

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
СУМСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ АГРАРНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
Факультет агротехнологій та природокористування
Кафедра туризму

До захисту допускається
Завідувач кафедри

КОВАЛЕНКО О. В.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
за другим (магістерським) рівнем вищої освіти
на тему : «Популяризація туризму в кіно та відеоіграх»

Виконав:

(підпис)

Єпик Д.В.
(прізвище, ініціали)

Група:

ЗТУР 2301-1м

(Науковий) керівник:

(підпис)

проф. Онопрієнко В.П
(прізвище, ініціали)

Суми – 2024

ЗАВДАННЯ
на магістерську роботу студенту
Єпику Даниїлу Валерійовичу

Тема роботи: Популяризація туризму в кіно та відеоіграх

1. **Термін здачі студентом закінченої роботи на кафедрі:** 02.12.2024 р.
2. **Вихідні дані до роботи:** за результатами досліджень проаналізувати вплив кінотуризму на популяризацію туристичних дестинацій, що в свою чергу зображаються в різножанровому кінематографі та відеоіграх, а також дослідити можливості кінотуризму в Україні. В процесі написання кваліфікаційної (магістерської) роботи використовувались різноманітні джерела інформації, такі як: інтернет-ресурси, наукові дослідження..

Перелік завдань, які будуть виконуватися в роботі: надати характеристику кінотуризму, описати вплив кінематографу та відеоігор на кінотуристичні дестинації, та які саме дестинації є найпопулярнішими, надати методичні рекомендації щодо розвитку кінотуризму в Україні.

Керівник дипломної роботи _____ професор Онопрієнко В.П.

Завдання прийняв до виконання _____ студент Єпик Д.В.

Дата отримання завдання «05» лютого 2024 р.

АНОТАЦІЯ

Спик Д.В. «Популяризація туризму в кіно та відеоіграх». ОПП «Туризм», спеціальність 242 «Туризм і рекреація», Сумський національний аграрний університет, м. Суми, 2024 р.

Магістерська робота присвячена дослідженню популяризації туризму через кіно та відеоігри як ефективного інструмента залучення нових туристичних потоків і формування позитивного іміджу дестинацій. Сучасні медіа є потужним засобом впливу на масову аудиторію, здатним створювати емоційний зв'язок із місцями, зображеними на екрані чи в ігровому просторі. Завдяки цьому кіно та відеоігри виступають своєрідними амбасадорами регіонів, сприяючи зростанню інтересу до подорожей у реальний світ. У дослідженні проаналізовано феномен "екранного туризму" (screen tourism), який стає дедалі популярнішим серед сучасних мандрівників. Відвідування локацій, показаних у фільмах, серіалах чи відеоіграх, не лише задовольняє емоційні потреби глядачів і геймерів, але й стимулює економічний розвиток регіонів. Як приклади наведено успішні кейси, зокрема вплив кіносаги "Володар пернів" на туризм у Новій Зеландії або зростання відвідуваності місць, зображених у популярних відеоіграх, таких як Assassin's Creed чи RE 8. У роботі визначено ключові аспекти взаємодії між туристичною та медіаіндустрією, зокрема партнерські проєкти, використання відомих локацій у кіно та відеоіграх, а також можливості створення нових туристичних продуктів на основі популярних медіа. Особлива увага приділена впливу візуальної репрезентації дестинацій на сприйняття аудиторією: зображення культури, історії, архітектури та природних багатств сприяють формуванню позитивного іміджу місць і викликають бажання їх відвідати. Також досліджено виклики, пов'язані з використанням кіно та відеоігор для просування туризму, серед яких ризики надмірного туристичного навантаження, потреба в захисті культурної та природної спадщини, а також складнощі в інтеграції медіаконтенту в локальні маркетингові стратегії.

Результати дослідження підкреслюють важливість розвитку співпраці між туристичними організаціями, кінокомпаніями та розробниками відеоігор.

Використання новітніх цифрових технологій, таких як доповнена реальність і віртуальні тури, дозволяє посилити ефективність популяризації туристичних дестинацій. Отже, кіно та відеоігри мають значний потенціал у сфері туристичного маркетингу, відкриваючи нові можливості для інноваційного просування регіонів, залучення широкої аудиторії та формування емоційного зв'язку з дестинаціями. Ця тема є актуальною для подальшого дослідження і створення комплексних стратегій популяризації туризму через сучасні медіа.

***Ключові слова:** кіно, комп'ютерні ігри, туризм, популярні дестинації.*

ABSTRACT

Yeruk D. «Promotion of Tourism in Cinema and Video Games». Educational and professional program of Tourism Specialty 242 Tourism and Recreation Sumy National Agrarian University, the city of Sumy 2024.

The study focuses on the promotion of tourism through cinema and video games as an effective tool for attracting new tourist flows and shaping a positive image of destinations. Modern media serve as a powerful means of influencing mass audiences, capable of creating an emotional connection with locations depicted on-screen or in virtual game spaces. As a result, cinema and video games act as ambassadors for regions, fostering increased interest in real-world travel.

The research examines the phenomenon of screen tourism, which is becoming increasingly popular among modern travelers. Visiting locations featured in films, TV series, or video games not only fulfills the emotional needs of viewers and gamers but also stimulates economic development in these regions. Examples include the influence of the "The Lord of the Rings" film series on tourism in New Zealand and the growing visitation of places depicted in popular video games such as Assassin's Creed and Resident Evil 8.

The study identifies key aspects of interaction between the tourism and media industries, including collaborative projects, the use of iconic locations in films and video games, and opportunities to create new tourism products based on popular media. Special attention is given to the impact of visual representation of destinations on audience perception: depictions of culture, history, architecture, and natural attractions contribute to building a positive image of places and inspire a desire to visit them.

Challenges associated with the use of cinema and video games for tourism promotion are also explored. These include the risks of overtourism, the need to protect cultural and natural heritage, and the complexities of integrating media content into local marketing strategies.

The findings emphasize the importance of fostering collaboration between tourism organizations, film companies, and video game developers. Leveraging advanced digital technologies, such as augmented reality and virtual tours, can significantly enhance the effectiveness of promoting tourist destinations.

Thus, cinema and video games hold significant potential in tourism marketing, opening new opportunities for innovative regional promotion, engaging a broad audience, and establishing an emotional connection with destinations. This topic remains relevant for further research and the development of comprehensive strategies for promoting tourism through modern media.

Key words: *cinema, computer games, tourism, popular destinations.*

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. КІНОТУРИЗМ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ НАПРЯМ	8
1.1 Світова популярність кінотуризму.....	8
1.2 Розвиток кінотуризму в Україні.....	26
РОЗДІЛ 2. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ВІДЕОІГРИ ...	38
2.1 Вплив відеоігор на туристичну привабливість локацій.....	38
2.2 Туристичні локації, відтворені в популярних відеоіграх.....	41
РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ	51
3.1 Можливості розвитку кінотуризму в Україні завдяки кінематографу та відеоіграм.....	51
ВИСНОВКИ	56
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	58
ДОДАТКИ	64

ВСТУП

Актуальність. Кінотуризм зародився в середині 2000-их років і за цей час став дуже популярним видом туризму. Кінематограф завжди був і залишається тим, що вражає та захоплює. Зараз багато чого можна зобразити за допомогою комп'ютерної графіки, особливо якщо це стосується якихось фантастичних пейзажів, але іноді і звичайні локації нашої планети зображають за допомогою CGI. Тим не менше, багато популярних фільмів останніх 25-30 років знімалися як-то кажуть «на натурі», і натурою виступали найрізноманітніші локації як в містах, так і у природі планети Земля. Така практика залишається і зараз, бо первинну красу майже любої локації, чи-то Нью-Йорк чи Лос-Анджелес, чи-то Париж з його Лувром, чи-то Невада або гори у Новій Зеландії – найкраще можна передати знімаючи наживо.

Разом із цим почав зростати і вплив відеоігор на популяризацію туристичних локацій. Багато таких ігор беруть за основу якісь локації з реального світу, обробляючи їх під сюжет гри і зображаючи яскраво та привабливо, стимулюючи гравця побачити ці локації на власні очі – Лос-Анджелес або Нью-Йорк, Париж або Лондон, Гонконг або Єгипет.

Усе це разом дає великий поштовх до кінотуризму, який по-перше є фінансово-вигідним для тих країн, куди мандрує найбільше таких туристів, а по-друге – є однією з найгарніших можливостей показати найкраще у країні – від локацій до усього, що стосується автентичності та ідентичності. Саме тому **актуальність** даної теми полягає у демонстрації того, як цей аспект туристичної галузі може вплинути на Україну у всіх можливих його проявах.

Мета дослідження – розглянути масштаби можливостей кінотуризму з точки зору впливу кінематографу та відеоігор на зацікавленість глядачів/геймерів локаціями, що зображені у цих витворах мистецтва. Також – дослідити можливості розвитку кінотуризму в Україні.

Об'єкт дослідження – кінотуризм як інструмент популяризації туристичної галузі.

Предмет дослідження – популяризація туризму в кіно та відеоіграх.

Поставлена мета вимагає вирішення наступних **завдань**:

1. Дослідити потенціал та вплив кінотуризму на прикладі популярних фільмів-серіалів.
2. Розглянути вплив відеоігор на привабливість різноманітних світових локацій, що відображаються в них.
3. Проаналізувати можливості кінотуризму в Україні з урахуванням фільмів та відеоігор, створених в Україні та таких, що відображають її.

Методи дослідження. Обрані методи дослідження визначені відповідно до мети, завдань, об'єкта та предмета дослідження. У роботі застосовано такі методи: теоретичні (аналіз, синтез, узагальнення, абстрагування поняття «кінотуризм» і його класифікація).

Аналіз останніх публікацій і досліджень. Дану тематику в Україні з різних аспектів досліджували Ачкасова В., Гаврилюк А., Салімон С., Машкіна В., Гурова Д., Мостовий Д. Стосовно впливу відеоігор на туризм – тут можна згадати дослідження Rainoldi M., Neuhofer B., Vintila M. та Merciu F.

Матеріали апробації результатів роботи:

1. Єпик Д.В. Кіно як популяризатор туризму. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. 2 листопада 2023 р. Харків ДБТУ. 2023. с.264-265.
2. Єпик Даниїл, Єпик Лариса. Туристичні дестинації у кіно та комп'ютерних іграх. Індустрія гостинності: Стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів. I-ий Міжнародний науково-практичний форум 17-18 квітня. Україна, Львів. С. 266-270.

Структура роботи – робота складається із вступу, трьох розділів, п'яти підрозділів, висновків, списку використаних джерел, додатків. Загальний обсяг роботи – 56 сторінок.

РОЗДІЛ 1. КІНОТУРИЗМ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ НАПРЯМ

1.1 Світова популярність кінотуризму

Туризм – це галузь економіки, яка динамічно розвивається як в Україні, так і в усьому світі. Щороку туристичні агентства відкривають нові напрямки для відпочинку та подорожей, пропонуючи нові види туристичних маршрутів, що спрямовані на привернення уваги туристів.

Сьогодні кінематограф має велику популярність у суспільстві. Люди прагнуть потрапити на прем'єри нових фільмів, а також відвідують кінотеатри для сімейного відпочинку. Фільми, зняті в мальовничих місцях, надовго залишаються в пам'яті глядачів. Такі картини можуть стати потужним стимулом до виникнення інтересу до країни, де відбувалися зйомки, зокрема до її визначних пам'яток. Саме так виникає кінотуризм.

Кінотуризм – це відносно новий вид відпочинку, що належить до культурно-пізнавального туризму і базується на подорожах місцями, пов'язаними з відомими кіногероями та фільмами. Туристичні компанії активно розробляють тематичні тури, орієнтовані як на великі, так і на невеликі групи туристів.

Цей вид туризму приваблює не лише шанувальників кіно, а й тих, хто прагне зануритися в атмосферу кіномистецтва та відчутти себе частиною улюблених фільмів чи серіалів. Маршрути таких турів можуть включати відвідування не лише місць зйомок, але й музеїв, виставок, парків розваг і тематичних кафе, пов'язаних з популярними кінопроектами. Це дає можливість туристам дізнатися більше про культурний контекст та історію локацій, де знімали кіно, а також зануритися в локальні традиції та особливості [9, с. 265-267].

Зародження кінотуризму як чіткого напрямку почалося у 2006 році, коли після виходу фільму «Код Да Вінчі» Лувр у Парижі було відвідано рекордною кількістю туристів. До цього він мав лише епізодичні випадки впливу ще з 90-х рр. 20 ст. Нова галузь туризму почала привертати увагу туристичних

агентств. Цей феномен показав, що кінематограф може значно впливати на популярність певних локацій, перетворюючи їх на туристичні об'єкти. Завдяки цьому зростає інтерес до місць, де проходили зйомки відомих фільмів, а кінотуризм стає способом для мандрівників відчувати атмосферу улюблених кінострічок.

Англійською це явище відоме як "set-jetting," "film tourism," або "film-induced tourism". Термін увів журналіст Гретхен Келлі в одній зі статей у *New York Post*. Простими словами, це означає, що туристи відвідують місця, де знімали їхні улюблені романтичні комедії, пригодницькі драми, а також приквели, сиквели й триквели. Деякі фанати просто насолоджуються атмосферою місць зйомок, а інші прагнуть якомога точніше відтворити сцени з улюблених фільмів, навіть позуючи на фоні знаменитих локацій. Ця тенденція перетворює місця зі зйомок фільмів на популярні туристичні об'єкти, які відвідують прихильники з усього світу [35].

Варто зазначити, що до кінематографічного туризму також належить відвідування кінофестивалів, які є заходами, присвяченими творам кіномистецтва, що супроводжуються публічним показом численних фільмів і приїздом їх авторів. Кінофестивали дуже значимі не лише у контексті розвитку кіноіндустрії, але й для туризму, оскільки приваблюють туристів, які прагнуть побачити знаменитостей і новинки кіномистецтва.

Найбільші кінофестивали світу забезпечують містам-організаторам значний приплив туристів і висвітлення місцевих пам'яток у світових ЗМІ. Таким чином, кінофестивали стають потужним інструментом популяризації як кіно, так і локацій, де вони проходять. Серед усіх кінофестивалів виділяються три найпопулярніших: Каннський фестиваль, Венеціанський кінофестиваль та Берлінський кінофестиваль. Ці події не лише відкривають нові таланти, але й створюють платформу для обговорення актуальних тем у світі кіномистецтва, а також сприяють культурному обміну між країнами. Завдяки своїй репутації та історії, ці фестивали не тільки залучають численних відвідувачів, але й стають важливими елементами економіки місцевих громад.

Багато країн активно інвестують кошти та співпрацюють з кінокомпаніями та брендами для популяризації своїх територій. Суть цього процесу полягає в створенні привабливої атмосфери місця, детальному показі вулиць, пейзажів, пам'яток і культурних особливостей міста чи країни в ході кінострічки.

Одночасно важливо максимально наблизити образи героїв фільму до іміджу туристичної дестинації, що формується. Це дозволяє створити емоційний зв'язок між глядачами та місцем дії фільму, спонукаючи їх відвідати ці локації. Наприклад, фільми, що зображують красиві пейзажі або цікаві культурні практики, можуть мати шанси стати інструментом для залучення туристів.

Країни, які успішно використовують цей підхід, часто отримують значний економічний вигоду. Туризм стає не лише способом залучення іноземної валюти, а й можливістю для зміцнення міжнародних зв'язків та культурного обміну, а також - підвищення обізнаності про власну культуру. В результаті співпраці між кінематографом і туристичною індустрією перетворюється на взаємовигідну стратегію розвитку, що приносить користь обом сторонам [15].

Одним із знакових прикладів фільму, який зробив Рим знову популярним, є кінокартина "Римські канікули" 1953 року. Фільм отримав 10 номінацій на Оскар і здобув справжній голлівудський успіх, що триває й донині. Протягом перегляду глядачі можуть побачити величні пам'ятки Риму, такі як знаменитий фонтан Треві, Колізей і Римський форум. Однак найбільший вплив на потенційних туристів справляють не лише самі визначні місця, а й конкретні сцени з фільму, які викликають у глядачів емоції.

Однією з таких сцен є момент, коли Анна їсть морозиво на Іспанських сходах, або пропозиція руки та серця біля античної мармурової плити «Уста істини», що знаходиться в портику церкви Санта-Марія-ін-Космедін у Римі. Ці зображення стали культовими, спонукаючи багатьох мандрівників відтворити ці моменти під час своїх відвідувань. У 1999 році "Римські канікули" були

внесені до американського Національного реєстру фільмів, що мають особливе культурне, історичне чи естетичне значення. Таким чином, "Римські канікули" не лише підвищили популярність Риму як туристичної локації, але й залишили значний слід в історії кінематографа, ставши символом романтики та пригод, які відбуваються на фоні незабутніх краєвидів.

Історія вигаданого детектива Шерлока Холмса надихає безліч туристів відвідати Лондон і прогулятися місцями з книг та зйомок фільмів, по яких ходили герої Конан-Дойла і улюблені актори кіно. Вплив мають як старі екранізації історій про Шерлока, так і надзвичайно популярний і вже культовий серіал 2010-х років з Бенедіктом Камбербетчем та Мартіном Фріманом, дія якого розгортається в усьому Лондоні.

Цей серіал представив новому поколінню глядачів не лише класичні детективні сюжети, а й до сам Лондон, перетворюючи його на важливу частину розповіді. Вражаючі локації, такі як незвичайні хмарочоси, Пікаділлі Секус, що з'являється на заставці серіалу, Трафальгарська площа та Національна галерея, Лондонський Тауер, Собор Святого Павла, міст Міленіум та «London Eye», постійно фігурують на екрані, створюючи яскравий і впізнаваний фон для подій [28].

Туристи часто намагаються відтворити сцени з серіалу або відвідати місця, що стали знаковими завдяки персонажам. Одним із ключових прикладів є музей Шерлока Холмса в Лондоні, розташований у таунхаусі 1815 року на Бейкер-стріт 221б. Тут туристи можуть ознайомитися з експонатами в старовинному антуражі, що відображають оповідання, різноманітними восковими фігурами, а також пам'ятними речами Шерлока Холмса та доктора Ватсона. Для залучення потоку туристів і популяризації локації було відтворено знаменитий робочий кабінет Холмса з видом на Бейкер-стріт, а також спальню Ватсона, яка розташована поверхом вище.

Ще одним прикладом використання фільмів для туристської популяризації є твір режисера Вуді Аллена «Вікі, Христина, Барселона». У

цьому фільмі акцент робиться на архітектуру Антоніо Гауді, яку героїні з цікавістю досліджують під час прогулянки Барселоною, столицею Каталонії.

Аналізуючи сцену, де дівчата зустрічають у кафе «Чотири коти» художника Хуана Антоніо, можна дізнатися, що це місце славиться ранніми виставками Пікассо, що підкреслює культурну значущість Барселони. Окрім Барселони, у фільмі показані також невеликі міста на північному узбережжі Іспанії — Ов'єдо та Авіла, що розширює горизонти для потенційних туристів.

Загалом, ця кінокартина націлена на туристів, які цікавляться культурно-історичною спадщиною Іспанії, проте її світовий успіх із зборами 96 409 300 доларів дозволив залучити відвідувачів з усього світу. Глядачі, натхнені зображенням іспанської архітектури та атмосфери, відчують бажання відвідати ці місця, що робить фільм важливим інструментом для популяризації туристичних напрямків.

Ще одним фільмом, який популяризує Іспанію на туристичному ринку, є "Парфумер: Історія одного вбивці". Незважаючи на те що події роману, на основі якого знято екранізацію, відбуваються у Франції, зйомки проходили в Іспанії. Під час перегляду можна побачити площу Мерсе з базилікою "Basilica de la Merced" у готичному кварталі, де народився Жан-Батіст.

Також показується ринок із не найприємнішими ароматами, на якому він придбав свій особливий нюх. Це візуальне зображення додає глибини сюжету і передає атмосферу того часу. Крім цього, у фільмі можна побачити Королівську площу та інші відомі місця Барселони, які були загримовані під Париж.

Цей фільм також демонструє красу та унікальність іспанської архітектури, за що глядачі стають зацікавленими в тому, щоб відвідати ці місця. "Парфумер: Історія одного вбивці" став не лише успішною екранізацією, а й ефективним засобом для популяризації туристичних локацій Іспанії, показуючи, як кіно може змінювати сприйняття міст та їхньої історії.

Проте зобразити Францію знімаючи кіно безпосередньо у Франції теж вдається багатьом творцям. В останні два роки серіалом, який демонструє

Францію, але постапокаліптичну став «Ходячі Мерці: Деріл Діксон» та його другий сезон – «Книга Керол». Сюжет третього сезону буде відбуватися в Іспанії, а протягом 12 серій двох сезонів, за деяким винятком, дія розгорталась у Парижі і не тільки.

На початку серіалу декорацією стає абатство Монмажур – в серіалі його назва - «абатство святої Бернадети» - саме туди потрапляє Деріл після того, як з'являється у Франції. Монахи-бенедиктинці заснували абатство в 948 році нашої ери на острові Монмажур, який у Середньовіччі був прибережним островом. Абатство складалося з двох монастирів, один з яких зберігся. Будівлі були зведені між 10 і 18 століттями та представлені в романському, готичному та класичному стилях. Першим було збудовано монастир Сен-П'єр між 10 і 15 століттями, і більшість будівель збереглася до наших днів. Каплиця Святого Петра є найстарішою з існуючих частин абатства, зведеною між 1030 та 1050 роками. Її округлі романські арки, прикрашені квітковими візерунками, спочивають на колонах, які, ймовірно, були зібрані з римських будівель в Арлі.

Пізніші доповнення включають монастир XII століття, кам'яний цвинтар, каплицю та склеп, присвячений святому Бенедикту. Монастир маврів був доданий до абатства у XVIII столітті, але його знесли після Французької революції (1789-1799) для використання будівельних матеріалів [27].

Вінсент Ван Гог, який жив неподалік від Арла, часто малював абатство. Картина художника 1888 року «Захід сонця в Монмажурі» була підтверджена як оригінал і виставлена в Музеї Ван Гога в Амстердамі в 2013 році.

Паралельно із абатством, Деріл проходить Пон-дю-Гар – давньоримський акведук, який вважається найвищим серед тих, що збереглися, перекинутий через річку Гардон у французькому департаменті Гар. Його довжина становить 275 метрів, а висота — 47 метрів. У 1985 році він був включений до списку пам'яток Світової спадщини ЮНЕСКО.

Іншими локаціями серіалу є – Пантеон - архітектурно-історична пам'ятка, що є зразком французького неокласицизму, розташована в

Латинському кварталі 5-го округу Парижа, Франція. Спочатку це була церква Святої Женев'єви, побудована за проектом архітектора Жак-Жермена Суффло в 1758-1790 роках. З 1791 року вона перетворилася на Пантеон, усипальницю видатних людей Франції, а також Марсово Поле - громадський парк, розташований у 7-му окрузі Парижа, знаходиться між Ейфелевою вежею на північному заході та Військовою школою на південному сході. Парк розташований у західній частині міста, на лівому березі Сени.

Але найвеличнішою локацією серіалу безсумнівно є Мон-Сен-Мішель. Острів невеликих розмірів, увесь покритий скелями, острів-фортеця, який знаходиться на північно-західному узбережжі Франції і складається із трьох гранітних утворень бухти Сен-Мішель. На острові існує місто з 709 р., зараз там проживає кілька десятків мешканців, також він пов'язаний дамбою з материком. Він є одним із найпопулярніших туристичних об'єктів із категорії природно-історичних комплексів. Уже в 1874 році він став визнаним історичним пам'ятником, а в 1979 році ЮНЕСКО зарахувало його до всесвітньої спадщини людства. Острів знаходиться за 285 км на захід від Парижу і до нього мандрують туристи з усього світу подивитися на мальовниче розташування на скелі, що височіє біля берега, пам'ятники історії та архітектури, а також унікальні для Європи припливи і відливи [4].

У серіалі Мон-Сен-Мішель слугує притулком для великої групи людей, що вижили і в деяких серіях дійство проходить безпосередньо в жилу районі цього острова, в одному із них Деріл б'ється із ворогами, а потім там взагалі лунають вибухи і стається велика пожежа. На питання художника-постановника про складність процесу створення атмосфери серіалу у таких локаціях, Кловіс Вайль відповів:

- «О, так. Так, тому що [там] можуть бути місця, де все дуже чутливе або дуже складне, як Мон-Сен-Мішель. Щороку туди приїжджають мільйони туристів. Ви повинні принести туди будь-який матеріал, який нам потрібно привезти. Вам потрібно піднятися тисячами сходів, щоб дістатися туди. Це історичне, дуже збережене місце. Тож перше завдання полягає в тому, щоб не

зіпсувати все й знайти способи зробити декорації не остаточними — дуже тимчасовими. Інша складна частина полягає в тому, що в таких місцях, як Париж, нам потрібно створити постапокаліптичний хаос там, де живуть люди. Нам потрібно бути дуже швидкими в тому, як ми встановлюємо декорації, щоб не турбувати порядок, людей або місця занадто довго. Це справжній виклик. Нам потрібно бути дуже швидкими, щоб створити набір і завершити його потім. Треба інколи готувати все далеко. Коли ми готуємо все за сотні кілометрів, у нас є три дні, і ми завершуємо це якомога швидше. Час є справжньою проблемою на місці» [22].

Є у серіалі і Ейфелева Вежа – зобразити Париж без неї було б неможливо. Вона знята лише на відстані і з використанням CGI для того, аби зробити її трохи у руїнах. У одній з серій головні герої наближаються до неї впритул. Не обійшлося і без Лувру, як до подій апокаліпсису так і після них [29], а також є сцена, у якій герої потрапляють до знаменитих паризьких катакомб – локація, яка слугувала натхненням і локацією для зйомок горору «Париж: Город Мертвих», де клаустрофобний кошмар лякає сильніше ніж привиди [34].

Місце дії – Франція – для «Деріла Діксона» була вибрана не просто так – і це підтверджує факт про те, що знайомі та знамениті місця та локації, в тому числі і завдяки своїй туристичній славі впливають на вибір цих локацій для тих чи інших фільмів. Дванадцять років серіал «Ходячі Мерці» відбувався стабільно у США, у американській глибинці, де герої серіалу виживали подалі від великих міст – Атланти чи Вашингтона по зрозумілим причинам. Коли зайшла мова про спін-офи – вирішено було зробити їх новими у плані локацій (про сюжет теж не забули, хоча він все одно залишається доволі простим, хоч і цікавим) і спочатку вибрали Францію, а потім Іспанію для того, щоб підвищити інтерес у глядачів – і це працює. Цікаво, які локації будуть чекати у наступних сезонах серіалу [31].

Ще однією популярною туристичною локацією є Нова Зеландія – а саме – мальовничі пейзажі де фільмували фентезійне Середзем'я. Нова Зеландія

стала справжнім місцем паломництва для всіх шанувальників творчості Дж.Р.Р. Толкіна. Для зйомок трилогії «Володар кілець» було використано понад 150 локацій на Північному та Південному островах, які вдало передали атмосферу Середзем'я. Серед них — мальовничі околиці Окленда, що стали Широм, де зароджувалася подорож Фродо і Сема. Річки Хатт та Уейо зобразили могутній Андуїн, а велична гора Сандей перетворилася на столицю Рохана, Едорас, із замком короля Теодена. Також район Кеплер Майр став зйомковим майданчиком для зловісних Мертвих Болот, які глядачі запам'ятали за лякаючою сценою з привидами.

Ламповий Хобітон - містечко де мешкають хобіти Фродо та Більбо Бегінси, хоча і вигадане, проте його декорації можна відвідати в реальному житті. Для зйомок цього містечка в новозеландському місті Матамата були побудовані справжні будиночки хобітів, які виглядають так, як описував їх Толкін у своїх творах.

В екскурсіях відвідувачам пропонується можливість прогулятися стежками Хобітона та дізнатися більше про створення кіносаги. Серед найцікавіших локацій — таверна Green Dragon Inn, де можна скуштувати тематичні напої, мальовничі норки хобітів (Hobbit Holes) із різнокольоровими дверима та млин Mill, що додає автентичності пейзажам.

Крім цього, на території Нової Зеландії знімали багато відомих сцен із фільмів різних жанрів. Наприклад, у горах Таранакі проходили зйомки фільму «Останній самурай» з Томом Крузом, оскільки цей ландшафт нагадував японські гори, потрібні за сюжетом [36].

Для першої частини «Хроніки Нарнії» також було обрано Нову Зеландію: сцени знімалися як в околицях Окленда, так і на мальовничому Південному острові, який надав фільму казкових пейзажів. Місцеві природні краєвиди також з'явилися у сиквелі фільму «Аватар», де вони стали основою для створення планети Пандора, а також у стрічці «Міст у Терабітію», де новозеландські ліси та гори допомогли відтворити фантастичний світ, який уявляли собі головні герої.

Однією з найпопулярніших кінофраншиз є «Гаррі Поттер», історія про обраного хлопчика який повинен був перемогти злого чаклуна захопила серця мільйонів фанатів у всьому світі. Багато з них бажають опинитися в місцях, які б відображали атмосферу цього чарівного Всесвіту – і така можливість є.

Джоан Роулінг, описуючи Гогвортс, розмістила його у Шотландії. При створенні фільму необхідно було віднайти локацію, яка максимально б відтворювала Гогвортс описаний у книзі. Замок Алнвік, що знаходиться півночі Англії виявився максимально підходящим за своєю архітектурою. Наразі цей замок, якому вже понад 700 років, відкритий для відвідувачів, і кожен може поринути в атмосферу, описану в книзі та зображену в перших двох фільмах. Виглядає він просто приголомшливо.

Внутрішні сцени Гогвортсу знімалися в Університеті Оксфорда, зокрема в коледжі Крайст-Черч. Саме тут розташована знаменита Велика зала, яка стала прототипом зали Гогвортсу, де у фільмах горіли свічки, святкувалися свята та проходили вечери. Це місце стало культовим для фанатів «Гаррі Поттера», адже відтворює чарівну атмосферу, описану в книгах.

Ще однією ключовою локацією Гогвортсу стала бібліотека, яку зображає старовинна Бодліанська бібліотека, також розташована в Оксфорді. Її старовинні зали й полиці з давніми книгами ідеально підійшли для зображення чарівної бібліотеки, де Герміона проводила багато часу в пошуках заклинань і таємних знань. Це діюча бібліотека, більшість її залів закриті для туристів. У бібліотеці пропонують 30, 60 та 90-хвилинні екскурсії.

В Оксфорді також знімали лікарню Гогвортсу. Локації цього місця стали справжньою знахідкою для кінематографістів, надаючи фільмам про Гаррі Поттера автентичність магічного світу [30].

Ще одним знаменитим місцем, де знімали частину Гогвортсу у фільмі «Гаррі Поттер і філософський камінь», є Даремський собор. Його елегантні коридори, якими під час перерв між заняттями прогулюються Гаррі, Рон і Герміона, були побудовані ще в XI—XII століттях для зберігання реліквій

Святого Катберта та Біди Високоповажного. В соборі також знімалися сцени з фільму «Гаррі Поттер і Таємна кімната», зокрема епізод, де Гаррі звільняє Доббі. Крім того, Будинок капітула, який у соборі використовується для офіційних зборів, слугував кабінетом професора Макгонегел.

Даремський собор є не лише знаковою кінолокацією, а й важливою культурною пам'яткою. Він включений до переліку Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та є одним із найкращих прикладів нормандської архітектури в Англії. Це одна з найстаріших будівель із великим кам'яним склепінчастим дахом, який вражає відвідувачів своєю величчю. Хоча вхід до собору безкоштовний, відвідувачам пропонується залишити пожертву для підтримки історичної споруди та її території.

Культовим та насправді моментом у «Гаррі Поттері та філософському камені» є сцена, в якій Гаррі спостерігає, як Рон зникає крізь стіну на платформі 9 ³/₄ на вокзалі Кінгс-Крос. Ця сцена дійсно була знята на жвавій залізничній станції, і фанати мають можливість відвідати це місце. Візок для багажу, вбудований у стіну там, де розташована платформа 9 ³/₄, дозволяє відвідувачам позувати на пам'ять. Неподалік знаходиться магазин Гаррі Поттера, де можна придбати різноманітні сувеніри, такі як копії чарівних паличок Олівандера, маховики часу та мантиї Гогвортсу.

Декораціями для магічної частини Лондона в серії фільмів про Гаррі Поттера послужив лондонський ринок Ліденхол. Саме тут розташувалися такі знакові місця, як магазин чарівних паличок Олівандера, банк «Грінготс» і кафе «Дірявий котел». Сьогодні ринок продовжує функціонувати і вважається однією з архітектурних пам'яток столиці.

У фільмі "В'язень Азкабану" (2004) зовнішні зйомки "Дірявого котла" проходили на Стоуні-стріт, на південно-східному краю ринку Боро, недалеко від пабу The Market Porter. На шляху до цього місця автобус «Нічний лицар» проїжджає між звичайними автобусами на мосту Ламбет, що знаходиться між парламентом та галереєю Тейт Британія [37].

У "Ордені Фенікса" (2007) містер Візлі дивується зчитувачам карт Oyster на станції метро Westminster, коли він і Гаррі виходять з підземки. У "Принці-напівкровці" (2009) магги всередині мерії помічають, як небо темніє, незадовго до того, як Пожирачі смерті атакують, що призводить до обвалення мосту Міленіум у Темзі.

У "Дарах смерті" (2010) Гаррі, Рон та Герміона ледь не потрапляють під автобус, поспішно перетинаючи жваву площу Пікаділлі. Справжні урядові будівлі Уайтхолла стали екстер'ерами Міністерства магії, хоча чарівна телефонна будка, показана на Скотленд-плейс, була спеціально привезена для зйомок.

У фільмі «Гаррі Поттер і Напівкровний Принц» (шоста частина франшизи) Гаррі та Дамблдор вирушають у віддалену печеру, розташовану на скелястому узбережжі, яке натякає на узбережжя Німеччини, в пошуках медальйону Слізерина, одного з хрестів Волян-де-Морта. Однак насправді скеляста берегова лінія та печери, показані у фільмі, — це легендарні ірландські стрімчаки Мохер, які відомі своїм драматичним вертикальним профілем.

Це місце зйомок також можна побачити у фільмах «Принцеса-наречена» та «Високосний рік». Найзручніший спосіб відвідати скелі — це поїхати до села Лісканнор в Ірландії, де вхід коштує 7 доларів (квитки також можна придбати онлайн).

Протягом 10 років зйомок франшизи про Гаррі Поттера, основні зйомки проходили на студії Warner Bros. у Вотфорді, невеликому містечку поблизу Лондона. Відвідувачі цієї студії можуть насолодитися знаковими декораціями, такими як Заборонений ліс, Великий зал Хогвартсу та Косий провулок [21].

Серед численних експонатів є 950 банок із зіллями з класу зілля професора Макгонегел, 900 флаконів пам'яті з кабінету Дамблдора (кожен з етикеткою, виготовленою вручну) та портрети кішок, які колись висіли в кабінеті Долорес Амбрідж. Окремо виставлено локомотив Гогвортсу, який перевозив студентів до школи і назад.

Після того, як фанати вивчать усі експонати, вони можуть відвідати три різні сувенірні магазини, де пропонуються копії чарівних паличок, цукерки на тему Гаррі Поттера та м'які іграшки сови. Квитки на відвідування студії починаються від 55 доларів з особи, що робить цю екскурсію доступною для всіх шанувальників магічного світу.

Популярним залишається і знамените місце саги про Гаррі Поттера - будинок Дурслей, який у книгах розташований за адресою Privet Drive, 4. Проте реальний будинок знаходиться за адресою Picket Post Close, 12 у місті Брекнелл. Саме тут Гаррі жив у коморі з дядьком Верноном, тіткою Петунією і своїм двоюрідним братом Дадлі, перш ніж вирушити до Гогвортсу. Після того, як Warner Bros. довелося платити жителям за зйомки в цьому районі, розташованому за 35 миль на захід від Лондона, вони вирішили збудувати копію будинку в тій самій студії для подальших зйомок.

Багато зовнішніх кадрів фільмів про Гаррі Поттера, зокрема сцени на території Хогвартсу, знімалися в мальовничих і хмарних горах Шотландії, переважно в районі Форт-Уільяма та Гленко.

Хогвартс-експрес курсує по справжній залізничній лінії паровозу Jacobite, яка проходить між Форт-Уільямом і Маллайгом. У фільмах показано, як цей поїзд їде через знаменитий віадук Гленфіннан, де у «Кубку вогню» дементори зупиняють поїзд і тероризують Гаррі. Водойми, розташовані неподалік, зокрема озера Лох-Шил, Лох-Ейлт та Лох-Морар, слугували аналогами Великого озера в «В'язні Азкабану» та «Кубку вогню». Водоспади Стил, розташовані біля підніжжя Бен-Невіса, стали місцем проведення Турніру Трьох Чарівників у «Кубку вогню» [37].

Крім того, багато сцен знімалися в Хайленді. Зокрема, пустельний схил пагорба з кам'яною хатиною Хаґріда в Гленко став ключовою локацією для відкритих зйомок у «В'язні Азкабану». Інші зовнішні сцени для «Принца-напівкровки» також були зняті в Гленко та в маленькому селі Гленфіннан.

Завдяки успіху таких фільмів, як "Гаррі Поттер" та "Хоробре серце", Шотландське високогір'я стало популярним напрямком для сет-джеттерів, які

прагнуть відвідати місця, що з'явилися на екрані. Однак найбільший туристичний бум викликав серіал "Іноземка". Виконавчий директор VisitScotland, Малкольм Ругхед, зазначив, що їхня організація була "вражена безпосереднім впливом "Іноземки" на відвідування цих місць".

За даними VisitScotland, у деяких районах Шотландії рівень туризму зріс на вражаючі 92%. Це свідчить про те, наскільки сильно серіали можуть впливати на популярність туристичних напрямків. Вражаючі пейзажі, зображені у "Іноземці", привернули увагу глядачів з усього світу, надихаючи їх подорожувати до Шотландії, щоб дослідити самотність її культури, історії та мальовничих ландшафтів. Цей факт є ще одним прикладом демонстрації того, як кінематограф може стати важливим інструментом для розвитку туризму, перетворюючи вигадані історії на реальні подорожі.

«Зоряні Війни» - ще одна велика франшиза, на сьогодні налічує одинадцять фільмів та декілька серіалів – теж фільмувалася у ряді реальних місць, які згодом отримали туристичну популярність, або її підвищення завдяки

У Тунісі було побудовано немало зйомочних локацій які зображали Планету Татуїн. Декорації, розташовані на околиці Сахари, є популярним туристичним об'єктом, що відтворює культове місто Мос-Еспа з планети Татуїн. Зазвичай організовані групи привозять сюди на повнопривідних джипах, адже дорога туди частково пролягає по соляних кірках озера Шотт-ель-Джерід і піщаних дюнах пустелі. Ті, хто вирушає самостійно, можуть орендувати транспорт у Таузарі, неподалік від оази.

Місто Мос-Еспа, відоме з фільму «Зоряні війни», складається з двох десятків округлих будинків із вентиляційними трубами та іншими деталями, що надають інопланетного вигляду. Декорації включають дві головні вулиці та центральну площу, де розташовані моделі зорельотів та космічної зброї [21].

Відвідувачі можуть зазирнути в будь-який будинок, але конструкції поступово зношуються під впливом часу: гіпсова обробка місцями обсипається, хоча двері залишаються функціональними, що дозволяє гостям

відчутти себе мешканцями Татуїна. Туристи залишають цитати з фільмів на стінах, а місцеві пропонують сфотографуватися у традиційних балахонах або в мантії Дарта Вейдера.

Гора Етна що на Сицилії є одним із найпопулярніших туристичних об'єктів цього острова. Ще більш популярним його зробило те, що під час зйомок «Зоряних війн: Епізод III – Помста ситхів» реальне виверження вулкана було використано для створення автентичного фону планети Мустафар, де відбувалася кульмінаційна битва між Обі-Ваном Кенобі та Енакіном Скайуокером. Lucasfilm відправив знімальну групу для зйомки виверження з різних ракурсів, захоплюючи потоки лави та клуби диму. Це реалістичне відео, зняте на справжньому вулкані, було пізніше інтегроване в сцени, що додало фільму вражаючого вигляду та емоційної глибини під час битви на світлових мечях між двома головними героями.

Ще одна локація із циклу – Ваді Рам, величний пустельний ландшафт в Йорданії, відомий своїми фантастичними скельними утвореннями та червоними піщаними дюнами, став знаковим місцем для зйомок багатьох фільмів. «Позаземними» та «казковими» пейзажами стали локаціями для зйомок таких фільмів як «Трансформери», «Червона планета», «Останні дні на Марсі», «Марсіанін», «Ізгой-один. Зоряні війни: Історії», «Аладдін», «Дюна», культовий «Лоуренс Аравійський» та багато інших. Це місце створює враження інопланетного середовища і часто використовується для зйомок, що відбуваються на інших планетах [12].

У 2017 році Королівська комісія з кінематографії Йорданії отримала престижну нагороду Гільдії менеджерів з локацій за найкращу кінокомісію. Це відзначило зростання Йорданії як популярного напрямку для кіновиробників з усього світу. Ваді Рам привертає увагу не лише кінематографістів, але й туристів, що прагнуть відчутти себе у фантастичному ландшафті, який часто слугує уявним простором для міжпланетних подорожей.

Окрім Ваді Рам, локацією для Татуїну і не тільки слугував легендарний Національний парк Долина Смерті, розташований на кордоні Каліфорнії та

Невади, є одним із найбільших та найунікальніших парків США. Простягнувшись через посушливі райони Великого Басейну та пустелі Мохаве, парк займає різноманітні ландшафти — від солончаків і піщаних дюн до каньйонів і високих гірських хребтів.

Долина Смерті є найнижчою точкою Північної Америки — басейн Бедуотер знаходиться на 86 метрів нижче рівня моря. Парк славиться екстремальними погодними умовами, будучи найспекотнішим і найсухішим місцем у США, де температура влітку може сягати понад 50°C.

Незважаючи на суворі умови, тут мешкають різноманітні адаптовані до пустелі види рослин і тварин, як-от креозотовий кущ, товсторогі барани, койоти та рідкісні лялечки Долини Смерті. Завдяки своєму унікальному екосередовищу, парк став частиною біосферного заповідника ЮНЕСКО у 1984 році, що підкреслює його екологічну та природну цінність.

Він був туристичним об'єктом ще с 20-х рр. ХХ ст., і з часом набрав популярності у шанувальників саги «Зоряних Війн» через зображення Татуїну:

- Мескітові піщані дюни слугували місцем, де R2-D2 продовжує свою подорож після аварійної посадки на Татуїні, яку доповнили кадрами, знятими в Тунісі.
- Палітра художників і Золотий каньйон були місцями, де джави захоплюють R2-D2. Деякі сцени наклали на кадри з Сіді-Булея в Тунісі.
- На Artist's Drive зняли мініатюрний Sandcrawler — величезний транспорт джав, куди вони забирають R2-D2.
- Каньйон Відчаю став місцем, де Люк зазнає напад від тускенських рейдерів. Ця локація також була доповнена зйомками з Тунісу.
- Погляд Данте забезпечив панорамний вигляд Мос-Ейслі, де Люк і Обі-Ван дивляться на місто з скелястого виступу, поєднаного з туніськими кадрами [39].

Хорватське місто Дубровник фігурувало у «Зоряних Війнах: Епізод VIII – Останні Джедаї» як місто-казино Канто-Байт. Але слава до Дубровника як до мальовничої локації, до якої стали навідуватися туристи, прийшла ще

раніше – завдяки серіалу НВО «Гра Престолів», де місто стало візуальним втіленням Королівської Гавані, столиці Семи Королівств, з його середньовічною архітектурою, вузькими вуличками та масивними стінами. В Дубровнику також розташовані Червоний замок, резиденція короля, та Башта Безсмертних, де Дейнеріс Таргарієн стикається з могутніми магами [33].

Окрім цього міста, ще декілька локацій Хорватії потрапили до «Гри Престолів» - наприклад Арборетум Трстено, розташований неподалік від Дубровника – він став основою для садів Червоного замку, де персонажі проводять інтриги та переговори на тлі чарівних краєвидів. А також місто Каштела з його вузькими каналами та берегами було використано як пристань Браавоса, де Ар'я Старк навчається майстерності безликого вбивці та стикається з численними викликами.

Гранд-Сентрал Термінал у Нью-Йорку став культовою локацією для кінематографа і є впізнаваним символом міста. Завдяки його архітектурній величі, детальним інтер'єрам і насиченій атмосфері, вокзал став сценою для багатьох відомих фільмів. Серед них:

- «Люди в чорному 2», де підземні простори вокзалу показують як приховану базу агентів;
- «Мадагаскар», де мультяшні тварини зупиняються на станції під час своєї пригоди;
- «Армагеддон», в якому вокзал слугує місцем дії драматичних та епічних сцен катастрофи.

Гранд-Сентрал Термінал також фігурує в таких стрічках, як «Месники», «Зустрічі з Джо Блеком» і «Диявол носить Прада», що зробило його не тільки символом Нью-Йорка, а й справжньою кінематографічною іконою та місцем куди бажає потрапити багато туристів.

Іноді туристичним об'єктом може стати навіть невеличке місце у великому місті – наприклад сходи із фільму «Джокер» із Хоакіном Феніксом. Вони знаходяться у районі Хайбрідж у Бронксі і після виходу «Джокера» у 2019 р. стали дуже популярним об'єктом для багаточисельних фанатів фільму.

Кінотуризм має як свої плюси так і мінуси. Плюси полягають у значних економічних вигодах державам, де проводилися зйомки популярних фільмів. Він стимулює розвиток інфраструктури, створює нові робочі місця і сприяє зростанню місцевого бізнесу. Наприклад, зйомки в Таїланді щороку приносять країні близько 1 мільярда батів, а трилогія «Володар кілець» забезпечила Новій Зеландії 41 мільйон доларів доходу від туристів.

Для фанатів така подорож дає можливість буквально "зануритися" у світ улюблених фільмів та серіалів. Вони можуть відвідати культові місця зйомок, дізнатися більше про процес створення улюблених сцен і навіть відчутти себе частиною кінематографічного всесвіту. Наприклад, у Нью-Йорку можна орендувати квартиру Керрі Бредшоу з «Сексу у великому місті», а в Лос-Анджелесі нещодавно відкрили для оренди будинок Барбі, що з'явився на екранах у фільмі Грети Гервіг «Барбі».

Мінуси ж стосуються наступних моментів - зростання кількості туристів у популярних локаціях часто призводить до перевантаження інфраструктури, що може знизити якість життя місцевих жителів.

Одним із серйозних аспектів є забруднення. Туристи можуть залишати сміття в знаменитих місцях, що шкодить як естетичному вигляду, так і екосистемі. Наприклад, у Вероні, де розташований будинок Джульєтти, зростає проблема збереження чистоти, оскільки фанати часто залишають записки на стінах або смітять у вулицях, не усвідомлюючи, як це може зашкодити історичному середовищу.

Крім того, фізичний вплив людей може призводити до пошкодження природних ресурсів. Лісисті зони, пляжі та інші природні локації можуть страждати від руйнувань, якщо їх відвідування не контролюється. Це може призвести до занепаду природних екосистем, викликати руйнування флори і фауни, а також природний дисбаланс.

Одним із таких прикладів є Таїланд, який став популярною локацією для туристів, завдяки численним знімальним локаціям, які вразили глядачів своєю красою. Острів Пхі-Пхі, зокрема, прославився після виходу фільму «Пляж»,

що призвело до зростання туристичного потоку. Картину знімали на мальовничих пляжах і в чарівних бухтах, що ще більше підкреслило красу місцевих ландшафтів.

Крім «Пляжу», Таїланд був локацією для багатьох відомих фільмів, як от «Бондіана: Людина із золотим пістолетом», «Рембо», «Мортал Комбат», «Олександр» і «Зоряні війни: Епізод III – Помста сітхів».

Однак, зростання популярності острова Пхі-Пхі має свої негативні наслідки. Велика кількість туристів призвела до низки проблем, через які відвідувачі, які прагнуть побачити той самий ідилічний образ, можуть виявити, що острови вже не такі незаймані та чисті, як показано у фільмах.

Тому важливо знайти баланс між промоцією кінотуризму та збереженням автентичності місцевих культур і природних ресурсів. Наприклад - впровадження екологічних практик, обмеження кількості туристів у певних зонах та підвищення обізнаності про важливість збереження навколишнього середовища.

1.2 Розвиток кінотуризму в Україні

В Україні є широкий спектр туристичних ресурсів, які роблять країну привабливою для різноманітних видів туризму. Природні ландшафти, які характеризуються великою різноманітністю, можуть задовольнити потреби як активних мандрівників, так і тих, хто шукає спокійний відпочинок.

Гірські території:

Карпати є одним з найпопулярніших туристичних напрямків, з можливістю займатися гірськолижним спортом, пішими прогулянками та еко-туризмом. Ворохта, Яремче, Буковель та інші курорти пропонують широкий спектр послуг. Крим, незважаючи на політичні обставини, залишає в пам'яті багатьох свої краси, зокрема, Ай-Петрі та інші гори, які пропонують захоплюючі види і можливості для активного відпочинку.

Приморські ресурси:

Південний берег Криму та морські прибережні території Херсонської, Миколаївської, Одеської, Запорізької областей пропонують сонячні пляжі, курорти та можливості для водних видів спорту. Ці регіони приваблюють туристів своїм кліматом і інфраструктурою для відпочинку.

Річкові ресурси:

Такі річки як Дніпро, Десна і Південний Буг, відкривають можливості для водного туризму, риболовлі, каякінгу та інших видів активного відпочинку. Мальовничі пейзажі навколо цих річок також створюють ідеальні умови для еко-туризму.

Завдяки своїм природно-кліматичним і геополітичним характеристикам, а також історико-краєзнавчим, рекреаційним та архітектурним ресурсам, Україна часто привертала привертала увагу світового і вітчизняного кіно. Тому на екрані багатьох українських та деяких іноземних фільмів можна побачити Львів, Ужгород, Одесу, Київ та інші міста України, численні унікальні природні локації, історичні пам'ятки, промислові об'єкти та багато іншого.

Кінотуризм зосереджується на туристичній активності, пов'язаній із відвідуванням місць, де знімалися фільми. Вітчизняне законодавство визначає туризм як виїзд особи з місця постійного проживання на деякий час з метою оздоровлення, пізнання, професійної діяльності та інших цілей, що відповідає термінам "спеціалізовані види туризму".

Творіння, які виникли під впливом національної культури українців і були зняті на фоні українських пейзажів — наприклад, фільми, що належать до "українського поетичного кіно" — можуть слугувати чудовим прикладом для популяризації кінотуризму.

Найголовнішою особливістю цієї течії українського кінематографу є його метафоричність, символізм і міфопоетичність, які тісно переплітаються з безмежними пейзажами, традиційною архаїкою та національними архетипами. Як зазначає Л. Брюховецька: "Українське поетичне кіно як мистецьке явище з виявом абсолютно чіткого світогляду, що походить з

укоріненням в рідну землю, яка живить людину. Тому це кіно символізує спротив асиміляції та іншим нівеляційним процесам” [3, с. 98-101].

Поетичне кіно в Україні характеризується багатогранною режисерською фантазією, вільним переходом від реального до уявного, розмиванням меж між дійсністю і вигадкою, композиційним багатством форм, асоціацій та алегорій.

Поетичність українських фільмів 60-70-х років ХХ століття виявлялася у гармонійному переплетенні природних композицій і людських доль, романтичних сюжетів і різнобарвності колористики, пластичності образів та широти художньої майстерності, що створювали “музику для очей”.

До визнання нового мистецького явища українським поетом екрану був визнаний О. Довженко, який заклав основи поетики та художньої образності українського кіно. У його фільмах краса підносилася над сірою буденністю, а романтизм співіснував з національно-патріотичним духом.

Фільми О. Довженка надихали режисерів українського поетичного кіно шукати нові художні сенси та виявляти етнічну самобутність культури в кіномистецтві. Це не випадково: його фільми відзначалися національним забарвленням і сприяли утвердженню українськості в кінематографі.

Одним із найяскравіших прикладів українського поетичного кіно, за Л. Брюховецькою, є «Тіні забутих предків» С. Параджанова. Фільм чітко географічно пов'язан із гуцульщиною – і в цьому полягала його ідея. Однією із головних локацій виступає село Криворівня у Верховинському районі Івано-Франківської області. Михайло Коцюбинський – написав її, знаходячись у враженні від місцевої автентики та карпатського колориту. Коцюбинський дуже любив ці місця.

Параджанов розпочав знімати стрічку якраз до сторіччя від дня народження автора повісті. Натхненням до цього послужило відвідування виставки картин закарпатського художника Ф. Манайла. Задля того, щоб композиції фільму, що обрав Параджанов, були максимально величними та епічними, режисер жив в гуцульській хаті, сповненої автентики. Її Параджанов

називав «джерелом свого творчого натхнення». Нині у цій хаті знаходиться Музей фільму «Тіні незабутих предків» - саме тут знімалися сцени з обрядом – «вінчання ярмом» і не тільки.

При створенні «Тіней незабутих предків» було відзнято багато найкрасивіших пейзажів Верховинського району. Саме тут знаходиться та сама особлива гуцульська магія села Криворівня, з цієї ж причини Параджановим було обрано садибу, що було збудовано в 1858 р. Тут знімалися побутові сцени із життя Палійчуків, в наші дні в ній теж знаходиться музей.

У сусідньому селі Бистриці знімали фрагмент пошуку утоплениці Марічки.

Ряд окремих сцен стрічки знімали в Церкві Різдва Пресвятої Богородиці, що було побудовано у 1719 році. Нажаль, до фінального варіанту фільму вони не увійшли – цензура не пропустила епізоди, що мали сильну духовну наповненість. Знімальна група відтворила їх на кіностудії ім. О. Довженка, у павільйоні [10].

Не можна пропустити і Музей Івана Франка – там знаходяться речі домашнього вжитку, що використовували на зйомках. Це ще раз відображає те, що стрічка Параджанова максимально наповнена багатогранною гуцульською автентичністю. З великою любов'ю згадують його та цей великий фільм місцеві жителі, які теж стали його частиною.

Тим не менше, далеко не кожному українцю знайомий цей фільм і його творці, або він був у місцях де його фільмували. Та і музеї основних кінолокацій фільму не можуть похвалитися високою відвідуваністю. Проте зовсім інший результат продемонструвала інноваційна інсталяційна виставка «Тіні забутих предків. Виставка», що відбулася 2016 року в Мистецькому Арсеналі в Києві та зібрала несподівано велику кількість відвідувачів. Це свідчить про наявність суспільного інтересу до таких ресурсів, які лише потребують оновлення та активного просування за допомогою сучасних маркетингових інструментів.

Слід зважати на пізнавальні інтереси туристів, кіноманів та випадкових відвідувачів, які хочуть дізнатися більше про кінопродукт. З огляду на мотиваційний підхід до вибору мети подорожі, кінотуризм можна розглядати як вид мандрівок, що задовольняє різноманітні туристичні потреби – наприклад відвідування локацій де знімалися фільми та основних локацій, пов'язаних із сюжетом. До цього можна додати і участь у заходах, що присвячені видатним постатям кіномистецтва та кіноіндустрії; поїздки до місць, де жили виконавці головних ролей; відвідування кінофестивалів та інші подібні уподобання.

Сьогодні значно пригальмувало напрямки, зв'язані з кінематографом та туризмом в Україні через російську агресію. Втім, після перемоги, є чимало напрямків для розвитку цих галузей і кінотуризму, як ту, що походить від них. Один з таких напрямків – залучення іноземних продюсерів до зйомок кіно в Україні. Таким чином мальовничі пейзажі та красу міст, містечок, пам'яток нашої, справді красивої країни, побачать за кордоном, що в свою чергу буде стимулювати потік туристів.

Україна вже ставала локацією для зйомок іноземних фільмів. Зокрема бойовик з Джейсоном Стейтеном «Перевізник 3» фільмували в Одесі, яка також стала локацією для «Піаніста» із Тімом Ротом, який знімали на судні «Лісозаводськ».

Боллівудський хіт «RRR», який отримав нагороду “Золотий глобус” у категорії «Найкраща оригінальна пісня» частково знімали в Україні – біля Маріїнського палацу та в Межигір'ї. Зокрема, у Києві відзняли ключову танцювальну сцену під пісню "Naatu Naatu".

Зйомки відбулися в Україні у 2021 році, організовані українською кінокомпанією. Хореографом-постановником деяких сцен виступила танцівниця і хореограф Олена Шоптенко. У зйомках взяли участь понад 200 українських акторів і танцівників.

"RRR" — це історична драма, події якої розгортаються в 1920-х роках, коли Індія перебувала під владою Великої Британії. Головні герої стрічки —

революціонери, що протистоять британським колонізаторам і місцевій владі. Фільм став найдорожчим проектом в історії індійського кінематографу, одним із найуспішніших комерційних фільмів Індії та глобальним хітом на Netflix.

Зйомки індійського фільму розпочали ще у 2018 році, проте вони були перервані пандемією COVID-19. Після відновлення знімального процесу виникла потреба дозняти сцени за участі не лише індійських, а й британських акторів. Однак через новий штам коронавірусу британські актори не могли прибути до Індії, а індійська знімальна група не могла вирушити до ЄС. У зв'язку з цим розглядали декілька інших країн для зйомок, і зрештою вибір зупинився на Україні.

Продюсерка Анна Паленчук, яка займалася організацією зйомок в Україні, розповіла, що спочатку планів знімати біля Маріїнського палацу не було. Цю ідею запропонував режисер С. С. Раджамолі, коли побачив палац і вирішив, що це саме та будівля, яку він уявляв для сцени. Оскільки Маріїнський палац є офіційною резиденцією президента України, для зйомок там був потрібний спеціальний дозвіл. Організувати тривалий знімальний процес у Маріїнському палаці вдалося завдяки прямій співпраці з Офісом президента [7].

Зйомки біля Маріїнського палацу тривали близько двох тижнів. Деякі сцени також знімали в Межигір'ї та на одній із кіностудій під Києвом. Маріїнський палац навіть з'явився на одному з постерів фільму.

Незважаючи на вищезгадану ситуацію у якій опинилися кіно та туризм України через російську агресію, ці напрями все ж функціонують та залучають туристів. Наприклад у 2023 році Закарпатська туристична організація разом з ГО "Культура Екологія Туризм" оголошувала 2023 туристичний рік на Закарпатті роком кінотуризму.

— Це нова сфера, нічого такого раніше не було, немає чіткого каталогу з маршрутом, мапою, рекомендаціями і цього року ми все це будемо розробляти. Щотижня старатимемося рекомендувати одну стрічку: розповідатимемо, де саме відбувалися зйомки, цікаві моменти,

публікуватимемо фотокадри тощо. Особисто я відвідуватиму ці місця і якщо є впізнавані ракурси чи будівлі, то komponуватиму фото з селфі на сучасній локації. Наприклад, у Колочаві знімали “Марійку невірницю” і там досі є ті хижі, церква і ті гори, що і у фільмі. А в “Паланку” свого часу знімали фільм “Овод” – так розповів про цей проект гід Макс Адаменко.

За його словами, для розвитку кінотуризму враховуватимуть усі фільми, зняті в цьому регіоні за останнє століття. Він також додав, що кінотуризм сприяє загальному розвитку туризму в регіоні: відвідувачі матимуть змогу побачити об'єкти, показані у фільмах, відвідати локації давніх зйомок, взяти участь у кінотурах, розроблених за різними місцями зйомок, або відвідати локації, які вважаються кінооб'єктами, навіть якщо знімалися в інших місцях, але в фільмі представляють інші [1].

У якості ще одного з таких прикладів Макс приводить фільм "Гордубали" (Hordubalove) — драматичний фільм режисера Мартіна Фрича 1937 року, знятий за мотивами роману чеського письменника-фантаста Карела Чапека. Роман, написаний у 1933 році, заснований на подіях 1932 року. На той час Чапек працював у газеті "Лідове новіни", де було опубліковано звіт про процес під назвою "Підкарпатська трагедія". У селі Барбово на Закарпатті відбулося вбивство місцевого селянина Юрая Гордубея його односельцем Василем Маняком, який змовився з дружиною Юрая — Поланою Гордубейовою. Роман швидко набув популярності і був перекладений багатьма мовами. А у 1937 році за його мотивами вийшов перший фільм.

Сюжет фільму розповідає про працюючого чеського селянина Юрая Гордубала, який після восьми років заробітків у США повертається до Карпат. За його відсутності дружина Полана почала зраджувати йому з наймитом Штепаном. Гордубал дізнається про зраду, але робить вигляд, що все в порядку, що насторожує Полану та Штепана. Однієї ночі Штепан вбиває Гордубала. Під час слідства з'ясується, що Гордубал був невиліковно хворий і міг померти природною смертю найближчим часом.

Початок фільму знімали в селі Барбово, потім — у Страбичові, а основну частину — у словацькому селі Шумяц. Це одразу три місця, які можуть зацікавити туристів. За словами Макса Адаменка, паралельно з відвідуванням кіномісць люди також цікавляться місцевою інфраструктурою: визначними місцями, сувенірами, закладами харчування, готелями та садибами.

Національний природний парк «Гуцульщина», який користується попитом у туристів, окрім іншого теж був локацією для зйомок фільму – оскарівського номінанта «Будинку літаючих кинджалів» знаменитого режисера Чжана Імоу.

Серед усіх можливих локацій які вибирав Імоу були представлені різноманітні та навіть такі, де вже фільмували величні кінострічки. Чому ж Імоу зупинив вибір на Карпатах - «За сюжетом, події розгортаються в IX столітті, і саме така природа, як у нас зараз, століття тому була характерною для них. Може бути дивним, що складно знайти недоторкані природні ландшафти в такій великій країні, але це справді так», — каже Юрій Стефурак, заступник директора парку. Локації для зйомок китайські кінематографісти шукали довго: вони оглядали пейзажі Швейцарії та зелені пейзажі Нової Зеландії, де знімали «Володаря Перстнів», але режисеру вони не сподобались.

«Їм не подобалися великі відстані між локаціями – було так, що вони досягали декілька сотень км. А ми мали дванадцять знімальних майданчиків і усі в районі тридцяти кілометрів. Рідкісним було також і те, що вони знайшли в нас триярусні гори, характерні для Китаю в минулому», - зазначала Надія Костюк, начальниця відділу рекреації та екологічної освіти Національного парку, яка знаходилася на зйомках разом з китайською командою протягом всіх 70 днів зйомок.

- «Вони знайшли нас завдяки директору парку Василю Пророчуку, який до цього разом із київською студією «Парадигма» працював над створенням фільмів Олеса Янчука “Нескорений” та “Залізна сотня”. Спочатку передбачалося, що в Карпатах знімуть тільки третину матеріалу, згодом — половину, але в результаті тут відзняли більше трьох чвертей фільму.

Приміщення та бамбукові ліси знімали в Китаї, а букові ліси, поля, луки й коні — усе це наші, українські ландшафти».

«Будинок літаючих кинджалів» - продовження фільму «Герой» (2003), який був номінований на «Оскар» у категорії «Найкращий іноземний фільм». «Герой» отримав ряд нагород в немалій кількості різних номінацій, ставши сенсацією Гонконгського кінофестивалю. Критики відмічали та високо оцінювали режисуру, постановку екшн-сцен та файтингу, операторську роботу, візуальні ефекти, дизайн костюмів та саундтрек. На фоні такого прийому як від критиків так і глядачів, Чжан Імоу серйозно зацікавився створенням екшн-фільмів. З його слів в інтерв'ю - «У дитинстві цікавився історіями про воїнів і довго намагався створити стрічку про бойові мистецтва. Протягом тисячоліть образ воїна-мандрівника посідав важливе місце в китайській літературі. У кожного було своє уявлення про його образ, коли ти створюєш фільм про єдиnobорства - завжди є місце для фантазії, і я люблю це. «Герой» підняв китайський кінематограф на дуже високий рівень у світі».

Як зазначали критики - «Будинок літаючих кинджалів» став навіть більше ніж просто логічне продовження «Героя». Він перевершив попередника в усіх аспектах і може бути таким тематичним фільмом, який можна протипоставляти культовому «Тигр, що крадеться, дракон, що причаївся» - за рівнем якості, який іноді навіть і перевершує [8].

Карпатські коні-«гуцули» були важливими учасниками більшості епізодів цього фільму. Їх дислокували зі спортивних баз Івано-Франківська та Снятина, ними керували каскадери з Києва і так вони виконували важкі та дуже красиві трюки. Найскладніший з них зміг виконати лише звичайний кінь – у сцені під час погоні герой і героїня падають з коня, який виконує подвійне сальто. Звичайний кінь зміг виконати цей трюк, на відміну від спортивних.

На зйомках фільму відбувалися різні ситуації – як наприклад історія про галявину, яку команда вирощувала спеціально для фільму: «Ми створювали місце, де мали б зацвісти квіти наприкінці жовтня. Планувалося, щоб на ній було певний відсоток жовтих, голубих та багряних квітів. Але було дещо

проблематичне кінець вересня та початок жовтня — період, коли настають заморозки, а для зйомок потрібен був багряний ліс та квітуча галявина, щоб там під вітром гойдалася трава. По сценарію, незряча дівчина знаходить квітку. Тоді ще була засуха, через що ми вдень виливали по двадцять тонн води на два гектари землі, де було висаджено сто тисяч рослин. Але в той день коли о третій дня у нас були заплановані зйомки, випав сніг! Нам повезло знайти нескошену галявину, а штучна залишилась за кадром», - розповідав Юрій Стефурак.

Такі різкі зміни погоди змусили Імоу переписати сценарій. Якраз тоді до Косова приїхав один із виконавців головних ролей, а через брак часу перевезти групу з Прикарпаття до Криму чи Закарпаття було неможливо. І от коли команда нарешті підлаштувалася під сніжні умови, несподівано з`явилося сонце, наслідки чого були дуже швидкими. «Ми ледве змогли знайти в парку затінене місце, невеликий куточок де ще лишився сніг - и там дознімали останні епізоди», - розповідала Надія Костюк.

На зйомках фільму працювали 40 українців, переважно представників студії «Парадигма» та перекладачів. Наприкінці зйомок мовний бар'єр майже зник, і команда почала розумітися на жестах і рухах. Китайська знімальна група, що налічувала близько 80 осіб, зупинилася у двох комплексах — «Байка» та «Карпатські зорі».

Ці зйомки мали значний економічний вплив на регіон. Наприклад, було відремонтовано дорогу до красивого гірського озера Лебедин, закуплено 15 мобільних телефонів для парку. Крім цього залишилися військові палатки, які стали використовувати для дитячих таборів. Місцеві жителі були раді залученню фінансів і можливості працювати на зйомках, хоча про заробітки вони говорили лише загадками, відзначаючи, що платили непогано.

Цікаво, що культурний обмін також торкнувся гастрономії: спочатку китайська команда харчувалася їжею від своїх кухарів, проте незабаром вони спробували українські страви, які їм дуже сподобалися, зокрема шашлики і

сало. Надія Костюк зазначила, що за ті 70 днів, проведених у Карпатах, виникла справжня дружба між українцями та китаїцями [8].

Тож зйомки фільмів в Україні мають вплив на місцеву економіку та туристичну інфраструктуру. Продюсери зазвичай залучають місцевий персонал, що створює робочі місця для техніків, айтишників, масовки та інших фахівців, які можуть бути залучені на кілька тижнів або навіть місяців. Це не лише забезпечує короткострокове працевлаштування, але й відкриває можливості для налагодження творчих зв'язків, які можуть бути корисними для майбутніх проектів.

Крім того, знімальні групи потребують житла, харчування та розваг, що позитивно впливає на готелі, ресторани та культурні заклади в регіонах, де проходять зйомки. Це, в свою чергу, стимулює розвиток туристичної інфраструктури, роблячи регіони більш привабливими для відвідувачів. Таким чином, кіновиробництво не лише збагачує культурний ландшафт країни, але й робить внесок у соціально-економічний розвиток регіонів, що можуть стати популярними туристичними напрямками.

Сьогодні кіноіндустрія та туризм посідають значне місце у розвитку економіки країн, сприяючи збільшенню зайнятості та підвищенню інвестицій. Кінотуризм, як один з напрямків міжнародного туризму, стає дедалі більш стратегічним, адже він не лише залучає туристів, але й стимулює розвиток інфраструктури, зокрема готелів, ресторанів і культурних закладів.

Україна володіє великим потенціалом для розвитку кіноіндустрії та кінотуризму завдяки своїм унікальним туристичним ресурсам. Країна пропонує різноманітні локації, такі як мальовничі Карпати, історичний Львів, культурна спадщина Тернополя та природні красоти Хортиці. Ці місця мають великий потенціал для зйомок фільмів і серіалів, що може привернути увагу як українських, так і міжнародних продюсерів [6, с. 51-52].

Важливо, щоб Україна активно демонструвала свої унікальні локації та культурні особливості на світовій арені, сприяючи не лише розвитку кінематографа, а й залученню туристів. Особливий сенс це буде мати після

перемоги України - це створить нові варіанти економічного підйому та розвитку країни, зміцнюючи її позиції на міжнародній туристичній мапі.

РОЗДІЛ 2. ПОПУЛЯРИЗАЦІЯ ТУРИЗМУ ЧЕРЕЗ ВІДЕОІГРИ

2.1 Вплив відеоігор на туристичну привабливість локацій

З появою економіки досвіду маркетингологи прагнуть залучити потенційних туристів ще на етапі планування подорожі, створюючи емпіричні маркетингові стимули через різні медіа, такі як телевізійні програми, фільми та, згодом, відеоігри. Основна ідея цього підходу, відома як медіа-туризм, полягає в тому, що образ місця призначення та заплановане відвідування переплітаються завдяки впливу медіа. Однак зазвичай більше уваги приділялося кінематографу в цілому, але зі зростом популярності відеоігор та їх більшого розвитку в плані візуальних та контекстних можливостей, їх почали і розглядати і використовувати для залучення туристів, оскільки вони пропонують більше свободи, емоцій, занурення та інтерактивності.

Відеоігри відрізняються тим, що дозволяють гравцям вільно досліджувати віртуальний світ і подорожувати, ніби вони справжні туристи. Подібно до віртуальних турів, геймери, які потенційно можуть стати туристами, мають змогу ознайомитися з маркетинговими повідомленнями про місця в грі та оцінити їх перед фактичним відвідуванням. Таким чином, маркетинг досвіду полягає не просто у просуванні продукту чи послуги, а в наданні можливості майбутнім туристам побачити, відчувати і уявити реальний досвід. Завдяки ефекту занурення гравці часто відчують глибокий зв'язок із головними героями та віртуальним світом, в якому вони перебувають. Саме тому відеоігри почали розглядати як інструмент досвіду, що залучає потенційних туристів, створює позитивний імідж місця та покращує комунікацію.

Проте потенціал відеоігор у туристичному маркетингу залишається новою та мало дослідженою сферою. Ігри ще не стали повноцінним маркетинговим інструментом для туристичної індустрії, і їх використання для просування дестинацій перебуває на початковій стадії розвитку. Оскільки геймери поки складають відносно невелику частину туристичного ринку,

розробникам ігор складно створювати проекти із чітко туристичним фокусом лише для цієї аудиторії. Крім того, більшість популярних ігор мають інший жанровий напрямок (наприклад, шутери від першої особи), що ускладнює інтеграцію туристичних елементів (як-от пам'ятки та культурний контент) з бажаннями гравців. Одним із потенційних бар'єрів для розвитку відеоігор у туристичному контексті є також недостатньо привабливий дизайн досвіду і те, що розробники не завжди можуть враховувати потреби туристів [23].

Відеоігри все частіше привертають увагу в таких сферах, як освіта, охорона здоров'я та інші неігрові галузі, зокрема туризм. У туристичному маркетингу відеоігри вирізняються серед інших видів медіа, оскільки ігровий досвід часто триває понад 30 годин, що забезпечує глибоке залучення. Основою відеоігор є гейміфікація - застосування ігрових методів для посилення залученості та покращення загального досвіду в неігрових контекстах. Проте наразі інтерес до гейміфікованого досвіду обмежується переважно мобільними іграми (наприклад, Pokémon Go як маркетинговий інструмент), тоді як потенціал відеоігор у туристичному маркетингу залишається малодослідженим.

Нематеріальна природа туристичних вражень підсилює потребу маркетологів у створенні захопливих історій та яскравих вражень. Цінність відеоігор у цьому контексті полягає в тому, що вони дозволяють потенційним туристам заздалегідь «пережити» атмосферу місця призначення. Недавнє дослідження показало, що емоційна прив'язаність, історичний контекст, пригодницькі подорожі, мальовничі краєвиди та відчуття героїзму є одними з ключових факторів, які мотивують молодих геймерів відвідати ці місця. Інші важливі мотиви включають свободу у віртуальному просторі, азарт, рольові елементи, розвиток персонажа, занурення, ескапізм і соціальну взаємодію.

У туристичному маркетингу, крім гедоністичного споживання, відеоігри також забезпечують інформацію про локації в реальному часі. Оскільки місця у відеоіграх часто є ідеалізованим або апокаліптичним відображенням реального світу з елементами фантазії, вони можуть слугувати корисним

інструментом для попереднього ознайомлення з визначними місцями й реклами туристичних об'єктів для геймерів. Такі ігри можуть спонукати гравців відвідати реальні локації, зображені в ігровому сюжеті. Незважаючи на те, що відеоігровий туризм вважається одним із найефективніших способів створити незабутні враження для геймерів завдяки глибокому зануренню, маркетологам слід враховувати, що туристи можуть очікувати такі ж враження, як і в іграх. Тож, з огляду на розвиток ігор у туристичному маркетингу, виникає потреба, щоб розробники ігор гармонійно інтегрували бажання туристів і гравців. Проте недостатнє розуміння внутрішньоігрових досвідів і геймерів як зростаючого ринку часто стримує розвиток цього напрямку туризму.

Із зростаючим інтересом до відеоігор, які нагадують інтерактивне та соціальне середовище, виникають проблеми, тому що геймери очікують більш персоналізованих та досвідчених форм подорожей через ігри, а не простої форми розваг. Оскільки емпіричний маркетинг значною мірою покладається на обробку зображень, візуалізація, багаточуттєвий досвід і символічні особливості місця призначення є ключовими факторами, що впливають на ефективність маркетингових повідомлень [25].

Як і в турах віртуальної реальності, відеоігри дозволяють геймерам досліджувати локації, забезпечуючи при цьому вищий рівень інтерактивності та занурення. Відповідно до чотирьох сфер досвіду (розваги, освіта, ескапізм та естетика), геймери переходять від пасивного спостереження до активної участі в грі. У цьому глибоко захоплюючому середовищі вони отримують відчуття ескапізму, яке допомагає відволіктися від буденності. Крім питання узгодження між створенням досвіду та туризмом, спричиненим відеоіграми, важливішим стає те, що геймери входять у нову фазу досвіду, де вони цінують особистісний розвиток, самореалізацію та позитивні емоції. Проте такі переживання не є випадковими. У відеоіграх геймери активно запрошуються до пригод, щоб досліджувати ігрові локації. Вони покидають звичний світ і потрапляють у межовий простір, повністю занурюючись у незвичне

віртуальне середовище. Там геймери стикаються з викликами й отримують винагороди, що слугує мотивацією для досягнення цілей у грі. По завершенню цього процесу вони можуть здобути нові знання та навички.

Застосовуючи «Подорож героя» як інструмент дизайнерського мислення, туристичні маркетологи та розробники ігор можуть оптимізувати сюжетну лінію та структуру подорожі. Вивчення дій, емоцій і думок гравців дозволяє виявляти можливості для поліпшення дизайну. Спільною рисою дизайну досвіду та відеоігор є навмисність: дизайн досвіду використовує підхід, орієнтований на людину, цілеспрямовано створюючи нові пропозиції. Однак через відносну новизну використання відеоігор у туризмі, їх ефективність як маркетингового інструменту поки не завжди перевершує ефективність традиційних медіа, таких як кіно. Тому важливо продовжувати дослідження елементів емпіричного маркетингу в ігровому середовищі та вдосконалювати дизайн відеоігор, щоб у перспективі досягти позитивних результатів, наприклад, збільшити намір відвідування місць, зображених у грі.

2.2 Туристичні локації, відтворені в популярних відеоіграх

Найпопулярнішою серією відеоігор, у яких представлені локації з реального світу, які гравець може досліджувати – Кредо Вбивці (Assassin`s Creed). Подорожуючи світом у якості різних асасинів, у різні історичні часи та у різних країнах – гравець має можливість побачити найрізноманітніші локації, які представляють туристичний інтерес.

Друга частина гри пропонує гравцям дослідження Венеції та Флоренції, які відтворювалися з огляду на Епоху Відродження. Деякі сюжетні події розгортаються на тлі історичних пам`яток, які ми можемо побачити і в сьогоденні.

Наприклад Собор Санта-Марія-дель-Фьоре, або Дуомо - знакова пам'ятка Флоренції. Його золотий купол піднімається над містом, височіючи над дахами і будинками та постійно нагадуючи про його велич.

Будівництво собору почалося наприкінці XIII століття й тривало понад століття, переходячи з рук одного архітектора до іншого, кожен з яких вносив свої зміни та збільшував масштаб будівлі. Проблема виникла на етапі проектування купола: на той час технологія, що дозволяла звести й підтримувати купол такого розміру, ще не існувала. Щоб вирішити цю задачу, міська влада оголосила конкурс, і його виграв Філіппо Брунеллескі. Його обрали, хоча він був більше ювеліром і скульптором, ніж архітектором, і його ідеї щодо будівництва купола вважалися новаторськими. Проект Брунеллескі виявився успішним і став видатним досягненням інженерного мистецтва. Остаточне завершення купола відбулося у 1436 році, через 140 років після початку будівництва собору.

У грі «Assassin's Creed II» собор Санта-Марія-дель-Фьоре, як і в реальній Флоренції, займає центральне місце в історії та культурі міста, що робить його ідеальною локацією для сюжетної лінії. Гравці, керуючи Еціо Аудиторе, намагаються зірвати змову тамплієрів, спрямовану на вбивство братів Медічі. В основі сюжету лежить реальна історична подія – замах на Лоренцо і Джуліано Медічі, організований змовниками з роду Пацці, прихильниками тамплієрів, які прагнули усунути Медічі від влади.

Крім того, в соборі Санта-Марія-дель-Фьоре розташована одна з шести гробниць ассасинів, які можна знайти в грі. Еціо повинен подолати складний шлях всередині ще недобудованого собору, піднімаючись через ліс конструкцій до самого купола, щоб дістатися до гробниці Ілтани.

Вхід до собору безкоштовний, проте відвідувачі можуть придбати квитки для підйому на дзвіницю, купол, а також для доступу до музею і баптистерію. Ціна квитків починається від 15 євро [30].

Палаццо Веккьо та площа Сінйорії є ключовими місцями для змін у житті Еціо в Assassin's Creed II. У тюремних камерах вежі, де колись утримували таких історичних особистостей, як Козімо Медічі та Джіроламо Савонарола, тепер ув'язнені родичі Еціо. Вранці їх страчують, і на площі

Сіньйорії Еціо вперше стикається з темною стороною свого міста. Саме тут він вирішує стати на шлях помсти й справедливості.

Спочатку цей палац називався Палаццо делла Сіньйорія, оскільки тут розташовувався уряд Флоренції доби Відродження (Сіньйорія або Пріорі). Назву згодом змінили на Палаццо Веккьо («Старий палац»), коли родина Медічі, яка тоді там проживала, перенесла свою резиденцію до Палаццо Пітті через річку. У Палаццо Веккьо розгортаються кілька важливих сюжетних подій. Найсумнішою з них є страта батька та братів Еціо, але саме тут він також вбиває Франческо де Пацці та бере участь у подіях доповнення Вогнища марнославства.

Стара кам'яна будівля Палаццо Веккьо справляє потужне враження, височіючи над площею Сіньйорії. Легко уявити, як це місце колись було символом влади, що вселяло страх тим, хто виступав проти міста, і водночас дарувало надію на зміни для інших. Вхід до музею Палаццо Веккьо коштує 17,50 євро, а підйом на вежу та зубчасті стіни обійдеться ще в 12,50 євро.

Понте Веккьо — одна з найвідоміших пам'яток Флоренції, яка залишилася неушкодженою під час відступу німецької армії наприкінці Другої світової війни. Це був єдиний міст, який не було зруйновано. У грі *Assassin's Creed II* гравці вперше зустрічаються з підлітком Еціо, коли він насміхається, а потім бореться з бандою В'єрі де Пацці та отримує свій фірмовий шрам на губі.

За часів Еціо Понте Веккьо був заповнений м'ясниками та торговцями рибою, але сьогодні тут розташовані ювелірні магазини. Особливістю мосту є коридор Вазарі, що був побудований за наказом родини Медічі в середині 1500-х років. Цей коридор дозволяв членам родини безпечно переміщатися між Палаццо Веккьо та Палаццо Пітті, не виходячи на вулиці міста. Прохід, що має довжину близько одного кілометра, перетинає Понте Веккьо і Галерею Уффіці, надаючи прямий шлях до кінцевої мети. Відвідування Понте Веккьо безкоштовне.

Церква Санта-Марія-Новелла, збудована в середині XIII століття, є домом для скульптур та фресок, створених деякими з найвідоміших художників епохи Відродження, такими як Сандро Боттічеллі, Доменіко Гірландайо, Філіппо Брунеллескі та Джорджо Вазарі. У «Assassin's Creed II» церква Санта-Марія-Новелла є важливою локацією, де прихована одна з гробниць ассасинів — гробниця Дарія. Окрім цього, саме тут Еціо підслуховує план тамплієрів, спрямований на вбивство Медічі.

Ще одна церква у Флоренції – Санта-Кроче є не лише релігійним центром, але й місцем поховання кількох видатних діячів епохи Відродження, таких як Мікеланджело, Галілей та Макіавеллі. У «Assassin's Creed II» саме в Санта-Кроче відбувається важливий момент для Еціо: він убиває свою першу ціль — Уберто Альберті, гонфалоньєра Флоренції, тамплієра, який був відповідальний за вбивство його батька та братів [32].

Дія гри Assassin's Creed: Brotherhood – прямого продовження другої частини - майже повністю відбувається у двох основних локаціях - Монтеріджоні та Римі. У тосканському місті розташована Вілла Аудиторе, головний штаб секти Ассасинів, що вже з'являлася в попередній частині серії. Рим, як і Флоренція та Венеція у попередній грі, відтворений дуже детально. Монтеріджоні у грі має такі ж зовнішні стіни, як і в реальності, хоча вілли Аудиторе, яку можна побачити в грі, насправді немає. Вона є лише вигаданою частиною сюжету, хоча поруч із міськими стінами є вілла, яка схожа на ту, що зображена в грі.

Місто Рим у грі втричі більше за Флоренцію, і розробники доклали великих зусиль, щоб точно відтворити не лише міську частину, але й римську сільську місцевість та підземні локації. Рим був реконструйований з використанням старих карт і сучасних картографічних даних, що додає історичної точності. Особливістю гри є режим «відновлення», де гравець має звільняти різні райони Риму від контролю сім'ї Борджіа, допомагаючи відновлювати пам'ятки та будувати нові майстерні. Серед таких пам'яток —

Пантеон, Колізей та інші історичні будівлі, що надають додаткової глибини досвіду.

Крім того, деякі місії проходять на Альбанських пагорбах, горі Чирчео, у Вальнеріні та в Неаполі. Вальнеріна, яка з'являється в грі, отримала свою назву від річки Нера, що протікає в Умбрії, а фортеця, показана в одній з місій, можливо, є відсиланням до Рокка Боргеска в Камеріно, побудованої за наказом Чезаре Борджіа. Цікаво, що в одній з місій зображена співпраця між Чезаре Борджіа та Леонардо да Вінчі, що додає історичної глибини сюжету.

Рим, як у грі, так і в реальному житті, був відомий своїми архітектурними пам'ятками, серед яких Пантеон, Колізей, Замок Сант-Анджело та інші. Однак загальний архітектурний стиль у грі більше схожий на бароко, а не пізній ренесанс, бо інакше він був би схожий на Флоренцію із другої частини [17].

У наступній частині сюжет перенісся до Константинополю, де його величні вежі захоплювали дух. Наступні ігри були про колоніальну Америку та піратство, де можна було відвідати, наприклад, Бостон або Гавану. Unity подарувала мандрівку до Парижу часів Великої Французької Революції. Від Версалю до Нотр-Даму, комп'ютерна модель якого з цієї гри стала допомогою при відбудові після пожежі у 2019 р [11]. Після Парижу був Лондон Вікторіанської Епохи із погонями на кебах та візитом на самісіньку верхівку Біг-Бену.

Після цього Ubisoft сконцентрувалися на більш великих відкритих світах в іграх, внаслідок чого були створені *Origins*, *Odyssey* та *Valhalla*. Дія цих ігор розвертається у більш давні часи, переносить в Єгипет, Грецію та Англію. У цій трилогії з'явилися «інтерактивні тури» - у них гравець може досліджувати світ гри у більш повільному темпі, а також із коментарями від істориків стосовно різних елементів [16].

Кредо Вбивці – не єдина, хоча і найпопулярніша у цьому аспекті, гра яка відображає локації, які представляють туристичний інтерес. У різній мірі це роблять найрізноманітніші ігри. Наприклад – *Sleeping Dogs* – гра, яка занурює

у віртуальний Гонконг. Це місто є одним із найвідоміших і найсучасніших мегаполісів у світі, який поєднує захоплююче нічне життя, унікальну культуру і неймовірну архітектуру. Це автономний регіон Китаю, відомий своєю густонаселеністю і високим рівнем розвитку, а також надзвичайно дорогими житловими площами. Місто привертає увагу своєю інтенсивною динамікою та безмежними можливостями для розваг, що робить його привабливим для туристів і місцевих жителів.

У грі *Sleeping Dogs* гравці можуть побачити цей унікальний світ через очі Вей Шеня, головного героя, котрий вступає в світ підпільних угруповань і боротьби за справедливість у Гонконзі. Гра відтворює місто з вражаючою точністю, особливо в нічний час, коли яскраві неонові вогні створюють неповторну атмосферу. Справжня вулиця Лан Квай Фонг, відома своїм нічним життям, також відображена в грі як Central — район, де розташовано безліч барів і клубів.

Цікаво, що в *Sleeping Dogs* також можна побачити знамениту Башту Банку Китаю, яка є однією з ікон Гонконгу. Місто у грі передає атмосферу справжнього Гонконгу: гравці можуть прогулюватися вулицями, відвідувати клуби, брати участь у гонках або просто насолоджуватися міським життям.

Для туристів Гонконг пропонує безліч можливостей: відвідати бари на даху, де відкриваються захоплюючі панорами міста, або зануритися в андеграундну культуру нічного життя в Лан Квай Фонгу, який славиться своїми клубами і барами, що не закриваються до ранку. Місто також вражає своєю інфраструктурою і пропонує візуальні та аудіо-шоу, які приваблюють туристів і мешканців [16].

Ще одним популярним мегаполісом є Нью-Йорк - не лише одне з найбільших міст у світі, але й справжній культурний, економічний та медіа-центр. Місто, яке ніколи не спить, з приголомшливими хмарочосами, культурними пам'ятками та насиченим життям, щороку привертає мільйони туристів. Завдяки своєму статусу культурної столиці Америки, Нью-Йорк є домом для театру, музики, мистецтва, моди та, звісно ж, кіно. Зображення

міста в численних фільмах, зокрема голлівудських та боллівудських, сформувало його імідж як символ урбаністичної енергії, амбіцій та розмаїття.

У «Marvel's Spider-Man» гравці мають прекрасну можливість побачити Нью-Йорк очима Пітера Паркера-Людини-Павука, котрий бореться зі злочинністю на вулицях цього міста. Гра з відкритим світом відтворює місто вражаюче точно, дозволяючи гравцям відчувати атмосферу Нью-Йорка під час екстремальних стрибків, швидкісних прогулянок або при виконанні місій. Зображення таких знакових пам'яток, як Бруклінський міст, надає грі особливу автентичність, роблячи віртуальну подорож по місту максимально захоплюючою.

Особливо вражаючим є Таймс-сквер, який на ніч стає яскравим центром уваги завдяки величезним світлодіодним екранам, що демонструють рекламу та інші динамічні зображення, створюючи неповторну атмосферу. Це місце буквально вирує життям, притягуючи туристів і місцевих жителів, які відвідують численні магазини, кафе та театри. І, звісно, не можна не згадати про знамениту нью-йоркську піцу, яка, без сумніву, є однією з головних гастрономічних атракцій міста.

Нью-Йорк привертає більше 50 мільйонів туристів на рік, що робить його однією з найпопулярніших туристичних напрямків у світі. Це місто, яке поєднує в собі багатий історичний спадок і передові технології, є ідеальним місцем для тих, хто шукає враження, культуру та динамічний ритм життя [16].

Жанрові ігри теж можуть включати до себе аспекти, які мають на увазі туристичний інтерес гравців – наприклад горори. Одним із таких, доволі нечастих у цьому жанрі прикладів, є Resident Evil: Village.

Випущена під номером 8 у 2021 році, ця гра є продовженням Resident Evil 7: Biohazard 2017 року. Вона містить зображення, пов'язані з різними туристичними пам'ятками, що належать до історичної провінції Трансільванія. Це гра жанру survival horror від першої особи, в якій гравці керують Ітаном Вінтером, що намагається знайти свою викрадену доньку в селі, яке населено мутантами. Гра зберігає деякі елементи попередніх частин серії, такі як

атмосферу жаху, пошук підказок і предметів, а також управління ресурсами для виживання. Події гри розгортаються в Східній Європі, а точніше в засніженому селі в Румунії, яке описують як «перенесене прямо з вікторіанської епохи». Ще до виходу гри стало відомо, що вона має відношення до Румунії, а саме до Трансільванії, що викликало великий інтерес серед фанатів серії Resident Evil. Після тестування гри багато шанувальників залишили відгуки, в яких описували місце дії як таке, що надихалося Трансильванією. Це стосувалося не лише візуальних елементів і архітектури, але й навіть валютних одиниць, що додавало ще більше глибини атмосфері гри.

Розробники прагнули створити нову естетику гри, спираючись на сюжети попередніх частин. Виведення чорнокнижників і вампірів на перший план стало своєрідним освіженням сюжетної лінії. Вони намагалися відтворити елементи Румунії, але інтегрували західні мотиви, щоб зробити їх більш зрозумілими та впізнаваними для міжнародної аудиторії. Через це в грі можна почути румунські слова з англійським акцентом. Для уникнення культурного шоку розробники застосували процес "одомашнення" Румунії, подаючи її елементи в спрощеному та стереотипному вигляді, щоб зробити все легким для сприйняття [17].

Серед найбільш очевидних відсилань до Румунії, які присутні в грі Resident Evil Village, можна виокремити кілька елементів:

- Архітектура будинків — візуальні елементи, що нагадують традиційну румунську архітектуру, зокрема будівлі, побудовані в старовинному стилі, характерні для Трансільванії.
- Предмети в будинках — інтер'єри, меблі та декоративні елементи, які мають схожість з румунським побутом, додаючи атмосферу стародавніх традицій.
- Назви страв — в грі можна зустріти назви страв, що натякають на румунську кухню або мають схожість із традиційними румунськими стравами.

- Грошова одиниця — валюта в грі, яка, ймовірно, була натхненна румунським лей, що додає відчуття автентичності.
- Замок Дімітреску — величний та готичний замок, який нагадує традиційні середньовічні румунські фортеці.
- Леді Дімітреску - персонаж, натхненний румунськими легендами про вампірів та міфічні істоти, а також зовнішністю, яка викликає асоціації з класичними вампірськими персонажами.

Архітектура будинків та загальний дизайн села в Resident Evil Village мають значну схожість із румунськими селами. Будинки в грі побудовані з дерева та цегли, що є типовим для традиційних румунських сільських осель. Вони мають просту, але міцну конструкцію, з численними деталями, які підкреслюють автентичний вигляд, зокрема дерев'яні балки, кам'яні стіни та інші елементи, характерні для румунського сільського житла. Щодо елементів культурної ідентичності - гра Resident Evil Village містить багато об'єктів, що відображають румунські особливості, що ще більше підсилює відчуття, що події відбуваються в Румунії, навіть якщо це не завжди чітко вказано. Ці елементи сприяють створенню атмосфери автентичності, навіть коли конкретне місце не зазначене прямо.

У грі також акцентується увага на розташуванні певних визначних культурних об'єктів, а не лише на типових для Трансільванії селищах. Наприклад, замок Пелеш також було відтворено в цифровому форматі. У грі замок Дімітреску виступає як резиденція аристократичної вампіриці на ім'я леді Дімітреску. Неявно, але дуже точно, кімнати замку Пелеш також були відтворені у віртуальному середовищі гри. Наприклад, у вітальні, багато елементів залишилися незмінними, зокрема: меблі, їх розташування, освітлювальні прилади та матеріали, з яких виготовлені предмети меблів. Саме тому, репродукції замку Пелеш та його інтер'єр є інструментом для просування туризму [24].

Тож, можна стверджувати, що елементи, пов'язані з Румунією, присутні у відеогрі Resident Evil: Village. Цей факт підвищує значення розвитку

туризму, завдяки відеоіграм, У цьому контексті варто підкреслити, що багато ігор відтворюють у цифровому форматі певні місця, традиції та культурні елементи, які можуть стати потужним інструментом для розвитку туризму в регіоні. Цей підхід має великий охоплення серед різних вікових груп, статей, захоплень, а також професійної сфери туристів [26].

РОЗДІЛ 3. МЕТОДИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ

3.1 Можливості розвитку кінотуризму в Україні завдяки кінематографу та відеоіграм

З огляду на викладений вище матеріал, можна зробити висновки, що кінематограф, причому не тільки класичний, а і серіали також та відеоігри можуть стати потужними інструментами для популяризації туризму в країні. Україна, з її багатою історією, культурною спадщиною та природними красотами, має величезний потенціал для використання цих засобів у залученні туристів і кінематограф разом з відеоіграми можуть стати важливими елементами просування українського туризму.

Кінематограф відіграє значну роль у формуванні образу місця. Фільми, зняті в живописних локаціях, здатні викликати у глядачів бажання відвідати ці місця. Завдяки яскравим сценам, мальовничим пейзажам і культурним елементам, які передаються через екран, глядачі формують емоційний зв'язок із зображеними локаціями. В Україні було знято немало кількості картин, які прекрасно передають дух регіонів, їх красу та автентичність. Наприклад:

- «Тіні забутих предків» Сергія Параджанова, знятий у Карпатах, показує красу українських гір та культурну самобутність гуцулів, що може стимулювати туристичний потік до цього регіону.
- «Захар Беркут», «Сторожова Застава» - із тих фільмів, що базуються на подіях і місцях, які мають величезне значення для української історії. Вони підкреслюють унікальність української культури та залучають інтерес до історичних пам'яток.
- «Червоний», «Чорний Ворон», «Крути 1918», «Довбуш» - фільми, які також базуються на реальних подіях української історії з більшим ухилом до відображення її реальної – і які теж фільмувалися в цікавих локаціях в Україні, наприклад палац графа Шувалова, залізнична станція Сингаївка, Кочубеївські штольні, Карпати і т.і.

- «RRR», «Будинок літаючих кинджалів», «Останній найманець» - популярні у світі фільми, що було знято в Україні із демонстрацією українських краєвидів та урбаністичних пейзажів – один з найгарніших прикладів популяризації країни за кордоном задля приваблення іноземних туристів.

Щоб максимізувати вплив кінематографу на популяризацію туризму, можна вжити ряд наступних заходів:

- Кінотури - організація спеціальних турів для фанатів фільмів, які проходять по місцях зйомок. Це може включати екскурсії, де туристи можуть відвідати локації, дізнатися більше про виробництво фільмів і навіть зустріти акторів.
- Партнерство з кінокомпаніями - співпраця з кінематографістами для створення фільмів, що просувають конкретні регіони України, може стати вигідною для обох сторін завдяки сприянню до залучення інвестицій у туризм та інфраструктуру.
- Фестивалі та конкурси - проведення фестивалів, присвячених фільмам, знятим в Україні, може привернути увагу як місцевих, так і міжнародних туристів, а також - стати платформою для просування українських традицій і культурної спадщини.

Відеоігри також можуть стати потужним інструментом для популяризації туризму в Україні. Залучення молодшої аудиторії через інтерактивні медіа відкриває нові горизонти для розвитку туризму. Галузь відеоігор в Україні на даний момент ще не може зрівнятися із масштабністю таких гігантів як Ubisoft, наприклад – зважаючи на те, що вони мають свій філіал у Києві, який доклав руку до розробки мега-франшиз – Assassin`s Creed, Far Cry, Watch Dogs, Tom Clancy`s Ghost Recon – і у кожній з цих ігор, до речі, так чи інакше відбувалася популяризація різних країн у тих чи інших аспектах, які демонструють ці країни з привабливої для туристів точки зору. Починаючи із четвертої частини Кредо Вбивці – вище було згадано цю серію в контексті того, як вона популяризує туристичну привабливість – український філіал

Ubisoft доклав руку до створення віртуального Лондону, Нью-Йорку, Парижу, стародавніх Єгипту та Греції, а також Англії, де можна насолоджуватися видами середньовічних замків. Окрім цього можна згадати Far Cry 4 та Far Cry 5 – у першому випадку гра має чималий індійський вайб, включаючи культуру, краєвиди і т.і., а у другому випадку розробники із декількох філіалів, включаючи і український, провели титанічну роботу над створенням місцевості американського штату Монтана, бо дійство гри розвертається в окрузі Хоуп. Естетика американської глибинки, самотні ферми, кемпінги туристів, густі соснові ліси та величні водоспади – все це створювалося після того, як розробники безпосередньо побували в тому краї і відтворювали землю, кору дерев та скали – внаслідок чого ця виглядає мало не найкраще з усієї серії [38] – навіть краще за шосту частину, яка переносить гравця до країни, що надихалася Кубою, занурюючи у сюжет про боротьбу з диктатором. Також слід згадати Watch Dogs 2 та Legion – такими Сан-Франциско та Лондон в відеоіграх не робив ніхто – вони вражають і масштабом і проробкою деталей віртуальних ігрових міст.

Але ж важко заперечувати вплив популярної у всьому світі серії S.T.A.L.K.E.R. що була створена українцями із GSC Game World на популяризацію Зони Відчуження серед багатьох туристів. Також ці розробники подарували знамениту серію стратегій «Козаки» - стратегію у популярному для років виходу серії стилі, яка змогла конкурувати із гігантами жанру на кшталт Age of Empires. Доречно також згадати Frogwares та їх досвід у створенні віртуального Лондону у серії ігор про Шерлока Холмса. Останні три гри з цієї серії – Диявольська Дочка, Частина Перша та Пробуджений мають відкритий світ у якому Шерлок та Ватсон розслідують різноманітні справи. Не завжди ідеальні, проте цікаві та такі, що отримали позитивні відгуки і від ряду критиків і від геймерів. На останні частини серії наклала відбиток російська агресія, через що розробники залишили в Пробудженому декілька іронічних пасхалок на цю тематику [5].

Війна наклала відбиток не тільки на процес створення ігор, а і на їх сюжети – саме тому в 2025 році вийде українська гра від Twigames - Hollow Home – про маленького хлопчика, що зустрів війну в місті Маріуполь [2].

Зважаючи на ці здобутки української ігрової індустрії, яка має гарний досвід у створенні цікавих ігор, вимальовується чимало напрямів, у яких можна розвивати нашу відеоігрову індустрію саме у контексті популяризації українського, ідентичності і звичайно – привабливих туристичних аспектів. Один із таких напрямів - ігри з чисто українським контекстом. Українська спадщина, історія багата на сюжети, які можна інтегрувати в ігровий процес:

- Міфологія та фольклор: Створення ігор на основі образів лісовиків, мавок, упирів чи козацької магії відкриває нові горизонти для фентезійного жанру. Не можна сказати, що усі жанрові аспекти таких ігор вичерпано навіть на фоні існування таких титанів жанру як Відьмак, Готика, серія Стародавні Свитки і т.і. Новий та незвичайний сеттинг завжди приваблює геймерів, навіть якщо він і базується на тому, що ми вже бачили не раз. Одним із таких прикладів є Greedfall – гра від розробників із студії Spiders RPG у фентезійному світі при створенні якої вони надихалися атмосферою бароко XVII ст. Сама ж гра нагадує по своєму геймплею ту ж Готику, але незвичайний сеттинг спрацював найкраще за усі попередні ігри Spiders – незважаючи навіть на неідеальну оптимізацію – саме тому у цьому році виходить її продовження [20]. Українцям, у свою чергу, є що показати геймерському світу, який нині дуже великий – починаючи від візуалу – як природні пейзажі так і урбаністичні – завершуючи міфами, легендами, бестіарієм і т.і.

- Історичні події: Періоди Київської Русі, козацької доби чи Української революції 1917-1921 років є багатими на героїчні історії, битви та дипломатичні інтриги. Приклад «Козаків» добре продемонстрував, що ці історії гарно сприймаються аудиторією – потрібен лише більший масштаб, який буде можливим завдяки фінансуванню та підтримці студій. Соціальний контекст боротьби за Незалежність, українська мова – це важливо

репрезентувати і для українського геймера і для світового. Персонаж Олекси Довбуша є одним із прикладів, про якого можна було б створити відеогру, з відкритим світом та з вищезгаданими аспектами, про Довбуша який піднімає повстання проти шляхти.

Згадуючи все той же Кредо Вбивці і фішку декількох останніх частин серії – віртуальні тури – принагідно зауважимо, що створення ігор, може бути доповнене цією функцією, яка дозволить гравцям досліджувати українські міста та природні красоти в віртуальному просторі. Це може стати першим кроком для тих, хто хоче дізнатися більше про країну, перш ніж вирушити в подорож.

Слід відмітити і партнерство з видатними розробниками на кшталт партнерства у кінематографі – як було з «RRR» чи «Будинком літаючих кинджалів». Київ чи Львів як локація якоїсь хітової гри буде працювати так, як і в випадку демонстрації міста у кіно – навіть з умовою, що геймер зможе віртуально погуляти по його вулицям.

І кінематограф і відеоігри мають величезний потенціал для популяризації туризму в Україні, незважаючи на певні виклики, як-то недостатнє фінансування, або вже існуюча конкуренція. До того ж важливо розвивати туристичну інфраструктуру у віддалених місцях, які можуть бути туристично-привабливими задля створення турів по локаціям.

Тим не менше, великий потенціал залишається і буде залишатися – особливо в контексті після перемоги України. Творчі підходи як кіно так і ігор з належною економічною підтримкою, роблячи наголос на ідентичності саме українського, все з тою ж метою – показати щось нове світові – здатні стати поштовхом для того, щоб Україна стала унікальною туристичною дестинацією.

ВИСНОВКИ

1. Потужна візуальна сила кінематографу свого часу стала рушієм для глядачів, які під впливом від того чи іншого фільму/серіалу різної жанровості мандрували до різноманітних локацій, що були продемонстровані у стрічках. Поступово, сформувався новий туристичний напрям, сутність якого полягає у відвідуванні різноманітних локацій, у яких знімалися ті чи інші популярні фільми. Популярність цього напрямку – кінотуризму – постійно велика, бо навіть ті фільми, які були зняті 30-40 років тому – «Зоряні Війни», «Індіана Джонс і Останній Хрестовий Похід» знімалися у локаціях, які нині існують і не втратили своєї привабливості, а популярність франшиз на кшталт «Володаря Перснів» або «Гаррі Поттер» взагалі невичерпна.

Кінотуризм став вигідним і фінансово – як з точки зору відвідування певної країни, яку було зображено в фільмі/серіалі, так і з точки зору відвідування конкретних локацій. Зростає і популярність країн завдяки демонстрації у кіно. Нерідко туристично-привабливі локації зображуються в фільмах чи серіалах з точки зору створення більш цікавого візуалу у фільмі завдяки знаменитій локації, у той же час підіймаючи інтерес до неї – як це було з серіалом «Деріл Діксон».

В цілому, кінотуризм є чітко сформованим напрямом, який функціонує завдяки найрізноманітнішим кінематографічним проектам і має великий вплив на популярність країн та локацій, у яких було фільмовано ці проекти.

2. Згодом, до впливу, схожого на вплив кінематографу доєдналися і відеоігри, які з кожним роком візуально ставали все реалістичніше, дозволяючи гравцям занурюватися у світи та локації, які іноді відтворюють реальні локації нашого світу – тим самим стимулюючи геймерів навідатися до цих місць. Відеоігри також концентруються як на цілих містах – так і на конкретних локаціях, знайомлячи геймерів із ними віртуально та створюючи інтерес до реального відвідування цих локацій. Цей вплив на сьогодні ще є не настільки великим, як вплив кінематографу, через різні аспекти що відрізняють кіно та відеоігри, тим не менше, такі мега-франшизи як «Кредо

Вбивці» та «Сталкер» здійснили свій вплив на популяризацію знаменитих локацій у світі завдяки їх відтворенню у іграх серій.

3. Зацікавленість туристів у відвідуванні країни задля таких туристичних аспектів робить очевидною комерційну вигоду кінотуризму, а також – можливість представити країну у всій її красі, з точки зору чогось автентичного. Саме тому кінотуризм є важливим напрямком для розвитку в Україні, особливо після перемоги. Починаючи від популяризації українських фільмів які цього потребують та роблячи акцент на вже знаменитих стрічках і можливостях створення туристичних дестинацій на їх основі – як-то «Тіні забутих предків» і т.і., та продовжуючи співробітництвом із іноземними кінокомпаніями, які мають інтерес до зйомок фільмів в Україні, що буде мати великий вплив на популяризацію українських міст та краєвидів, а також стимулюючи відеоігрову індустрію до створення автентичних проєктів, у яких би демонструвалася саме Україна – таким чином можна створити міцний туристичний напрямок, завдяки якому Україна буде представлена світу саме так, якою її будуть бачити творці стрічок та ігор, з урахуванням аспектів ідентичності та автентичності. Загалом, усе це позитивно відобразиться як на іміджі України, так і на фінансових можливостях.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 2023 рік стане Роком кінотуризму на Закарпатті. URL: <https://varosh.com.ua/noviny/2023-rik-stane-rokom-kinoturyzmu-na-zakarpatti/> (дата звернення 22.11.2024).
2. Бровінська М. В Україні створюють гру про окупацією російськими військами Маріуполя. Гравець дивитиметься на місто очима 12-річного хлопчика. URL: <https://dev.ua/news/v-ukraini-stvoriuiut-hru-pro-rosiisku-oblohu-mariupolia-ochuma-12-richnoho-khlopchuka-1679594449> (дата звернення 22.11.2024).
3. Брюховецька Л. Поетична хвиля українського кіно. Київ, Мистецтво, 1989. 171 с.
4. Гасюк Д. Незабутній острів-фортеця або гора святого Михайла у Франції. URL: <https://otiumportal.com/nezabutniy-ostriv-fortetsia-abo-hora-sviatoho-mykhayla-u-frantsii> (дата звернення 22.11.2024).
5. Горбик В. «Бавовна», «дієвидло» та крейсер «Москва». Що ще цікавого є в релізі української гри Sherlock Holmes The Awakened. URL: <https://dev.ua/news/sherlock-holmes-the-awakened-1681394232> (дата звернення 22.11.2024).
6. Гурова Д.Д. Українська кіноіндустрія як передумова розвитку кінотуризму в Україні. «Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. 881 с. С.51-54.
7. Індійські танці та Маріїнський палац: деталі зйомок індійського блокбастера RRR в Києві, що отримав Золотий глобус. URL: https://visitukraine.today/uk/blog/1405/indian-dances-and-the-mariinsky-palace-details-of-the-filming-of-the-golden-globe-winning-indian-blockbuster-rrr-in-kyiv#google_vignette (дата звернення 22.11.2024).

8. Китай у Карпатах, або Як в Україні знімали блокбастер «Будинок літаючих кинджалів». URL: <https://huculia.info/carpathian-china-film/> (дата звернення 22.11.2024).
9. Машкіна В.В., Салімон С.С. Кінотуризм - інноваційний напрямок розвитку культурно-пізнавального туризму. «Науковий вісник Херсонського державного університету». Серія: Географічні науки. 2018. №8. С.263-269.
10. Осипчук Н. Верховина, Параджанов і «Тіні забутих предків». URL: <http://svitlytsia.crimea.ua/?section=article&artID=12843> (дата звернення 22.11.2024).
11. Пожежа в Нотр-Дам: комп'ютерна гра може допомогти при реконструкції згорілого собору (відео). URL: <https://www.unian.ua/world/10518894-pozhezha-v-notr-dam-komp-yuterna-gra-mozhe-mozhe-dopomogti-pri-rekonstrukciji-zgorilogo-soboru-video.html> (дата звернення 22.11.2024).
12. Савіна І. Пустеля Ваді-Рам – філіал Марса в Йорданії. URL: <https://www.journeys6senses.com/pustynia-vadi-rum-v-iordanii/> (дата звернення 22.11.2024).
13. Єпик Д. Кіно як популяризатор туризму. Актуальні проблеми та перспективи розвитку агропродовольчої сфери, індустрії гостинності та торгівлі. Тези доповідей II Міжнародної науково-практичної інтернет-конференції. 2 листопада 2023 р. Харків ДБТУ. 2023. с.264-265.
14. Єпик Д., Єпик Л. Туристичні дестинації у кіно та комп'ютерних іграх. Індустрія гостинності: Стан, тенденції розвитку та перспективи галузі в умовах євроінтеграційних та військових викликів. I-ий Міжнародний науково-практичний форум 17-18 квітня. Україна, Львів. С. 266-270.
15. Як серіали впливають на туризм по всьому світу. URL: <https://vogue.ua/article/culture/puteshestviya/kak-serialy-vliyaayut-na-turizm-po-vseму-miru-23019.html> (дата звернення 22.11.2024).
16. Assassin`s Creed Discovery Tour. URL: <https://www.ubisoft.com/en-gb/game/assassins-creed/discovery-tour> (дата звернення 22.11.2024).

17. Assassin's Creed Brotherhood (Game) URL: <https://www.italyformovies.com/film-serie-tv/games/detail/6354/assassins-creed-brotherhood-game> (дата звернення 22.11.2024).
18. Bhuniya A. Video game tourism: When gamers turn into tourists. URL: <https://indiaoutbound.info/experiences/video-game-tourism-when-gamers-turn-into-tourists/> (дата звернення 22.11.2024).
19. Byrd M. Resident Evil Village Location: Where is the Sequel Set? URL: <https://www.denofgeek.com/games/resident-evil-village-location-setting/> (дата звернення 22.11.2024).
20. Chalk A. Greedfall teaser reveals a Baroque-inspired RPG about the perils of colonization. URL: <https://www.pcgamer.com/greedfall-teaser-reveals-a-baroque-inspired-rpg-about-the-perils-of-colonization/> (дата звернення 22.11.2024).
21. Discover the iconic Star Wars filming locations in Tunisia. URL: <https://cutt.ly/feL38Ng7> (дата звернення 22.11.2024).
22. Doll K. TWD: Daryl Dixon's Production Designer Breaks Down Building an Apocalyptic France. URL: <https://www.cbr.com/the-walking-dead-daryl-dixon-clovis-weil-interview/> (дата звернення 22.11.2024).
23. Hamilton M. Are You a Potterhead? Here Are 7 Filming Locations You Can Visit. URL: <https://www.afar.com/magazine/harry-potter-filming-locations> (дата звернення 22.11.2024).
24. McNulty T. Resident Evil Village Fan Shows Off Real-World Inspiration For Castle. URL: <https://screenrant.com/resident-evil-village-real-world-castle-inspiration-dimitrescu/> (дата звернення 22.11.2024).
25. Mattia Rainoldi and others. Video Game Experiential Marketing in Tourism: Designing for Experiences. Pp 3–15. URL: https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-030-94751-4_1 (дата звернення 22.11.2024).

26. Merciu F., Vintilă M. The Potential Effect of Video Games on Tourism in Romania. Case Study: Resident Evil Village. URL: <https://sciendo.com/article/10.2478/kbo-2024-0058> (дата звернення 22.11.2024).
27. Montmajour Abbey in Arles, a treasure trove of history and architecture. URL: <https://en.lesbainsgardians.com/post/labbaye-de-montmajour-a-arles-tresor-dhistoire-et-darchitecture> (дата звернення 22.11.2024).
28. Naim M. Sherlock Holmes and Tourism in London. URL: <https://www.mediapolisjournal.com/2020/06/sherlock-holmes-and-tourism-in-london/> (дата звернення 22.11.2024).
29. Oganessian N. “The Walking Dead: Daryl Dixon — The Book Of Carol” Showrunner On Securing “Really Difficult And Complicated” Filming At The Louvre. URL: <https://deadline.com/2024/09/the-walking-dead-daryl-dixon-book-of-carol-film-louvre-1236096448/> (дата звернення 22.11.2024).
30. Ochoa A. Visit These 10 Real Places Used in the Harry Potter Films. URL: <https://www.architecturaldigest.com/story/visit-these-10-real-places-used-in-the-harry-potter-films> (дата звернення 22.11.2024).
31. Paz M. Daryl Dixon: Why Norman Reedus Wanted a Showrunner Outside of The Walking Dead Universe. URL: <https://www.cbr.com/daryl-dixon-walking-dead-norman-reedus-showrunner/> (дата звернення 22.11.2024).
32. Page Y. Searching for the Creed: Assassin's Creed Florence Landmarks. URL: <https://www.theoneswhocamebefore.com/news/searching-for-the-creed%3A-assassin's-creed-florence-landmarks> (дата звернення 22.11.2024).
33. Pickhardt F. The Weather in Dubrovnik, Croatia. URL: <https://freetoursbyfoot.com/weather-dubrovnik/> (дата звернення 22.11.2024).
34. Ross D. Norman Reedus reveals Daryl Dixon filmed in the Louvre and Catacombs. URL: <https://ew.com/tv/norman-reedus-walking-dead-daryl-dixon-louvre-catacombs/> (дата звернення 22.11.2024).
35. The influence of cinema and TV on tourism. URL: <https://hospitality-on.com/en/marketing/influence-cinema-and-tv-tourism> (дата звернення 22.11.2024).

36. The Lord of the Rings filming locations. URL: <https://www.newzealand.com/in/feature/the-lord-of-the-rings-trilogy-filming-locations/> (дата звернення 22.11.2024).

37. Top Sights Where 'Harry Potter' Was Filmed. URL: <https://www.ricksteves.com/watch-read-listen/read/articles/harry-potter-sites> (дата звернення 22.11.2024).

38. Video: The world generation tech behind Far Cry 5. URL: <https://www.gamedeveloper.com/design/video-the-world-generation-tech-behind-i-far-cry-5-i-> (дата звернення 22.11.2024).

39. Zemler E., Waldek S. 32 Star Wars Filming Locations You Can Visit. URL: <https://www.architecturaldigest.com/gallery/star-wars-filming-locations-to-visit> (дата звернення 22.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток 1

Декларація академічної доброчесності

Я, Єпик Даниїл Валерійович, студент групи ТУР 2301-1м Сумського національного аграрного університету зобов'язуюсь дотримуватися принципів академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи. Я поінформований(а), що у разі порушення мною академічної доброчесності під час виконання кваліфікаційної роботи повинен/нна буду нести академічну та/або інші види відповідальності і до мене можуть бути застосовані заходи дисциплінарного характеру за порушення академічної доброчесності та етики академічних взаємовідносин, в тому числі, кваліфікаційна робота може бути анульована з наступним відрахуванням із університету.

Також усвідомлюю, що до мене у майбутньому може бути застосована процедура позбавлення ступеня вищої освіти та відповідної кваліфікації, якщо свідомо вчинене порушення академічної доброчесності не буде виявлено під час перевірки кваліфікаційної роботи на наявність текстових запозичень відповідно до встановленої в університеті процедури з використанням ліцензованих програмних продуктів.

дата

підпис

Апробаційні публікації за темою роботи

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
Департамент науки і освіти Харківської обласної військової адміністрації
Харківська торгово-промислова палата
Державний біотехнологічний університет,
факультет управління торговельно-підприємницькою та митною діяльністю
Краківський економічний університет (Республіка Польща)
Резекненська академія технологій (Латвійська Республіка)
Варшавський університет наук про життя (Республіка Польща)
Стамбульський університет Айдин (Турецька Республіка)
Азербайджанський університет кооперації (Азербайджанська Республіка)

**АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ
АГРОПРОДОВОЛЬЧОЇ СФЕРИ,
ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ТА ТОРГІВЛІ**

**Тези доповідей
II Міжнародної науково-практичної
інтернет-конференції**

2 листопада 2023 р.

Харків
ДБТУ
2023

Батир Ю.Г., Худавердієва В.А., Льонець А.Р. Сутність соціальної безпеки туризму	238
Бочан І.О. Особливості розвитку туризму: історія, сьогодення і майбутнє	240
Безгінова Л.І. Оцінка конкурентних переваг підприємства	244
Безгінова Л.І., Шуміло О.С., Симоненко С.Є. Фактори впливу на ефективність стратегічних рішень	246
Ващенко В.М. Інноваційна діяльність у роботі художніх музеїв Сумської області	249
Грабар М.В., Тимко Д.М. Сучасний стан і перспективи розвитку спа-ринку	250
Гребінюк В.Д., Мерчанський В.В. Електронні системи бронювання в туризмі	252
Грібіник А.В. Сучасний стан і перспективи розвитку туристичної галузі	254
Гриндій О.С. Вплив глобалізаційних процесів на розвиток культурно-пізнавального туризму в Україні на сучасному етапі	257
Грихно А.О., Гонта О.І. Формування концепції тематичного закладу харчування в Україні	259
Дорощ Ю.С. Туризм в Україні в умовах війни: тенденції та розвиток	262
Єпик Д.В. Кіно як популяризатор туризму	264
Єпик Л.І. Музейний туризм у збереженні культурної спадщини	265
Єпик Л.І., Козир К.А. Гастрономічні фестивалі Сумщини	267
Єпик Л.І., Колесник О.М. Краєзнавчі музеї як об'єкти туристичної діяльності	269
Єпик Л.І., Курило О.А. Культурно-мистецькі заходи в контексті розвитку подієвого туризму на Сумщині	270
Єпик Л.І., Мелешко С.І. Сучасні технології у сфері туризму	272
Замула Ю.О. Розвиток системи екскурсійного обслуговування	273
Згоба Ю.І. Перспективи розвитку етнотуризму в Україні	275
Капітонов П.В. Розвиток спортивного туризму в Запорізькій області в умовах воєнного стану	276
Коваленко О.В. Особливості використання крос-культурних комунікацій в історико-культурному туризмі	279
Коваленко О.В., Зякун К.С. Стан і перспективи розвитку готельного бізнесу м. Суми на прикладі SOFA CLUB HOTEL&SPA	281

Список використаних джерел

1. Де українці найбільше відпочивали в Україні влітку: найпопулярніші локації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.rbc.ua/rus/travel/de-ukrayintsi-naybilshe-vidpochivali-ukravini-1694708687.html>
2. Звідки українці беруть натхнення на подорожі під час війни [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/zvidki-ukrayinci-berut-nathnennya-na-podorozhi-pid-chas-viyuni>
3. Скільки українців подорожує країною під час війни? [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.tourism.gov.ua/blog/skilki-ukrayinciv-podorozhuie-krayinovu-pid-chas-viyuni>

КІНО ЯК ПОПУЛЯРИЗАТОР ТУРИЗМУ

Єпик Д.В., здобувач вищої освіти
Сумський національний аграрний університет, м. Суми, Україна

Кіно має надзвичайну силу впливу на глядачів та є одним з потужних інструментів для популяризації туризму. Фільми відкривають перед глядачами захопливі світи, розповідаючи цікаві історії та роблячи доступними найвіддаленіші куточки планети [1, с. 166-169]. Ось, як кіно сприяє популяризації туризму:

1. Візуальна привабливість.

Фільми відображають прекрасні пейзажі, місця та культури різних країн, надаючи глядачам можливість зануритися у них візуально. Великий екран дозволяє перенестися в екзотичні місця, де можна відчувати атмосферу та красу місця, навіть не покидаючи кімнату.

2. Вдихаючи життя в історію.

Фільми, які базуються на історичних подіях або локаціях, надають можливість глядачам дізнатися більше про минуле та культурну спадщину різних регіонів. Вони надихають подорожувати для вивчення історії та спадщини.

3. Реклама локацій.

Зняті на реальних місцях зйомки фільми надають туристичним об'єктам та регіонам значну рекламу. Популярність фільмів часто призводить до збільшення туристичних потоків у ті місця, де вони були створені [3, с. 83-84].

4. Підкреслення культурної різноманітності.

Фільми часто розповідають історії різних культур та етнічних груп. Це сприяє підкресленню культурної різноманітності та зацікавленості глядачів у вивченні інших культур через подорожі.

5. Відкриття нових місць.

Фільми можуть створювати попит на подорожі до раніше маловідомих або недооцінених локацій. Якщо фільм представляє нове та цікаве місце, це може надихнути глядачів відвідати його.

6. Романтика та пригоди.

Багато фільмів пропонують романтичні сюжети або захопливі пригоди, що робить подорожі більш привабливими для глядачів, які хочуть відчувати подібні емоції у реальному житті.

Кіно має великий вплив на туристичну індустрію, яка використовує його силу для привертання подорожуючих та розкриття перед ними чарівних світів та пригод [2]. Фільми створюють мрії та надихають на відкриття нових місць та культурних вражень, роблячи світ більш доступним для всіх.

Список використаних джерел

1. Ачкасова В.В., Салімон С.С. Кінотуризм – інноваційний напрямок розвитку туризму в Україні. Вісник ХНУ імені В.Н. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм». 2019. Вип 9. С. 164-172.
2. Вплив індустрії кінотуризму на культурний розвиток людини. URL: <https://cutt.ly/7wEGe9DB>
3. Зеленко О.О., Осовська У.Є. Кінотуризм як інноваційний інструмент розвитку сфери гостинності України. Часопис економічних реформ. 2022. № 1 (45). С. 81-91. URL: <https://cutt.ly/UwEGrimy>

МУЗЕЙНИЙ ТУРИЗМ У ЗБЕРЕЖЕННІ



Національний університет «Львівська політехніка»
Інститут сталого розвитку ім. В. Чорновола
Кафедра туризму

**ІНДУСТРІЯ ГОСТИННОСТІ:
СТАН, ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТА
ПЕРСПЕКТИВИ ГАЛУЗІ
В УМОВАХ ЄВРОІНТЕГРАЦІЙНИХ ТА
ВІЙСЬКОВИХ ВИКЛИКІВ**

**II-Й МІЖНАРОДНИЙ
НАУКОВО-ПРАКТИЧНИЙ ФОРУМ**

17-19 квітня 2024 року, Україна, Львів

ЗБІРНИК МАТЕРІАЛІВ

Львів
ТзОВ "Фірма "Камула"
2024

Плотнікова Марія, Присяжнюк Оксана. РЕАЛІЗАЦІЯ ІДЕЇ «РОДОВА САДИБА» ЯК ТЕНДЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАДАХ В УМОВАХ ВІЙНИ	227
Хільчевська Ірина, Холодько Анастасія. СИНЕРГІЯ ГАСТРОНОМІЇ ТА ОЗДОРОВЛЕННЯ ЯК СУЧАСНИЙ ТРЕНД В ТУРИЗМІ . . .	253
Скрипка Артем, Єпик Лариса. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЕТНОГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	258
Терлецька Оксана, Кушнір Леся. ТУРИЗМ В УКРАЇНІ У ВІЙСЬКОВИХ УМОВАХ: ВИКЛИКИ, МОЖЛИВОСТІ ТА БЕЗПЕКА	262
Єпик Даниїл, Єпик Лариса. ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ У КІНО ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ІГРАХ	266
Єпик Лариса. ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРНЕТ-КОМУНІКАЦІЙ У ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ: СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ.	270
Курило Олександр, Єпик Лариса. ЕКОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ.	273
Єпик Лариса, Мелешко Сергій. РОЛЬ КОМУНІКАТИВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ В УСПІШНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА	277
Лаврик Олександр. ЗБЕРЕЖЕННЯ ТА ВІДНОВЛЕННЯ КУЛЬТУРНОЇ СПАДЩИНИ У ПОВОЄННИЙ ПЕРІОД: ОСНОВНІ НАПРЯМИ	282
Марія Ладичук. ЛОКАЛЬНИЙ ТУРИЗМ: ПРІОРИТЕТНІСТЬ РОЗВИТКУ В УМОВАХ ВІЙНИ	285
Сергій Задворний. АКТУАЛЬНІ ПИТАННЯ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ ФАХІВЦІВ ДЛЯ ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ ЗА МІЖДИСЦИПЛІНАРНИМИ ОСВІТНІМИ ПРОГРАМАМИ	293
Лущик Марія, Сирота Альона. СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ СЛОВЕНІЇ ЯК ПРИКЛАД ДЛЯ УКРАЇНИ	302
Роїк Оксана, Паздерська Лідія. РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ УКРАЇНИ В УМОВАХ ВІЙНИ: ВИКЛИКИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ . . .	307

ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ У КІНО ТА КОМП'ЮТЕРНИХ ІГРАХ

Єпик Даниїл Валерійович,

*здобувач освіти магістерського рівня,
Сумський національний аграрний університет, Суми*

Єпик Лариса Іванівна,

*к. іст. н., доц., доцент кафедри туризму
Сумський національний аграрний університет, Суми*

266

*Розкривається проблема популяризації певних туристичних
дестинацій засобами кіно та за допомогою комп'ютерних ігор.
Доводиться, що кіно є потужним чинником для розвитку нових
туристичних маршрутів.*

Ключові слова. туризм, кінематограф, комп'ютерні ігри.

*The problem of popularizing certain tourist destinations by means
of movies and computer games is revealed. It is proven that cinema is a
powerful factor for the development of new tourist routes.*

Key words. tourism, cinema, computer games.

Туризм завжди вважався одним із найпривабливіших способів пізнання світу. Проте, з появою кіно та комп'ютерних ігор, уявний світ став доступним у кімнаті кожного. З цією цифровою революцією з'явилася можливість подорожувати не лише фізично, але й у віртуальних просторах. І ця віртуальна подорож може бути так само захопливою, як і реальна, завдяки туристичним дестинаціям у кіно та комп'ютерних іграх.

Кіно та комп'ютерні ігри часто стають вікнами у світ, які можуть бути недоступні у реальному житті. Вони дозволяють глядачам та гравцям відвідувати неймовірні місця, розгадувати таємниці та переживати захоплюючі пригоди, все це не покидаючи зручностей свого домівки [3].

Хоча багато фільмів використовують віртуальні ефекти та зелений екран для створення захоплюючих світів, існують і такі, що були зняті на реальних локаціях. Фанати кіно часто намагаються відвідати ці місця, щоб зануритися у атмосферу своїх улюблених фільмів.

Наприклад, місто Нью-Йорк є популярною туристичною дестинацією, але після виходу фільму "Вартові галактики" від Marvel, локації з фільму стали популярними точками для фанатів. Подібно до цього, Новий Зеландія стала місцем паломництва для прихильників "Володаря Кільця" через її

267

