

ҚАЗАҚСТАН РЕСПУБЛИКАСЫ ҒЫЛЫМ ЖӘНЕ ЖОҒАРЫ БІЛІМ МИНИСТРЛІГІ

«Л.Н. ГУМИЛЕВ АТЫНДАҒЫ ЕУРАЗИЯ ҰЛТТЫҚ УНИВЕРСИТЕТІ» КЕАҚ

**Студенттер мен жас ғалымдардың
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»
XIX Халықаралық ғылыми конференциясының
БАЯНДАМАЛАР ЖИНАҒЫ**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
XIX Международной научной конференции
студентов и молодых ученых
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**PROCEEDINGS
of the XIX International Scientific Conference
for students and young scholars
«GYLYM JÁNE BILIM - 2024»**

**2024
Астана**

УДК 001

ББК 72

G99

«ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» студенттер мен жас ғалымдардың XIX Халықаралық ғылыми конференциясы = XIX Международная научная конференция студентов и молодых ученых «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024» = The XIX International Scientific Conference for students and young scholars «ǴYLYM JÁNE BILIM – 2024». – Астана: – 7478 б. - қазақша, орысша, ағылшынша.

ISBN 978-601-7697-07-5

Жинаққа студенттердің, магистранттардың, докторанттардың және жас ғалымдардың жаратылыстану-техникалық және гуманитарлық ғылымдардың өзекті мәселелері бойынша баяндамалары енгізілген.

The proceedings are the papers of students, undergraduates, doctoral students and young researchers on topical issues of natural and technical sciences and humanities.

В сборник вошли доклады студентов, магистрантов, докторантов и молодых ученых по актуальным вопросам естественно-технических и гуманитарных наук.

УДК 001

ББК 72

G99

ISBN 978-601-7697-07-5

**©Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия
ұлттық университеті, 2024**

КИНЕМАТОГРАФИЯ - ТУРИСТІК ИНДУСТРИЯНЫ ДАМУҒА ҚҰРАЛЫ РЕТІНДЕ

Касымжан Дильназ Болатқызы

Алдажуман Әнел Даулетқызы

dilnaz_kosymzhan@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы ЕҰУ «Туризм» кафедрасының 1-курс магистранттары,
Астана, Қазақстан

Ғылыми жетекші - «Туризм» кафедрасының философия докторы (PhD), доцент м.а.
Тлеубаева Айтолқын Тлеубайқызы

Аңдатпа

Бұл мақала туризм индустриясын дамыту құралы ретінде кинематографияның әлеуетін зерттейді. Киноиндустрияның туристік бағыттарды таңдауға әсері, туристер үшін түсірілім орындарының тартымдылығы, сондай-ақ туристерді аймақтарға тарту үшін кинематографияны пайдалану стратегиялары қарастырылады. Кинотуризмді сәтті қолданудың практикалық мысалдары талданады және туризмді дамытуда осы тәсілдің тиімділігін жақсарту бойынша ұсыныстар ұсынылады.

Түйін сөздер: туризм индустриясы, кинематография, кинотуризм, экономика.

Киноиндустрия креативті экономика саласының негізгі құрамдас бөлігі болып табылады. ХХІ ғасырда оның өңірлердің экономикалық дамуына ықпалының өсуіне байланысты зерттеу өзекті бола түсуде. Қазіргі заманғы киноиндустрия көптеген елдерде экономиканың маңызды секторын білдіреді, мәдени өнімдер саласындағы жұмыспен қамтылғандар мен тауар айналымының айтарлықтай үлесін қамтамасыз етеді. Киноиндустриямен байланысты кәсіби салалар, мысалы, сәулет және жарнама сияқты салалардағы қызметкерлерден көп жұмысшылармен айналысады. Дүние жүзіндегі киноиндустрияның жалпы кірісі үлкен сомаға бағаланады және ол Оңтүстік Корея, Аргентина және Мексика сияқты дамушы елдерде қарқынды өсуді жалғастыруда [1].





Кинематографияның дамуы фильм түсірумен байланысты орындарға деген қызығушылықтың артуымен қатар жүреді, бұл туристік саланың дамуына жаңа перспективалар ашады. Осы жағдайды ескере отырып, туризм индустриясын дамыту құралы ретінде кинематографияның әлеуетін зерттеу назар аударуға тұрарлық өзекті тақырып болып табылады.

Қазіргі әлем мәдени және экологиялық тұрақты туризмді дамытуға көбірек бағытталғандығын ескере отырып, кинематографияны туристерді тарту құралы ретінде пайдалану перспективалы тәсіл болып көрінеді. Өз кезегінде, бұл инфрақұрылымды дамытуға, мәдени алмасуды кеңейтуге және туристік ресурстарды бірінші орынға қоятын өңірлерде экономикалық белсенділікті арттыруға жаңа мүмкіндіктер туғызады. Бұл тұрғыда кинематографияның қазіргі әлемде атқаратын рөлін тереңірек зерттеу, сондай-ақ туристік индустрияны дамытуда осы әлеуетті оңтайландыру стратегияларын анықтау қажет [2].

Киноиндустрия мен туризм бір-бірін толықтырады. Фильмдер көбінесе саяхатқа шабыт береді, ал түсірілім орындары туристерді қызықтырады. Өз кезегінде туризм киноиндустрияны орындардың танымалдылығын арттыру және ілесіп тауарлар мен қызметтерге сұранысты арттыру арқылы ынталандыруы мүмкін. Ал кино белгілі бір аймақтар мен көрікті жерлерге назар аудара отырып, туристік бағыттарды таңдауға айтарлықтай әсер етуі мүмкін. Әлемнің түкпір-түкпірінде түсірілген фильмдер туристерді осы жерлерге баруға ынталандыруы мүмкін [3].

Киноиндустрия мен туризмнің өзара байланысының нақты мысалдары 1-кестеде көрсетілген.

Кесте 1 - Киноиндустрия мен туризм байланысының мысалдары

№	Туынды атауы	Түсірілім өткен дестинация	Кинопарк бейнесі
1	"Властелин колец" трилогиясы	Жаңа Зеландия	
2	"Игра престолов" телехикаясы	Дубровник	
3	"Хоббит" фильмі	Жаңа Зеландия	
4	«Сұлтан Сүлейман» телехикаясы	Түркия	
Ескертпе – авторлармен зерттеу барысында әзірленген			

Осылайша, киноиндустрия түсірілім орындарының тартымды бейнелерін жасай отырып, туристік сұранысты ынталандырады және тиісті аумақтарда туристік индустрияның дамуына ықпал етеді. Өз кезегінде, туризм осындай аймақтарға назар аудара отырып, киноиндустрияның одан әрі дамуына ықпал етеді, тек қаржылық қана емес, сонымен қатар екі сала үшін де мәдени және әлеуметтік пайда әкеледі.

"Kazakh Tourism" ҰК АҚ бас маманы Ғалымжан Сейловтың айтуынша, кинотуризм ойын-сауық индустриясы мен халықаралық туризмнің өсуімен күшейтілген әлемдік феномен болып табылады.

Мысал ретінде, Питер Джексонның әйгілі «Властелин колец» трилогиясы түсірілген Жаңа Зеландияны келтіруге болады (кесте 1). Ел билігі Жаңа Зеландияны белсенді түрде жарнамалап, оны "Орта жер" әлемімен байланыстырды. Air New Zealand сонымен қатар өз ұшақтарында хоббиттерге арналған тақырыптық дизайнды енгізді, ал басты туристік

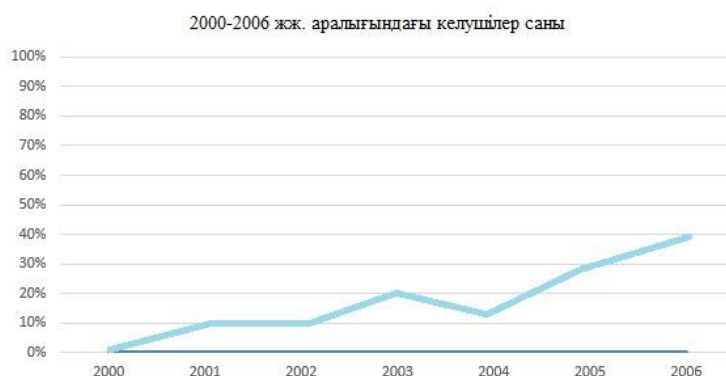
тартымдылық фильм түсіру үшін арнайы жасалған "Хоббитон" болды. Кинематография жергілікті экономикаға айтарлықтай әсер ете отырып, туризмнің өсуіне қуатты түрткі болды. Түсірілім орындары үлкен экранда көргісі келетін туристер үшін ерекше тартымды магнетизмге ие. "Tourism Competitive Intelligence" зерттеуіне сәйкес, 40 миллионға жуық турист әйгілі фильмдер түсірілген елдерді таңдайды. Туристердің 10% - дан астамы кинолокациялардың танымалдылығын ескере отырып, баратын орындарды таңдайтынын мойындайды. Статистика фильмдер мен телехикаялардың түсірілім орындары көптеген туристерді қызықтыратынын және туристік бағыттарды таңдауға айтарлықтай әсер ететінін растайды [4].

Фильмдердің танымалдығы мен белгілі бір елге келушілер саны арасында тікелей байланыс бар, бұл "Kazakh Tourism" ҰҚ АҚ зерттеуін көрсетті. Мысалы, Райли, Бейкер және Ван Дореннің зерттеуіне сәйкес, белгілі бір елдің көрікті жерлерін көрсететін сәтті фильм шыққаннан кейін, бұл елдегі туризм бес жыл ішінде 50% - дан астам өсуі мүмкін.

Корей телехикаялары Кореядағы туризмнің дамуына да айтарлықтай әсер етті. Мысалы, белгілі бір бөлім шыққаннан кейін Гангвон провинциясындағы туристер саны 40% - ға өсті. Жаңа Зеландияда "Властелин Колец" трилогиясының арқасында келушілер саны 1.7 миллионнан 2.4 миллионға дейін өсті, бұл зерттеуде де атап өтілді (сурет 1).

"Игра Престолов" телехикаясының туристер санының артуына әсері сөзсіз. Телехикая түсірілген Дубровник қаласында (Хорватия) келушілер саны жыл сайын 10% - ға артады. Сол сияқты, "Майами полициясы" фильмі шыққаннан кейін қаладағы туристер саны 150% - ға өсті.

Кинотуризм адамдарды патриотизмге де шабыттандыруы мүмкін. Мысалы, "Спасение рядового Райана" фильмі шыққаннан кейін Нормандияға 40%-ға көп американдық азаматтар келді. Бір қызығы, фильмнің жетістігі әртүрлі елдердің туристік стратегияларына да әсер етеді. Мысалы, Норвегияда Үкімет елдің табиғи көрікті жерлерін көрсететін "Холодное сердце" мультфильмінің танымалдылығына байланысты туристік жылжыту бюджетін қысқартты [5].



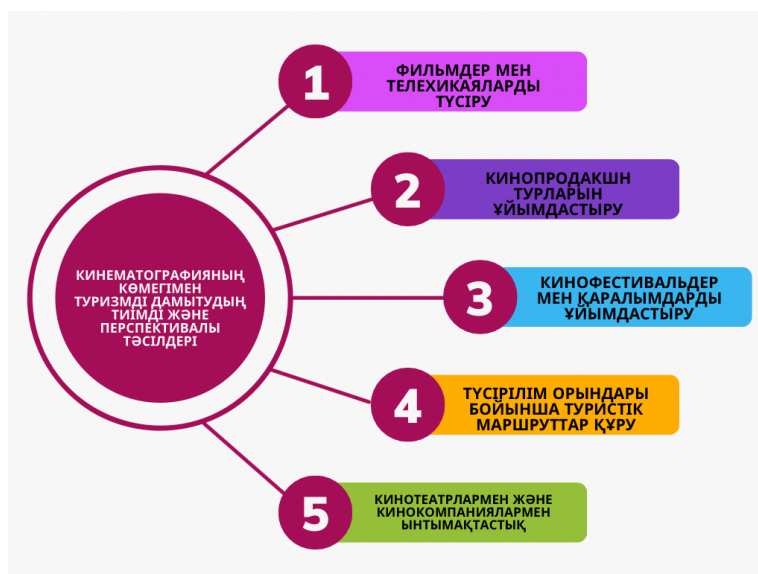
Сурет 1 – Жаңа Зеландияда кинотуризмнің ЖІӨ-ге әсерінің көрінісі

Ескертпе – авторлармен зерттеу барысында әзірленген

Берілген статистикада 2000 жылдан 2006 жылға дейін туристер ағынының 1,7 миллионнан 2,4 миллионға дейін, яғни, 40% – ға өскенін байқауға болады (сурет 1).

"Сіз табиғи ауылды аралап, фильмдегідей жақсы сақталған көркем панорамаларды тамашалай аласыз", – мұндай туризм ұрпақтарды біріктіретінін айтты Андерсон: ата-әжелер Жаңа Зеландияға немерелерімен бірге келіп, әртүрлі жерлерді аралар өтеді.

Кинотуризм - келушілер кино түсіру орындарына немесе киноиндустриямен байланысты басқа жерлерге саяхаттайтын туризмнің бір түрі. Туризмнің бұл түрі кино мұражайлар мен студиялар сияқты мәдени орындарға баруды, сондай-ақ түсірілім жүргізілген әртүрлі орындарды тексеруді қамтуы мүмкін. Бұл туризм түрін дамытудың бірқатар тиімді тәсілдері бар (сурет 2).



Сурет 2 – Кинотуризмді дамытудың басым тәсілдері
Ескертпе – авторлармен [6] әдебиеті негізінде әзірленген

Кинематографтың көмегімен Қазақстанда туризмді дамыту туристік бағыт ретінде елге назар аудару үшін тиімді және басым тәсіл бола алады (сурет 2):

1. Қазақстанда фильмдер мен телехикаяларды түсіру шетелдік және отандық фильмдер мен телехикаяларды тарту елдің, оның табиғатының, мәдениеті мен тарихының танымал болуына ықпал етуі мүмкін. Қазақстанның әдемі пейзаждары, тарихи көрікті жерлері мен бірегей мәдени ерекшеліктері кинематографиялық зерттеу мен көрермендерді тарту үшін платформа бола алады;

2. Кинопродакшн турларын ұйымдастыру - кинопродакшн турларын өткізу, оның шеңберінде туристер белгілі фильмдердің түсірілім орындарына барып, кинофильмдер жасау процесі туралы біле алады, тіпті түсірілімге қатыса алады, бірегей туристік тәжірибе бола алады және кино әуесқойларын тарта алады;

3. Қазақстанда кинофестивальдер мен қаралымдарды ұйымдастыру түсірілген немесе қазақстандық мәдениетке бағдарланған кинофестивальдер мен фильмдер көрсетілімдерін өткізу аудиторияны кеңейтуге және қазақстандық кинематографтың байлығына және оның елдің туристік әлеуетімен байланысына назар аударуға мүмкіндік береді;

4. Түсірілім орындары бойынша туристік маршруттар құру Қазақстандағы танымал кинематографиялық түсірілім орындарын қамтитын туристік маршруттарды әзірлеу туристерге кино әлеміне енуге және сонымен бірге осы жерлердің сұлулығы мен атмосферасын тамашалауға мүмкіндік береді;

5. Кинотеатрлармен және кинокомпаниялармен ынтымақтастыққы Қазақстанның кинематографиялық мұрасын ілгерілету және елдің туристік мүмкіндіктеріне назар аудару үшін кинотеатрлармен, дистрибьюторлармен және кинокомпаниялармен әріптестік қатынастар орнату жатады.

Қорытындылай келе, кинематографты Қазақстанның туристік индустриясына интеграциялау арқылы келушілер санын арттыруға, ел және оның мәдени мұрасы туралы хабардарлықты арттыруға, сондай-ақ туризм индустриясын дамыту арқылы экономикалық дамуды ынталандыруға ықпал ететін бірегей және тартымды туристік өнімдер жасауға әбден болады.

Қолданылған әдебиеттер тізімі

1. Как страны используют кино для развития туризма? / <https://the-steppe.com/gorod/kak-strany-ispolzuyut-kino-dlya-razvitiya-turizma>.
2. Кино: Энциклопедический словарь. М.: Советская энциклопедия, 1987.

3. Вся кинематография. Настольная адресная и справочная книга / ред. Ц.Ю. Сулиминский. — М.: Жак Чибрарио де Годен, 1916. 192 с.
4. Как Новая Зеландия 20 лет растёт на «Властелине колец»: сотни тысяч новых туристов, опора ВВП, сотни рабочих мест на декорациях Хоббитона / <https://m.cyber.sports.ru/tribuna/blogs/cinema/3172924.html>.
5. Baker E. Cinematic Tourism: Exploring the Relationship between Film, Locations, and Tourism. Routledge / <https://www.researchgate.net/publication/362806574>.
6. Панкрухин, А.П. Маркетинг территорий / <http://marketing.spb.ru>.

ӘОЖ 8701

ҚАЗАҚСТАНДАҒЫ ЭКОЛОГИЯЛЫҚ ТУРИЗМ ӘЛЕУЕТІНІҢ ЭКОБРЕНДИНГТІ ДАМУДАҒЫ РОЛІ

Каражанова Мейрамгүл Хасенқызы

mzhkmir@mail.ru

Л.Н. Гумилев атындағы Еуразия ұлттық университеті докторанты, Астана, Қазақстан

Табиғи объектілері көп Қазақстан экотуризмді дамыту үшін зор әлеуетке ие. Қазақстан Республикасы «Экология, геология және табиғи ресурстар министрлігі Орман шаруашылығы және жануарлар дүниесі» комитетінің деректеріне сәйкес, елдің ерекше қорғалатын табиғи аумақтарының жалпы ауданы шамамен 0,26 млн км² құрайды, бұл экологиялық туризмді жақсы дамыған елдерге қарағанда он есе көп. Экотуризм – бұл қоршаған ортаны сақтайтын, жергілікті халықтың әл-ауқатын қолдайтын және экскурсиялық-ағартушылық қызмет пен білім беруді көздейтін табиғи аудандарға жауапты саяхат. Экологиялық туризм – Қазақстандағы тұрақтылықты сақтау үшін керек басым бағыттардың бірі. Дегенмен, мұның бәрі әді даму және қалыптасу сатысында. Біздің еліміз туризмнің осы саласын дамытуға, туристерді қабылдауға дайын және олардың қызығушылығын тартуды жалғастыруда.

Әлемде экологиялық тұрақтылық және туризмдегі жауапты тұтыну мәселелеріне қызығушылықтың артуы байқалады. Туристер табиғатқа, экологиялық аспектілерге және туристік бағыттар мен кәсіпорындардың әлеуметтік жауапкершілігіне көбірек көңіл бөледі. Қазақстан Республикасы түрлі табиғи байлықтар мен мәдени мұраларға ие бола отырып, туризмді дамыту үшін орасан зор әлеуетке ие, бірақ бұл ретте тұрақтылық пен экологиялық жауапкершілік саласындағы сын-қатерлерге тап болып отыр. Сонымен қатар, маркетингтік құралдарды әлсіз пайдалану жоғарыда аталған артықшылықтарды жүзеге асыруға мүмкіндік бермейді.

Қазақстанды Дүниежүзілік туристік ұйым экологиялық туризмді дамыту тұрғысынан неғұрлым перспективалы өңірлердің бірі ретінде қарастырады. Қазіргі уақытта Қазақстандағы экологиялық туризм-бұл елдің табиғи ресурстарын пайдалануға бағытталған кіру туризмінің экологиялық сауатты ұйымы.

Бұл кіру туризм саласы үшін қолайлықты, Қазақстанның ел ретіндегі оң беделін қалыптастыруда қиындықтар туғызып отыр. Жоғарыда аталған мәселелердің оң шешім табуы үшін Қазақстандағы кіру туризмін дамытуды мемлекеттік қолдау келесі бағыттар бойынша жүзеге асырылу керек (1сурет).

Кіру туризм сферасын тиімді дамытуға бағытталған жоғарыдағы ұсыныстар, әлемдік нарықтағы қазақстандық туристік дестинациялардың бәсекеге қабілеттілігі мен жоғары сапасын қамтамасыз етуге, мемлекеттік қолдауға тура тәуелді республика өңірлерінде туристік дестинациялардың дамуына ықпал етеді.

Экологиялық туризмді ұйымдастырудағы алғашқы қадамдар елдің ерекше қорғалатын табиғи аумақтарында (ЕҚТА) туристік қызметті дамытумен байланысты.

Кейбір аумақтардың танымалдығы туристер ағынының күрт өсуіне әкеледі немесе әкелуі мүмкін, бұл табиғи ортаның сақталуына және оңаша демалу мүмкіндігіне теріс әсер