
THE ROLE OF VISUAL CULTURE IN EDUCATIONAL TOURISM IN THE CONTEXT OF CONSERVATION AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF CULTURAL HERITAGE

Evgeni Velev

ULSIT, Bulgaria, e.velev@unibit.bg

Rumen Draganov

ULSIT, Bulgaria, r.draganov@unibit.bg

Abstract: The research aims to study and analyze the role of visual culture in the field of scientific knowledge and practical training in tourism and cultural heritage, from the point of view of the formation of socio-cultural competence and behavioral adaptability. Outlining the problems and prospects for educational tourism and cultural heritage, an attempt is made to derive the thesis that the flows of visual images and signs dominating the modern cultural situation are the basis of the processes of formation and construction of mental visual perceptions. They bring to the fore the power of images in public and cultural life, outline the density of visual narrative and participate in the creation of a new visual world. Other essential aspects on which the research focuses are the scope of the visual way of presenting the objects and subjects of cultural heritage protection, the processes of impact on users, public and audiences, as well as the problems related to visual discursive digital-media presentations and representations. Against this background is advocated the idea of the formation of new aesthetic needs and the delineation of the symbolic and performative dimensions of postmodern visual culture.

Keywords: educational tourism, visual culture, education, arts, culture, cultural heritage

РОЛЯТА НА ВИЗУАЛНАТА КУЛТУРА В ОБРАЗОВАТЕЛНИЯ ТУРИЗЪМ В КОНТЕКСТА НА ОПАЗВАНЕТО И УСТОЙЧИВОТО РАЗВИТИЕ НА КУЛТУРНОТО НАСЛЕДСТВО

Евгени Велев

УниБИТ, България, e.velev@unibit.bg

Румен Драганов

УниБИТ, България, r.draganov@unibit.bg

Резюме: Изследването си поставя за цел да проучи и анализира ролята на визуалната култура в областта на научното познание и практическото обучение по туризъм и културно наследство, от гледна точка на формирането на социокултурна компетентност и поведенческа адаптивност. Очертавайки проблемите и перспективите пред образователния туризъм и културното наследство се прави опит да бъде изведена тезата, че потоците от визуални образи и знаци, доминиращи в съвременната културна ситуация са в основата на процесите на формиране и изграждане на умствени визуални възприятия. Те извеждат на преден план силата на изображенията в обществения и културен живот, очертават плътността на визуалния разказ и участват в създаването на нов визуален свят. Други същностни аспекти, върху който акцентира изследването са обхватът на визуалния начин на представяне на обектите и субектите на опазването на културното наследство, процесите на въздействие върху потребителите, публиките и аудиториите, както и проблемите, свързани с визуалните дискурсивни дигитално-медийни презентации и репрезентации. На този фон се застъпва идеята за формирането на нови естетически потребности и очертаването на символните и перформативни измерения на постмодерната визуална култура.

Ключови думи: образователен туризъм, визуална култура, образование, изкуства, култура, културно наследство

1. ВОВЕД

От диалектична гледна точка и от гледна точка на концепцията за интерактивна визуална компетентност и визуална грамотност[1], разбирането за това, че формирането на ценностни ориентации в процесите на изработване и предлагане на разнообразно и стойностно културно съдържание в областта на културата, туризма и образованието е в пряка зависимост от политико-икономическите и социокултурни импликации на визуалната култура. Според Никълъс Мирзоеф визуалната култура през последните няколко десетилетия

се развива от „битуването си като полезна фраза за хората, работещи в областта на историята на изкуството, филмовите и медийни изследвания, социологията и други аспекти на визуалното”, до един иновативен, макар и спорен начин за интердисциплинарна работа, следващ идеите, залегнали в „културологичните изследвания”, „куиър теорията” и „афроамериканските изследвания”. Той счита, че причината за повишена видимост на визуалната култура се корени в обстоятелството, че човешките преживявания са станали „повизуални и визуализирани” в сравнение с предишни периоди от общественото и културното развитие. В този смисъл е и твърдението му, че до голяма степен, хората в индустриалните и постиндустриалните общества на настоящия етап живеят в „визуални култури”, състояние което благоприятства разделянето на настоящето от миналото. В тази връзка той пише: „Популярната журналистика постоянно отбелязва цифровите образи в киното, появата на пост-фотографията и развитието на медицинската образна диагностика, да не говорим за безкрайния прилив от коментари, посветени на Интернет.”[2] Тъй като глобализацията на визуалното, предполага наличието на изцяло нови средства за интерпретация на историчното, предметното, образното, информационното и комуникативното, все повече изпъква необходимостта от пренаписване на историческите обяснения на модернизма и модерността, което би улеснило обяснението на „визуалния завой”.

2. ВЪЗХОД НА КАРТИНАТА НА СВЕТА

На свой ред Уилям Мичъл определя теорията на образа като базисна за осъзнаването на това, че „зрителството” (външният вид, погледът, вглеждането, самото гледане, наблюдението и визуалното удоволствие) може да бъде толкова обширен проблем, колкото различните форми на четенето (дешифриране, декодиране, интерпретация и т.н.), и че „визуалното преживяване” или „визуалната грамотност” не са напълно обясними от гледна точка на „модела на сексуалността”. [3] Една от основните характеристики на визуална култура е визуализацията на човешкото познание, което само по себе си не е изцяло визуално. Много често вместо да се фокусира единствено върху визуалното до степен на изключване на всички други човешки сетива, визуалната култура се занимава с причините, породени от специалното отношение спрямо изразяване на преживяването във визуална форма, характерно за модерната и постмодерна културна ситуация. В тази връзка е и интерпретацията на този процес от страна на Мартин Хайдегер, който го нарича „възход на картината на света”. Той споделя следното: „Една картина на света не означава изобразяване на света, а света, мислен и възприеман като картина... Картината на света не се променя от по-ранна средновековна такава в модерна – важен е фактът, че светът изобщо става картина; именно това определя същността на модерната епоха”. [4] Отново според Мирзоев: „Визуалната култура не разчита на изображението, а на модерната тенденция да мислим в картини или да визуализираме съществуването. Тази визуализация прави модерния период коренно различен от античния и средновековния свят, в който светът се е разбирал като книга. По-важното е това, че изображението се вижда не като репрезентация или изкуствен конструкт, които се стремят да имитират даден обект, а в неразривна връзка с този обект или дори като идентичен с него”. [5]

В съвременната постмодерна културна ситуация „новото визуално съществуване” се възприема от голяма част от изследователите като твърде объркващо, тъй като изследването и анализирането на новата визуалност на културата не се припокриват напълно с нейното разбиране и възприемане. Именно поради тази причина, когато биват разглеждани и анализирани някои от основните институционални, обществено-политически и социокултурни измерения на културното наследство и на образователния туризъм от гледна точка на ролята на визуалната култура, визуалната комуникация и новите медии при формирането на публично поведение и интеркултурна компетентност, на преден план се открояват определени интеркултурни взаимодействия и политико-икономически дискурси. Всички те на определен етап преформулират индивидуалната и колективна социокултурна компетентност и поведенческа адаптивност в условията на информационно общество и културна глобализация. Тези дискурси пораждаат множество, въпроси имащи пряко отношение с проявленията и измеренията на културното наследство и изследването на хилиастичното преобръщане на визуалната конструкция на социалното и културно поле. Тяхното изясняване и решаване са особено актуални, както по отношение на отваряне на диалога за визуалния образ, като исторически и социален опит, така и във връзка с изясняване проблемите на миналото и паметта по отношение на тяхната проекция върху човешкото познание.

Когато се проучва и анализира ролята на визуалната култура в областта на научното познание и на практическото обучение по туризъм и културно наследство, от гледна точка на формирането на социокултурна компетентност и поведенческа адаптивност, се очертават редица проблеми пред визуалната комуникация и пред визуалната презентация и репрезентация на обектите на това наследство. Тяхното решаване е в пряка зависимост с потоците от визуални образи и знаци, доминиращи в съвременната

културна ситуация. Именно те са в основата на процесите на формиране и изграждане на умствени визуални възприятия, извеждайки на преден план силата на изображенията в обществения и културен живот, очертавайки плътността на визуалния разказ и участвайки в създаването на нов визуален свят.

Отчитайки значимостта на визуалното в тази му нова роля, както в живота на отделния човек, така и в обществения и културен живот, която способства появата т.нар. „визуален обрат“, е необходимо да се подчертае, че именно той се превръща във водеща концепция в хуманитарните и социални науки в полето на визуалните изследвания през последните две десетилетия. Изхождайки от теорията за визуалния образ, чрез визуалната комуникация в образователния туризъм и културното наследство могат да се анализират самите потребители, аудитории и публики, тъй като културната опосредственост е функция на различните културни и образователни институции, средствата за масова информация, новите информационни и комуникационни технологии (ИКТ) и др., чрез която се проектира визуалният опит на всички тях върху индивидуалното и обществено поведение. Същевременно те се обуславят от същият този опит, придобит от потребителите, аудиториите и публиките не само във визуалната си комуникация с творци и производители на културна и художествена продукция, но и с цялостното си съществуване и общуване в един изцяло визуален свят. До голяма степен тази двустепенност на „визуалното“ поражда въпроси, свързани с нивото на визуалната грамотност, визуалната компетентност и култура, по отношение на кодификацията на визуалната образност на въпросната продукция в полето на формалното образование и социокултурната свързаност. Решаването на тези проблеми са в пряка зависимост с анализа и оценката на образователно-възпитателната и културно-развлекателна среда в образованието и туризма в контекста на визуалните дискурсивни дигитално-медийни презентации и репрезентации на обектите на културното наследство. Визуалния начин на тяхното представяне и потребление влияят пряко на процесите на въздействие върху потенциалните потребители, публики и аудитории и на формирането на нови естетически ценностни нагласи, вкусове и потребности. В същото това време той играе съществена роля в очертаването на символните и перформативни измерения на постмодерната визуална култура. Масовото разпространение на тези презентации и репрезентации посредством Интернет и новите медии видоизменя както заобикалящата среда, така и самия човешки светоглед. Изхождайки от това обстоятелство и анализирайки както естеството на образователно-възпитателните и културно-развлекателни процеси, така и общественото мнение, в резултат на което израства „видео детето“ [6], една немалка част от изследователи и анализатори споделят схващането, че „визуално доминираната комуникация“ води до загуба на абстрактния език и до атрофия на способността за абстрактно мислене и свързаните с тях фундаментални способности за познание, разбиране и интерпретация.

Политологичното измерение на визуално доминирания жизнен свят се изразява не просто в изтощаване на познавателните и интерпретативни способности, но и в отслабване на способността за управление на общността и обществен живот. [7] За да аргументира тази своя теза Джовани Сартори се основава на схващането на Ернст Касирер, че с осмислянето на човека като символно животно (*animal symbolicum*), постулира несводимостта на човешкия свят до неговата заобикаляща среда. Символната способност се разгръща именно в езика, мислен като способност/инструмент за мислене, общуване и самопознание. Подмяната на абстрактното мислене с възприемането на образи (видеоформираното мислене) налага задължителен процес на визуализация на понятията, а това на практика ограничава човешката способност по отношение разбирането на заобикалящия го свят. Според автора „проблематичността на подобна когнитивна реалност се състои във визуалната непреводимост на всички абстрактни понятия, формулируеми в рамките на вербалната комуникация“. В тази смислова рамка той извежда твърдението си, че „действителната философска и културна апория, пред която са изправени съвременните демокрации, се крие във факта, че понятията за свобода, равенство, солидарност не са податливи на визуална репрезентация“.[8]

Поставена в контекста на образователния туризъм и опазването и устойчивото развитие на културното наследство, визуалната култура, формирана посредством провеждането на адекватни и ефективни културни и образователни политики от страна на отговорните институции и организационни структури би могла на определено ниво да допринесе за формиране на определени знания, умения и компетенции. Всички те са необходими за справяне със сложността на межкултурните общувания в съвременните мултикултурни общества и за квалифициране на участниците в процесите на преподаване, учене и възприемане. В условията на непрекъснато променяща се социокултурна среда, в която от първостепенно значение за формиране на ценности е ролята на социалните мрежи, от първостепенна важност е справянето с обществено-политическите, социално-икономическите, демографските и социокултурни промени и доминиращите нагласи, както и преодоляването на межкултурните различия. На този фон, отчитайки приноса на визуалната култура за развитието на способности за комбиниране на знания, умения и компетентности, подходящи за този контекст е необходимо да се подчертае, че е налице потребност от

постигането на по-висока устойчивост на образователния процес в областта на културното наследство и на туристическите ресурси и практики.

Широко е разпространено твърдението, че визуалната култура като цяло насочва вниманието на индивида към формално организираната и структурирана среда за визуална комуникация, каквито са традиционните културни и художествени пространства, културните и образователни институции и центрове, традиционните аудио-визуални медии, Интернет и новите медии. По презумпция последните са възприемани в съвременните условия като място за визуални преживявания в ежедневието с посредничеството на новите ИКТ, мултимедийните продукти и услуги и това на социалните мрежи. Така те доизграждат цялостния облик на една съвършено различна от досегашната естетико-художествена и нравствено-възпитателна среда. Би могло да се твърди, че тя като цяло е насочена към „формиране, утвърждаване и трансформиране на убеждения, нагласи и представи“, и „изграждане на визуално-метафорични и символно-алегорични образи на света“. Сред важните теоретични въпроси, които стоят пред науките, изследващи процесите на многоаспектно проявление и въздействие на културното наследство са тези, свързани с неговата институционална и функционална обезпеченост и идейно-нравствена и мирогледно-естетична насоченост. Тук става дума за начина, по който културното наследство като цяло и културната и творческа продукция участват във формиране на ценностната система на обществото. Също така става въпрос и за мястото и ролята на визуалната култура, визуалната комуникация и визуалната грамотност в културния и художествен живот и в културните и художествени процеси. Не по-малко важни са и тези въпроси, свързани с необходимостта от преформулиране на задачите и приоритетите, стоящи пред туристическия бизнес и пред културните и образователни институции.

Поглеждайки на визуалната култура през интерпретацията, свързана със съпоставката на визуалната комуникация, визуалния опит и визуалната грамотност с определени исторически, културни и художествени механизми, характерни за отделни етапи в опазването и развитието на културното наследство по отношение процеса на възприемане можем да заключим, че всички те в определена последователност дешифрират различни типове смислообразуващи, ценностно възпитателни и визуално въздействащи структури и механизми. Оттук би могла да произтече констатацията, че визуалният опит винаги е достоверен спрямо емоционалната система, докато повторението създава определени навици, поведенчески модели и правдоподобности. Позовавайки се на различни визуално-комуникационни матрици, посредством които потребителите на културна и творческа продукция, както и тези на културно-развлекателни и образователно-възпитателни продукти и услуги, се разглеждат като реципиенти на културно и художествено съдържание, би могло да се твърди, че културата като цяло присъства като вътрешно сцеление във всички обществени взаимодействия. Тя обаче не изчерпва тяхното съдържание и същност, тъй като намира в тях израз и различното положение на хората в обществото, техния различен икономически, социален и културен статус, авторитет, социална роля и роля в комуникативния процес, професионална дейност и компетенции и т. н.

В съвременната българска обществена и образователна ситуация, в света на изображенията, Интернет и новите медии, където все по-често границите между отделните изкуства и култури се прекриват, на практика се създава една нова виртуална реалност. Както в чисто семиотичен, така и във функционално-структурен аспект, в нея не просто се преплитат различните презентативни и репрезентативни практики в областта на културното наследство, но и се наслагват образи и значения, които зрителят получава при досега с различната им конструктивна и естетико-идейна същност. Това от своя страна поставя нови задачи и предизвикателства както пред посредниците, интерпретаторите, изследователите и анализаторите, така и пред институционалните, административни, обществени и корпоративни организационни структури в сферата на културата, образованието и туризма. В този смисъл, разглеждайки ролята на визуалната култура при формиране на ценности и нагласи, се застъпва тезата, че стремежът за ново устройство на света, изразен през двойката опозиции като истинно и неистинно, справедливо и несправедливо, словесно и несловесно, видимо и невидимо се реализира в непосредствените културни и художествени ценности, традиции и трансформации, концепции, практики и тенденции. Всички те интерпретират визуалната култура като приносител на определени дискурсивни маркери, формиращи убеждения, вярвания и потребности и оказващи въздействия върху нагласите, очакванията и интересите на потребителите, публиките и аудиториите. Тези маркери оказват определено влияние върху процесите на формиране на визуални значения, на конструиране на визуални метафори и върху формулирането на визуални аргументи, тези и заключения. Те допринасят и за това самата визуална култура да се осмисля като иманентно реторическа, темпорална, ситуативна и конкретна.

Стъпвайки върху разбирането, че реторическото измерение на визуалните аргументи се състои в изясняването на различните аспекти на тяхната ситуативност, би могло да се твърди, че те самите могат да

бъдат възприемани като ентимеми. Казано по друг начин визуалните реторични аргументи са същински синтагматични последователности[9], със съзнателно пропуснати предпоставки, които следва да бъдат допълнени от участието на публиката. Погледната от този ъгъл, визуалната аргументация в по-общ план може да се разглежда като процес, представляващ форма на визуално убеждаване, базиран на синтез между контекстуално скритите социокултурни предпоставки, визуалната грамотност, визуалната култура и визуално споделените пространства. Ефективността на визуалната аргументация в този случай може да се измери, като бъде анализирана способността ѝ да резонира в същата тази публика, в конкретна ситуация и при конкретни обстоятелства. Това означава, че тя притежава свойството да се ориентира не само спрямо вярванията, потребностите и нагласите на целевата си публика, но и спрямо значимите за нея визуални образи и обкръжаващото я визуално споделено пространство.

Културното наследство като ценностен, естетически, възпитателно-образователен и духовен ресурс, свързано с културните, политико-икономически, организационни и структурни компоненти на устойчивото развитие е сложен социокултурен феномен. Процесите отнасящи се до неговото опазване, съхраняване, адаптация, социализация и устойчиво развитие са свързани с въпроса за ролята и значението на културата и изкуствата за формиране и развитие на естетическо отношение и естетически вкус. Сред останалите техни важни функционалности и измерения са формирането на естетико-художествена култура, естетическо поведение и опит, развиването на естетическа и културна чувствителност, и изграждането на устойчив нравствено-психологически климат в отделните групи, общности и общества. Познаването и планирането на взаимовръзките, взаимообусловеностите и взаимозависимостите между културното развитие, културното наследство, образованието, възпитанието, туристическите и развлекателни дейности и туризма като цяло, съотнесени към равнището на визуалната грамотност и визуалната култура са в пряка зависимост с развитието на образователния туризъм. Тъй като той представлява своеобразна пресечна точка, където принципите на приемственост и достъпност на туризма и образованието, намират своята практическа реализация, в повечето случаи го свързваме със съвременните иновационни процеси в науката, културата и образованието, активното развитие на педагогическата теория, практика и технология.[10] Образователният туризъм е част от образователните системи на много европейски и други страни с развит и конкурентен туристически отрасъл и висококачествен образователен продукт по отношение на туризма и културното наследство, и твърде често се определя като съвкупност от високоефективна технология на обучение и форма на организация на учебния процес.

Същностната характеристика на образователния туризъм има сложен и динамичен характер, който е свързани с характеристиките на туристическото търсене и предлагане, със сезонните колебания, услугите за настаняване, диверсификацията на туристическия продукт, разновидностите и формите на проявление. Тези и други особености изискват детайлно проучване, тъй като той притежава значителен учебен, образователно-възпитателен и културно-развлекателен потенциал, и не е достатъчно изследван в контекста на визуалната култура и устойчивото развитие на културното наследство. Затова се застъпва тезата, че е налице необходимост от разработване на концептуален модел на образователно-възпитателна и културно-развлекателна визуална среда за устойчиво развитие на културното наследство. Той би трябвало да стъпи върху подобряване на взаимодействията и сътрудничествата между всички структурни елементи на системата на образователния туризъм, чието функциониране оказва силно влияние върху социално-политическата реалност в съвременния глобализиращ се свят и същевременно са налице благоприятни възможности за позициониране на образователната общност (училищна, студентска) в глобалното макро-общество.[11] Моделът също така би трябвало да стъпи върху основите на разбирането за учене чрез потребление на специализирани образователни туристически продукти и услуги и да се разглежда като концептуална рамка за разширяване на проучвателните и проектни дейности и оптимизиране на процесите по създаване и реализиране на образователни туристически пътувания, маршрути и дестинации.

Образователният туризъм в страната ни има сравнително добри позиции спрямо останалите видове туризъм. На този фон средните и висшите училища поддържат устойчиви партньорства с чуждестранни университети, учебни заведения и организации, осигуряващи „ефективен младежки обмен в научната и образователната сфера“.[12] За да бъде обаче оптимално използван целият потенциал на образователния туризъм в контекста на устойчивото развитие на културното наследство, е необходимо да бъде привлечено вниманието на изследователите на визуалната култура, така както тя се развива в сферата на визуалните изследвания и в полето на хуманитарните и социалните науки. Тези изследвания трябва да бъдат насочени към проучването, анализирането и систематизирането на знанията за визуалната грамотност, визуалната култура и визуалната компетентност, в смисловата рамка на създаването на благоприятните възможности за развитието на образователен туризъм в България, базиран от една страна на модела на резултатите от учене във формалното образование, а от друга на модела на образователна и културно-развлекателна среда за

лично и общностно развитие в процеса на образованието по изкуствата и културата през целия живот. На този фон е необходимо да се обърне внимание и върху въпросите, възникващи при осъществяване на връзка на учебните програми, свързани с туризма, културното наследство, изкуствата и културата с развитието на новите ИКТ, Интернет и новите медии, и с някои от вижданията и препоръките за интердисциплинарен подход в образователния туризъм. Това предполага създаването на възможност за придобиване на необходимите цифрови, медийни, визуално-комуникативни и педагогически умения и компетенции у потенциалните учители, необходими за успешното включване на добавена реалност при разработването и реализирането на съответните дидактически дейности в обучението по изкуствата, културата и културното наследство. Трябва да се отчете факта, че в български условия липсват помощни средства за тези учители в подготовката им на стратегии за преподаване и учене чрез добавена реалност, с фокус върху начините за интегриране на теми, свързани с културното наследство, Една бъдеща подготовката на такива учители трябва да включва създаване на добавена реалност, която същевременно да отразява нейната образователно-възпитателна стойност за насърчаване на обучаваните в избора им на теми, свързани с практиките и обектите на културното наследство. Тя трябва да бъде насочена и към придобиване на умения и компетентности за проектиране и разработване на учебно съдържание, базирано на добавена реалност и за планиране и внедряване на базирани сценарии за тяхната презентация и репрезентация. Насърчаването на интердисциплинарните връзки между отделните дисциплини в учебните програми е от особено значение за образователните институции в дадена образователна система, тъй като именно те са в състояние да допринасят за личностното и общностното развитие на всеки един от обучаваните. За целта е необходимо да бъдат разработвани и прилагани такива програми, които да предвиждат включването на специалисти, експерти и практики от сферата на културата, образованието и туризма в подготовката и образованието на учителите, преподавателите и други участници в тези образователно-възпитателните и културно-развлекателни процеси. От особена важност е развитието и утвърждаването на добри практики, свързани със сътрудничеството между отделните представители на системите на културата, туризма и образованието, отговорни за осигуряване на качество в образователния туризъм, разглеждан като подсистема. Развитието на творческите способности и на креативното мислене трябва да се превърнат в цели, които да бъдат заложили в учебните програма по дисциплините, имащи отношение спрямо културното наследство и туризма. Ефективното продуктивно сътрудничество между представителите на подсистемата „формално образование“ и тези на системите и подсистемите на културата и туризма би могло да способства за постигането на тези цели и задачи, именно на базата на учебна програма, включваща в себе си широко разнообразие от теми и дейности, чрез които на практическа основа се усвояват базисни знания за културното наследство и неговото опазване, и се придобиват умения и компетентности, свързани с визуалната култура, визуалната памет, и с културните традиции и трансформации.

3. ЗАКЛУЧЕНИЕ

Концепцията се отнася до поведението на представителите на подрастващото поколение и възрастните хора, насочено към това да си сътрудничат в обща рамка, което да се насърчава създаването на ново учебно културно и художествено съдържание в условията на учене през целия живот. То спомага формирането на способности за употреба, интерпретиране, анализ, оценка и създаване на визуални образи, форми и знаци, използвайки както конвенционални средства, така и тези, характерни за Интернет и новите медии по начин, насърчаващ ученето, мисленето, вземането на решения и възпитанието на естетически възприятия, естетически чувства, естетически вкус, естетически потребност, естетически идеал и др. Вж. Проект NTVIS – „Интерактивна визуална компетентност между поколенията - учене през целия живот“ // <https://epale.ec.europa.eu/bg/resource-centre/content/interaktivna-vizualna-kompetentnost-mezhdu-pokoleniyata-uchene-prez-celiya>

ИЗПОЛЗВАНА ЛИТЕРАТУРА

- Еко, У. (2017) Артикация на визуалните кодове. е. библиотека. Център за семиотични и културни и изследвания. С. с. 20.
- Мирзоев, Н. (2015), Какво е визуална култура? е. Сп. „Пирон“, бр. 9. С.
- Heidegger, M. (2017) The Age of the World Picture, in William Lovitt (trans.), The Question Concerning Technology and Other Essays, New York and London.
- Jiteniuvva, S. (2018), Educational tourism in Russia. M: Urait.
- Krasteva, R. (2018), Educational tourism: a historical review of an international phenomenon. International Scientific Conference „The Cultural Corridors of South-Eastern Europe: Cultural Tourism without Boundaries“, Santorini, Greece, Blagoevgrad: Neofit Rilski Publishing House, pp. 196-201.

- Mitchell, W.J.T. (1994), *Picture Theory*, Chicago: University of Chicago Press.
- Pasquino, G. (2005), The political science of Giovanni Sartori, In: *European political science*, 4(1). p. 33-41.
- Popova, K. (2017), The participants in youth tourist travel: professional tourists or amateur travelers. *Yearbook of Varna University of Management*, Vol. X, 13th International Scientific Conference on the topic of „The Modern Science, Business and Education”, pp. 78-82.
- Rampléy, M. (2005), *Exploring visual culture: definitions, concepts, contexts*, Edinburg University Press.
- Sartori, G. (2011), *Il paese degli struzzi. Clima, ambiente, sovrappopolazione*, Ambiente, Milano.
- <https://cssc-bg.com/downloads/articles/Literary%20-%20Linguistics/Eco%20-%20Articalation%20of%20VC.pdf>, 2024
- / <https://static.my-shop.ru/product/pdf/308/3076392.pdf>, 2024
- / <http://piron.culturecenter-su.org/2015-9-nicholasmirzoeff-kakvo-e-vizualna-kultura>, 2024
- https://www.researchgate.net/publication/303018037_Tourism_and_Visual_Culture_Volume_1, 2024
- <https://www.mdpi.com/1999-4907/14/4/755>, 2024
- https://www.academia.edu/6745577/Tourism_and_Visual_Culture_Volume_1_Theories_and_Concepts, 2024