

ВИДОВЕ АНТРОПОГЕННИ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ. ОПИТ ЗА НОВА ТИПОЛОГИЗАЦИЯ¹

Ваня Василева, Дора Кабакчиева²

DOI: <https://doi.org/10.35101/prg-2020.1-2.4>

Антропогенните туристически ресурси са важен компонент в туристико-ресурсния потенциал на България, както и важно конкурентно предимство за българския туризъм. В настоящата статия авторите предлагат собствена типологизация на антропогенните туристически ресурси. Като водещ критерий е използвана осезаемостта, защото възприемането чрез сетивата, осъзнаването и осмислянето на един обект (или явление) е определящото в отношението към него.

Ключови думи: туристически ресурси, типология, културно-историческо наследство, материални и нематериални антропогенни туристически ресурси, специални събития

FORMS OF ANTHROPOGENIC TOURIST RESOURCES. TRYING FOR ANOTHER TYPOLOGY

Vanya Vasileva, Dora Kabakchieva

Abstract. Anthropogenic tourism resources are an important component of the tourism-resource potential of Bulgaria, as well as an important competitive advantage for Bulgarian tourism. These resources have been studied and ranked based on different criteria. At first glance, their division is easy and clear. However, there is no common consensus among Bulgarian researchers on their type differentiation. Often anthropogenic tourist resources are interpreted as synonymous with cultural and historical heritage (and vice versa) and this, although too general and superficial, has some reasons. However, it is necessary to emphasize unequivocally that the two terms are not equivalent. „Anthropogenic resources“ refers to a

¹ Публикацията се реализира по проект „Изследване на ресурсния потенциал на туристическите райони в България“ РД-08-141/05.02.2020 г. към катедра „География, регионално развитие и туризъм“ на ШУ „Епископ Константин Преславски“.

² Шуменски университет „Епископ Константин Преславски“, катедра „География, регионално развитие и туризъм“; v.vasileva@shu.bg, d.kabakchieva@shu.bg

more general concept that includes both cultural and historical heritage resources and those that have been created today by purpose (artificial) and whose content may contain elements of culture and / or history. In this paper, the authors propose their own classification of anthropogenic tourism resources. The application of typology (division based on qualitative attributes) is not only scientifically important, but it is also important to practice to bring clarity and order to the diversity available. Senses are used as the leading criterion, because perception through the senses, awareness and comprehension of an object (or phenomenon) is the determining one for the relations to with it. According to this criterion, anthropogenic tourist resources are divided into tangible and intangible. The tangible ones are inherited, modern and mixed. Archaeological and ethnographic resources are inherited. Modern sports, entertainment and business resources are created. Religious, architectural, commemorative, cultural-institutional and economic resources can be both inherited and modernly created, therefore they are defined as a mixed type. The proposed classification is consistent not only with the resources tangibility and genesis and their peculiarities, but also with their use by the tourists and the importance of these resources for Bulgaria. The classifications developed so far are not bound to give a strictly fixed meaning to the individual terms. This is of particular importance to the authors of this typology. The definition of individual types is a significant contribution to their validation and, accordingly, to their work (identification, tourist evaluation, market positioning, conservation, development, etc.). Therefore, the proposed new categorization of anthropogenic tourism resources is logically accompanied by the designation of each type. The caveat is that it is not possible to put strict boundaries between the types, because very often each of them has characteristics of more than one group, hence different categories are connected not only by their nature, but also in their origin, as well as places of distribution. Most of the intangible anthropogenic tourism resources are only feasible in the presence of specific facilities. Therefore, the two main groups (tangible and intangible) are also highly interconnected and interdependent. The typology thus presented not only satisfies scientific and educational needs, but is also adequately applicable in public practice.

Keywords: typology, cultural and historical heritage, tangible and intangible anthropogenic tourist resources, special events.

ВЪВЕДЕНИЕ

В контекста на туризма антропогенните ресурси се интерпретират като обекти и събития с неприроден характер, които определят целта и мотивацията на туристическото потребление. Неделими са от атрактивността на туристическата дестинация и участват в процесите на формиране и усвояване на туристическия продукт. Те са важен компонент в туристико-ресурния потенциал на България, както и сериозно конкурентно качество за българския туризъм. Към тях се отнасят проявите на материалната и духовната култура, затова и обичайно се асоциират преди всичко с културно-историческото наследство на страната. Свързаността, разбира се, е безспорна, но не означава равнозначност.

Целта на настоящия текст е да се внесе пълнота, порядък и яснота относно съществуващите видове антропогенни туристически ресурси. Добавъчната цел е да се маркират особеностите на разглежданите видове за България. Обект на изследването са антропогенните туристически ресурси, а предметът му е нов теоретичен модел, базиран върху техните специфики и взаимовръзки.

Установяването на точни и еднозначни, научнообосновани термини и класификации е ултимативно необходимо условие за постигане на яснота и разбиране сред теоретичите и практиците в науката за туризма. Съществуващото голямо разнообразие от обекти и явления, представляващи интерес за туристическия бранш, извеждат тази необходимост на още по-високо ниво. Туристическите ресурси са изучавани и подреждани на базата на различни критерии. На пръв поглед разделението им е лесно и ясно, но въпреки това няма общоприета единна съгласуваност по тяхното видово разграничаване.

Организирането в система е задължителен етап от едно научно изследване. За целта е използван методът моделиране. Това е фундаментален научен метод за изучаване на реалността, когато поради различни причини тя е трудна за пряко, директно и буквално възприемане. Моделите отразяват главните характеристики на проучваните обекти, като ги трансформират или във физически аспект (чрез уголемяване, умаляване), или в ментален аспект (създаване на теоретични модели). Настоящото изследване представя нов теоретичен модел, отразяващ същността и взаимовръзките между видовете антропогенни туристически ресурси. За съставянето му са приложени два главни метода на теоретичното обобщение: групиране и абстрахиране. Първият събира обекти със сходни характеристики в една категория, вторият – формира отделната категория въз основа на водещи признаци, като се абстрахира от останалите характеристики (пренебрегва ги като несъществени за конкретното изследване). Когато водещи са качествени признаци, обособената подялба се дефинира като типология (Апостолов, Марков, 2015). Освен посочените основни методи (моделиране чрез групиране и абстрахиране) в текста се използват и прилагат и други общологични методи, като анализ и синтез, индукция и дедукция, обобщение. Употребява се също и териториалният (географски) подход за конкретизация.

ПРЕГЛЕД НА ДОСЕГАШНИ ОПИТИ ЗА ТИПОЛОГИЗАЦИЯ

Опитите да се систематизират антропогенните ресурси са сходни в търсенето на общи белези и показатели. Обособените единици обикновено са сродни, препокриват се (частично или напълно) или са условно установени, но в крайна сметка водят изследователите към по-задълбочено и систематизирано проучване.

За подреждането на туристическите ресурси биха могли да се приложат всички критерии, относими към тях по принцип. Багрова, Багров и Преображенский (1977, по Апостолов, 2013) ги поделят на три групи в зависимост от произхода им:

- *Естествено създадени ресурси* – плажове, минерални води и др.;
- *Облагородени* – плаж с вълнолом, извор с каптаж и др.;
- *Изкуствени* – язовир, рибарник и др.

Маринов и Бъчваров (1990) също диференцират три основни групи въз основа на произхода и основното предназначение на антропогенните ресурси:

1. *Реликтни обекти* – унаследени от минали времена, когато са изпълнявали основното си предназначение, което не е било свързано с туризъм;

2. *Специално създадени обекти* – музеи, паметници и др.;

3. *Обекти, за които туристическата функция е съпътстваща*, а не основна (например промишлени и селскостопански предприятия, към които има познавателен интерес).

В зависимост от генезиса и създаването си антропогенните туристически ресурси може да са *случайни или целеви*. Случаен е произходът на обектите на културно-историческото наследство например, тъй като са резултат от човешка дейност с различни от туристическите цели и функции. Целевите туристически ресурси се създават конкретно, за да обслужват туризма (тематични паркове, атракционни, специални събития и др.). Напълно възможно е обект, който притежава необходимите качества и туристическа атрактивност, да не се използва в туризма поради политически, военни, религиозни и други причини. Именно поради това се обособяват в ресурсен фонд, включен като туристически запаси, които не се експлоатират.

Маринов и Бъчваров (1990) предлагат и друга класификация, като подходът им е различен. В нея антропогенните туристически ресурси са декомпозирани на:

1. *Социално-познавателни*;

2. *Културно-исторически*;

3. *Периодични и епизодични прояви*.

Към социално-познавателните ресурси авторите отнасят особеностите на обществото, социално-икономическите процеси и явления, които протичат в него, начина на живот, „атмосферата“ на дадено място. В този смисъл групата обединява до голяма степен нематериални и свързани с духовната култура елементи. Културно-историческите обекти се тълкуват като осезаеми, обикновено мащабни, и поради това все още по-често срещан мотив за пътувания в сравнение с другите две категории. В наши дни периодичните и епизодичните прояви стават все по-привлекателни. За разлика от предходната група, те не са постоянни по време и място, поради което се използват за удължаване на туристическия сезон и за разнообразяване на туристическото предлагане в дестинациите.

Безусловно антропогенните туристически ресурси са свързани със социокултурната среда. Те са създадени от човека (от отделни социални групи или от обществото като цяло) и се поместват в културно-историческото наследство и социалната практика. Затова и според Михайлов (2012) при тяхната систематизация критериите могат да бъдат: (1) времеви, (2) пространствени и (3) сфери на живот. Ако приемем времевите критерии, подреждането върви в две посоки – минало и настояще. От гледна точка на туристическия потенциал културно-историческото наследство дава информация за миналото на човечеството. Интерпретирайки съвременността от подобна позиция, авторът оформя три групи антропогенни ресурси:

- *събития*;

- *културни, спортни и индустриални обекти*;

- *бит, традиции, обичаи и фолклор*.

Апостолов и Марков (2015) предлагат подобно видово деление, като изключват обаче последната група. Тяхната генетична типология е следната:

1. *Културно-исторически и делови* антропогенни туристически ресурси – исторически, архитектурни, религиозни, етнографски, културно-познавателни;

2. *Изкуствени* антропогенни туристически ресурси – развлекателни, културни, спортни, исторически, делови.

Всъщност тези автори използват разнообразни критерии за своята видова подредба:

- *произход (генезис)* – природни и антропогенни;
- *териториално-пространствено разгръщане* – точкови, линейни и областни;
- *значение* – локално, регионално, национално или световно значими;
- *локализация* – селищно и извънселищно разположени;
- *форма на собственост* – частни, държавни, общински, смесени;
- *транспортна достъпност* – с използване на обществен или специализиран туристически транспорт, само пешеходно (със затруднена достъпност).

За нуждите на настоящата класификация са приложени качествени признаци. За водещ критерий се приема генезисът, който диктува различията в съответните форми, структури и функции. Затова и делението по този признак конституира двете основни групи туристически ресурси: природни и антропогенни. Тяхната определеност и категоричност е фундаментът на всяко следващо проблематизиране в тази посока. Многообразието и в двете групи обаче налага необходимостта и те от своя страна да се декомпозират на видове и подвидове. Независимо от безусловността на подобна необходимост, не съществуват единни подходи и критерии за еднородна подялба.

Съобразно характера на носителите и начина на въздействие се различават *материални* (лесно осезаеми) и *нематериални* (по-трудно осезаеми) антропогенни ресурси. Този подход използва ЮНЕСКО при съставяне на списъците на Световното културно наследство. Подялбата в много голяма степен е условна, понеже двата вида са взаимосвързани и често се преплитат и допълват.³

Често антропогенните туристически ресурси се интерпретират като синоним на културно-историческото наследство (и обратното) и това, макар да е твърде общо и повърхностно, има известни основания. Важно е обаче да се подчертае недвусмислено, че двата термина не са равнозначни. С „антропогенни ресурси“ се обозначава по-общото понятие, което включва както ресурсите на културно-историческото наследство, така и тези, които са създадени в днешно време целево (изкуствено) и в чието съдържание може да има елементи на културата и/или историята. Според Закона за културното наследство (ЗКН) то обхваща материалното и нематериалното недвижимо и движимо наследство като съвкупност от пренесени през времето постижения, творчество, традиции и ценности, носители на историческа памет и/или национална идентичност с научна или културна стойност. Този закон (ЗКН, обн. ДВ, бр. 19 от 13 март 2009 г., изм. и доп. ДВ, бр. 62 от 6 август 2019 г.) дефинира елементите на посочената съвкупност като:

³ Повечето вписвания на нематериалното културно наследство на България в листите на ЮНЕСКО са включени заради запазените традиции при тяхното осъществяване/изработване и интерпретация/ползване.

1. Наземни, подземни и подводни археологически обекти и резервати.
2. Исторически обекти и комплекси.
3. Архитектурни обекти и комплекси.
4. Етнографски обекти и комплекси.
5. Образци на парковото изкуство и ландшафтната архитектура.
6. Природни ценности (образци), включително антропологични останки, открити при теренни проучвания, и останки на палеозологията и култивирани растения.
7. Индустриално наследство.
8. Произведения на изящни и приложни изкуства.
9. Народни занаяти.
10. Документално наследство.
11. Аудио-визуално наследство.
12. Устна традиция и език.
13. Книжовни и литературни ценности.
14. Обичаи, обреди, празненства, ритуали и вярвания.
15. Музика, песни и танци.
16. Народна медицина.
17. Кулинарни и енологични традиции.
18. Народни игри и спортове.

За да се превърнат съставните части на културно-историческото наследство в антропогенни туристически ресурси, те трябва да са определящи за избора на крайната цел на туристическото пътуване и да са основен мотив за посещение на мястото, в което са локализираны (Воденска, Асенова, 2011). Освен това е необходимо да отговарят на критериите за атрактивност (привлекателност) и да притежават съответните полезни качества за задоволяване на туристическите потребности.

Произходът като критерий диктува и обозначававането на *автохтонни (местни)* и *алохтонни (привнесени)* обекти и явления. Това е свързано с тяхната подвижност, според която се различават движими и недвижими културни ценности. Този подход се използва в българската законова уредба – Закона за културното наследство, Закона за паметниците на културата и музеите.

Според пространствената си структура и териториалния обхват недвижимите културни ценности са разделени от Закона за културното наследство на *единични и групови*. При груповите се разграничават следните видове (ЗКН, обн. ДВ, бр. 19 от 13 март 2009 г., изм. и доп. ДВ, бр. 62 от 6 август 2019 г.):

а) Ансамбъл – териториално обособима структура от обекти на недвижимото културно наследство, чиито елементи се намират в определени смислови, пространствени и естетически връзки помежду си и с прилежащата им среда;

б) Комплекс – разновидност на ансамбъла с функционално обвързани съставни части;

в) Серийни – два или повече обекти на недвижимото културно наследство, обединени от ясни културни, времеви, социални и/или функционални връзки и независими от местоположението си;

г) Историческо селище – урбанизирана структура, наситена с културно-исторически ценности от една или няколко епохи;

д) Историческа зона – оформена селищна, извънселищна, подземна територия или част от акватория, наситена с културни и исторически ценности от една или няколко епохи;

е) Археологически резерват – обособена територия или част от акватория, наситена с разкрити или подлежащи на разкриване при археологически проучвания (под повърхността или наземни) културни ценности, включително археологически структури, нива и културни напластявания.

Краткият преглед на съществуващите типологии демонстрира сходствата, както и различията между тях. Почти всички изследователи в една или друга степен застъпват разделението на обекти и събития. Наблюдават се съществени разлики между авторите, занимаващи се проблемите на туризма, от една страна, и нормативната уредба, от друга. Това навежда на мисълта, че нормативните актове не се базират на изследователския опит. Класификациите в тях се стремят да бъдат максимално изчерпателни, но са лишени от добре дефинирани критерии и йерархичност. Дисхармонията, която съществува, поражда необходимостта от нова, единна, лесно разбираема и лесно приложима подялба на антропогенните туристически ресурси.

ОПИТ ЗА НОВА ТИПОЛОГИЯ НА АНТРОПОГЕННИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ

Базирайки се на съществуващите практики, авторите на настоящото изследване представят собствена типология на антропогенните туристически ресурси (фиг. 1). В този опит за по-обобщено деление водещ критерий е осезаемостта, защото възприемането чрез сетивата, осъзнаването и осмислянето на един обект (или явление) е определящо в отношението към него. Според този критерий антропогенните туристически ресурси се делят на *материални и нематериални*.

Материалните са *унаследени, съвременни и смесени*. Унаследени са археологическите и етнографските ресурси. Съвременно създадени са спортните, развлекателните и деловите ресурси. Религиозните, архитектурните, възпоменателните, културно-институционалните и стопанските могат да са както унаследени, така и съвременно създадени, поради което се определят като смесен тип. Предложеното видово подреждане е съобразено не само с осезаемостта и генезиса и произтичащите от тях особености, но и с туристическото използване и значението на тези ресурси за България.

Съществуващите до момента класификации не са обвързани с придаване на строго фиксиран смисъл на отделните термини. За авторите на настоящата публикация това е от особено значение. Дефинирането на обособените видове е от съществен принос за тяхното утвърждаване и съответно за работата с тях (идентифициране, туристическа оценка, позициониране на пазара, опазване, развитие и т.н.). Затова и предложената нова типологизация на антропогенните туристически ресурси е логически придружена от обозначаване на всеки от видовете:



Фиг. 1. Видове антропогенни туристически ресурси

• *Археологически туристически ресурси (материални, унаследени)* – стойности за археологията движими и недвижими материални следи от човешка дейност, намиращи се в земните пластове, на тяхната повърхност, на сушата и във водните басейни. Те са ограничени, незаменими и невъзобновяеми обекти от Древността и Средновековието, които дават най-добрата физическа информация за времето и живота на хората от миналото. Обикновено са само час-

тично запазени, открити са при археологически разкопки и проучването, реставрирането и консервирането им се извършват от професионални експерти;

- *Етнографски туристически ресурси (материални, унаследени)* – явленията и предметите на народната култура (материална и духовна), които носят информация за етническите характеристики на живота и традициите на хората, наслоени в хода на историческото им развитие: битови предмети, облекла, тъкани, шевици, кулинария, традиционни занаяти, народни обичаи, обреди, празненства, песни, танци и т.н. Различават се по формите на предметяване на резултатите от човешкия труд – материални и духовни;

- *Религиозни туристически ресурси (материални, смесени)* – съвкупността от значими културно-исторически обекти и паметници, свързани с вярата и световните религии, заедно с прилежащите им реквизити и аксесоари и съпътстващите ги религиозни практики на населението на дадена територия, произтичащи от тази вяра: археологически обекти (руини на храмове и светилища); съвременни архитектурни обекти (църкви, катедрали, манастири, камбанарии, синагоги, джамии); религиозни паметници и паметни места (гробница, крипти, статуи, монументи); църковни музеи и колекции; светски сгради и обекти, свързани с определена религия;

- *Архитектурни туристически ресурси (материални, смесени)* – обхващат различни пространствени елементи на средата, обитавана от човечеството през годините на неговата цивилизация, с висока художествена стойност и пряко отношение към историята, културата и бита на различните народи – сгради, улици, площади, крепости, кули, мостове, акведукти, чешми и др. Обособяването им в самостоятелна група е твърде условно, защото архитектурните артефакти са основно проявление и задължително условие за всички антропогенни туристически ресурси. Те са пряко свързани и си взаимодействат в еднаква степен както с археологическите, така и с етнографските, религиозните, историческите, културно-познавателните и с останалите видове, без изключение;

- *Възпоменателни туристически ресурси (материални, смесени)* – обозначават исторически факти и събития, като се грижат за това да не бъдат забравени и обезпечават тяхното представяне пред заинтересованите. Възпоменателните ресурси са материални обекти, създадени от хората, за да свидетелстват за случили се бележити моменти в тяхното минало: паметници, военни паметници, мемориали, пантеони, гробници, мавзолеи, костници, лобни места, мемориални комплекси, бойни места, исторически панорами, алеи на паметта, родни места и др.п. Пазят паметта за славни или печални епизоди от историята, които имат важно значение за живота на обществото. Предават от поколение на поколение спомени и признателност за постижения, завоевания, победи, героизъм, саможертва в името на родината или на идеала;

- *Културно-институционални туристически ресурси (материални, смесени)* – регулират разпространението и достъпа до различни значими свидетелства от миналото, артефакти и творчески постижения, ориентират заинтересованите и моделират предпочитанията им. Осигуряват необходимите познавателни ориентации в историята и културата на определена общност. В тях посетителите се учат, образоват и развличат. Представят материалната база в сферата на културата, с която разполага една територия: музеи, галерии, библиотеки, театри

и др. Наличието или отсъствието им е свидетелство преди всичко за нивото на духовното и творческото развитие на дадено общество, за неговите ценности и грижата му към наследеното от предците;

- *Стопански туристически ресурси (материални, смесени)* – свързани са с миналото, настоящето или бъдещето на определена територия. В техния обхват влизат обекти на индустриалното наследство; действащи промишлени и селскостопански средища, отворени за посещения и представяне, като винарни, пивоварни, розоварни, пекарни, шоколадови фабрики, мандри, мини, биоферми и др. Тук се включват също научни центрове, лансиращи на популярен език научни постижения, изследвания и иновационни дейности пред широка аудитория, като детски научни центрове, планетариуми, атомни станции, астрономически и космически центрове и др.

- *Спортни туристически ресурси (материални, съвременни)* – съвкупност от материални обекти и средства, в които и/или с помощта на които се осъществяват специфични физически дейности, игри и забавления за задоволяване на потребностите на туристите от спортуване, рекреация и активен отдих. Създават условия и възможности за групово и/или индивидуално практикуване. Такива са спортни зали, комплекси, стадиони, игрища, гребни бази, голф терени и мн. др.

- *Развлекателни туристически ресурси (материални, съвременни)* – осигуряват веществено-предметната база за различни видове занимания, които доставят удоволствие през свободното време и поради това са цел на посещение от страна на туристите. Предлагат всевъзможно развлекателно съдържание и са едни от най-атраktivните туристически ресурси през последните години. Такива са увеселителни, тематични и водни паркове, детски и търговски центрове, хазартни заведения и др.

- *Делови туристически ресурси (материални, съвременни)* – обезпечават деловата работа и атмосфера в условия извън обичайната работна среда; предоставят необходимото за провеждане на разнородни корпоративни събития (конференции, семинари, симпозиуми, панаири, неформални срещи, коктейли, приеми и др.); гарантират професионални практики от областта на събитийния мениджмънт. Включват конгресни зали, изложбени салони и пространства, борси, панаирни сгради и площи и др.

Към групата на *нематериалните* антропогенни туристически ресурси се отнасят всички специални събития, организирани, за да привлекат вниманието и интереса (не само) на туристите, да развият и утвърдят съответната туристическа дестинация. Такива са календарни чествания и празници, фестивали, представления и концерти, изложения, панаири, спортни и делови прояви, карнавали, шествия, възстановки, пленери и др. Някои от тях са с историческа или възпоменателна тематика или дългогодишни традиции, но поради факта, че всички се организират и провеждат в наши дни, е неуместно (а и би било много трудно) да се разделят на унаследени и съвременни.

Категоричното разграничаване на обособените видове антропогенни туристически ресурси не е възможно, защото много често всеки от тях притежава характеристики на повече от една група, поради което отделните категории са свързани не само по естеството си, но и по време на възникване, както и по

места на разпространение. Повечето от нематериалните антропогенни туристически ресурси са осъществими единствено при наличието на специфична материална база. – например панаирите се нуждаят от панаирни градчета, изложбите – от галерии, деловите прояви от конгресни зали и т.н. Следователно двете основни групи (материални и нематериални) също са силно взаимосвързани и взаимозависими.

Представена по този начин типологията удовлетворява не само научни и образователни потребности, но е адекватно приложима и в обществената практика.

СПЕЦИФИКИ НА АНТРОПОГЕННИТЕ ТУРИСТИЧЕСКИ РЕСУРСИ ЗА БЪЛГАРИЯ

Въз основа на направената типология се изясняват същностните белези на антропогенните туристически ресурси в България и се налагат следните изводи:

1. България разполага с *разнообразни по естество* антропогенни туристически ресурси. Всички основни видове от тях са налични в страната.

2. Отделните видове антропогенни туристически ресурси имат *различна количествена обезпеченост*. Значително преобладават унаследените. България е най-добре обезпечена е археологически, етнографски и религиозни ресурси. Благоприятно представени са също музеите, архитектурните и възпоменателните обекти. Изоставане се наблюдава при съвременните видове като делови, спортни и развлекателни, както и стопански. Сред липсващите са например мавзолеи (наличните са костници), самостоятелно обособени съкровищници (наличните са част от музеи), научни центрове с туристически функции. Относително слабо са показани и развлекателните ресурси, въпреки че са сред най-бързо развиващите се и набиращи популярност през последните години. Много малко са проявите със световна или поне европейска значимост. Организираните събития са много на брой, но повечето са с местна и регионална популярност, което ги поставя в категорията туристико-ресурсен потенциал. След 1989 г. много стопански обекти вече не се посещават от туристи, но постепенно започва възраждането и на тази група, която е незначителна в момента, но притежава висока познавателна стойност.

3. Отделните видове антропогенни туристически ресурси имат *индивидуален и специфичен принос* за развитието на българския туризъм. Най-добре усвоено за нуждите на туризма е българското културно-историческо наследство. Изключително слабо се използват стопанските обекти, както и периодичните и епизодичните събитийни прояви.

4. Антропогенните туристически ресурси са *относително равномерно разпределени* по територията на страната (за разлика от природните). Това е добра предпоставка за постигане на по-равномерно териториално разпределение на българския туризъм. Все пак по-голяма концентрация се забелязва около и в историческите и съвременните градски центрове, както и в курортните райони.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Развитието на българския туризъм показва, че антропогенните туристически ресурси са определящи за формиране на *туристическата привлекателност* и са от първостепенно значение за облика на България като туристическа дестинация. Установяването на еднозначна терминология и ясно дефиниране на отделните категории обезпечава адекватното използване на тези ресурси. Доста често те се намират в комбинация и взаимодействие и оказват съществено влияние върху параметрите на туристическото „производство” и потребление. Освен това по-голямата част от методите и инструментите за управлението им са с универсално приложение, т.е. отнасят се за всички видове. Разгръщането на туристическия потенциал на обектите и явленията, плод на човешката дейност, и провокирането на туристическия интерес към тях са важна необходимост и за напредъка на индустрията, и за развитието на средата. Намирането на точния баланс между съхранението, интегрирането, популяризирането, усъвършенстването и правилното представяне на антропогенните туристически ресурси е най-добрата рецепта за тяхното бъдеще, за създаване на специфични търговски марки и брандове, за установяване на висока репутацията на дестинацията и привличане на инвестиции и туристи.

ЛИТЕРАТУРА

- Апостолов, Н.**, (2013) География на туризма – един век развитие и достижения. Унив. изд. ИУ-Варна/ Apostolov, N., (2013) Geography of tourism – a century of development and achievements. Univ. ed. UE-Varna (Bg)
- Апостолов, Н., И. Марков.** (2015) Туристически ресурси. Астартa, Пловдив/ Apostolov, N., I. Markov. (2015) Tourism Resources. Astarta, Plovdiv (Bg)
- Воденска, М., М. Асенова.** (2011) Въведение в туризма. Матком, София/ Vodenska, M., M. Asenova. (2011) Introduction to tourism. Matcom, Sofia (Bg)
- Маринов, В., М. Бъчваров.** (1990) Антропогенни условия и ресурси на отдиha и туризма. УИ Климент Охридски, София/ Marinov, V., M. Bachvarov. (1990) Anthropogenic conditions and resources of recreation and tourism. University publishing house Kliment Ohridski, Sofia (Bg)
- Михайлов, М.** (2012) Стратегически подходи за развитие на културния туризъм. Научен електронен архив на НБУ, София/ Mihailov, M. (2012) Strategic Approaches for the Development of Cultural Tourism. NBU Scientific Electronic Archive, Sofia/ (Bg)
- *** **Закон за закрила и развитие на културата** (обн. ДВ, бр.50 от 1 юни 1999 г., изм. и доп. ДВ, бр.100 от 20 декември 2019 г.)/ Protection and Development of Culture Act (State Newspaper 50/01.06.1999....100/20.12.2020). (Bg)
- *** **Закон за културното наследство** (обн. ДВ, бр.19 от 13 март 2009 г., изм. и доп. ДВ, бр.62 от 6 август 2019 г.) / Cultural Heritage Act (State Newspaper 19/13.03.2009....62/06.08.2019). (Bg)
- *** **Закон за паметниците на културата и музеите** (обн. ДВ, бр.29 от 11 април 1969 г., изм. и доп. ДВ, бр.94 от 25 ноември 2005 г.) / Law on Monuments of Culture and Museums (State Newspaper 29/11.04.1969...94/25.11.2005). (Bg)
- <https://whc.unesco.org/en/list/> (25.01.2020)