

ФРАНЦУЗСКИЙ ЯЗЫК

M. Boukato, V. Ségaï

М. И. Букато, В. С. Сегай

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель А. В. Темнохуд

TOURISME D'ÉCRAN EN PÉRIODE DE LA PANDÉMIE

Экранный туризм в период пандемии

La pandémie mondiale de Covid-19 est devenue l'élément déclencheur du développement rapide des technologies de l'information dans toutes les sphères de la société moderne et a également modifié les tendances du tourisme cinématographique. Son impact positif sur le renforcement de la proximité culturelle est indiscutable, car les services de streaming en ligne sont en train de promouvoir le tourisme et la proximité culturelle entre les peuples, leurs cultures et leurs traditions.

Au fil des ans, les destinations touristiques accueillent de plus en plus de voyageurs dont la motivation est de visiter les lieux où ont été tournés des séries télévisées ou des films célèbres. Ce phénomène dans l'industrie du tourisme est appelé «le tourisme d'écran». Il a émergé dans les années 1980, mais n'a atteint sa popularité que dans les années 90 lorsque les blockbusters et les séries étrangères diffusés sur les écrans de télévision, de vidéo ou de cinéma ont commencé à être activement filmés et sont devenus populaires. Tout cela a servi par la suite d'impulsion à une brusque augmentation de la flux de touristes vers les lieux de tournage.

Les avantages du développement du tourisme d'écran sont présentés dans un rapport conjoint «OMT/Netflix» qui examine le rôle des films et des émissions de télévision en tant que moteur du tourisme et des affinités culturelles. L'objectif final du rapport est d'aider les institutions publiques et les acteurs principaux du secteur du tourisme à mettre en œuvre des stratégies qui rendent les destinations touristiques attrayantes pour les producteurs audiovisuels et à créer des stratégies ciblées pour promouvoir le tourisme et la culture locale.

Les avantages économiques et socioculturels évidents du développement du tourisme d'écran contribueront à la reprise de l'industrie du tourisme après la pandémie mondiale de Covid-19. En effet, à côté d'une grande envie de voyager accumulée au cours des confinements successifs de longue durée, la visualisation des contenus des écrans conduit à un plus grand intérêt pour le patrimoine, la culture, la langue et le développement des relations interculturelles, augmentant ainsi le nombre de flux touristiques vers des régions touristiques jusque-là inconnues.

En outre, l'augmentation du nombre de touristes favorise la croissance des profits dans le secteur du tourisme: vols, hébergements, programmes d'excursions, etc. Cet effet est observé à Dubrovnik, en Croatie, rendu populaire par la ville imaginaire de King's Harbour dans la série HBO 2019 «Game of Thrones». Le tourisme a augmenté de 7 % dans la région au cours des quatre années précédant la diffusion de la série. Et quatre ans après sa sortie, le tourisme à Dubrovnik a rebondi d'environ de 38 %, le nombre de visites projetés continuant d'augmenter malgré la fin de la série.

Il est à préciser que **le but de la recherche** ne se limite pas à analyser le tourisme d'écran du point de vue du développement du tourisme international ainsi que ses perspectives sociales et économiques. Il est également d'effectuer une analyse comparative du développement de cette nouvelle forme du tourisme en République du Bélarus.

L'étude a révélé qu'il est difficile pour l'instant de parler des perspectives de développement du tourisme international au Bélarus ainsi que dans le monde entier. On peut constater avec sûreté que le Bélarus possède le potentiel nécessaire pour le développement du tourisme d'écran. Le contenu informatique en question peut être vendu par l'intermédiaire de sociétés de médias telles que Ivi, Voka TV, MEGOGO, qui sont les plus populaires au Bélarus. Selon notre opinion, afin de promouvoir les contenus touristiques il serait nécessaire de créer un partenariat public-privé à la base de l'Agence nationale du tourisme ou avec le soutien de Belorusfilm.

En conclusion il faut souligner que le tourisme d'écran pourrait devenir l'un des facteurs majeurs du développement du tourisme domestique. Des films, des courts métrages, des documentaires, de spots publicitaires découvrant les attractions et les caractéristiques locales ainsi que les valeurs naturelles et écologiques contribuent au développement de l'industrie touristique en période de la pandémie.

V. A. Lashutka

В. А. Лашутко

БГЭУ (Минск)

Научный руководитель И. В. Пантелева

NOUVEAU FORMAT POUR LES AUDITEURS DE RADIO FRANCE

Новый формат для слушателей французской общественной радиокompании

L'**objectif** de notre travail de recherche est d'analyser les avantages de la nouvelle technologie multiplex dans la radiodiffusion française.