туризма в регионах страны. Зарубежная практика развития кинотуризма показывает, что направление востребовано и оригинально. Кинотуризм – это относительно новое направление отдыха, которое позволяет совершить тур по местам путешествий известных киногероев и съемок фильмов. Такой вид туризма необходимо развивать, так как он направлен не только на положительный экономический эффект, но и на повышение культурного восприятия регионов России.

Список литературы

1. Джозеф Б. Пайн, Джеймс Х. Гилмор Экономика впечатлений. Работа как театр, а каждый бизнес – сцена. М.: Изд-во «Вильямс», 2005.
2. Господдержка. Итоги года. Искусство кино. 2013. 23 янв. С. 7.

3. История кино: как развивался кинематограф в России [сайт]. 2020. URL: https://www.culture.ru/s/god_kino/ (дата обращения: 9.03.2020).
4. Агеева О.А. Продвижение уникальных видов туризма // Успешность конкурентных стратегий – залог инноваций и инвестиций. 2012. № 1. С. 240–242.
5. Белова Е.А. Кинематографический туризм в России // Вестник Московского университета. Серия 5: География. 2018. № 3. С. 96–99.
6. Вирт О.В., Карасев И.Е. Кинотуризм как перспективный вид культурно-познавательного туризма // Вестник Югорского государственного университета. 2015. № 54 (39). С. 176–177.
7. Вирт О.В. Кинотуризм в России // Молодежь, науки, творчество: материалы XIV Международной научно-практической конференции студентов и аспирантов. 2016. С. 270–272.
8. Гевейлер К.Ю. Развитие кинотуризма в мире и внедрение зарубежного опыта в Российской Федерации // Вестник молодых ученых Санкт-Петербургского государственного университета технологии и дизайна. 2018. № 2. С. 221–225.
9. Гриненко С.В., Солдатов В.А. Кинотуризм в России – точки роста территорий // Перспективы развития индустрии туризма: теория и практика: материалы II Международной научно-практической конференции. 2019. С. 21–23.
10. Джанджугазова Е.А., Христов Т.Т. Кинотуризм как основа формирования перспективных туристских продуктов // Российские регионы: взгляд в будущее. 2016. Т. 3, № 2. С. 75–85.
11. Котенкова Ю.Д., Моспанов Е.С. Кинотуризм и его влияние на туристский поток // XXX международные Плехановские чтения: сборник научных статей в 2-х томах. 2017. С. 494–497.
12. Кузнецова Л., Зинченко С.В. Кинотуризм как новое направление на российском рынке туризма // Креативный город: материалы V региональной научно-практической конференции. 2016. С. 52–56.
13. Леонова Е.Ю. Перспективы развития кинотуризма в Крыму // Наука и молодежь: актуальные проблемы социально-экономического развития региона: сборник научно-практической конференции студентов и молодых ученых. 2018. С. 14–16.
14. Малетин С.С., Худяков Р.М. Актуальные проблемы исследования кинотуризма // Сервисные технологии: теория и практика: сборник научных статей. Новосибирск, 2015. С. 70–73.
15. Малетин С.С. Кинотуризм на Евразийском пространстве // Туризм в Евразийском пространстве: реальности и новые тенденции: сборник научных статей из материалов Евразийского научного форума. 2015. С. 58–63.
16. Петрова Э.А. Кинотуризм как перспективное направление развития туристского рынка // Сила систем. 2019. № 1 (10). С. 11–13.
17. Полозков М.Ю. Современное состояние сферы туризма в России (теория, практика, проблемы) // Социальная политика и социология. Секция Социология туризма. 2009. № 2 (44). С. 356–364.
18. Подольская Е.Н. Киномурман: опыт и перспективы (на примере «Левифана») // Арктический дизайн: материалы Всероссийской научно-практической конференции с международным участием. 2016. С. 271–274.
19. Федорова К.И. Кинотуризм // Актуальные проблемы теории и практики физической культуры, спорта и туризма: материалы VI Всероссийской научно-практической конференции молодых ученых, аспирантов, магистрантов и студентов, посвященной десятилетию победы Казани в кампании на право проведения XXVII Всемирной летней универсиады 2013 года и 5-летию проведения Универсиады-2013. 2018. С. 208–210.
20. Цай А.Е., Горелова А.В. По следам известных кинокартин или что такое «кинотуризм» // Наука и молодежь: новые идеи и решения. 2019. С. 217–219.
21. Шабалина Н.В. Киноиндустрия как туристическая дестинация: технологические и социально-экономические аспекты // Туризм – драйвер развития экономики. 2018. С. 200–213.
22. Яланский К. Кино и туризм в России // Инновационные аспекты развития сервиса и туризма: сборник научных статей I Международной научно-практической конференции ФГБОУ ВО «Ставропольский государственный аграрный университет». 2018. С. 92–94.

FILM TOURISM IN RUSSIA: CONCEPTS, TRENDS AND PROBLEMS

Anisimova V. V., Romanova I. A.

ФГБОУ ВО «Kuban state University», Krasnodar, Russian Federation

E-mail: viktoriya23.84@mail.ru, romanovakubgu@mail.ru

Film tourism is referred to as a cultural and educational type of tourism, as it meets the presented characteristics in its definition. Cultural and educational, or excursion, tourism is travel and trips for cognitive purposes. The cultural expression of the people is always of interest to the tourist. Culture is the fundamental foundation of the process of development, preservation, strengthening of independence, sovereignty and identity of the people. The study of concepts, peculiarities and trends of film tourism revealed the most characteristic problems in the development of film tourism.

Also, the most important issues in the analysis of the situation with the development of film tourism in Russia began to arise with regard to a large number of problems. In this regard, the purpose of the study was the problems of development of film tourism in the territory of Russia, having solved which, a new type of tourism can be developed in the regions of the country and see a lot of positive economic, cultural and social effects.

Film tourism as a type of new very attractive tourism has formed at the junction of two already important industries for the economy – tourism and the film industry.

For the harmonious development of the type of tourism studied, it is important to have highly professional specialists to form a ready-made tourist product for film tourism, conduct excursions, animators and other specialists who provide full-fledged work. The decisive thing is the competent conduct of marketing research in the direction of development of a particular location of shooting, attraction of consumers, their interest and obtaining impressions and emotions from what has been seen. Such research needs funding - and therefore a healthy entrepreneurial environment and support from the state.

Each country is interested in citizens spending their holidays domestically, stabilizing and boosting the tourism industry and the economy as a whole. This also applies to Russia, with its enormous tourist and recreational potential in the regions of the country. By developing new types of tourism, it is possible to achieve success in the industry in many parameters both of ecological, cultural and social nature. Concerning the development of film tourism in Russia and the regions of the country, it is also a huge potential for the development of a new tourist product, and the attraction of new tourists, both external and internal, and the development of tourist infrastructure, and much more.

The authors analyzed the articles of researchers in the segment of film tourism and identified the most pressing problems, the solution of which will allow to develop the investigated type of tourism in the regions of the country. Foreign practice of film tourism development shows that the direction is demanded and original. Film tourism is a relatively new direction of recreation, which allows you to tour the places of travel of famous cinema and film shooting. This type of tourism should be developed, as it is aimed not only at positive economic effect, but also at increasing cultural perception of the regions of Russia.

Keywords: cultural and educational tourism, film tourism, attraction tourism, film tourism in Russia, problems of film tourism.

References

1. Joseph B. Pine, James H. Gilmore. Jekonomika vpechatlenij. Rabota kak teatr, a kazhdyj biznes – scena (Economy of impressions. Work as theater, and each business – a scene). M.: Williams, 2005. (in Russ.)
2. Gospodderzhka. Itogi goda. Iskusstvo kino (State support. Results of year. Art of the film) 2013. 23 janv. pp. 7. (in Russ.)
3. Istorija kino: kak razvivalsja kinematograf v Rossii (Film history: how cinema developed in Russia), 2020. URL: https://www.culture.ru/s/god_kino/ (reference date: 9.03.2020). (in Russ.)
4. Ageeva O. A. Prodvizhenie unikal'nyh vidov turizma (Promotion of unique types of tourism). Uspeshnost' konkurentnyh strategij – zalog innovacij i investicij (Success of competitive strategies is the key to innovation and investment). 2012. no. 1. pp. 240–242. (in Russ.)
5. Belova E. A. Kinematograficheskij turizm v Rossii (Cinema Tourism in Russia). Journal of Moscow University. Series 5 : Geography. 2018. no. 3. pp. 96–99. (in Russ.)
6. Virt O. V., Karasev I. E. Kinoturizm kak perspektivnyj vid kul'turno-poznavatel'nogo turizma (Film tourism as a promising type of cultural and cognitive tourism). Journal of the Ugorsky State University. 2015. no. 54 (39). pp. 176–177. (in Russ.)
7. Virt O. V. Kinoturizm v Rossii (Film tourism in Russia). Youth, sciences, creativity : the XIV International scientific and practical conference of students and Postgraduate Students. 2016. pp. 270–272. (in Russ.)
8. Gevejler K. Ju. Razvitie kinoturizma v mire i vnedrenie zarubezhnogo opyta v Rossijskoj Federacii (Development of film tourism in the world and introduction of foreign experience in the Russian Federation). Journal of young scientists of St. Petersburg State University of Technology and Design. 2018. no. 2. pp. 221–225. (in Russ.)
9. Grinenko S. V., Soldatov V. A. Kinoturizm v Rossii – tochki rosta territorij (Film tourism in Russia – points of growth of territories). Prospects for the development of the tourism Industry: theory and practice: the II International scientific and practical conference. 2019. pp. 21–23. (in Russ.)
10. Dzhandzhugazova E. A., Hristov T. T. Kinoturizm kak osnova formirovanija perspektivnyh turistskih produktov (Film tourism as the basis of formation of promising tourist products). Russian regions: a view to the future. 2016. T. 3, no. 2. pp. 75–85. (in Russ.)
11. Kotenkova Ju. D., Mospanov E. S. Kinoturizm i ego vlijanie na turistskij potok (Film tourism and its influence on the tourist flow). XXX international Plekhanov readings : a collection of scientific articles in 2 volumes. 2017. pp. 494–497. (in Russ.)
12. Kuznecova L., Zinchenko S. V. Kinoturizm kak novoe napravlenie na rossijskom rynke turizma (Film tourism as a new direction in the Russian tourism market). Creative city: materials of the v regional scientific and practical conference. 2016. pp. 52–56. (in Russ.)
13. Leonova E. Ju. Perspektivy razvitija kinoturizma v Krymu (Prospects for the development of film tourism in Crimea). Science and youth: topical problems of social and economic development of the region : collection of scientific and practical conference of students and young scientists. 2018. pp. 14–16. (in Russ.)
14. Maletin S. S., Hudjakov R. M. Aktual'nye problemy issledovanija kinoturizma (Current problems of film tourism research). Service technologies: theory and practice: collection of scientific articles. Novosibirsk, 2015. pp. 70–73. (in Russ.)
15. Maletin S. S. Kinoturizm na Evrazijskom prostranstve (Film Tourism in the Eurasian Space). Tourism in the Eurasian Space: realities and new trends : a collection of scientific articles from the materials of the Eurasian Scientific Forum. 2015. pp. 58–63. (in Russ.)
16. Petrova Je. A. Kinoturizm kak perspektivnoe napravlenie razvitija turistskogo rynka (Film tourism as a promising direction of development of the tourist market). Strength of Systems. 2019. no.1 (10). pp. 11–13. (in Russ.)

17. Polozkov M. Ju. Sovremennoe sostojanie sfery turizma v Rossii (teorija, praktika, problemy) (Modern state of tourism in Russia (theory, practice, problems). Social policy and sociology. Section Tourism Sociology. 2009. no. 2 (44). pp. 356–364. (in Russ.)
18. Podol'skaja E. N. Kinomurman: opyt i perspektivy (na primere «Leviafana») (Experience and Prospects (on the example of Leviaphan)). Arctic Design: materials of the All-Russian scientific and practical conference with international participation. 2016. pp. 271–274. (in Russ.)
19. Fedorova K. I. Kinoturizm (Film tourism). Current problems of theory and practice of physical culture, sports and tourism: materials of the VI All-Russian scientific and practical conference of young scientists, postgraduate students, masters and students dedicated to the decade of victory of Kazan in the campaign for the right to hold the XXVII World Summer University Games of 2013 and the 5th anniversary of the University Games games-2013. 2018. pp. 208–210. (in Russ.)
20. Caj A. E., Gorelova A. V. Po sledam izvestnyh kinokartin ili chto takoe «kinoturizm» (On the traces of famous films or what is "film tourism). Science and youth: new ideas and solutions. 2019. pp. 217–219. (in Russ.)
21. Shabalina N. V. Kinoindustrija kak turisticheskaja destinacija: tehnologicheskie i social'no-jeconomicheskie aspekty (Film industry as a tourist destruction: technological and socio-economic aspects). Tourism is a driver of economic development. 2018. pp. 200–213. (in Russ.)
22. Jalanskij K. Kino i turizm v Rossii (Cinema and Tourism in Russia). Innovative aspects of the development of service and tourism: collection of scientific articles of the I International Scientific and Practical Conference of FSBOU «Stavropol State Agrarian University». 2018. pp. 92–94. (in Russ.)

Поступила в редакцию 28.05.2020 г.