

МИНОБРНАУКИ РОССИИ  
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение  
высшего образования  
**«САРАТОВСКИЙ НАЦИОНАЛЬНЫЙ ИССЛЕДОВАТЕЛЬСКИЙ  
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ ИМЕНИ Н.Г. ЧЕРНЫШЕВСКОГО»**

Кафедра туризма и культурного наследия

**Кинопроизводство как инструмент повышения туристкой  
привлекательности территории (на примере Саратовской области)**

АВТОРЕФЕРАТ БАКАЛАВРСКОЙ РАБОТЫ

студентки 4 курса 421 группы

направления 43.03.02 – Туризм

Института истории и международных отношений

Меркушовой Софии Андреевны

Научный руководитель

доцент, к.и.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

О. В. Королева

Заведующий кафедрой

к.и.н., доцент

\_\_\_\_\_

подпись, дата

О.В. Королева

Саратов 2026

**Введение.** Актуальность исследования темы обусловлена возрастающей конкуренцией между регионами в сфере туризма и необходимостью поиска инновационных и эффективных методов продвижения. В туристской отрасли традиционные маркетинговые стратегии, такие как реклама, проведение массовых мероприятий, экскурсионных программ требуют значительных финансовых вложений и не всегда дают ожидаемый результат или долгосрочный эффект. В этом контексте особое значение приобретают использование киноконента или фильмов – современных инструментов имиджмейкинга, способных сформировать положительный визуальный образ региона для потока туристов. Мировой опыт показывает, что фильмы, сериалы и съёмки в уникальных природных и культурных локациях несут положительный эффект как в краткосрочной перспективе, так и в долгосрочном плане. Поскольку удачно подобранный и широко распространённый видеоконтент способен многократно увеличивать узнаваемость региона, привлекать целевую аудиторию и стимулировать туристский интерес.

В эпоху цифровых технологий и социальных сетей, влияние кинематографов выходит за рамки кинопремьер, он формирует устойчивый стереотип, уровень узнаваемости и привлекательности, что особенно важно для таких территорий как Саратовская область, обладающей богатым историко-культурным наследием, живописной природой и уникальным ландшафтом. Однако, несмотря на потенциал использования кинематографического контента в маркетинговых стратегиях региона, направление остаётся недостаточно освоенным инструментом, что делает актуальным необходимость изучения его эффективности, перспектив и форматов интеграции.

На сегодняшний день существует большое количество исследований, посвященных вопросам туризма в целом, а также его отдельному направлению – кинотуризму. В их числе работы таких ученых, как В. В. Анисимова В.В., С. А. Дзапшба<sup>1</sup>, А. Д. Чудновский<sup>1</sup>, А. И. Янкович, Н. С. Морозова<sup>2</sup>. Однако, при

---

<sup>1</sup>Анисимова, В.В.Кинотуризм: основные понятия и особенности / В. В. Анисимова //

этом вопросы развития кино туризма в непосредственно Саратовской области и его влияния на привлекательность территории рассмотрены недостаточно. В отечественной науке можно выделить следующие направления исследований: общие теоретические аспекты кинотуризма<sup>3</sup>, примеры успешной реализации туристических проектов в других регионах России<sup>4</sup>, а также анализ международного опыта развития кинотуризма. Однако несмотря на наличие исследований, специфические особенности развития кинотуризма в Саратовской области на сегодняшний день остаются недостаточно изученными. Поэтому требуется систематизация ресурсного потенциала региона для развития кинотуризма, разработка специфических механизмов продвижения кинематографического направления, анализ экономической эффективности туристических проектов в регионе, исследование предпочтений местных жителей в направлении кинотуризма.

Цель исследования – изучить возможности использования кинопроизводства как инструмента повышения туристской привлекательности Саратовской области, включая методику формирования тематических туристских маршрутов на базе кинолокаций и стратегии продвижения региона через аудиовизуальный контент.

Задачи исследования:

- исследовать теоретические аспекты кинотуризма;
- рассмотреть кинопроизводство как инструмент воздействия на

---

Приоритетные направления и проблемы развития внутреннего и международного туризма. Ялта. – 2020– С. 85

<sup>1</sup>Ресурсный потенциал развития индустрии туризма: монография / под ред. А. Д. Чудновского, Коллектив авторов. — Москва: Русайнс. – 2024. –24 с.– Режим доступа: <https://book.ru/book/956980> (Дата обращения: 12. 05. 2024) - Загл. с экрана. – Яз. Рус.

<sup>2</sup>Янкович, А. И. Теоретические основы подходов к оценке туристского потенциала регионов, перспективных для развития кинотуризма/ А. И. Янкович // Научно-методический электронный журнал «Концепт». – 2022. – С. 14.

<sup>3</sup>Сарафанова, А.Г. Кинотуризм как индустрия формирования привлекательных образов мест назначения / А. Г. Сарафанова // Современные проблемы сервиса и туризма. –2023. –№3. –С. 16.

<sup>4</sup>Романишина, Т.С. Киноиндустрия как инструмент продвижения культурного туризма в Республике Дагестан Т. С. Романишина // Сервис plus. –2025. –№1. –С.81-89.

потребительское поведение туристов и туристскую привлекательность территорий;

- исследовать опыт развития кинотуризма в России;
- рассмотреть кинопроизводство и кинематографический образ Саратовской области;
- определить роль кино в развитии туризма в Саратовской области (экскурсии и маршруты);
- исследовать анализ спроса на кинематографические экскурсии и туры в Саратовской области (опрос);
- сформировать рекомендации по развитию перспективных направлений кинотуризма в Саратовской области;
- разработать экскурсию «Саратов в ритме “Комбинации”» как способ повышения туристской привлекательности Саратова.

Структура работы продиктована логикой исследования. Выпускная квалификационная работа состоит из введения, трех глав, списка использованных источников и приложений.

**Основная часть.** В первой главе «Кинематограф как драйвер развития туризма: теория вопроса и практики» представлен комплексный обзор концепций и практик кинотуризма. Теоретическая база включает различные определения кинотуризма разными авторами – от путешествия по местам фильмов для погружения в кинематографический мир<sup>1</sup> до формирования уникальных связей между реальностью и вымыслом<sup>2</sup>, а также идеи о кино, как катализатора туристской активности<sup>3</sup> и культурного взаимодействия.

Большая классификация туризма рассматривается в виде посещения

---

<sup>1</sup>Глушанок, Т. М. Кинотуризм как способ расширения туристского потенциала региона / Т. М. Глушанок // Сервис в России и за рубежом. –2024. –№ 2 (111).– С. 112-115.

<sup>2</sup>Морозова, Н. С. Кинотуризм как инновационная составляющая экономики впечатлений / Н. С. Морозова, А. И. Янкович // Современные проблемы сервиса и туризма. – 2020. – № 2. – С. 18-27.

<sup>3</sup>Анисимова, В.В. Кинотуризм в России: понятия, тенденции и проблемы / А. А. Анисимова // Учёные записки Крымского федер. ун-та им. В.И. Вернадского. –2020. –№2. –С. 20-25.

съёмочных площадок, участия в кинофестивалях, киноэкскурсии, посещение тематических мест и экспозиции. Он способствует развитию экономики, сохранению культурного наследия, инфраструктуры и креативной индустрии регионов.

Кинопроизводство как инструмент воздействия на туристов подчёркивает роль кинематографа в формировании позитивных ассоциаций и визуальных образов, вызывающих желаний посетить места съёмок. Примеры, как «Географ глобус пропил», «Орда», «Левиафан», демонстрируют как новые фильмы и сериалы привлекают туристов, развивают инфраструктуру и стимулируют интерес к регионам. Опыт развития кинотуризма в России прослеживается с началом XX века, с ростом популярности в советский период и дальнейшем расширении в постсоветские годы.

Важными аспектами современного развития является цифровизация – визуальные экскурсии, VR и AR-технологии, тематические маршруты по местам съёмок, создание навигационных приложений и информационных центров. Российские регионы активно используют фильмы и сериалы для привлечения туристов: примеры Казани, Крыма и Якутии показывают, как кино способствует развитию инфраструктуры, популяризации культурных и природных достопримечательностей.

Однако, с ростом количества туристов возникают и негативные последствия, такие как перезагрузка инфраструктура, экологические проблемы объектов, что требует решения со стороны власти, бизнеса и туристов.

*Вторая глава работы «Кинопроизводство в Саратовской области и его роль в развитии туризма» посвящена анализу роли и потенциала кинематографического производства и кинотуризма в Саратовской области как стратегически важного направления для развития региона. Саратов, расположенный в Поволжье на берегу Волги, обладает богатым культурно-историческим наследием, природной красотой, архитектурными памятниками и развитой транспортной инфраструктурой, что создаёт условия для создания привлекательных кинематографических образов и развития туристских*

маршрутов, связанных с кино.

Исторический Саратов является одним из старейших центров российского кинематографа, начиная с конца XIX века. В советский период развитие кинематографии сочеталось с пропагандистскими задачами и культурно-просветительской деятельностью, что способствовало формированию образа города как культурного, интеллектуального и трудолюбивого центра. В разные исторические периоды образ города в кино менялся – от символа культуры и прогресса, через постсоветскую деконструкцию прошлых дней до современных изображений, включающих как негативные стереотипы, так и позитивные инициативы по развитию культурной среды.

Кинотуризм Саратовской области представлен различными форматами – экскурсиями по следам съёмок известных фильмов, музейными экспонатами, тематическими маршрутами, выставками, современными форматами – виртуальными экскурсиями и онлайн-прогулками. Примеры успешных маршрутов включают следы съёмочных площадок, памятных мест из фильмов и сцен, связанных с фигурами кинематографа региона. Значительная роль отводится организации мероприятий, например, «Киносаратов»–экскурсии по историческим кинотеатрам, городским легендам и популярным локациям из фильмов.

Анализ спроса, проведённый посредством социологического опроса среди молодёжи, показывает высокий интерес к кинотуризму – 73% респондентов выражают желание посещать такие маршруты, но большинство в пределах бюджета в 2000 руб. Опрошенные предпочитают маршруты по местам съёмок, связанных с известными фильмами и сериалами, также историческими и личностными сюжетами. Важными аспектами опроса являются использование современных технологий – дополненной реальности, интерактивных квестов и видеосъёмки, что показывает перспективность внедрения инновационной привлекательности кинотуров.

Таким образом, в Саратовской области реализуются возможности для развития кинотуризма, которые способны не только укрепить имидж региона как культурного центра, но и стимулировать развитие структуры, создать рабочие места и популяризовать местную историю и кинематографическое наследие.

*Третья глава «Кинопроизводство как перспективный инструмент повышения туристской привлекательности Саратова»* посвящена разработке **туристского проекта** – экскурсионного маршрута «Саратов в ритме “Комбинации”». Этот маршрут сочетает себе элементы путешествия, съёмки и погружения в культурное наследие Саратовской области, что способствует повышению туристской привлекательности города. Такой формат ориентирован на современные тенденции видеоблогинга, сторителлинга, интерактивного взаимодействия и активного вовлечения участников в процесс создания пользовательского видеоконтента, что способствует популяризации маршрута и формируют позитивный имидж региона как креативной туристской зоны.

Маршрут включает основные объекты:

– начало пути – площадь им. Кирова у цирка. Экскурсовод в стилизованном образе – в яркой олимпийке и с начесом встречает группу под звуки кассетного плеера. Он рассказывает о том, какие места будут посещены в рамках данной экскурсии. Интерактив – осмотр талантов – участникам предлагается сделать первое фото используя реквизит – солнцезащитные очки - авиаторы, клипсы для девушек;

– прогулка по проспекту и эстетика советского шика – переход к знаковым местам, где проходили первые неформальные выступления и прогулки группы, акцент на архитектуре сталинского эмпиризма и старого Саратова – Дом Королькова-Воробьёва, здания гостиницы «Волга», кондитерская «ОтъПрачкина». Акцент на ретро-эмоции – рассказ о дефиците и о том, как создавались те самые сценические образы из подручных

средств–варили джинсы, шили из штор юбки и платья;

– сбор у консерватории. Демонстрация кадров из фильма на смартфонах, снятых на этой локации для сравнения исторического облика и кинокартины, а также рассказ о том, как в стенах консерватории и окрестных точках Александр Шишилин искал первых участниц;

– далее экскурсанты по пешеходной зоне направляются на набережную, по пути проходят мимо кафе Reach, аллеи Г. Сафарова, площади Пыпина, экскурсовод рассказывает об интересных случаях со съёмочной площадки– как перекрывали улицы Бабушкин взвоз на участке от улицы Чернышевского до Набережной Космонавтов, подбирали массовку из местных жителей или другие детали. По пути происходит прослушивание редких архивных записей интервью с основателями группы через портативные колонки или индивидуальные наушники;

– следующей точкой является ротонда на набережной–выход к Волге как символизм «свободы и провинциального успеха», рассказ о том, как группа покидала город, чтобы завоевать страну. Также на данной локации происходит фотосессия. Участники записывают короткие сообщения в «капсулу времени» о том, что для них значит успех сегодня, связывая историю артистов прошлого с современными возможностями;

– Перед следующей точкой, целесообразно сделать перерыв на перекус, рядом Ротондой», где предположительно обедали участники группы «Комбинация» в период проведения концертов и репетиций – «Кафетерий № 11». Посещение данного мета по желанию;

– далее посредством заказанного автобуса четвёртой локации является стадион «Динамо» – первый объект масштабных выступлений и съёмок ключевых концертных сцен сериала, экскурсоводом производится рассказ об организации массовых цен для сериала, в которых принимали участие сотни тысяч жителей Саратова. Интерактив – прослушивание через аудиогид архивных записей с концерта комбинации

– заключительной точкой является Дом культуры «Химик», как культовое место в Заводском районе, где фактически создавалась история группы. Дом культуры выступает как площадка для репетиции и первых проб звука. В локации происходит погружение в индустриальную эстетику района, обсуждение того, как «спальные» районы влияли на тексты песен, например, Russian Girl или «Бухгалтер».

Анализ целевой аудитории показывает, что основной потенциал включает молодёжь в возрасте от 15 до 35 лет – школьники, студенты, молодые специалисты и активные пользователи социальных сетей. Планируется реализовать пилотную программу летом - осенью в 2026 года для сбора обратной связи и доработки маршрута, а в последующем расширить его по регионам России, что при правильной маркетинговой поддержке станет устойчивым туристским продуктом.

Выбор локации обусловлен критерием исторической аутентичности, кинематографической выразительности и инфраструктурной доступности. Особое внимание уделяется реализации практики стилизации объектов – конструкции стен, использованию специальных эффектов дома культуры «Химиков», что способствует формированию у туристов ощущения погружения и сопричастности к местам сериала. Демонстрация реальных мест и сравнение их с кинематографической интерпретацией помогают расширить культурно-познавательный опыт участников.

Программа маршрута представляет групповое участие с использованием комфортабельного транспорта, начиная с утреннего обзора и включающая тематические остановки. В течение дня используются мультимедийные материалы, видеоролики, фотографии, интерактивные квесты, что обеспечивает динамичное и познавательное восприятие региона. В конце инструкции проводятся общая дискуссия и показ отснятых материалов, стимулирующих интерес и обмен впечатлениями.

Для того, чтобы рассчитать стоимость экскурсии на человека была учтена амортизация.

Так, амортизация на видеокамеры, фотозону рассчитывается на 3 года, если планируется за это время провести 60 экскурсий, тогда,  $(25000+10000)/60=583$  руб. Аналогично, как и печатные материалы, можно учитывать как текущие расходы, тогда в стоимость экскурсии можно учитывать стоимость капитальных затрат – 583 рубля, а остальные расходы – операционные.

Так,  $583/20=29$  руб. на 1 человека в экскурсии;

$24500+12000+1500+50000+7000+10000=105000$  – всего без учета амортизации;

$105000+14000=119000$  рублей и непредвиденными расходами;

$119000+583=119583$  рубля всего с учетом амортизации;

$118417/20=5921$  рублей стоимость на 1 человека.

Таким образом, итоговая стоимость на человека составляет 6000 руб

Для продвижения проекта предусмотрен мультимедийный маркетинговый план – таргетированная реклама в социальных сетях, партнёрство с туристскими агентствами и образовательными учреждениями, мероприятия со скидками и бонусами, что позволяет прогнозировать привлечение до 500 заинтересованных участников и расширение аудитории.

Таким образом, внедрение данного маршрута «Прогулка по местам съёмок популярных кинолент с видеокамерой» способствует формированию инновационной, социальной и культурной среды в Саратове, повышает туристскую привлекательность региона, стимулирует развитие смежных индустрий через цифровые технологии, делая тур более привлекательным для молодежной активной аудитории.

**Заключение.** По итогам проведённого исследования можно сделать следующие выводы. Кинотуризм является сложным аспектом, объединяющим культурные, экономические и социальные явления развития регионов. Его потенциал заключается в стимулировании туристского интереса, сохранении и

популяризации культурного наследия, а также создания новых рабочих мест и развития инфраструктуры.

Развитие кинопроизводства и кинотуризма в Саратовской области обладает значительным потенциалом, обусловленным богатым культурно-историческим наследием, уникальными природным и ландшафтным развитием. Киноиндустрия способствует формированию позитивных и негативных образов региона, влияя на его имидж как культурного, так и провинциального центра, что создаёт возможности для туристского продвижения. Реализуемые экскурсии, маршруты и программы, основанные на кинонаследии и съемочных локациях, позволяют не только расширить туристскую сеть региона, но и способствуют историческому и культурному богатству среди различных категорий туристов.

Анализ спроса выявил интерес молодежи к кинематографическим экскурсиям, а также возможность активизации их охват через внедрение современных цифровых технологий. Большинство респондентов готовы участвовать в тематических турах, при этом ценовые предпочтения и предпочтительный формат указывают на актуальность разработки недорогих, интерактивных и современных маршрутов с использованием как виртуальной реальности, так и социальных сетей. В целом кинотуризм Саратовской области является перспективным направлением, способным не только привлечь туристов, но и укрепить культурную идентичность региона, повысить его узнаваемость и стимулировать развитие инфраструктуры и креативных индустрий.

Рекомендации по развитию кинотуризма в Саратовской области подчёркивает необходимость системного обновления и расширения инфраструктуры, внедрение современных технологий, использование социальных сетей для продвижения. Создание тематических маршрутов, объединяющих кинофильмы, связанные с регионом, проведение фестивалей и кинопоказов может укрепить культурный имидж и привлечь разные целевые аудитории.

Разработка экскурсии «Саратов в ритме “Комбинации”» ориентирована на молодёжь и активных пользователей цифровых технологий, что способствует повышению вовлеченности и популярности региона. Такой подход позволит создать оригинальные пользовательские материалы, расширяя охваты за счёт активного контента в социальных сетях. Это подтверждает высокий потенциал спроса среди молодёжи, особенно при использовании современных мультимедийных и интерактивных решений, что усиливает перспективы развития регионального кинотуризма.

Эффективное продвижение маршрута через мультиканальный рекламные кампании, партнёрские связи с туристскими агентствами и учебными заведениями обеспечат расширение целевой аудитории и создания устойчивого потока туристов. Систематическая реализация этих мероприятий и стратегий поможет Саратовской области усилить свои позиции как привлекательного центра кинотуризма, повысить туристскую активность и содействовать развитию индустрии и укрепить имидж региона, как креативного и современного места для отдыха и познания.