

Assoc. Prof. Zahariy Dechev, PhD

Department: Tourism

Burgas State University "Prof. Dr. Asen Zlatarov"

Tel.: +359 888 917 915

E-mail: prkrai_bs@abv.bg

Abstract: *The use of modern audio-visual teaching aids on the bus brings the level of live observation of reality closer and effectively complements the tour guide's commentary when it is not possible to observe the tourist resource directly. This text examines the methodological requirements for working with audio-visual screen aids in the practical implementation of guided tours. The methodological specifics of television broadcasting and interactive virtual tours are outlined. When conducting a tourist excursion, the screening of films on the bus as a high-quality screen product of television or the film industry is perceived as a methodological information tool that complements and diversifies the information provided by the tour guide. The selection of audio-visual aids is made by the tour guide, taking into account the theme of the tour guide's presentation.*

Keywords: *tourism, excursion, lecture, audio-visual viewing, screen media, television programs, virtual tours, film.*

ВЪВЕДЕНИЕ

Аудио-визуалните средства отдавна са навлезли в нашия живот, те са по-динамични и интерактивни при пренасяне на информация и в начина на комуникация. Методическата функционалност на екранното (аудио-визуално) онагледяване мобилизира зрителния и слуховия анализатор. Това допринася за богатството на възприятията и постигане на по-голяма концентрация на вниманието, засилва се интересът към наблюдавания обект и се забелязва стремеж за неговото по-близко опознаване и изучаване. „Изследванията действително потвърждават, че зрителният информационен канал на човека е с много по-голяма пропускателна способност от слуховия и че мозъкът по-бързо и лесно възприема, обработва и запомня визуалната информация“ (Ivanova et al., 2022, p. 23).

Смесеното (комплексно) възприятие (преобладаващо във всекидневието) значително подпомага приложението на слухово-зрителните средства. В методиката на екскурзоводската беседа ги назоваваме *аудио-визуални средства*, поради факта, че говорим за аудио-визуално възприятие (зрително-осезателно или слухово-осезателно възприятие). „Нещо повече, индивидът има потребност да чува видяното, да опипва чутото, да види това, което докосва и пр. Той изпитва дискомфорт, ако бъде лишен от възможност да преживее възприятията си интермодално, например телевизорът без звук създава дискомфорт“ (Minchev, 2013, p. 385).

ИЗЛОЖЕНИЕ

Аудио-визуалната информация – подчертава Р. Петров (2016), създава асоциативни връзки в „потока на съзнанието“ или „вътрешен монолог“ при всеки реципиент. Образът и звукът, обединени в едно цяло, стават много силен информационен медиатор на въздействие, провокиращ социално-психологическото съзнание на масовия зрител. Времето, като рационална стойност, определящо развитието на обществото, се явява важен фактор в личностното медиакултурно израстване. То се основава на аудио-визуалната информация и комуникация, които направиха света по-близък, по-интересен, по-разбираем, по-стойностен и промениха стратегически мисловния и интелектуален процес на човешкото съзнание (Petrov, 2019, p. 146-147).

Аудио-визуалните средства се съчетават (обединяват) успешно с използването на всички групи екскурзоводски методи. Тяхното съгласувано реализиране се осъществява чрез помощта (приемливото приложение) на принципа „нагледност“ в екскурзоводската практика. Приложението

⁷⁵ Докладът е представен пред секция „Съвременно чуждоезиково обучение, методика, педагогика и психология“ на 64-тата научна конференция на Русенския университет „Ангел Кънчев“ и Съюза на учените-Русе на 17 октомври 2025 година с оригинално заглавие на български език: ПРИЛОЖЕНИЕ НА АУДИО-ВИЗУАЛНИТЕ СРЕДСТВА ПРИ ПРОВЕЖДАНЕ НА ЕКСКУРЗОВОДСКАТА БЕСЕДА

на този принцип задължително включва използването на слухово-зрителни (аудио-визуални) средства в беседата. В този смисъл трябва да подчертаем, че аудио-визуалните средства не могат да постигнат онзи желан методически резултат, ако се използват изолирано (самостоятелно), без тяхната взаимосвързаност с методическите принципи и методи при устното изложение на беседата. *Под методически аудио-визуални средства се разбират всички комплексно прилагани в екскурзоводската практика звукови и нагледни обекти, които служат като основен (базов) източник на информация (развлечение) и като възможност (начин) за по-резултатно възприемане на живото слово на екскурзовода и усвояване на съдържанието на екскурзоводската беседа.*

► *Методиката за работа с аудио-визуално екранно средство* по време на пътуване в транспортното средство или в самата зона на посещение се предхожда от необходимата предварителна методическа подготовка на екскурзовода, която включва:

- предварителен подбор на методическото аудио-визуално средство спрямо темата на беседата;

- извършване на подбор и видео запис на електронен носител;
- конкретизиране на мястото му в структурната част на беседата;
- определяне на времетраенето на неговото излъчване;
- обявяване на темата и кратко представяне на аудио-визуалното средство;
- прожектиране (излъчване) на информационното аудио-визуално средство.

Видео прожекцията в автобуса (планирана от екскурзовода) може да се прилага успешно във всеки момент на екскурзоводската беседа. Основната цел на представяния зрителен материал е да се включи и свърже органически с екскурзоводската беседа като необходима нейна част (създава се добър методически ефект). Гледането на телевизионно предаване или видео филм по време на беседата методически се аргументира като консолидираща част от възприемането и усвояването на поднасяната информация от екскурзовода. Практиката показва, че по-кратките прожекции са по-ефективни.

Използването на аудио-визуални средства при *въвеждането на нова тема на беседата* цели да се създаде интерес към представяния туристически обект. Придобиват се първоначални представи, впечатления и познания, които след това се разширяват и обогатяват с устното изложение на екскурзовода. Някои от представените данни (факти, сведения) той може да използва като опорни пунктове или за допълнителни обяснения в своя разказ в подходящо съчетание с различни екскурзоводски методи. Приложението на аудио-визуалните средства *в хода на екскурзоводската беседа* (главна структурна част) се използва за конкретизиране (уточняване с аудио визуализиране) и разширяване на познанията за определени части (детайли) на представяния туристически обект или място (например при обзорна беседа туристите могат да се запознаят с някои емблематични сгради, символи и забележителности на града). В процеса на изложението екскурзоводът трябва да уточни какво ще се гледа и на какво да се обърне внимание. Включването на аудио-визуалните средства *в края на устно представената беседа* в автобуса цели да се постигне обобщено запознаване на туристите с обекта преди да го посетят. Тази предварителна аудио-визуална среща им дава възможност за ориентиране в това, което им предстои да видят на място. При такова методическо решение особено ценни са филмите, подготвени от екскурзовода, в които последователно се показват отделни свързани съставни части (сгради, помещения, работилници, експозиции, магазини, демонстрации и пр.) в комплекса и алгоритъмът за придвижване и разглеждане при посещението. След края на излъчването, за стимулиране на научния интерес екскурзоводът може да направи кратки устни допълнения за обогатяване на познавателната проблематика.

► *Телевизионните предавания* заемат сериозен дял в съвременното информационно пространство. Те са предназначени за излъчване за определена телевизионната програма (телевизия) като БНТ 1, БНТ 2, bTV, bTV Action, bTV Cinema, Нова ТВ и др. Всяка телевизия, като електронна медия, има свои телевизионни предавания. Телевизионните предавания се изработват в различни жанрове и категории (информационни, политически, новинарски, публицистични, спортни, туристически, научни, религиозни, забавни, музикални, детски, младежки и пр.). Също така излъчват сутрешен блок, концерти (на живо или на запис), състезания, конкурси, сериали,

игрални, анимационни, научнопопулярни и документални филми, времето, токшоу (разговори с известни събеседници), телевизионни игри, реалити предавания и др. Те се подбират според целите на телевизионната програма (телевизионен канал) да информират, образоват, забавляват, съобразявайки се с предпочитанията на зрителите, с което се увеличава и гледаемостта на телевизията. Специално подготвените предавания (като вътрешна продукция) в телевизионното студио имат телевизионен водещ и се създават от екип специалисти (продуцент, оператор, режисьор, сценарист, тонрежисьор и др.). Телевизионните предавания се подбират от екскурзовода в зависимост от планираните цели и съдържанието на беседата, като се съобразяват с възрастта и интересите на таргет аудиторията. Те позволяват по-дълбоко да се вникне в същината на представяния туристически ресурс или историческо събитие, като дават представа за обекти или минали (отдалечени) във времето и пространството действителни истории (факти) и обстоятелства. Съчетани със словото на екскурзовода, те допринасят за аудиовизуализиране, с разширяване на познанията и извършване на по-задълбочен анализ на видяното (същността на процесите или събитието) чрез представяния видео филм. Телевизията модернизирa екскурзоводската беседа, поднасяната информация става по-действена, доближава се до живота, събужда интереса, задълбочава вниманието, провокира стремеж към мислене и търсене на отговори.

Телевизионните предавания, които се включват непосредствено в екскурзоводската беседа или са част от екскурзоводската анимация в автобуса, се разделят на следните видове:

- телевизионни предавания, които разширяват погледа за представяния туристически ресурс;
- телевизионни предавания, които заемат междинно място между екскурзоводската беседа и екскурзоводската анимация;
- телевизионни туристически предавания;
- телевизионни предавания с научнопопулярен и развлекателен характер.

Туристически предавания и филми се излъчват в електронните масмедии и в специализираните телевизии за туризъм (форматен телевизионен канал), като Телевизия Туризм (ТВТ, TVT) или Travel TV (първата телевизия за туризъм в Източна Европа). Всяка от телевизиите излъчва авторски филми за туризъм с предимно българско съдържание, предназначени за широката публика. „Една от причините за създаването на профилирана телевизия, като Телевизия Туризм, е бързото развитие на туристическия бранш в България и туристическите услуги, както и осъзнатата необходимост този бранш да намери адекватна медия за изява и реклама. В програмата ѝ ще откриете информация за хотелски комплекси, ресторанти, спа-центрове, конни бази и винарски изби. Ще намерите и много справочна информация за транспортните връзки, хижите и курортите на България, музеите и галериите, националните, религиозни и фолклорни празници“ (Television Tourism, URL: see.bg). За Travel TV пътуването не е само туризъм. То е начин на живот. Актуалната програмна схема включва продукция в широк жанров диапазон – филми за българските и чужди градове, общини и общности, курорти и интересни места, както и качествена чуждестранна документалистика в сферата на туризма, културата, историята, екологията и други (Travel TV, URL: tv.traveltv.bg). Телевизиите, като електронни масмедии, предоставят богата програма от туристически предавания и филми.

Чрез телевизията и телевизионните предавания (директни излъчвания или на запис) могат да се наблюдават интересни събития, да се показват хора в действие, да се запознават зрителите с последните (водещи) новини, интервюта, актуални анализи и коментари или да се опознават нови явления и светове. Спецификата на аудио-визуалното въздействие е различно от аудио-техническите средства. Телевизията предпоставя възможности за голяма обхватност (много хора могат да бъдат зрители), за анализиране и обобщаване на факти и сведения, формиране на мнение или възможност зрителят да се чувства участник (присъстващ) в излъчваните на живо събития (предавания).

Туристически предавания има почти във всички съвременни телевизии (например познатата телевизионна поредица на българския зрител „Атлас“ на Симеон Идакиев, започнала да се излъчва през 1968 г., настоящото седмично предаване на БНТ 1 „Туризм БГ“ или „Дестинации“ по БТВ др.). Телевизионната туристическа продукция е насочена към популяризиране на предизвикателни пътешествия и маршрути, опознаването на българската природа и градовете като атрактивни

туристическите дестинации. Тематиката на телевизионните туристически предавания по Телевизия Туризм (TVT) или Travel TV е различна от факти и сюжети за географията, историята, културата, религията и етнографията до представяне на маршрути и уникалните български туристически дестинации (курорти) и забележителности. Туристическите телевизионни предавания представят непознати туристически места и обекти и културни събития и хотели от цял свят. Подборът на такива тематични предавания, които да бъдат излъчвани по време на пътешествието в автобуса, е свързан с екскурзоводската програма и насочен към посещаваните туристически градове, места и обекти и тяхното по-добро опознаване. Гледането на предаванията може да бъде в ефирно време или на запис, осъществен предварително от екскурзовода.

► *Виртуалната разходка* е съчетание от множество 360-градусови панорамни изгледи, снимки, текст, музика, карти и планове, локатори за указване на посоката и активни точки (hot spots) за преминаване от един обект към друг. Тя предоставя на ползвателя възможността, използвайки компютър и мишка, да се разходи сред реалната обстановка на дадено място в удобен за него момент. Много от големите музеи по света също предлагат виртуални турове на своите сайтове. Потребителят може да избира посоката на придвижване, да се „разхожда“ по отделните етажи и зали, да увеличава или намалява изображението, да променя зрителния ъгъл и пр. (Petrov, 2019, p. 168). Виртуалните турове (огледи, панорами) се изработват от специалисти благодарение на съвременната техника и не могат да бъдат представени чрез други дигитални технологии. След като се направят 360-градусовите панорами, се обработват (подреждат) с професионален (специализиран) софтуер и се представят за наблюдение в съответен формат. Определя се типът на навигация, планът за управление, карта на местоположението, началната точка на движение и въртене, поставят се стрелки за придвижване, активни точки за фиксиране и преминаване (от един обект към друг), карта на етаж и текстови полета с информация за наблюдаваното място, обект или предмет, може да бъде добавена и подходяща фонова музика.

Интерактивните виртуални разходки (турове) са съвкупност от множество свързана помежду си 360-градусова фотография. Те са част от виртуалното изкуство и са атрактивна форма за презентация. Придвижването в панорамната снимкова импресия създава усещането за истинска разходка. Това е един оптимален начин за представяне на дадена туристическа забележителност (URL: rilskimanastir.org; vlevskimuseum-bg; etar.bg) или туристическа дестинация (URL: 360tour.bg; unknown-sofia.com) и за създаване на реалистична представа за тях, както и за естествения начин на придвижване в определеното място или из обекта. Такива сферични панорами (виртуални огледи) има разработени (изградени) за много обекти у нас (на музеи, манастири, туристически атракции, места за настаняване или хранене и др.). Те са публикувани в интернет пространството, вградени са в официалните уебсайтове, достъпни са в профила в Google. В методическата работа на екскурзовода виртуалната разходка не намира широка приложимост, а чрез нея туристите се запознават (преоткриват) предварително с обекта (града, хотела) и формират предварителна представа за това какво ще видят на място (пространство), какво е разположението, къде се намира и как да стигнат до съответната точка (пункт). По този начин туристите (екскурзиантите) стават част от реалната картина на презентирания обект, неговата красота, простор и могат да видят определени детайли. От друга страна, виртуалната разходка дава възможност да бъде заместител на реално посещение. Това е особено подходящо, когато в екскурзоводската програма не е планиран определен обект или дадено селище (град, село) за посещение, но благодарение на виртуалния тур може да се направи съответен панорамен оглед и екскурзоводът да запознае своите туристи по един нестандартен и интерактивен начин (конвенционален метод на представяне). Екскурзоводът може предварително да заинтригува туристите с представяне на хотела (първото впечатление е най-важно), в който ще се намира, както и с неговото интериорно и пространствено оформление. *Виртуалната разходка може да намери място в обобщаващата (вечерна), обзорна или комбинирана екскурзоводска беседа.* Необходимо е екскурзоводът да потърси предварително в интернет такъв панорамен оглед, да го опознае добре и да се самообучи да управлява правилно навигацията. Направляването на избора се извършва от екскурзовода на лаптопа, а самата навигация е лесна за ползване. Той може да направи неограничени движения в различни посоки, да забави хода на движение или да премине напред (към следващ етаж). Може да се придвижва между различните

точки, да приближава или отдалечава гледната точка. Освен това може да погледне във всички посоки от мястото, на което е заснет обектът или предметът и да получи конкретни сведения за него чрез наличното информационно поле. Показът (презентацията) е задължително да бъде съчетан със словото на екскурзовода, който в момента на визуализирането обяснява какво наблюдават туристите.

► С понятието *филм* се обозначава произведение на филмовото изкуство (киноизкуство, телевизионно). Филмът се обяснява като поредица от бързо движещи (сменящи) се картини (образи), свързани помежду си и озвучени със звук. Отделните видове *телевизионни филми* и *кинофилми* се различават по жанр и форма и това е необходимо, за да се отличават един от друг по начина, по който са изградени (заснети). Доминиращият жанров признак (обединение от сходни черти в наратива) е основополагащ с фокуса си върху сюжета и пресъздаването на темата. Различните жанрови специфики на използваните екранни средства в екскурзоводската дейност са предназначени като част от провежданата:

- *анимационно-екскурзоводска дейност;*
- *или са свързани с обогатяване на темата на екскурзоводската беседа.*

Кинофилмите или *игралните телевизионни филми* (записани на видео) се използват като част от анимационна дейност по време на пътуването. Към екскурзоводската анимация, като методическо средство, намират приложение и *комедия, драми, криминални филми, романтични филми, художествени филми, библейски филми, исторически филми, военни филми, спортни филми и др.* Те могат да бъдат на родния език на туристите. Проектират се при извършване на по-дълъг трансфер, за да се разнообрази дейността (за отмора, забавление, разтоварване) и приятното прекарване на времето в автобуса.

М. Янева (2016) изяснява с примери, че политическите събития могат да бъдат обяснени и визуализирани или с един ориентиран към народа филм, или се набляга на подбудите за наблюдение. Като експериментална форма, екскурзоводът може да участва и с подходящ ентузиазъм да възпроизведе приказна малка история (например кражбата на принцесата в парка на Чудовището в Бормарцо). Или за развеселяване на групата, туристите да бъдат записани от шофьора по време на посещенията им в различни обекти. Използването на различни допълнителни материали и експериментални и нови форми на представяне на информацията на туристите по време на пътуване способстват да се повишат качеството на обслужване и конкурентоспособността на продукта на туристическата агенция (Yaneva, 2016, p. 332). Въпреки голямото разнообразие (по класификация на филмите като жанр) в работата на екскурзовода се прилагат само някои *видове филми* за обогатяване на екскурзоводската беседа.

• *Документалният филм* е информационно-познавателен филм, създаден главно по запазени документи, исторически факти, събития и личности. Заснетите документи, като източник на информация, засягат различни проблеми, представяйки обективно гледна точка под формата на логично-последователен разказ. В този филмов жанр документите се използват без допълнителна обработка. Чрез тези филми можем да научим много за историята, строителството, личностите, потрудили се за опазването и съществуването на забележителни туристически ресурси и пр. По Телевизия туризъм (TVT) се излъчват разнообразни туристически документални филми „за природата, историята, културата и градовете на България“ (URL: see.bg; youtube.com/channel).

Документалният видео филм е изключително интересен филмов жанр, който се разработва на основата на документални факти. Документите винаги са надежден и сигурен източник на информация. Този вид филми ни сблъсква с действителността и с живота около нас. Има сайтове, които предлагат списък на филмите по азбучен ред, поредици и плейлисти с различни документални видео филми (URL: dokumentalni.com; ozone.bg). Ozone.bg има и онлайн магазин с богат избор от документални филми, които могат да се закупят на дискове.

• *Научнопопулярният филм* не е документалистика. Към тази група филми могат да се отнесат всички филми, разкриващи (популяризиращи) основите на науката на популярен език. Това са филми, където науката и телевизията (киното) се обединяват. Уникалните открития в различни научни области (археология, история, астрономия, религия, химия, океанология и пр.), показани на зрителите чрез заснетите филми, разкриват нови интересни познания. Научнопопулярният филм е

широк интердисциплинарен жанр в киното. Този вид филми се свързва с науката (опознаване на непознатото) и нейното представяне на достъпен език за широката публика (голям брой хора, които не са специалисти в научната област) и се отнася към научните постижения и популярната наука. В отличие от другите видео филми основната им цел е популяризирането на научни знания. Тези видео филми са предназначени за широка аудитория с различна подготовка в съответната научна област. Затова самият филм обикновено започва с разясняване на елементарни научни понятия и се върви към общодостъпно представяне на основната тема.

Подготовката на екскурзовода за работа с филм (излъчван в автобуса) започва с неговото:

- планиране в тематичния план на екскурзията;
- определяне на мястото като анимационна проява или в структурната част на беседата;
- съчетаването на филма с другите видове визуалност (нагледност);
- фиксиране на съответното време за практическо излъчване.

► *Методиката на работа с документални и научнопопулярни филми*, като методическо информационно средство, подпомагащо изясняването на екскурзоводското съдържание, има някои методически особености. Показването на филма може да бъде на живо по дадената телевизия или на видео запис. Представянето на живо (в реално време) на филма изисква синхронизиране с изложението на екскурзовода. Това е сериозно предизвикателство за него и изисква спазване на точността според часа на неговото излъчване и планиране на време за реакция при проблеми със самите технологии. Затова е по-добре да има „резервен“ вариант, като се използват възможностите на технологиите чрез запис на филма. Екскурзоводът може предварително да подбере конкретен видео филм от интернет, като се запознае с неговото съдържание и след това направи запис. Невинаги е целесъобразно да се излъчва целият филм, затова може да се избере само отделна част и тя да се представи на туристите. Документалният или научнопопулярният филм трябва да съответства на темата на беседата (екскурзията) и възрастта на туристите. За малките ученици са интересни научнопопулярните поредици „Приказки за физиката или астрономията“ или Mythbusters на Дискавъри в YouTube. Има и полезен сайт „ТВ-Програма.BG“, в който има програма на всички научнопопулярни филми през дните от седмицата и часовете на излъчване във всички телевизии (URL: tv-programa.bg; ozone.bg). От този сайт, екскурзоводът може предварително да подбере филма съобразно темата на беседата и да го излъчи в автобуса.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

В заключение ще подчертаем, че всички изброени *аудио-визуални средства* имат известно сходство и то се съсредоточава върху по-добрата нагледност при излагане на устното съдържание на беседата от екскурзовода. Многообразието и достъпността на аудио-визуалните средства (подготвени видео файлове) значително превъзхождат аудио-средствата (звукотъ произвеждащите), тъй като те звуково и визуално допълват екскурзоводската информация и имат по-голям информационен обем. При планиране на всяка беседа методическите средства трябва да намерят своето място, така че да улеснят познавателната дейност на туристите. Освен това всяко от тези средства притежава своя методическа специфика на приложение. Не бива да си представяме посочените методически информационни средства изолирано едни от други. В екскурзоводската практика се наблюдава перманентно методическо съчетаване при тяхното използване. По такъв начин се разширяват методическите предпоставки за разнообразяване на представянето екскурзоводско съдържание чрез извършване на пряко или непряко наблюдаване, а това допринася за по-голяма съсредоточеност при продължително слушане на устната реч на екскурзовода.

REFERENCES

Ivanova, A., Stoykova, V., Ivanova, G. et al., 2022. Handbook of Innovative Educational Technologies. Ruse: EA Ltd. Publishing House, Pleven (*Оригинално заглавие: Иванова, А., Стойкова, В., Иванова, Г. и др., 2022. Наръчник по иновативни образователни технологии. Русе: Издателство ЕА АД, Плевен*).

Minchev, B., 2013. Psychology. Evolutionary Phenomenological Approach. Sofia: Siela Publishing House (**Оригинално заглавие:** Минчев, Б., 2013. Психология. Еволюционно феноменологичен подход. София: Издателство „Сиела“).

Petrov, G., 2019. Tourist Cartography. Veliko Tarnovo: Ivis Publishing House (**Оригинално заглавие:** Петров, Г., 2019. Туристическа картография. Велико Търново: Издателство „Ивис“).

Petrov, R., 2016. Audiovisual Communication – From Gutenberg to the Television Image. Burgas: Annual of the Bulgarian Free University. Vol. XXXIV (**Оригинално заглавие:** Петров, Р., 2016. Аудиовизуалната комуникация – от Гутенберг до телевизионния образ. Бургас: Годишник на БСУ. Т. XXXIV).

Yaneva, M., 2016. Guided Tour Services. Sofia: Avangard Prima Publishing House (**Оригинално заглавие:** Янева, М., 2016. Екскурзоводско обслужване. София: Издателство „Авангард Прима“).

СЕМ. Radio and Television Act, URL: https://www.cem.bg/files/1651645888_zrt_bg.pdf (Accessed on 29.12.2022) (**Оригинално заглавие:** СЕМ. Закон за радиото и телевизията).

Documentary Films. URL: <https://www.dokumentalni.com/archives/tag/найка>; Ozone.bg. Documentary and Popular Science Films. URL: <https://www.ozone.bg/filmi/movies/documentary/> (Accessed on 02.01.2023).

Television Tourism. About us. The motto of Television Tourism is see Bulgaria! URL: <https://see.bg/about-us> (Accessed on 02.01.2024).

Television Tourism. Documentaries on TVT. URL: <https://www.youtube.com/channel/UCAyWaiVSh3EJGfmRhyNahgg/null>; (Accessed on 02.01.2023).

Travel TV. Mission. Program schedule, URL: <https://tv.traveltv.bg/> (Accessed on 02.01.2024).

TV-programa.bg. Program of all popular science films. URL: <https://www.тв-програма.bg/p/Научнопопулярни/>; OZONE.BG. Documentary and popular science films; URL: <https://www.ozone.bg/filmi/movies/documentary/> (Accessed on 02.01.2023).

Virtual tour of Bulgaria, URL: <https://www.360tour.bg/>; or virtual tour of “Unknown Sofia”, URL: <https://www.unknown-sofia.com/> (Accessed on 17.12.2022).

Virtual tour of Rila Monastery, URL: <https://rilskimanastir.org/bg/about/virtual-tour/>; or virtual tour of the National Museum “Vasil Levski” – Karlovo, URL: <https://vlevskimuseum-bg.org/bg/виртуален-тур/>; Virtual tour of the Regional Ethnographic Open-Air Museum “Etar”, URL: <http://etar.bg/> (Accessed on 17.12.2022).