

# Сврџхтуризъм в градско пространство. Примерът на Рим

**Вилиян Кръстев\***

**Резюме:** *Сврџхтуризъмът* е явление, характерно за места, подложени на масов туризъм с изразено физическо и икономическо пренасищане. Неговото проявление е съпътствано от множество проблеми от социален, икономически и екологичен характер, поради което поставя все по-сложни въпроси в социално-икономическия и политическия дневен ред на много дестинации. По примера на Рим в настоящата статия посредством локален пространствен анализ се разкриват причините и последствията от *сврџхтуризма*, установил се като тренд на масовия културен туризъм в градска среда. Отстоява се теза, че неолибералният модел на икономическо развитие стимулира масовизацията на туризма чрез непрекъснато увеличаване на *сврџхпредлагането* и *сврџхпотреблението* в рамките на свободен пазар, пронизан от дистрибуционни и комуникационни връзки в дигиталните платформи за резервация. Засегнати в тази връзка са пространствените изменения в морфологията на града, като „споделената икономика“, развивана на платформата „Airbnb“, и тенденцията на властване

на „бързия туризъм“ с израждане на туристическото поведение и потребление. Поставен е акцент върху конкретни проблеми от *сврџхтуризма*, като: социалната сегрегация на местното население; инфлацията в бизнеса с недвижимите имоти; комерсиализацията на културното наследство; екологичната деградация на градската среда; криминализирането на градската икономика. В заключителната част се лансират конкретни предложения за смекчаване на отрицателните последствия от проявлението на *сврџхтуризма* с отстояване на „по-твърда“ намеса на държавата в икономическия живот (и сферата на туризма) и налагане на „социален праз“ за свободно пътуване към културни места.

**Ключови думи:** сврџхтуризъм, бърз туризъм, сврџхпредлагане, сврџхпотребление, споделена икономика, Рим.

**JEL:** D2, D4, L11.

## Въведение

Светът, в който живеем, определян като постиндустриален, постмодерен или глобален, е белязан от субективната свобода на икономически и социални отношения, развиващи се в руслото

\* Вилиян Кръстев е доктор на науките, доцент в катедра „Икономика и организация на туризма“ на Икономически университет – Варна.

на неолибералната идеология. Крето на тази идеология е безусловният приоритет на свободния пазар и либерализирането на търговията при паралелна редукция на икономическата роля на държавата. Под влияние на неолиберализма сме свидетели на безпрецедентна експанзия на транснационалния капитал, изостряне на икономическата конкуренция, комерсиализиране на пазара на труда и социалните отношения, дерегулация на транспорта и комуникациите, дематериализация на икономиката (Harvey, 1989). Този икономически поврат, започнал от 80-те години на XX век (първоначално в САЩ и развития западен свят, а след това наложен в планетарен мащаб), привнася дълбоки изменения в социално-икономическия и политическия живот на модерния човек, намиращ най-характерно изражение в урбанизирана среда.

Развитието на градската икономика днес, особено във високоурбанизираните ареали, е зависимо от постоянно нарастване на тежестта на политиките, ориентирани към укрепване на бранда с цел привличане на туристи; организирането на големи събития като средство за повишаване на градската конкурентоспособност; увеличаването на сектора на услугите и обслужващата го инфраструктура (Rossi, Vanolo, 2024). Като резултат се наблюдава тенденция на твърдо налагане на „икономика на предлагането“ (*supply side economics*), подчинена на поведенчески стереотипи към постоянно потребление (Conti et al., 2014). Икономическият модел на перманентно потребление е подсилван от новите технологии, от дигиталните и социалните медии,

които са причина за поява на *мрежовото общество* (Castells, 1996).

В постиндустриалния свят, подвластен на неолиберални отношения, *мрежовото общество* се ползва с широка свобода на придвижване. Това придвижване засяга преди всичко туризма, който, внедрен в урбанизирана среда, стимулира разширяване на „икономиката на впечатленията“. Последната е органична част от градове със значимо културно наследство, белязана от туризма в неговото градско изражение. Непрекъснатият обмен на информация чрез дигиталните мрежи и постоянно усъвършенстващите се комуникации в неолиберална конюнктура правят този туризъм все по-масов, бърз, изравнен в предлагането, спекулативен, агресивен и деструктивен за мястото, в което се е развил; туризъм, активизиран от експанзията на свободния пазар и модела на постоянно потребление, проявяващ се днес като *свръхтуризъм*. Фокусиран върху възможността всеки да си купи свободното време, за да го разходи на ограничено пространство, *свръхтуризмът* е нагледен пример как капитализмът превръща в стока всичко, до което се докосне: земята, културата и хората с техните социални потребности. Директното и еднообразно потребление на впечатления в рамките на стандартизиран модел служи като главно доказателство, че проявлението на масовия туризъм в определени културни точки е резултат от *свръхглобализирана* форма на неолибералния „бърз капитализъм“ (Giroux, 2019).

Световната организация по туризъм определя *свръхтуризма* като: „Въздействие на туризма върху дадена

гестинация или части от нея, което прекомерно и негативно влияе върху качеството на живот, възприемано от жителите, и/или качеството на преживяванията на посетителите“ (UNWTO, 2018, р. 4). Проявлението на *сврѣхтуризма* винаги е съпътствано от превишаване на поемния (носещия) капацитет на мястото в неговите географски, настанителни, санитарно-хигиенни, комуникационни аспекти, свидетелстващи за пренасищане и проблематичност на гестинацията от различно естество (Koenigs et al., 2018; Сосо, 2021; Kazandzhieva, 2023). Допустимият икономически капацитет на мястото „се определя от съотношението на разходите и доходите от използваните туристически ресурси“ (Аугина, 2018, с. 44), но трябва да се признае, че няма общоустановени показатели за това натоварване. В някои случаи като ориентири за прекомерно икономическо натоварване служат редуцията на икономическо разнообразие и равнището на безработица на мястото, но в качеството им на негативно следствие от вече проявилата се икономическа нерационалност.

По примера на Рим в настоящата статия се прави локален пространствен анализ на *сврѣхтуризма*, който в подобна величина заслужава познаване на негативните измерения от проявлението му. Авторът, опирайки се както на специализирани източници по тематиката, в т.ч. статистически данни, така и на личен опит от няколкократно пътувания до Вечния град за последните две десетилетия, целѝ да разкрие причините и последиците на този все по-зловреден феномен на

постиндустриалното съвремие. Използваната количествена информация е от верифицирани документи (доклади и годишници) и от официалните интернет портали (информационен и туристически) на Римската община.

### Рим като сврѣхмясто

Проявлението на *сврѣхтуризма* е винаги тенденциозно свързано с образа и притегателните способности на конкретни туристически средоточия. С придобиване на емблематичност, предизвикваща голям интерес на социокултурно привличане, редица гестинации се квалифицират като *сврѣхместа* (Lussault, 2019). Дигиталната революция от последните три десетилетия на Интернет, на социалните мрежи и мегасайтовете за туристическа резервация, катализира обществен интерес към определени гестинации, като ускорява синергетиката на процеса на трансформацията им в *сврѣхместа*. Оформяйки релефа на туристическото пространство, *сврѣхместата* съществено видоизменяят географията на комуникациите и електронната търговия в постмодерния свят, привличайки огромни потоци от туристи (Morazzoni, Zavettieri, 2023). Присъствието и влиянието на Рим в глобалната туристическа архитектура му придава белези на такова *сврѣхмясто*.

Както посочва М. Фачиоли „още преди да се възприеме като туристическа гестинация Рим е икона на международни представи, изразяваща се в изключителна атрактивност, упражнявана от исторически и художествени компоненти с висока значимост и културна стойност [...], превърнали

се в много отношения общовалидни, благодарение на литературата, киното, науката, възпитанието“ (Fascioli, 2020, p. 106). Внедрен и функциониращ в подобни условия, туризмът в градска среда си служи с широки възможности в използване на притегателната сила на мястото, създавайки функционално и имиджово преустройство, като същевременно валоризира и усилва значението на културния потенциал с подчертаване на неговата идентичност. Рим е може би градът, присъстващ най-много в книги и произведения на изкуството на човешката история. И това си има своето обяснение, защото той е „центърът“ на Стария свят, „стожерът“ на Християнството, „люлката“ на Барока, столицата на Италия..., за които свидетелстват духовната слава, безценните културни натрупвания и първообразът на много архитектурни шедеври. Рим е град, концентрирал величието на античния свят, усърдието на Средновековието, обаянието на Ренесанса, въодушевлението на Новото време, голяма част от артефактите на който са част от Световното културно наследство на ЮНЕСКО. В съвкупност те са главният „магнит“ за съблазънта на милиони туристи и поклонници да се отправят към Вечния град по всяко време на годината.

Томовете литература, изписани за Рим, нямат и не могат да имат установен брой, понеже градът е непреходен обект на изследване. Вечният град и днес възбужда интереса на хиляди поети, писатели, учени, публицисти, журналисти, туристи, инфлуенсъри... Онова, което се знае за него, непрекъснато

се допълва, проучва, обогатява, доказва, усъвършенства. В тази връзка едва ли може да се направи адекватен литературен преглед на произведения, които пресъздават атмосферата на градското пространство и същевременно подхранват желанието за пътуване към Рим. Както в лингвистично, така и в тематично откъм съдържанието им отношение тези творби са неизмеримо много. Ако трябва да се посочат единици от тях, създавайки риска от субективизъм, паметна сред българските автори за впечатлителния образ на Вечния град остава книгата „Рим“ (от 1971 г., преиздадена и допълнена през 1983 г.) на Светлин Кираджиев (1930–2016). Майсторството на словото на географския разказ в нея, в комбинация с десетки фотографии и карти, пресъздава по изкусен начин топофилията (топофилия – любов към мястото) към този град. Сред италианските автори усещането на Рим в неговата съвременна културногеографска интерпретация е разкрито по-детайлно в монографията на Даниела Паскуинели д'Алегра „Рим. Чувството за място“, в която градът е представен като мозайка от различни образи – исторически, социокултурни, икономически (Pasquinelli d'Allegra, 2015).

Заради уникалното му културно богатство Рим е увековечен в безброй творби на музиката, театъра, живописа, киното. В масовата култура обаче той остава като един от най-желаните градове на „седмото изкуство“, привлякъл хиляди ленти на италианското и световното кино. Емблематични в иконизирането на неговия туристически образ и днес са две от тях:

сантименталната мелодрама „Римска ваканция“ (1953) и романтичната комедия „Лудо влюбен“ (1981), идеализирали образа на Рим като уникално за туризъм място, което е винаги пленително и винаги на мода.

Освен с културния си потенциал, Рим е град, изпъкващ на туристическата карта на Европа и света с една от най-развитите системи на туристическа и транспортна инфраструктура. Броят на хотелите надхвърля 1200, концентриращи повече от 160 хил. легла (2-ро място в Европа, след Париж); почти толкова са и обектите на парателерството от типа V&V в метрополитенския му ареал (Anpiario..., 2024). Потенциалът на наземните и въздушните комуникации му отрежда лидерска роля в Италия и го позиционира в първата десетка на градовете в Европа с най-развити международни връзки. Степента на свързаност на въздушния транспорт (*директни* и *хъб връзки*) на двете международни летища на града („Фиумичино“ и „Чиапино“), в комбинация с постоянно увеличаващия се дял на връзките на нискотарифни авиокомпани, позиционира Рим като една от най-леснодостъпните дестинации в европейски и в световен мащаб (ACI Europe, 2025).

Изпълняващ столични функции, Рим е главен център на културния и деловия живот в Италия с ежегодно провеждани най-голям брой събитийни прояви. За значението на конгресно-панаирната дейност свидетелстват мащабите на Римското световно изложение (EUR) с площ от 4,7 km<sup>2</sup> и Градът на киното (*Cinecittà*). Функционално ориентираният инфраструктурен потенциал на

Рим за културни и политически форуми включва 212 конгресни центъра с 918 зали и капацитет от близо 170 хил. места. От настанителните структури 146 хотела разполагат със 738 зали и капацитет от 99 хил. места (Brogna, Olivieri, 2015, pp. 127–128).

Информационният потенциал на Рим е безпределен. Прозвището *Вечен град* е сред най-известните геоконцепти (геоконцепт – персонализирано название на място, притежаващо устойчив образ) на градове в света, който препраща към ярка индивидуалност и същевременно силен позитивен емоционален заряд на мястото, кореспондиращ с бранг. Печатните издания и Интернет изобилстват от снимки, видеа, видеохостинги, разкази, които стереотипизират, метаболизират и като крайна цел иконизират образа на Рим. Присъствието на града в дигиталните медии, системите за туристическа резервация и социалните платформи за споделяне е сред възможно най-широките и най-разнообразните. Ежедневните милиони маркирания (*тагвания*) на снимки и видеа в социалните мрежи върху геолокализирана информация са негдвусмислено свидетелство за значимостта на Рим като *свърхмясто*. Всичко това намира отражение върху непреходната символика на широко познаваемия му културен ландшафт, митичното очарование на неговия образ и, разбира се, постоянна възбуда на желание за туризъм към него.

## Свърхпредлагане и Airbnb-зация на градското пространство

Културният, инфраструктурният и комуникационният потенциал на Рим е пронизан от дистрибуционни връзки на туристическото предлагане в дигиталните платформи, които, правейки туристическите услуги все по-мобилни и евтини, подхранват и управляват желанието за пътуване на милиони хора. Заради масовизиране на туристическото предлагане дигиталното присъствие на Вечния град в системите за туристическа резервация е все по-агресивно и комерсиализирано. Трансферът на различен род информация (снимки, видеоклипове и др.) в дигиталните платформи е тясно преплетен с дейността на нискотарифни авиокомпании, които в осигуряване на постоянна заетост на полетите „създават нови сценарии за развитие на туризма, увеличавайки видимостта на мястото“ (Morazzoni, Zavettieri, 2023, p. 38). Направляван в подобни „релси“, градският туризъм се развива изключително агресивно, а най-силно влияние за укрепване на този тренд в сферата на настаняването упражнява дигиталната платформа за краткосрочно настаняване „Airbnb“. Появила се през 2008 г. (с избухването на Световната финансова криза) и функционираща на принципа на „споделената икономика“ (*sharing economy*), „Airbnb“ днес налага „краткосрочните наеми“ (*affitti brevi*) на частни имоти като масова форма на туристическо настаняване. Постоянно увеличаващото се предлагане на преустроени за туристи апартаменти и вили привнася дълбоки изменения в структурата на града, съпътствани

от множество проблеми от социален и икономически характер.

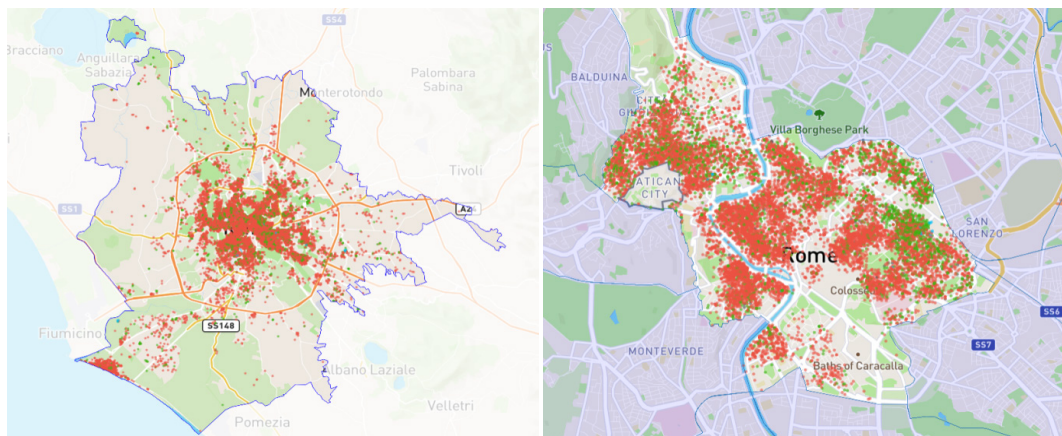
Във вихъра на неолиберализма дейността на „Airbnb“ в Рим (и в цяла Италия) функционира на принципа на пълна дерегулация. Това засяга: неизискване на лиценз от субектите, отгавящи имоти; отсъствие на времево ограничение на резервациите; неизискване на местожителство на отгавящите имоти лица; без ограничения за района на опериране; без авторизация на третите страни (собствениците на имоти); без заплащане на туристическа такса по време на престоя (Celata, 2023, p. 10). Тази свобода на бизнес създава условия „Airbnb“ непрестанно „да завладява“ градското пространство на Вечния град. Към октомври 2025 г. информацията за Рим от геореферирания набор на данни от „InsideAirbnb“ свигетелства, че на резервационната платформа градът присъства с повече от 32 хил. обяви на обекти за настаняване с капацитет, надхвърлящ 120 хил. легла. По този показател Рим е на 3-о място сред градовете в Европа (след Лондон и Париж, които имат съответно 94 хил. и 67 хил. обяви), но като съотношение на предлагането спрямо населението и площта на метрополитенския му ареал се позиционира на първо място. Потенциалът на споделеното настаняване, който вече изцяло конкурира хотелската инфраструктура на града, намира повсеместно разпространение в границите на урбанизираната му територия.

Най-високи нива на концентрация на „споделената икономика“, лансирана от „Airbnb“, по традиция се наблюдава в историческия център (повече от

половината обекти), но също и в близки до центъра райони, като „Трастевере“, „Сан Лоренцо“, „Тусколано“, „Гарбатела“, „Тор Пинятара“, „Ченточеле“ и др. (фигура 1). Заради масовизацията на краткосрочно наемане на апартаменти и стаи в жилищна инфраструктура съществено се е покачила цената на наемите за дългосрочен период, което усложнява живота на местните жители. Като се има предвид фактът, че около 1/4 от градското население в Рим живее под наем, а наемът на жилище достига 40% от месечния разход на домакинствата (Rossi, 2025), инфлацията на цените на жилищните наеми принуждава значителна част от резидентите да мигрира в по-отдалечени от градския център райони или в периферията. В изследване, посветено на този проблем, Ф. Челата констатира, че в периода 2013–2018 г. историческият център, заедно с район „Трастевере“, е изгубил около 1/3 от своите резиденти (Celata, 2023, p. 6).

„Демографското опразване“ на историческото ядро на Рим в резултат от експанзията на туристическото рентиерство предизвиква остра жилищна криза сред местните жители с редица негативни последици за качеството на живот в града. Такива са: увеличеният разход за социална издръжка заради „галопиращата“ инфлация; увеличеният разход на време за придвижване до работното място заради изтласкването на резиденти в периферни райони; засиленият автомобилен трафик, по-високите нива на шум, по-интензивната карбонизация на градската среда, повече психическо натоварване.

Трайно нарушена от споделената икономика на „Airbnb“ е местната икономическа активност в жилищните райони на Рим. Заради разреденото присъствие на хотелска инфраструктура в тях краткосрочното наемане на апартаменти и стаи от туристи е повсеместно, превръщайки жилищната среда в „увеселителни паркове“ (Città in affitto



**Фигура 1.** Активни локации на обекти за краткосрочно настаняване, регистрирани на платформата „Airbnb“ в метрополитенския ареал и историческия център на Рим (октомври 2025 г.)

Източник: InsideAirbnb (<https://insideairbnb.com/rome/>)

breve..., 2025). В артквартали като „Трастевере“ и „Гарбатела“, които по традиция привличат профилирана ниша от туристи, *свръхтуризмът* отгавна е приглушил дори най-заклетите футболни привърженици на „Рома“ и е притъпил онзи образ на градския културен ландшафт, който е консервирал духа и очарованието на Вечния град. Денонощното движение на туристи в тези квартали отгавна е изравнило цените на търговските обекти с тези в историческия център, а нивото на шум, замърсяването и битовата престъпност са принудили постоянно присъствие на жандармерията (*Arma dei Carabinieri*) и даже патрули на сухопътните сили на армията (*Esercito Italiano*).

Процесът на задълбочена социална трансформация на градската среда като следствие от туристификацията на „Airbnb“ се усложнява с увеличаване на социалната сегрегация на местните общности, които изпадат в дискриминация от пазара на труда. Заради комерсиалното съдържание бизнесът с краткосрочни наеми и съпътстващите го дейности (търговия на дребно, поддръжка, ремонт) привлича в този сектор предимно нискоквалифицирана работна ръка (в много от случаите дори и без квалификация), която в Италия и в частност в Рим е представена от имигрантски общности на Северна Африка, Южна Азия и Източна Европа. Значителна част от имигрантите с ниска образователна и професионална пригодност, изпаднали на социалното дъно на пазара на труда, се превръщат в най-търсения контингент в тази икономическа сфера (Celata, Romano, 2022). Липсата на регулационни механизми

създава условия много от работещите да намират заетост при нередгламентирани условия на труд (често без трудов договор) с унизително заплащане и отсъствие на социални защити. Властването на подобна тенденция създава предпоставки за засилване на социалното напрежение между местни и туристи, от една страна, и местни и имигрантски общности, от друга, като и в двата случая местните жители са в подчинено положение.

В условия на deregулация бизнесът с краткосрочни наеми повлича картелно присъствие на фирми, следствие от което е повишаване нивото на криминализиране на градската икономика. Спекулациите, неплащането на данъци и като цяло разрастването на „сенчесния сектор“ в туризма на Рим е проблем, който все повече се задълбочава. Проучвания на Ф. Челата разкриват, че диапазонът на движение на дохода от този бизнес се движи в дялове от около 15–25% за собствениците, 20% за дигиталната платформа и 60% за посредниците, които управляват информацията за настанителните обекти и са звеното, пряко обслужващо потребителите (Celata, 2023, p. 8). Фактът, че десетки и даже стотици обекти от регистрираните на платформата „Airbnb“ се оперират от едни и същи фирми или физически лица, свидетелства за изразена субординация между посредници в предлагането и собственици на имоти.

Постоянното обезобразяване на градската среда на Рим от *свръхпредлагането* на „Airbnb“ (и техни по-скорошни разновидности, като „Vrbo“, „Idealista“ „HomeToGo“, „Affitti Brevi Italia“, „Subito“

и гр.) е с трайни и утежнени последици както за икономическия ѝ профил, така и за социокултурната идентичност. Туризмът в подобни измерения, дори и след хипотетично въвеждане на регулационни правила, едва ли ще се доближи до принципите за устойчивост и отговорност, които стоят в авангарда на днешните туристически политики. Ефектът от разпространение на споделеното настаняване ще продължава да задълбочава зависимостта на градския туризъм от рентниерството. Последното, под знака на *свръхпредлагането*, ще продължава да уврежда социалната и икономическата тъкан на мястото, в която резиденти, туристи и наемни работници се оказват в плен на „хищническа, спекулативна и паразитна икономика“ (Celata, 2023, p. 15).

### Свръхпотребление и „бърз туризъм“

*Свръхтуризмът*, подвластен на масов потребителски вкус, „ражда“ особена категория туристи – *посттуристи*. Италианският географ Клаудио Минка ги характеризира по следния начин: „*Посттуристът* е слабо податлив към очарованието на автентичното: за него светът в основата си е сцена и той иска да опита необятното разнообразие от налични шоупрограми, за да задоволява собствените си желания в много кратък интервал от време и на ограничено пространство. Свикнал с онова пространство, оформено от медиите, той е освободен от психологическите окови на високата култура и преследва удоволствието само по себе си“ (Minca, 1996, p. 194). С други думи *посттуристът* не се интересува

особено от историята и ценността на видяното, а е пристрастен към забавлението и търси бързото потребление в угода на първичните си инстинкти. Подобен конформизъм в поведението на значителна част от масовите туристи е следствие от изравняване на потребностите на обществото, култивирано и лансирано от властта на неолиберална идеология. Както констатира Имма Де Паскале „Ако някога туризмът е допринесъл за културното еманципиране на хората, това, на което сме свидетели в епохата на *свръхтуризма*, е форма на оглупяване“ (De Pascale, 2025, p. 28).

Туристическите пътувания към Рим изобилстват в обема си от *посттуристи*, за което свидетелства не само изравненото потребление в поведението им, но и също толкова изравненото и подложено на стандартизиране туристическо предлагане. Мобилността на подобен тип туристи в рамките на градското пространство е крайно стереотипна, а краткият престой на пребиваване е свидетелство за властване на „бързия туризъм“. През последните повече от две десетилетия тенденцията на постоянно увеличаване на броя на туристическите посещения в Рим се развива паралелно със съкращаване на времето за престой. За периода 2000–2023 г. средният туристически престой в града намалява почти двойно – от 4,5 до 2,3 дни (Annuario..., 2024). Регистрираният исторически рекорд от 22,2 млн. туристически посещения (близо 1/3 от всички в Италия) през 2024 г. е с реализирани 51,4 млн. нощувки (Roma Capitale...). Перманентното увеличаване на броя туристи в

## Европейски съюз

рамките на чувствително съкращаване на престоя усилва „бързия туризъм“ в Рим, в т.ч. „бързо пътуване“, „бързо хранене“, „бързо разглеждане“, „бързо пазаруване“, „бързо спане“. Бързината на туризма в рамките на стереотипно поведение на туристите създава предпоставки да се консумира набързо, колкото се може повече. Това е причина за нестихващия наплив в историческия център, големите музеи и оживените за туризма точки във Вечния град, които „се задъхват“ от тълпите и проблемите, създавани от тях. Ограниченото пространство около известни културни ресурси като Пантеона, фонтаните „Треви“, „Тритон“, Фонтанът на костенурките или катедралата „Свети Игнатий“ буквално насилва „бързия туризъм“. Заради наплива от туристи към тях времето за зрително потребление се свежда едва до броени минути.

В повечето случаи масовият турист, подвластен на масов потребителски вкус, „реализира пътуване до места с културни ценности, без да ги разбира“ (Terrosi, 2025, p. 46). По обясними причини такъв тип турист е безразличен към значението, съдържанието

или стойността на видяното, а е подвластен на комерсиализацията. Неопровержимо свидетелство за подобен рог констатации служи поведението на масовия турист до културни ценности, които имат значение дотолкова, доколкото да „се тагне“ мястото в телефона, да „се запазят“ социалните мрежи със снимки и видеа, да посети заведение наблизко и да се закупят онези първични радостни (магнит-картинка, ключодържател, отварачка или нокторезачка), които осъзнаващият ценността от посещението на мястото турист дори няма да забележи. Инвазията от *посттуристи* в Рим е масово явление на местата, изолирани от автомобилния трафик. Заради ограниченото свободно пространство тези места са сред най-оживените, но и сред най-невралгичните за туризма. Стълпотворението от туристи в непосредствена близост до Колизеума, Испанското стълбище, Пантеона, фонтана „Треви“ (фигура 2); площадите „Навона“, „дел Пополо“ и „Кампо дей Фиори“ е главен причинител на проблемите с увреждането на културните ценности



**Фигура 2.** Стълпотворение от туристи пред Пантеона и фонтана „Треви“  
(сн.: авторът, 2015; 2025)

и замърсяването на града с органични отпадъци, текстил и пластмаса.

Постоянно се множат мерките и рестрикциите, които в известна степен подобряват градския десен в поддържането на реда и чистотата, но увеличават усещането за несвобода и засилват комерсиализацията на културното наследство. От близо две десетилетия посещенията на Императорските форуми и Пантеона е със закрит достъп (заплащане на входна такса) с цел редуциране броя на посетителите. От близо десетилетие е в сила глоба за паркирани автомобили със спуснати прозорци, за да се намали рискът от вандализъм. От 2019 г. на Испанското стълбище е в сила забрана за сядане, за да се намали количеството на изхвърляни битови отпадъци (преди всичко хранителни) от туристи (фиг. 3). От 2024 г. достъпът до фонтана „Треви“ е с ограничен часови интервал на посещение (09.00–21.00) и допустим капацитет от 400 души на площадното пространство пред него, за да се снижи рискът от увреждане на културния ресурс, от инциденти и криминални прояви (Turismo Roma...).

На висок туристически натиск прогължава да е подложен относително малкият „Кампо деи Фиори“ („Поле на цветята“), където площадното пространство е усвоено до предел за търговска дейност. В делнични дни там се организира фермерски пазар, който днес е прераснал в битпазар за всякакъв тип стоки – от ширпотреба (облекло, обувки, железария, битова химия) до антикварни предмети и сувенири. Наред с ежедневно изхвърляните битови отпадъци на това градско пространство в историческия център на Рим е налице поругаване на автентичния му културен ландшафт със сергии, шатри и паркирана товарна техника (фигура 4). Най-старият културен пласт на този римски площад датира от края на XV в. (част от двореца „Орсини Пио Ригети“), а като място на историческа памет се свързва с гениалния учен от епохата на Ренесанса – Джордано Бруно (екзекутиран на площада от Инквизицията през 1600 г. и удостоен с паметник от края на XIX в.).



**Фигура 3.** Испанското стълбище (Стълбището на Светата Троица на хълмовете на пл. „Испания“) преди и след „забраната за сядане“ (сн.: авторът, 2008; 2025)



**Фигура 4.** Пазарен ден на „Кампо дей Фиори“ и паметникът на Джордано Бруно сред търговските обекти (сн.: авторът, 2022)

Проявлението на *сврхтуризма* трайно влошава автентичността на градското пространство, ориентирано към институционализиране на културната дейност. „Туристическото цунами“ е ежедневно явление за Галерия Боргезе, Ватиканските музеи, базиликата „Св. Петър“. Посещението на тези културни обекти е винаги съпроводено с огромен разход на време, заради редене на дълги опашки. Продължителността на изчакване до влизане в обекта варира от няколко часа до половин ден,

а неудобството от претъпканите от туристи зали и помещения впоследствие прави непосилно възможно да се оценят по адекватен начин световни произведения на изкуството. Всичко в тях се потребява набързо: прави се „селфи“-то и се излиза „на въздух“, където тълпите от туристи са също толкова набързо задоволявани от изравненото туристическо предлагане по магазините, амбулантната търговия и сувенирната примитивност (фигура 5).



**Фигура 5.** Стълпотворение от туристи във Ватиканските музеи и сергия със сувенири „на килограм“ в близост до тях (сн.: авторът, 2018)

Проблемите на туризма в Рим, констатиран от географите от Римския университет „Ла Сапиенца“, „е съмнително възможно да бъдат решени от каквато и да било градска администрация“ (Brogna, Samiz, 2015, p. 165). Забраните, таксите, глобите, наказанията привнасят определени нюанси в нормализацията на туристическото поведение с отражение върху качеството на градската среда. Като краен ефект обаче повечето от тези регулационни механизми имат чисто технически и частно ориентиран в регулирането на туризма характер. Под влияние на масираното туристическо търсене и предлагане в рамките на „прозрачен пазар“ разпространението на подобни мерки като норма, дори и „под шапката“ на местното самоуправление, не е в състояние да тушира отрицателните последици от *сврѣхтуризма*. Канализиран в подобни условия, туризмът във Вечния град остава отворен въпроса за въвеждане на по-твърди и решителни мерки в процеса на неговото регулиране.

### Заклѳчение

За разлика от случаите, в които на туризма се гледа като на „лекарство“ за икономическо оздравяване на територията или на средство за повишаване на икономическата ценност на мястото в рамките на креативен модел на развитие, в *сврѣхмястото*, под въздействие на *сврѣхтуризма*, туризмът е пряко отговорен за неговото социокултурно разложение, икономическа зависимост и екологично увреждане. Тази симптоматика е характерна за дестинации, подложени на *сврѣхтуризм*,

където туризмът системно руши богатствата, от които се е развил.

Онова, което вещае *сврѣхтуризмът* за Рим, едва ли може да бъде прогнозирано в детайли. С осъзнаване на проблемите, които предизвиква това явление, градът е започнал да изгражда в известна степен имунната си защита. Заради силната зависимост на градската икономика от рентниерството (d'Albergo, Moini, 2015; Celata, 2023) в процеса на обуздаване на *сврѣхтуризма* във Вечния град може да се очакват и по-радикални мерки, които, макар несъвместими с неолибералната икономика, биха се увенчали с успех на дългосрочна ефективност от внедряването им. Подхождайки професионално към проблема, авторът прогнозира политики за регулиране на *сврѣхтуризма*, които е вероятно да станат отправна точка за преосмисляне на неолибералната икономика като цяло.

- Декларативна намеса на държавата в икономическия живот на дестинацията. Това засяга присъствието на държавата не само със законодателни и административни инструменти, каквото неолибералният капитализъм предпочита, а намеса, подплатена с държавен сектор в туристическото предлагане (настаняване, гастрономия, транспорт). Смиълът е „по-твърдо“ регулиране на цените и качеството на услугите в туризма с цел ограничаване на влиянието на транснационални структури и „озаптяване“ на инфлацията. Подобна мярка, колкото и да „мирише“ на социализъм и да има „привкус“ на командно-планова икономика, първа ще се преоткрива като надеж-

## Европейски съюз

ген инструмент в дестинациите, подложени на *свърхтуризъм*, за да се възпре зависимостта им от транснационалния капитал и от картели на фирми в сферата на туризма.

- Налагане на „социален праг“ на възможността за пътуване до определени дестинации с цел съкращаване на обема на туристическите потоци в зародиш и респективно – редукция на честотата на комуникационните връзки (преди всичко по въздух) към тях. Хипотетично такъв праг може да бъде образователният ценз, при който лицата с образование по-ниско от средното, а в определени случаи и с по-ниско от висшето, да не получават „карт блати“ за свободно пътуване до културни места. По аналогия с днешна Япония, където в урбанизирани ареали е невъзможно да се придобие личен автомобил, ако не се декларира паркомясто или гараж, така и в случая с туризма в културните средоточия, подложени на масирано търсене – липсата на образователен ценз да е „спирачка“ за свободата на придвижване. Колкото и дискриминационно от демократична гледна точка да изглежда подобна рестрикция, тя ще отсее на преден план търсещите знанието туристи,

като същевременно намали грастично контингента, ориентиран към първични потребности в туризма – ягене, пиене, спане и заговоляване на полов нагон. Като следствие в мястото чувствително ще се подобрят санитарно-хигиенните условия; ще се повиши качеството на предлагането; ще се съкрати до минимум „сивата икономика“ в туризма.

- Обезпечаване на сигурността като приоритет от първостепенно значение за туристическия комфорт на мястото. За тази цел присъствието на органите на реда следва да се съгласува с поставяне на ограничения, засягащи свободното движение на туристите. Хипотетично таква ограничение е въвеждане на „вечерен час“ за туристически разходки, особено в жилищни райони. От една страна, за да се защитят интересите на местното население, а от друга – да се редуцират криминалните посегателства срещу местни и туристи. Очакваните последици: по-висока защита на жилищната среда на резидентите; ограничаване нивото на шум и обема на изхвърляни битови отпадъци; снижаване на престъпността; сдържане на комерсиализацията в жилищни райони.

## Цитирани източници (References):

1. Аигина, Е.В. (2018). Свърхтуризъм и туризмophobia: новые явления или старые проблемы? *Современные проблемы сервиса и туризма*. Т.12, № 4, с. 41–55.  
(Aigina, E.V. (2018). Sverhturizm i turizmofobia: новые yavlenia ili starые problemy? *Sovremennye problemy servisa i turizma*. Т.12, № 4, с. 41–55)
2. Кираджиев, С. (1983). Рим. София: „Наука и изкуство“, с. 172.  
(Kiradzhiev, S. (1983). Rim. Sofia: „Nauka i izkustvo“, с. 172)

3. ACI Europe. Airport Industry Connectivity Report 2025. [https://www.aci-europe.org/downloads/about/Airport Industry Connectivity Report 2025.pdf](https://www.aci-europe.org/downloads/about/Airport%20Industry%20Connectivity%20Report%202025.pdf)
4. Annuario statistico italiano 2024 (2024). Roma: Istat, 2024, p. 908.
5. Brogna, M., F.M. Olivieri (2015). Turismo *high cost*: debolezze strutturali del sistema di offerta fieristico-congressuale di Roma. In: Turismo poliedrico. Un brainstorming sulle nuove opportunità di sviluppo turistico (a cura di Marco Brogna). Roma: Sapienza Università Editrice, pp. 113–140.
6. Brogna, M., O. Camiz (2015). L'imposta di soggiorno in Italia: un vano strumento di sviluppo. In: Turismo poliedrico. Un brainstorming sulle nuove opportunità di sviluppo turistico (a cura di Marco Brogna). Roma: Sapienza Università Editrice, pp. 141–179.
7. Castells, M. (1996). The information age: economy, society and culture. Volume 1. The rise of the network society. Oxford: Blackwell Publishers, p. 594.
8. Celata, F. (2023). Turismo, iperturismo e patrimonio culturale a Roma: dinamiche, problematiche, evidenze e prospettive di ricerca. Working Paper #1 del Dipartimento MEMOTEF, Università di Roma La Sapienza, progetto CHANGES – Cultural Heritage Active Innovation for Sustainable Society. <https://riabilitamoroma.it/wp-content/uploads/2024/05/Celata-Turismo-iperturismo-e-patrimonio-culturale-a-Roma.pdf> [Accessed: 22 October 2025].
9. Celata F., A. Romano (2022). Overtourism and online short-term rental platforms in Italian cities. *Journal of Sustainable Tourism*, 30(5), pp. 1020–1039.
10. Città in affitto breve: come Airbnb cambia le nostre vite. La nuova puntata di Overview. <https://tg24.sky.it/economia/2025/04/15/overview-citta-in-affitto-airbnb-cambia-nostre-vite> [Accessed: 04 October 2025].
11. Cocco, V. (2021). Che fine ha fatto l'*overtourism*? In: Oltre la globalizzazione – feedback. Memorie geografiche, Nuova Serie – N. 19. Firenze: Società di Studi Geografici, pp. 783–788.
12. Conti, S., P. Giaccara, U. Rossi, C. Salone (2014). Geografia economica e politica. Milano–Torino: Pearson, p. 215.
13. D'Albergo, E., G. Moini (2015). Il regime dell'urbe: politica, economia e potere a Roma. Roma: Carocci, p. 128.
14. De Pascale, I. (2025). Il turismo come regime an-estetico. *Scenari*, №22, pp. 23–33. <https://doi.org/10.7413/24208914200>
15. Faccioli, M. (2020). Quali input per il turismo romano? Roma “destinazione intrattenimento”. In: Patrimônio, Território e Turismo no Brasil, Costa Rica e Itália. Rio de Janeiro: EdUERJ, pp. 95–116.
16. Giroux, H. (2019). Neoliberal Fascism as the Endpoint of Casino Capitalism. *Fast Capitalism*, 16(1), pp. 7–23. <http://doi.10.32855/f.capital.201901.002>
17. Inside Airbnb. <https://insideairbnb.com/rome/> [Accessed: 10 October 2025].
18. Harvey, D. (1989). The Condition of Postmodernity. Oxford: Blackwell, p. 379.
19. Kazandzhieva, V. (2023). Regulation and governance of overtourism. *IZVESTIA. JOURNAL OF THE UNION OF SCIENTISTS – VARNA. ECONOMIC SCIENCES SERIES*, vol. 12, №3, pp. 3–13. <https://doi.org/10.36997/IJUSV-ESS/2020.9.2.85>

20. Koens, K., A. Postma, B. Papp (2018). Is overtourism overused? Understanding the impact of tourism in a city context. *Sustainability*, 10(12), 4384. <https://doi.org/10.3390/su10124384>
21. Lussault, M. (2019). Iper-luoghi. La nuova geografia della mondializzazione. Milano: FrancoAngeli, p. 276.
22. Minca, C. (1996). Spazi effimeri: geografia e turismo tra moderno e postmoderno. Padova: Cedam, p. 236.
23. Morazzoni, M., G.G. Zavettieri (2023). Geografia, nuove tecnologie e turismo. Roma: Carocci, p. 242.
24. Pasquinelli d'Allegra, D. (2015). Roma: il senso del luogo. Roma: Carocci, p. 240.
25. Roma Capitale. <https://www.comune.roma.it/web/it/home.page> [Accessed: 01 October 2025].
26. Rossi, I. et al. (2025). Il disagio abitativo a Roma. REPORT. Roma: Roma Capitale. [https://www.comune.roma.it/webresources/cms/documents/Report\\_Disagio\\_abitativo\\_a\\_Roma.pdf](https://www.comune.roma.it/webresources/cms/documents/Report_Disagio_abitativo_a_Roma.pdf)
27. Rossi, U., A. Vanolo (2024). Nuova geografia politica urbana. Bari–Roma: Laterza, p. 263.
28. Terrosi, R. (2025). L'alineazione estetica nell'overtourism e nel turismo 4.0. *Scenari*, №22, pp. 35–50. <https://doi.org/10.7413/24208914201>
29. Turismo Roma. Sito turistico ufficiale. <https://www.turismoroma.it/en> [Accessed: 11 October 2025].
30. UNWTO (2018). 'Overtourism'? Understanding and managing urban tourism growth beyond perceptions. Madrid: UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284420070>

## Svrаhturizam v gradsko prostranstvo. Primerat na Rim Viliyan Krastev

### Overtourism in Urban Space: A Case Study – Rome Viliyan Krastev

**Abstract:** *Overtourism* is a phenomenon characteristic of destinations that are subject to mass tourism, supported by apparent physical and economic saturation of the environment. Its occurrence is interlined by numerous social, economic, and environmental problems, thereby posing increasingly complex issues on the socio-economic and political agendas of many destinations. Adopting Rome as an example, the publication reveals the causes and consequences of *overtourism* employing a local spatial analysis, identifying it as a trend within mass cultural tourism in urban areas. A thesis is set that the neoliberal model of economic development encourages the massification of tourism through the continuous increase of *oversupply* and *overconsumption* within a free market permeated by distribution and communication channels via digital reservation platforms. Affected in this regard are spatial changes in the morphology of the city, such as the "sharing economy" developed on the "Airbnb" platform, and the trend of dominance of "fast tourism" with the degeneration of tourist behavior and consumption. The article highlights specific problems related to *overtourism*, such as social segregation of the local population; inflation in the real estate business; commercialization of cultural heritage; environmental degradation of the urban environment; and the criminalization of the urban economy. In the concluding section, concrete proposals are set forward to mitigate the negative consequences of *overtourism*, advocating for a "stricter" state intervention in the economic life (including the tourism sector) and the establishment of a "social threshold" for free travel to cultural sites.

**Key words:** overtourism, fast tourism, oversupply, overconsumption, sharing economy, Rome.

**JEL:** D2, D4, L11.