



# OUTPACE

INNOVATING TOURISM THROUGH POP CULTURE

## IO2 OUTPACE VADOVAS

Gidas j popkultūros turismā



Co-funded by the  
Erasmus+ Programme  
of the European Union

## TURINYS

1. Kas yra popkultūros turizmas?
2. Popkultūros turizmo svarba
3. Popkultūros turizmo formos
4. Kas yra popkultūros turistai?
5. Popkultūros produktų kūrimas skirtingose aplinkose
6. Popkultūros produkto rinkodara
7. Atvejų analizė: gerosios praktikos pavyzdžiai



## KAS YRA POPKULTŪROS TURIZMAS?

Šiame OUTPACE popkultūros turizmo vadove nagrinėsime šį įdomų naują reiškinį ir ieškosime būdų, kaip išnaudoti jo potencialą savo verslui, organizacijai ar regionui.

Popkultūros turizmas yra kultūrinio turizmo porūšis, kuris, Jungtinių Tautų pasaulio turizmo organizacijos (UNWTO) duomenimis, sudaro beveik pusę visų tarptautinių turizmo kelionių.

UNWTO apskaičiavo, kad 47 proc. visų tarptautinių atvykstančiųjų yra kultūriniai turistai.

(UNWTO 2018 m. sinergijos ataskaita)

Kultūrinis turizmas yra:

„turizmas, kuriame daugiausia dėmesio skiriama kultūrinėms lankytinoms vietoms, veikloms ir praktikoms kaip pagrindiniams motyvuojantiems keliauti veiksniams“ (Smith et al. 2010: 30).

Tai turistinės kelionės, kurių tikslas - pasigrožėti įvairiais šalies kultūros aspektais: architektūra, menu, muziejais, istoriniais pastatais, scenos menais ir kt. Kultūrinis turizmas apima keliones, skirtas, pavyzdžiui, meno festivaliams ar operos gastrolėms, taip pat gali apimti muziejų ar pilių lankymą šeimos atostogų metu. Daugiau apie kultūrinį turizmą galite paskaityti UNWTO Turizmo ir kultūros sinergijos ataskaitoje (2018 m.), kurioje pabrėžiamas simbiotinis turizmo ir kultūros ryšys ir akcentuojamas svarbus kultūrinio turizmo vaidmuo šiuolaikiniame pasauliniame turizme:

<https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418978>

Kultūrinis turizmas yra svarbus traukos objektas daugelyje šalių ir regionų, kuriuose gali trūkti tradicinių saulės, jūros ir smėlio pramogų, o lankytojai iš daugelio pasaulio dalių yra labai motyvuoti aplankyti vietas, kuriose siūloma daug kultūros ir paveldo. Toliau galite perskaityti 2014 m. „Visit Britain“ ataskaitą apie Didžiosios Britanijos kultūros ir paveldo panaudojimą. Šioje ataskaitoje parodoma, kaip nacionalinė turizmo taryba gali paskatinti atskiras įmones labiau išnaudoti kultūros ir paveldo temas:

<https://www.visitbritain.org/sites/default/files/vb-corporate/Documents-Library/documents/2014-12%20Leveraging%20our%20Culture%20and%20Heritage.pdf>

Platesniame kultūrinio turizmo sektoriuje galima rasti **popkultūros turizmą**, kai dėmesys sutelkiamas ne į aukštąsias operos ir klasikinės muzikos meno formas, tradicinį paveldą ar archeologiją, o į **šiuolaikines** kultūros formas.

Pastaruoju metu kultūrinio turizmo sąvoka išsiplėtė ir apima daugelį kitų kasdienių kultūrinių veiklų, kurios vis dažniau pritraukia lankytojus. Šiame vadove tai vadiname POPKULTŪROS TURIZMU.

Popkultūra apibūdinama kaip:

„daugeliui patinkanti kultūra, kažkas kita nei smulkioji kultūra, esanti masinės gamybos ir vartojimo kontekste, sukurta žmonių, skirta žmonėms, prieinama ir komercinė“ (Lexhagen, Larson, Lundberg 2013: 134).

**Popkultūros turizmas** - tai lankymasis vietose, susijusiose su šiomis populiariosios masinės kultūros formomis, pavyzdžiui, žiniasklaida, populiariąja muzika, moda ir dizainu.

Labiausiai paplitusios šios popkultūros turizmo formos yra apsilankymai vietose, susijusiose su filmais, televizija ir skaitmenine žiniasklaida, knygomis ir populiariąja muzika, todėl šiame vadove bus nagrinėjamos būtent šios temos.

Todėl mes popkultūros turizmą apibrėžiame kaip:

kelionės, kurias skatina popkultūros reiškiniai, pavyzdžiui, knygos, filmai ir muzika

## POPKULTŪROS TURIZMO SVARBA

Popkultūros turizmas tampa vis populiarsnis, todėl daugelis šalių, regionų ir vietovių skiria daug dėmesio šio sektoriaus plėtrai, kad atspindėtų stiprias asociacijas, kurias jie gali turėti su šiomis temomis. Atskiros įmonės taip pat atlieka svarbų vaidmenį plėtojant ir plečiant popkultūros turizmą.

Popkultūros tematika Jungtinėje Karalystėje yra labai populiari - 5 % visų užsienio lankytojų keliauja popkultūros temomis:

„Visit Britain“ tyrimai, 2019 sausis	Atvykstančiųjų lankytojų į JK procentinė dalis	Apsilankymų skaičius	Lankytojų išleista suma
Apsilankymas literatūros, muzikos, televizijos ar kino filmavimo aikštelėje Jungtinėje Karalystėje	5	2075 000	1750 milijonų svarų

(Veikla Didžiosios Britanijos tautose ir regionuose Foresight – issue 165 VisitBritain Research Jan 2019)

Mėgavimasis įvairiomis popkultūros formomis gali paskatinti lankytojus keliauti į tam tikrą šalį ar regioną. Neseniai atlikta lankytojų apklausa parodė, kiek lankytojų apsilankyti Škotijoje paskatino popkultūros vartojimas:

Kas paskatino Jus aplankyti Škotiją?	Respondentų procentinė dalis
Knyga	6%
Filmas	6%
Televizijos laida	8%

2016 m. „Visit Scotland“ lankytojų apklausa

Pastaraisiais metais ypač išaugo muzikinis turizmas - daug lankytojų pritraukia festivaliai, muzikos renginiai ir teminės ekskursijos. Neseniai paskelbtoje ataskaitoje apie muzikos turistų poveikį Jungtinei Karalystei nurodyta:

Bendros tiesioginės ir netiesioginės muzikos turizmo išlaidos Jungtinėje Karalystėje 2016 m.	4 milijardai svarų
Muzikos turistų tiesiogiai išleista suma 2016 m.	2,5 milijardo svarų
Muzikos turistų skaičius 2016 m. (823 000 iš užsienio)	12,5 milijonų svarų
Darbo vietos (etatai), kurias 2016 m. sukūrė muzikinis turizmas	47 445

Vidutinės užsienio muzikos turistų išlaidos Jungtinėje Karalystėje 2016 m.	850 svarų

(„Wish You Were Here 2017“ ataskaita)

Kaip matyti toliau, muzikos turizmas plečiasi ir kitose Europos šalyse:

Nuo 2014 m. muzikos turistų skaičius Portugalijoje ir Ispanijoje išaugo 500 %, o Norvegijoje - 400 %.
Splitas (Kroatija) ir Lisabona (Portugalija) per pastaruosius penkerius metus sulaukė 100 kartų didesnio muzikos turistų skaičiaus.

(informacija iš festivalinsights.com 2017)

Daugiau informacijos apie filmų ir televizijos turizmą Škotijoje rasite čia:

<https://www.visitscotland.org/research-insights/about-our-visitors/interests-activities/film-tv>

Visą Jungtinės Karalystės muzikos turizmo ataskaitą „Wish You Were Here 2017“ galima rasti čia:

<https://www.ukmusic.org/research/music-tourism-wish-you-were-here-2017/>

ir „Festivals Insight“ ataskaitą čia:

<https://www.festivalinsights.com/2017/03/infographic-music-tourism-2016-expect-2017>



## POPKULTŪROS TURIZMO FORMOS

Kaip matėme ankstesniame puslapyje, televizijos ir filmų temos, literatūra ir populiarioji muzika yra pagrindiniai turistų kelionių traukos objektai, galintys daryti reikšmingą ir teigiamą poveikį turistinėms vietovėms. Tolesniuose puslapiuose supažindiname su trimis pagrindinėmis popkultūros turizmo formomis: filmų ir televizijos turizmu, literatūros turizmu ir muzikos turizmu.

### FILMŲ IR TELEVIZIJOS TURIZMAS

Ši turizmo rūšis apibūdina keliones (atostogų, savaitgalio ar vienos dienos išvykas) į vietas, susijusias su filmais ir televizijos programomis. Tai gali būti apsilankymai filmavimo vietose ir kino studijose ir (arba) filmavimo aikštelėse. Tai taip pat apima vietas, susijusias su kino ir televizijos įžymybėmis.

Ilgalaikės filmų frančizės ir televizijos serialai (pvz., „Haris Poteris“, „Žiedų valdovas“ ar „Dauntono abatija“) turės daug didesnę poveikį nei trumpalaikiai kūriniai. Laikotarpio dramos su prabangia aplinka ir kostiumais taip pat pritraukia daug kino ir televizijos turistų. Tačiau tyrimai rodo, kad fantastiniai ir kultiniai serialai, kurių tematika tamsesnė (pvz., „Saulėlydžio saga“ ir „Tvin pyksas“), taip pat yra labai populiarūs tarp žiniasklaidos turistų.

#### Filmų ir (arba) televizijos turizmas filmavimo vietoje

Taip apibūdinami apsilankymai vietose, kurios turistams yra patrauklios, nes buvo vaizduojamos įvairiose žiniasklaidos priemonėse, kurias lankytojai pažįsta arba kurių gerbėjai jie gali būti. Tokio turizmo pavyzdžiai:

##### „Sostų karų“ vietos

Apsilankymai vietose, kurias išgarsino labai populiarus ilgalaikis televizijos serialas „Sostų karai“ (Game of Thrones). Gerbėjai aplanko daugybę įvairių vietų Islandijoje, Maltoje, Ispanijoje, Kroatijoje ir Italijoje. Šiaurės Airijoje, „Sostų karų“ gimtinėje, ekskursijos apima keliones sraigtasparniu ir jūros safarį, o vėliau 2020 m. planuojama surengti ekskursiją po studiją. Yra daugybė įmonių, siūlančių „Sostų karų“ produktus - vienas iš pavyzdžių pateikiamas toliau.

<https://gameofthronestours.com/>

##### „Svetimšalės“ vietos

Škotijoje taip pat padaugėjo kino turistų, norinčių apžiūrėti populiaraus kelionių laiku serialo „Svetimšalė“ (Outlander) vietas. „Svetimšalė“ – tai rašytojos Dianos Gabaldon romanų ir apsakymų serija. Pirmą kartą išleistas 1991 m., istorijos turi istorinės fantastikos, romantikos, nuotykių, fantastikos ir kelionių laiku elementų. Istorijas 2014 m. „Sony Pictures“ adaptavo televizijai, o filmo gamyba vyko Škotijoje. Filmavimo vietos išsidėsčiusios visoje Škotijoje, todėl sukurta daug įvairių produktų. „Visit Scotland“ parengė šią ataskaitą „Svetimšalės efektas ir turizmas“ (2019 m.), kurioje išsamiai aprašomos „Svetimšalės“ filmų turizmo rinkos, produktai ir poveikis:

<https://www.visitscotland.org/binaries/content/assets/dot-org/pdf/research-papers/outlander-effect-2019-updated.pdf>

##### „Muzikos garsų“ turizmas Zalcburge

Filmai ir televizijos programos nebūtinai turi būti nauji, kad pritrauktų lankytojus - jau kelis dešimtmečius į Zalcburgą Austrijoje atvyksta lankytojai, norintys susipažinti su filmų filmavimo vietomis, dėl populiaraus Rodgerso ir Hammersteino miuziklo „Muzikos garsai“ (išleistas 1965 m.). Kaip matyti iš toliau pateikto pavyzdžio, filmų gerbėjai gali leisti į ekskursijas autobusais ir pasivaikščiojimus su gidu po miestą ir jo

apylinkes:

<https://www.viator.com/tours/Salzburg/The-Original-Sound-of-Music-Tour-in-Salzburg/d451-3595001A>**Ekskursijos po kino ir televizijos studijas ir filmavimo aikšteles**

Ši turizmo rūšis susijusi su lankymusi vietose, kurios atspindi žiniasklaidos temos populiarumą apskritai. Tokioms vietoms priskiriamos kino studijos ir televizijos filmavimo aikštelės.

*Ekskursija po Hario Poterio studijų*

J. K. Rowling knygų serija apie Harį Poterį ir vėliau sukurti 8 filmai nuo XX a. 9-ojo dešimtmečio pabaigos sukėlė didelį turistinį gerbėjų susidomėjimą. Hario Poterio studijos atrakcionas Leavesdene, Hertfordšyre (Jungtinė Karalystė), yra šalia veikiančių kino studijų, kuriose buvo sukurti visi aštuoni filmai apie Harį Poterį. Ekskursiją po studiją sudarė garso scenos, originalios dekoracijos, animatroninės būtybės, rekvizitai kostiumai ir specialieji efektai.

<https://www.wbstudiotour.co.uk/experience/>*„Coronation Street“ turas*

Ilgiausiai Jungtinėje Karalystėje rodomas televizijos serialas „Coronation Street“ transliuojamas nuo 1960 m. ir nenuostabu, kad turi daugybę ištikimų gerbėjų, kurie jį žiūri visą gyvenimą. Ekskursija po garsiosios muilo operos filmavimo aikštelę yra labai populiarus Mančesterio lankytojų pramoga.

<https://www.itv.com/coronationstreettour/>**Su kino ir televizijos įžymybėmis susijusios pramogos**

Ši turizmo rūšis apibūdina apsilankymus vietose, susijusiose su kino ir televizijos įžymybių gyvenimu ir karjera. Populiarūs šios rūšies lankytinų vietų pavyzdžiai yra ekskursijos „Žvaigždžių namai“ Los Andžele, Kalifornijoje (JAV), kurių metu smalsuoliai aplanko prabangius Holivudo kino žvaigždžių ir kitų įžymybių namus:

<https://www.starlinetours.com/en/celebrity-homes-tour-from-hollywood>

Kiti su įžymybėmis susiję lankytini objektai: Holivudo šlovės alėja - Holivudo žvaigždėms pagerbti skirti šaligatviai, esantys abiejose Holivudo bulvaro ir Vine gatvės pusėse Los Andžele. Tai pagrindinis kino gerbėjų traukos objektas į Holivudą.

<https://walkoffame.com/history/>

Daugiau informacijos apie filmų ir televizijos turizmo plėtrą konkrečiose vietovėse rasite šioje „Visit England“ ataskaitoje apie filmų turizmą (2015 m.): Kas tai yra ir kaip galima gauti kuo daugiau naudos?

<https://www.filmresearch.org/pdf/315.pdf>**LITERATŪRINIS TURIZMAS**

Literatūrinis turizmas - tai turistinės kelionės į vietas, susijusias su mėgstamo autoriaus gyvenimu, pavyzdžiui, rašytojo namus, gimtinę ar kapą. Jis taip pat susijęs su literatūros kūriniuose aprašomų išgalvotų veiksmų vietomis ir aplinka. Be to, knygų festivaliai, renginiai ir knygynai taip pat pritraukia literatūros lankytojus į tam tikras pasaulio vietas.

**Svetainės, susijusios su rašytojų gyvenimu**

Manoma, kad tokio tipo svetainės suteikia tiesioginę literatūrinio turizmo patirtį, o gerbėjai vertina tai, kad gali betarpiškai susipažinti su mėgstamo autoriaus namais ir pajusti jo kasdienį gyvenimą bei literatūrinį įkvėpimą. Rašytojų namų, kaip lankytinų vietų, galima rasti visame pasaulyje, pavyzdžiui, buvę rašytojos Karen Blixen namai Kenijoje, kuriuose ji gyveno 1917-1931 m., yra atviri visuomenei. Čia ji parašė autobiografiją, pagal kurią buvo sukurtas labai populiarus filmas „Iš Afrikos“ (Out of Africa, 1985 m.):

<https://www.museums.or.ke/karen-blixen/>



Paryžiuje esantis rašytojo Viktoro Hugo butas traukia klasikinių kūrinių „Notre Dame garbanius“ ir „Vargdieniai“ gerbėjus – čia galima pamatyti jo kabinetą, asmeninius daiktus ir net lovą, kurioje jis mirė.

<https://www.maisonsvictorhugo.paris.fr/en/museum-collections/place-des-vosges-apartment-visit>

Kitos vietos, pavyzdžiui, paminklai, memorialai ir laidojimo vietos, taip pat yra lankytojų dėmesio centre, kaip matyti iš labai populiarus poetų kampelio Vestminsterio abatijoje, Londone (Jungtinė Karalystė), kuris kasmet pritraukia daugybę literatūros turistų.

<https://www.westminster-abbey.org/about-the-abbey/history/poets-corner>

## Išgalvota aplinka / vietos

Lankytojai ne tik aplanko vietas, susijusias su rašytojų gyvenimu, bet ir nori pasinerti į vietas, kurios primena mėgstamų romanų romantiką, paslaptį ar jaudulį. Literatūros turistams siūloma daugybė tokių patirčių pavyzdžių, pavyzdžiui, tolimoji kelionė Servanteso „Don Kichoto“ pėdsakais Kastilijoje-La Manše, Ispanijoje.

<https://www.strollingearth.com/don-quixotes-trail>

Lankytojams taip pat patinka pamatyti miestą mėgstamo autoriaus akimis. Čarlzo Dikenso gerbėjai Londone gali leisti į vieną iš daugelio ekskursijų ir pamatyti jo garsiųjų romanų (pavyzdžiui, „Oliveris Tvistas“, „Deividas Koperfildas“, „Niūrioji buveinė“ ir „Kalėdų giesmė“) vietas, kai kurios gatvės mažai pasikeitė nuo XIX a. Vienos tokios ekskursijos pavyzdys pateikiamas toliau:

<https://www.dickenslondontours.co.uk/>

## Literatūros miestai ir knygų miestai

Literatūra besidominčius lankytojus taip pat traukia miestai ir miesteliai, turintys gerą literatūrinę reputaciją. Tai gali būti susiję su rašytojais ir literatūriniais judėjimais arba dėl to, kad juose vyksta literatūros festivaliai ir veikia knygynai.

### *UNESCO literatūros miestų tinklas*

Tai 28 miestų grupė, kuriuos UNESCO pripažino stipriai literatūriškai susijusiais miestais. Jie atstovauja 6 žemynams ir 23 šalims. Tinklas vienija daugiau kaip 1250 bibliotekų, 130 literatūros festivalių ir daugiau kaip 1200 knygynų. Tarp literatūrinių vietų ir eksponatų, kuriuos galima aplankyti, yra seniausia pasaulyje knyga, aukščiausias pasaulyje paminklas rašytojui ir pirmoji pasaulyje kūrybinio rašymo magistrantūros programa. Literatūros miestai - Edinburgas, Melburnas, Bagdadas, Sietlas, Dublinas ir Reikjavikas.

<https://en.unesco.org/creative-cities/home>

### *Knygų miestai*

Šios vietos patrauklios dėl patrauklios knygynų aplinkos. Knygų miestas yra:

„nedidelis kaimo miestelis ar kaimas, kuriame susitelkę naudotų ir antikvarinių knygų parduotuvės. Dauguma knygų miestelių susiformavo istorinės reikšmės arba vaizdingo grožio kaimuose... Knygų miestelis yra pavyzdinis tvarios kaimo plėtros ir turizmo modelis. Tai vienas sėkmingiausių naujų turizmo plėtros būdų, kuriuo seka daugelis pasaulio šalių“ (Tarptautinė knygų miestelių organizacija).

Vienas iš populiariausių knygų miestų yra Vigtaunas (Wigtown) pietvakarių Škotijoje, kuris 1998 m. buvo paskelbtas nacionaliniu Škotijos knygų miestu. Literatūros renginiai, daugybė knygynų, restoranų, kavinių, menininkų studijų ir netoliese esanti spirito varykla - tai daugybė pramogų literatūros turistams.

<https://www.wigtown-booktown.co.uk/>

Daugiau informacijos apie knygų miestų kūrimą rasite Tarptautinės knygų miestų organizacijos interneto svetainėje. (<http://www.booktown.net>)

## Literatūros renginiai ir festivaliai

Literatūros festivaliai ir literatūros renginiai vyksta visame pasaulyje, kuriuose švenčiami menininkai ir jų kūryba, o lankytojai gali susitikti su autoriais, išgirsti jų kūrybą, dalyvauti seminaruose ir kitoje susijusioje veikloje.

Pavyzdžiui, pagrindinis San Francisko knygų festivalis „The Bay Area Book Festival“:

<https://www.baybookfest.org/>

## MUZIKOS TURIZMAS

Muzikinis turizmas - tai terminas, vartojamas apibūdinti kelionėms, kurių tikslas - mėgautis muzika (koncertuose ar festivaliuose) ir aplankyti vietas, susijusias su garsiais muzikantais ar muzikos formomis. Populiarioji muzika ir muzikantai dažnai yra labai susiję su konkrečia vieta, o grupės ir atlikėjai siejami su tam tikromis vietovėmis dėl savo gyvenimo, muzikos raidos, nuorodų į vietas muzikoje, vaizdo klipų ir kitos vaizdinės medžiagos, susijusios su grupe, pavyzdžiui, nuotraukų ant albumų viršelių.

### Festivaliai ir renginiai

Šis turizmo būdas gali būti pelningas (kaip matėme anksčiau), o muzikos gerbėjai keliauja toli, kad apsilankytų mėgstamame festivalyje ir pamatytų konkrečių muzikantų pasirodymus. Kai kurios tradicinės Viduržemio jūros regiono atostogų kryptys, pavyzdžiui, Malta, dabar plėtoja muzikinio turizmo pasiūlą kartu su labiau įprastais atostogų produktais.

<https://www.visitmalta.com/en/annual-festivals>

### Apsilankymai populiariose muzikos vietose

Yra daug vietovių, kurios yra įtrauktos į muzikos turistų žemėlapij, net jei jos pačios savaime nelaikomos pagrindinėmis turistinėmis vietomis, pavyzdžiui, Liverpulius ir Hamburgas yra labai svarbios vietos „The Beatles“ gerbėjams, kur rengiami pėsčiųjų turai ir specialios lankytinos vietos, pritaikytos muzikos turistų poreikiams, pvz., Hamburge:

<https://www.beatles-tour.com/>

ir „The Beatles“ parodos, apsilankymai „Cavern“ klube ir net teminis viešbutis Liverpulyje - mieste, labiausiai susijusiame su grupe:

<https://www.visitliverpool.com/things-to-do/the-beatles>

### Muzikantų namai

Kaip ir rašytojų namuose, gerbėjai vertina galimybę betarpiškai apsilankyti mėgstamų muzikantų namuose, kad suprastų jų kasdienį gyvenimą ir įkvėpimą. Lankytojai gali patekti į muzikantų namus, pvz., Bobo Marlio muziejų Kingstone (Jamaika):

<https://www.bobmarleymuseum.com/>

ir, žinoma, garsieji Elvio Preslio namai Graceland Memfyje (JAV).

<https://www.graceland.com/>

Laidojimo vietos ir kiti paminklai taip pat gali būti patrauklūs, pavyzdžiui, gerbėjai vis dar renkasi prie grupės „The Doors“ nario Jimo Morrisono kapo Pere Lachaise kapinėse Paryžiuje (Prancūzija) ir prie Johno Lennono paminklo „Strawberry Fields“ Centriniam parke Niujorke (JAV)

<https://www.centralparknyc.org/attractions/strawberry-fields>

## KAS YRA POPKULTŪROS TURISTAI?

Jau minėjome, kad kultūriniai vizitai gali sudaryti beveik pusę visų tarptautinių turistinių kelionių. Akivaizdu, kad kultūriniai turistai yra labai didelė ir labai įvairi lankytojų grupė, kurios lūkesčiai, interesai ir kultūrinio aktyvumo lygis labai skiriasi. Tačiau kultūrinius turistus, atsižvelgiant į jų kultūrinius motyvus ir elgesį kelionės tikslo vietoje, galima suskirstyti į įvairias tipologijas:

<b>TIKSLINGI</b>	<b>SUSIDOMĖJĘ</b>
<b>ĮPRASTI</b>	<b>ATSITIKTINIAI</b>

**Tikslingi** kultūriniai turistai pagrindine kelionės priežastimi laiko kultūrą. Jie turi daug žinių apie įvairias kultūros formas, kurias keliauja pamatyti, turi didelių lūkesčių dėl savo apsilankymo ir yra linkę laisvai leisti laiką kelionės vietoje.

**Susidomėję** kultūriniai turistai mano, kad kultūra yra svarbi atostogų dalis kartu su kitais dalykais, pavyzdžiui, maitinimu, apsipirkinėjimu, bendravimu ir pan. Jie taip pat noriai leidžia pinigus kultūrinio turizmo produktams, jei jie yra sukurti taip, kad būtų jiems prieinami.

**Įprasti** kultūriniai turistai domisi kultūra, tačiau šis susidomėjimas nėra pakankamai stiprus, kad paskatintų juos apsilankyti konkrečioje vietovėje. Juos labiau domintų kultūrinio turizmo produktai, kurie turi gerą reputaciją ir yra susiję su visuotinai žinomomis temomis.

**Atsitiktiniai** kultūriniai turistai kultūros objektus aplanko "atsitiktinai" ir dažniausiai tik tada, kai jie yra įtraukti į bendrą ekskursijų paketą. Jie paprastai laisvai neišleidžia pinigų kultūrinio turizmo produktams.

Popkultūros turistai, žinoma, yra lankytojai, kuriuos motyvuoja kultūrinė veikla, ir jie gali priklausyti bet kuriai iš pirmiau minėtų kategorijų. Tačiau vienas iš svarbiausių popkultūros lankytojų aspektų yra tas, kad jie dažnai yra knygų, autorių, filmų, televizijos laidų, muzikantų gerbėjai. Tai reiškia, kad jie, kaip ir **tikslingi** kultūros turistai, bus:

- labai gerai informuoti apie konkrečią popkultūros formą
- labai motyvuoti apsilankyti
- noriai leidžia laisvai pinigus patirčiai ir produktams
- ieško aukštos kokybės patirties ir domisi bendravimo galimybėmis

- gali būti gerbėjų klubų ir draugijų nariai
- tikėtina, kad dažnai naudosis interneto ir socialinės žiniasklaidos platformomis

Tai reiškia, kad šiems gerbėjams pasiekti gali prireikti tam tikrų konkrečių metodų, kurie aptariami toliau vadove.

## KURTI POPKULTŪROS TURIZMO PRODUKTUS ĮVAIRIOSE APLINKOSE

Aukščiau pateiktoje trumpoje filmų ir (arba) televizijos, literatūros ir muzikos turizmo formų apžvalgoje buvo pateikta keletas įvairių popkultūros turizmo produktų pavyzdžių. Šiame skyriuje išsamiau apžvelgsime kiekvieną iš šių produktų tipų, nagrinėdami, kaip kiekvienas iš jų gali būti plėtojamas skirtingose aplinkose ir skirtingomis temomis.

### Temų tyrimas

Nesvarbu, kokio pobūdžio yra jūsų su turizmu susijęs verslas ar organizacija, pirmiausia reikia ištirti vietinę vietovę ir atrasti popkultūros temas, kurias galėtumėte panaudoti lankytojams pritraukti. Kreipkitės į vietos turizmo organizacijas ir (arba) turizmo valdybą, kurios žino vietos popkultūros temas. Vietos taryba gali turėti filmavimo vietų skyrių, kuris padeda filmavimo komandoms, taip pat verta susisiekti su nacionaline kino taryba - Jungtinėje Karalystėje tai yra Britų taryba (filmai) <https://film.britishcouncil.org/>. Kino studijos ir programų kūrėjai taip pat iš anksto reklamuoja savo produkciją, todėl pravartu stebėti jų tinklalapius. Kalbant apie kitas popkultūros formas, skaitykite gerai informuotų šios srities ekspertų tinklaraščius - tai puikus būdas sužinoti, ar yra potencialių popkultūros temų, kurias galite plėtoti savo vietovėje. <http://literarytourist.org/>

### Ekskursijos su gidu

Vienas iš populiariausių popkultūros produkto kūrimo būdų - sukurti ekskursiją, kurios metu lankytojai aplankytų kelias susijusias vietas, kai yra nustatytos kelios pagrindinės su popkultūra susijusios vietos (tai gali būti miesto ar kaimo vietovės, paminklai, apžvalgos taškai, namai, parduotuvės, vietos, pastatai). Žinoma, kartu su pačiomis lankomomis vietomis yra ir keletas kitų svarbių klausimų, kuriuos reikia apsvarstyti rengiant ekskursijas, t. y. transporto rūšis, gidas ir siūlomos patirties pobūdis.

### Transportas

Sėkmingai kelionei labai svarbi transporto priemonė. Ekskursijos paprastai rengiamos pėsčiomis, o ilgesnius atstumus ir sunkesnes vietas - autobusu, mikroautobusu ar visureigiu. Gali būti naudojamos ir kitos transporto rūšys - pavyzdžiui, jau aukščiau matėme sraigtasparnio ir jūros safario ekskursijų po filmų ir (arba) televizijos filmavimo vietas pavyzdį. Svarbu, kad transportas atitiktų lankytojų poreikius (ir galimą amžių), be to, transportą galima temizuoti, pavyzdžiui, dviračių turai po Zalcburgą atspindi dviračių turus, kuriais važinėjo Fräulein Maria ir Vonn Trapp vaikai filme „Muzikos garsai“. <http://mariasbicycletours.com/index.php>. Kiek įmanoma, transportą paverskite įspūdžių dalimi, o jei ne, tai kuo efektyvesniu ir neįkyresniu.

### Gidas

Svarbiausias bet kurios ekskursijos privalumas - gidas, kuris turi gerai bendrauti, gerai sutarti su įvairiomis žmonių grupėmis ir, svarbiausia, būti savo popkultūros srities žinovas. Lankytojai, kurie prisijungs prie ekskursijos su gidu, turės skirtingą žinių ir susidomėjimo lygį (o kai kurie jų domėsis minimaliai ir tiesiog lydės partnerį). Bet kuris popkultūros ekskursijų vadovas beveik neabejotinai kartais savo grupėse turės gerbėjų ekspertų, o tai gali būti iššūkis. Jie ieškos pridėtinės vertės, naujų faktų, naujų vietų, tačiau taip pat gali norėti pademonstruoti savo žinias platesnei grupei. Gidui gali prireikti atsargiai su tuo elgtis. Yra oficialių gidų mokymų, pavyzdžiui, Jungtinėje Karalystėje, kuriuos organizuoja Gidų institutas <https://www.itg.org.uk/about/how-to-become-a-tourist-guide/>.

### Patirtis

Ekskursijos metu gidas gali tiesiog pasakoti istorijas ir suteikti informacijos apie vietas ir vietas. Tačiau, atsižvelgiant į ekskursijos pobūdį, patirtis gali būti papildyta kitomis funkcijomis. Pavyzdžiui, Čarlzo Dikenso namo Londone ekskursijos po namą metu svečius prie durų pasitinka Viktorijos laikų kostiumu apsirengusi tarnaitė, kuri visą ekskursijos laiką išlieka tarnaite, bendrauja su lankytojais ir stebisi šiuolaikine apranga ir manieromis, taip sustiprindama ekskursijos "kelionės laiku" aspektą <https://dickensmuseum.com/>. Lankytojai taip pat gali persirengti, kad galėtų dalyvauti ekskursijoje - tai įprasta „Sostų žaidimų“ ar „Žiedų valdovo“ gerbėjų ekskursijų ypatybė. Į ekskursiją gali būti įtraukta muzika, skaitymai ar net teatriniai aspektai (šis metodas gana įprastas ekskursijose su vaiduokliais, kai pasitelkiami aktoriai, kurie iššoka ir išgąsdina lankytojus svarbiausiais istorijos pasakojimo momentais)!

Ekskursija „Pankroko gimimas“ Niujorke (JAV) supažindina lankytojus su 7-ojo dešimtmečio pankroko judėjimo namais, vietomis, įrašų studijomis ir žymiausiomis miesto vietomis. Svetainėje pateikiamas atitinkamų grupių "Spotify" grojaraštis, kurį lankytojai gali atsisiųsti ir taip kontekstualiai įsitraukti į ekskursiją. <https://walkonthewildsidenyc.com/wildside/>

### Takai

Ekskursijoms paprastai vadovauja gidas, o takas - savarankiškas. Panašiai kaip ir ekskursija, takas sujungia keletą susijusių objektų, sudarydamas teminę kelionę, kurią lankytojas gali atlikti pats, naudodamasis įvairių rūšių aiškinamąja medžiaga ir medijomis. Takų apimtis ir dydis yra įvairūs - nuo trumpų, konkrečiai vietai skirtų pasivaikščiojimų iki miesto ar regioninių takų ir net apima ES sukurtus tarptautinius teminius maršrutus (internetu nuoroda). Tačiau visi jie turi tą patį tikslą - papasakoti istoriją per miestą ar kraštovaizdį. Kadangi paprastai nėra gido, kuris paaiškintų pasakojimą, labai svarbi yra interpretacijos kokybė ir popkultūros temos nuoseklumas bei stiprumas. Todėl maršrutai, kuriuose pasakojama apie garsių autorių ir muzikantų gyvenimą, sujungiant svarbiausias jų gyvenimo ir kūrybinės karjeros raidos vietas, suteikia gerbėjams malonią patirtį. (pvz., Jane Austen procesas Hampšyre, Jungtinėje Karalystėje, suteikia galimybę išsamiai keliauti po daugelį su Austen gyvenimu susijusių vietų [http://www.janeaustentrail.org.uk/downloads/Jane\\_Austen\\_Trail\\_web.pdf](http://www.janeaustentrail.org.uk/downloads/Jane_Austen_Trail_web.pdf).)

Panašūs teminiai maršrutai gali suteikti bendresnę apžvalgą apie vietovės popkultūros ypatumus, pavyzdžiui, neseniai Maljorkoje (<http://walkingonwords.com/en/rutes/>) sukurti literatūriniai maršrutai ir neseniai pradėtas rengti Maltos filmų maršrutai, kuriame aplankytos įvairios saloje esančios filmavimo vietos <https://www.maltau.com/film-trail>.

### Interpretavimas

Labiausiai paplitęs maršruto sudarymo ir aiškinimo būdas yra žemėlapiu lankstinukas, kuriame pažymėtas maršrutas ir įvairūs lankytini objektai bei su jais susijusi informacija. Šie lankstinukai dažnai platinami popieriniu formatu lankytojų informacijos centruose, viešbučiuose, bibliotekose ir PDF formatu interneto svetainėse. Informacijos kiekis, kurį galima pateikti tokiu formatu, yra ribotas, tačiau galima pateikti nuorodas tolesniems tyrimams. Šio paprasto formato privalumas yra tai, kad jį lengva naudoti lauke. Dažnai žemėlapiu formatą papildo informaciniai stendai, įrengti svarbiausiuose maršruto taškuose.

Interaktyvūs žemėlapiai vis dažniau kuriami internete - tokiu formatu maršrutas pateikiamas su nuorodomis į aiškinamąją medžiagą ir papildomą informaciją lankytojams, pavyzdžiui, apgyvendinimo vietas, restoranus, parduotuves ir transporto jungtis.

Tai paskatino kurti takų programėles, kurias galima atsisiųsti į mobiliuosius įrenginius. Šios programėlės naudoja GPS technologiją, kad pateiktų informaciją apie lankytojo lankomus objektus ir gali pasiūlyti papildomo turinio, pavyzdžiui, archyvinių nuotraukų ir filmų, papildytosios realybės, pavyzdžiui, 3D modelių ir garsinės istorijos. Jos taip pat gali sąveikauti su QR kodais, esančiais aiškinamuosiuose stenduose maršrute.



Programėlėse taip pat gali būti siūloma interaktyvi veikla, pavyzdžiui, viktorinos, kuriose lankytojai gali būti apdovanoti už tai, kad mokosi maršrute. Geras tokios programėlės pavyzdys - "Jūrinės mylios paveldo takas" pajūrio kurorte Minehede Somersete (Jungtinė Karalystė) <https://www.mineheadbay.co.uk/maritime-mile>

**Garso takeliai** yra paprastesnis aiškinimo metodas, kuris vis dėlto gali būti labai veiksmingas, nes daugiausia dėmesio skiriama pasakojimui ir kitam garso turiniui. Jie gali būti pateikiami per atsisiunčiamą programėlę arba išnuomojami lankytojams naudojant MP3 arba nešiojamąjį medijos grotuvą ir ausines - toks metodas dažnai taikomas galerijose ir istoriniuose pastatuose, siekiant suteikti papildomos aiškinamosios informacijos, dažnai įvairiomis kalbomis. Garso takus galima aiškinti labai įvairiai, pavyzdžiui, pasitelkiant aktorius ir muziką galima dramaturgiškai įvykius arba tiesiog pasitelkti vietinius žmones ar gidus, kurie nurodys maršrutą ir pakeliui pateiks įdomių popkultūros įžvalgų.

### **Takų valdymas ir stebėjimas**

Takai turi būti kuriami bendradarbiaujant su visomis suinteresuotosiomis šalimis. To reikia, kad būtų galima ne tik nustatyti ir plėtoti temą, parengti interpretaciją ir pristatyti produktą, bet ir stebėti nuolatinį naudojimąsi taku bei toliau prižiūrėti ir atnaujinti visą naudojamą infrastruktūrą, pavyzdžiui, žemėlapius ir informacinius standus.

### **Popkultūros renginiai ir įtraukianti patirtis**

Nors ekskursijos ir maršrutai yra populiarus ir veiksmingas būdas interpretuoti popkultūros temą, lankytojai taip pat ieško dar interaktyvesnių ir įdomesnių patirčių. Nustačius popkultūros temą, gali būti įmanoma sukurti su ja susijusį renginį ar patirtį. Kai kurios ekskursijos apima tokias patirtis kaip standartinio produkto dalį, pavyzdžiui, ekskursija po su „Saulėlydžio“ filmų serija susijusias vietas Montepulčiane, Italijoje, baigiama „aperityvu su vampyru“, susijusiu su tema. <https://www.valdichianaliving.it/en/tours/new-moon-tour-the-twilight-saga-in-montepulciano> Panašiai yra „Sostų karų“ teminių ekskursijų produktų, kurie apima tokias veiklas kaip kirvio metimas ir šaudymas iš lanko, taip pat rengiami visaverčiai banketai. Šiuose renginiuose svečiai vilki kostiumais, groja gyva muzika ir net specialiai gaminamas vynas bei alus. <http://www.gameofthrones-winterfelltours.com/medievalbanquetireland>

Bloomsday Dubline, Airijoje, yra geras interaktyvaus literatūrinio renginio, kasmet organizuojamo miesto literatūriniam paveldui paminėti, pavyzdys, bet ypač žymiausiam Jameso Joyce'o kūriniai "Ulisas" (1922 m.), kuriame aprašoma viena Leopoldo Bloomo (1904 m. birželio 16 d.) gyvenimo diena Dubline. Šis literatūrinis renginys apima skaitymus, pasirodymus ir knygoje minimų vietų bei įstaigų lankymą. Labai populiariu persirengti literatūriniais personažais, o Leopoldo Bloomo šiaudinė valtis yra dažnas vyriškas drabužis. <http://www.bloomsdayfestival.ie/>

Kiti ekstremalesni popkultūros patirčių pavyzdžiai, kurie bus prieinami ne visiems, bet gali sužadinti jūsų vaizduotę, yra kelionė nusileidus nuo kalno į „Prarastąjį urvą“ (Waitomo urvas, NZ) iš „Žiedų valdovo“ trilogijos. Tai geras nuotykių turizmo paslaugų teikėjų ir popkultūros temų partnerystės pavyzdys.

<https://www.newzealand.com/int/plan/business/lost-world-4-hr-option-100m-abseil-and-cave-exploration/>

## POPKULTŪROS PRODUKTO RINKODARA

Sukūrę popkultūros turizmo produktą, norėsite susisiekti tinkamiausiais kanalais, kad potencialūs lankytojai sužinotų apie jus ir tai, ką galite pasiūlyti. Tolesniuose skyriuose pateikiamas skaitmeninės rinkodaros būdų, kurie yra paprasti ir veiksmingi, vadovas.

### Interneto svetainė

Jūsų svetainė neabejotinai bus viena pagrindinių komunikacijos priemonių, todėl įsitikinkite, kad joje pateikiama tiksli ir išsami informacija apie jūsų verslą, paslaugas ir produktus. Investuokite į gerą žiniatinklio dizainą, kad įsitikintumėte, jog jūsų tinklalapiai yra patogūs naudoti ir patraukliai apipavidalinti. Vietovės žemėlapiai, aiškūs nurodymai, rekomendacijos dėl automobilių stovėjimo vietų, renginių tvarkaraščiai, užsakymų informacija ir aiški kontaktinė informacija taip pat yra svarbūs komponentai. Įsitikinkite, kad yra labai akivaizdžios nuorodos į jūsų socialinės žiniasklaidos puslapius.

Vienas paprasčiausių būdų pritraukti popkultūros turistų į savo verslą - pasirūpinti, kad būtų vaizdų ir informacijos apie popkultūros vietas jūsų vietovėje, net jei patys neturite konkretaus popkultūros turizmo produkto. Apgyvendinimo paslaugų teikėjai regionuose, turinčiuose didelį literatūros, kino ar muzikos paveldą, turėtų įtraukti šias vietas ir nuorodas į savo svetaines, kad užtikrintų, jog jie bus rodomi paslaugų ieškančių gerbėjų paieškose.

Kreipkitės į vietinę kino tarybą arba paskirties vietos valdymo organizaciją, kad sužinotumėte, ar jūsų vietovėje nufilmuotų filmų ar televizijos laidų vaizdai gali būti naudojami jūsų interneto svetainėje - jie gali būti susitarę su filmų gamybos kompanija dėl leidimų juos naudoti reklamos tikslais.

Viešbučių užsakymo svetainės Booking.com partneriams skirtame straipsnyje viešbučiams ir kitiems apgyvendinimo paslaugų teikėjams patariama, kaip išnaudoti popkultūros turizmo temas: <https://partner.booking.com/en-gb/click-magazine/rise-pop-culture-tourism>

### Socialinė medija

Socialinės žiniasklaidos platformos yra dar viena galinga jūsų popkultūros turizmo produkto rinkodaros priemonė, nes potencialūs lankytojai neabejotinai jomis naudojasi. Svarbu pasirinkti jūsų organizacijai ir potencialiems lankytojams tinkamiausią platformą. Toliau pateikiami pagrindiniai socialinės žiniasklaidos kanalai ir keletas patarimų, padėsiančių pasirinkti ir naudoti geriausią kanalą jūsų popkultūros produkto rinkodarai. Svarbu nuosekliai skelbti turinį, kad ir kokį kanalą pasirinktumėte, todėl nepamirškite, kiek laiko tam turite.

#### Facebook

Visame pasaulyje populiariausia socialinės žiniasklaidos forma yra „Facebook“, turinti 2,45 mlrd. aktyvių mėnesio naudotojų, kurių demografinė grupė paprastai būna jauna, maždaug 25-34 metų amžiaus. „Facebook“ tinka dalytis vaizdiniu turiniu, pavyzdžiui, vaizdais ir vaizdo įrašais, todėl turėtumėte jį naudoti tiek savo pranešimams perduoti, tiek dalytis bet kokių įdomių turinių, susijusių su jūsų verslu ir popkultūros tema. Paprastai rekomenduojama kartą per dieną skelbti žinutę ir kas antrą dieną dalytis žinute. Žymėdami su jumis susijusias įmones ir organizacijas taip pat praplėsite savo žinomumą.

#### Instagram

Dar viena itin vizuali platforma – „Instagram“, kurioje šiuo metu yra 1 mlrd. aktyvių naudotojų per mėnesį, o dauguma jų - tūkstantmečio kartos atstovai (asmenys, gimę 1981-1996 m.). Vartotojai gerai reaguoja į aukštos

kokybės vaizdus, o komentarai turėtų interpretuoti ir pasakoti istorijas apie vaizdinį turinį. Naudokite hashtagus - # prieš atitinkamą raktažodį ar frazę, kad suskirstytumėte savo įrašus į kategorijas ir lengviau rodytumėte juos paieškoje. Stenkitės dalytis 1 ar 2 pranešimais per dieną.

## *Twitter*

„Twitter“ turi 330 mln. aktyvių vartotojų per mėnesį ir primena mikrotinklaraščių svetainę, nes naudotojai savo pranešimus gali perduoti tik 140 ženklų. Kad skelbiamas ir perskelbiamas turinys būtų veiksmingas, jis turi būti susijęs su jūsų verslu. Stenkitės kelti žinutes daugiau nei kartą per dieną ir būkite nuoseklūs.

## *Tinklaraščiai*

Žodis tinklaraštis kilęs iš frazės „interneto dienaštis“. Tinklaraštis - tai internetinė erdvė, kurioje kas nors registruoja arba rašo apie asmeninę patirtį, veiklą ir nuomones, tačiau jis taip pat gali būti veiksmingai naudojamas popkultūros verslui reklamuoti. Internetu yra daugiau kaip 500 mln. tinklaraščių, kurių didžiąją dalį sukūrė tūkstantmečio žmonės. Skirtingai nei kitose socialinės žiniasklaidos platformose, tinklaraščiuose yra daug daugiau erdvės pateikti pagrindinę kontekstinę informaciją ir komentarus apie jūsų siūlomus produktus ir naudotojų patirtį su jais. Dauguma tinklaraščių įrašų yra maždaug 400 žodžių ilgio, o tinklaraštininkai paprastai juos skelbia kas savaitę arba kas dvi savaites, todėl nepradėkite rašyti tinklaraščio, jei nemanote, kad galite tai išlaikyti.

Puikus galingos socialinės žiniasklaidos rinkodaros pavyzdys - Škotijoje įsikūrusios kelionių bendrovės „Rabbie's Tours“, kuri, be kitų temų, siūlo popkultūros ekskursijas, „Instagram“ paskyra ir tinklaraščiai.

[https://www.instagram.com/rabbies\\_tours/?hl=en](https://www.instagram.com/rabbies_tours/?hl=en)

<https://www.rabbies.com/en/blog/which-movies-tv-shows-were-filmed-cotswolds>

Daugiau patarimų, kaip rengti įvairius rinkodaros metodus, rasite „Visit Britain“ skaitmeninės rinkodaros priemonių rinkinyje.

<https://www.visitbritain.org/business-advice/market-your-business/digital-marketing-toolkit>

## **Susijusi rinkodara**

Susijusios rinkodaros (kartais vadinamos partnerystės rinkodara) tikslas - plėtoti strateginę partnerystę tarp viena kitą papildančių įmonių ir organizacijų. Tuomet galima priimti abipusiai naudingą rinkodaros strategiją. Bet kurioje lankytoje vietovėje turizmo įmonės dažnai būna labai integruotos ir priklausomos viena nuo kitos, todėl giminystės rinkodara yra labai prasminga. Pavyzdžiui, vietos kelionių organizatoriai glaudžiai bendradarbiauja su viešbučiais, restoranais ir lankytinomis vietomis, ir visi jie bus susieti su vietos paskirties vietos valdymo organizacija. Vietinė turizmo valdymo organizacija gali padėti jums rasti potencialius partnerius giminystės rinkodarai. Kitas žingsnis - kurti bendrus rinkodaros planus - tai gali būti bendras dalyvavimas socialinėje žiniasklaidoje, bendras turinys ir nuorodos interneto svetainėse, nuolaidos ir kuponai, galiausiai - pakuotė, kurioje galite sujungti savo pasiūlymus į vieną produktą.

## **Gerbėjų klubai ir specializuoti leidiniai**

Galiausiai, kaip aptarėme anksčiau vadove, daugelis mūsų tikslingų popkultūros lankytojų (nesvarbu, ar jie domisi filmais, literatūra, ar muzika) bus gerbėjai. Tai reiškia, kad jie gali priklausyti platesnei gerbėjų bendruomenei ir juos galima veiksmingai pasiekti per šias grupes. Jei jūsų popkultūros produktas susijęs su tema, kurios gerbėjų grupė yra stipri, labai gera idėja - iširti gerbėjų klubus ir su jais susijusią socialinę žiniasklaidą, specializuotus leidinius ir diskusijų forumus - visa tai galima panaudoti siekiant daugiau sužinoti apie potencialius lankytojus ir kaip juos pasiekti.

## **Išvados**

## GEROSIOS PRAKTIKOS PAVYZDŽIAI: PARTNERIŲ ATVEJŲ ANALIZĖS



### **KINO IR TELEVIZIJOS TURIZMAS SENAJAME KARALIŠKAJAME LAIVYNO KOLEDŽE, GRINVIČE**

#### *Senajo karališkojo jūrų koledžo (Old Royal Naval College – ORNC) vieta*

Senasis karališkasis jūrų koledžas Grinviče, Londone, yra lankomas objektas, kuris nuolat patenka į kasmetinį „Visit England“ sudaromą 20 labiausiai lankomų nemokamų Anglijos lankytinų objektų sąrašą. Šis objektas yra UNESCO pasaulio paveldo objektas, apimantis 500 metų istoriją: čia gimė Henrikas VIII ir Elžbieta I. Iš pradžių tai buvo Karališkoji jūrininkų ligoninė, kuri buvo pastatyta XVIII a. pirmoje pusėje ir kurią suprojektavo Kristoferis Vrenas ir daug kitų žymių architektų. Svarbiausi objektai - tapyta salė ir koplyčia, čia yra lankytojų centras ir restoranai. Pastatuose taip pat įsikūręs Grinvičo universitetas ir Trinity Laban muzikos ir šokio konservatorija.

#### *Filmavimas vietovėje*

ORNC pastatai ir teritorija buvo naudojami daugelyje filmų ir televizijos programų, pavyzdžiui, romantinėje komedijoje „Indiscreet“ (1958 m.), kurioje pagrindinius vaidmenis atliko Cary Grantas ir Ingrid Bergman. Dideli kupoliniai ir kolonadiniai pastatai, plačios alėjos ir takai leidžia filmų kūrėjams transformuoti šią vietą į Londoną, Berlyną ar Paryžių ir daugybę skirtingų istorinių epochų, įskaitant fantastinius ir futuristinius pasaulius. Šią vietą galima pamatyti tokiuose skirtinguose filmuose kaip „Ketverios vestuvės ir vienerios laidotuvės“ (1994 m.), „Karibų piratai: ant svetimų krantų“ (2011 m.), „Karaliaus kalba“ (2011 m.), „Vargdieniai“ (2013 m.), „Toras: tamsos pasaulis“ (2013 m.) ir „Mapetai - dar kartą“ (2014 m.). Nuo 2016 m. vietoje buvo filmuojamas ir brangiausias kada nors sukurtas televizijos serialas - Netflix „Karūna“ (The Crown). Tiesą sakant, čia nufilmuota tiek daug filmų, kad žurnalas „Empire“ pavadino ORNC „populiariausia filmavimo vieta pasaulyje“.

Vietovė priklauso Senajo karališkojo laivyno koledžo Grinvičo fondui ir yra jo valdoma.

#### *Kino ir TV turizmas ORNC*

Nuo 2011 m. pasirodžius keliems didelio atgarsio sulaukusiems filmams, kuriuose ORNC objektas buvo aiškiai atpažįstamas, lankytojų skaičius gerokai išaugo (pavyzdžiui, 2011-2013 m. objektas pirmą kartą pateko į lankomiausių nemokamų lankytinų vietų Anglijoje dešimtuką). Šiuo laikotarpiu daugelis lankytojų svetinėje norėjo pamatyti konkrečias filmų vietas ir apžiūrėti architektūrines grožybes, tačiau konkrečiau žiniasklaidos

## *Filmo ir televizijos produkto kūrimas*

Pastaraisiais metais svetainė palaiapsniui plėtė savo filmų ir televizijos produktus. Iš pradžių svetainės valdytojai pradėjo teikti išsamesnę informaciją apie konkrečias ORNC filmavimo vietas interneto svetainėje ([www.ornc.org](http://www.ornc.org)).

Vėliau atsirado daugiau tikslinių produktų:

- Parengtas atsisiunčiamas ORNC teritorijos žemėlapis, kuriame pateikiama išsami informacija apie įvairius filmus ir televizijos programas, filmuotas šioje teritorijoje, ir nurodomos konkrečios filmuotų scenų vietos.
- 2015 m. rugsėjo-spalio mėn. lankytojų centre buvo surengta labai populiari paroda „ORNC eina į kiną“, kurioje buvo rodomi filmų kadrai, tikros vietovės vaizdai ir originalūs filmų plakatai.
- Dabar vietoje galima užsisakyti ekskursijas po filmavimo vietas. Ekskursijos trunka 60 minučių, o į bilieto kainą (15 svarų sterlingų/3) įskaičiuotas įėjimas į Painted Hall ir Viktorijos laikų Skittle Alley ištisus metus. Ekskursijos vyksta kiekvieno mėnesio paskutinį savaitgalį (<https://ornc.org/film-tv-location-tour-2/>).

Kino turizmo produktą ORNC toliau propaguoja vietinė vietovės valdymo organizacija „Visit Greenwich“, kuri savo tinklalapiuose <https://www.visitgreenwich.org.uk/a-festival-of-film/> teikia informaciją apie filmų ir televizijos filmavimo vietas.

Grinvičo universitetas, užimantis dalį teritorijos, taip pat plėtoja šį produktą savo tinklalapiuose <https://alumni.gre.ac.uk/2016/12/09/10-films-you-didnt-know-were-filmed-at-greenwich>.