

Югозападен университет „Неофит Рилски“
Факултет по изкуства
Катедра Културология

А В Т О Р Е Ф Е Р А Т

на
дисертационен труд:

МИТЪТ ЗА ЗЕМНИЯ РАЙ В ТУРИЗМА.
СОЦИО-КУЛТУРНИ И
АНТРОПОЛОГИЧЕСКИ АСПЕКТИ,

представен за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“
по професионално направление 3.1 Социология, антропология и науки
за културата

Научен ръководител: проф. д.н.к. Ангел Ангелов

Благоевград 2020г.

СЪДЪРЖАНИЕ НА АВТОРЕФЕРАТА:

I. Обща характеристика на дисертационния труд (2)

- 1. Обект и предмет на изследването (2)**
- 2. Актуалност на темата (2)**
- 3. Изследователска теза (3)**
- 4. Цел и задачи на дисертационния труд (3)**
- 5. Методология на изследването (4)**
- 6. Използвани източници (5)**
- 7. Структура на изследването (5)**
- 8. Резултати от изследването (13)**
- 9. Ограничения на изследването и бъдещи насоки (15)**
- 10. Приложимост на резултатите от изследването в практиката (16)**

II. Справка за научните приноси в дисертационния труд (17)

III. Списък с публикациите (19)

I. Обща характеристика на дисертационния труд

1. Обект и предмет на изследването

Настоящият дисертационен труд проследява и анализира социокултурните и антропологичните аспекти на съвременните визуални и идейни проявления на мита за земния рай в туризма.

Обектът на изследване е един от сегментите на туристическата индустрия, свързан с развитието на тематичните паркове – развитие, характерно за пост-модерния туризъм, настъпило след преодоляването на модерните (масово-туристически) специфики.

Предметът на изследването са употребите на мита за земния рай в туризма и по-конкретно – на неговите социокултурни и антропологически аспекти. Тези употреби имат пряко отношение към темата за „мита като туристическото въображаемо“, както и към проблематизирането на различните подходи за дефиниране и очертаване на автентичността като фактор по отношение на туристическите мотивации и преживявания.

2. Актуалност на темата

Темата за митовите в туризма дава възможност за многопластов анализ на социо-културните и антропологически аспекти в съвременния туризъм. Темата на изследването е актуална не само защото проследява в една преобладаващо културологична перспектива развитието на някои от основните съвременни тенденции в туристическата индустрия, но и защото проблематизира явления и процеси, които имат пряко отношение към съвременните изследвания

на туристическите практики и мотивации, както и към протичащите и до днес дебати за автентичността в туризма.

3. Изследователска теза

Изходната хипотеза, с която е подходено към настоящото изследване се основава на допускането, че митът за земния рай е силно застъпен като туристическо въображаемо в туристическата индустрия, маркетинг и реклама. Тази хипотеза се допълва и от предположението, че различните употреби на този мит както от страна на туристическата индустрия, така и от страна на самите туристи, могат да служат за маркер на промените, настъпващи при прехода от модерен масов към пост-модерен туризъм.

4. Цел и задачи на дисертационния труд

Основната цел на настоящия дисертационен труд е да се установи как туристическият мит за земния рай се проявява, пресъздава, ре-контекстуализира и консумира в модерен и постмодерен контекст и на тази база да се обоснове тезата, че отношението към мита за земния рай като туристическо въображаемо илюстрира основни тенденции в развитието на туризма при прехода му от модерен (масов) тип към пост-модерен (диференциран) туризъм.

Реализирането на поставената цел е свързано с научно-изследователска работа по следните задачи:

- Да се направи аналитичен обзор на научната литература по изследвания проблем.

- Да се изяснят основни понятия, свързани с темата на дисертацията, като модерен/пост-модерен туризъм и турист, туристически мит, автентичност и т.н.
- На базата на различните изследователски подходи към автентичността в туризма да се направи разграничение между модерен и постмодерен туризъм/турист/туристически мит
- Да се изследва аналитично употребата на митовете в туризма и тяхната роля по отношение на туристическата мотивация и оформянето на „туристическия поглед“ (в смисъла, вложен в това понятие от социолога Джон Ъри), чрез който (поглед) туристът визуализира и интерпретира дестинацията, която посещава.
- Да бъдат представени, систематизирани и анализирани основните елементи на мита за земния рай, участващи в изграждането, подхранването и стимулирането на западното туристическото въображение.
- Да се очертаят проявленията на туристическия мит за земния рай, като се направи разграничение между модерните и пост-модерните тенденции в процесите на неговата употреба.
- Да се разгледа проблемът за постмодерната употреба на мита за земния рай в рамките на симулирани туристически пространства, и по конкретно – в рамките на тематичните паркове.
- Да се открият спецификите на тематичните паркове в качеството им на типични постмодерни туристически пространства.
- Да се изследват и анализират проявленията на туристическия мит за земния рай в туристическото представяне на замъка „Влюбен във вятъра“ в българското село Равадиново (община Созопол).

5. Методология на изследването

Естеството на дисертационния труд налага прилагането на няколко методологични подхода при разработването му, съпътстващи основния използван метод на анализа и синтеза. Ето защо, за реализиране на поставената цел и за решаването на изследователските задачи е използван разнообразен методологичен апарат, включващ набор от подходи и методи като:

- интердисциплинарен подход, съчетаващ исторически обзор на проблематиката, реконструкция и анализ на предпоставките за развитието на постмодерния туризъм;
- историографски и семиотичен подход при разглеждане на съдържателните и визуалните елементи и специфики на мита за земния рай;
- системен подход при разглеждане на туризма като система от образи, знаци, символи и митологични наративи, консумирани от пътуващите;
- сравнителен анализ на теоретични възгледи и туристически практики, имащи отношение към открояването спецификите на основополагащите за изследването понятия като модерен и постмодерен туризъм, туристическо и всекидневно преживяване и т.н.

6. Използвани източници

В хода на разработване на дисертацията се изследват и анализират:

- Основни за темата на изследването научни разработки – книги, монографии, сборници, статии, студии, анализи на емпирични проучвания и документи, разискващи и открояващи основните социокултурни и антропологически аспекти на туризма.

- Официалният уебсайт и фейсбук-страницата на един от изследваните туристически обекти, намиращ се в България.

7. Структура на изследването

Дисертационният труд е разработен в общ обем от 190 страници и е структуриран в увод, три глави и заключение. Включени са 79 изображения, (част от които са авторски) и библиографска справка с общо 148 източника, от които 29 заглавия на български език и 119 заглавия на английски език.

Уводът представя обекта и предмета на настоящия дисертационен труд; в него е изведена актуалността на направеното изследване, обоснована е неговата основна цел и избраната методология, формулирани са конкретните цели и задачи и е изложено теоретичното значение на работата.

Първа глава очертава теоретичната рамка, в която е поместена темата за употребата на митовете в туризма в социокултурния контекст на модерността и постмодерността и представя аналитичен обзор на съществуващите базови трудове и разработки, свързани с обекта на изследване. Целта тук е да се потърсят отговори на въпросите какво е туристически мит, защо и как туристите консумират митове в условията на модерността и постмодерността.

Туристическите митове са разгледани като „*туристически въображаеми*“ в смисъла на широко споделени социално конструирани въображаеми идеи, които хората имат за местата като туристически дестинации, и които се създават и поддържат посредством социалните медии чрез образи и дискурси. (Ангелов 2015; Ангелов 2017; Salazar, Graburn 2014). В научната литература тези туристически въображаеми или туристически митове се свързват в голяма степен с темата за автентичността в туризма. Именно в светлината на дебатите за автентичността в туризма като основа на туристическите преживяване и мотивация, се разкриват и промените, които настъпват при прехода

от модерен масов туризъм към пост-модерен туризъм. Анализът на този преход помага да се изясни какви са особеностите и характеристиките на пост-туризма и пост-туристите и как туристическите митове се проявяват и консумират в пост-модерен контекст.

Дебатът за автентичността в туризма е разгледан в **първи параграф** от първа глава. От 70-те години на XX век изследванията върху туризма като социален и културен феномен са доминирани от две гледни точки, свързани с природата и значението на съвременното туристическо преживяване. От едната страна на дебатите стои идеята за туризма и туристическото преживяване като симптом на упадъка на модерността. Този подход е представен от учени, които възприемат съвременния туристическо преживяване като тривиална и повърхностна дейност, която включва търсенето на измислени, фалшиви преживявания (Boorstin 1964, Turner and Ash 1975). Противоположният подход концептуализира туристическото преживяване като форма на съвременен ритуал, включващ търсене на автентичност и определя желанието за „бягство“ от ежедневието на рационалната модерност¹ и стремежът към автентичност и автентични преживявания като основен двигател на туристическата мотивация (Cohen 2010, 27; Crompton 1979; Dann 1977). Модерното схващане, че пътуването и почивката са необходимост и че човешкото психическо и физическо здраве могат да се регенерират чрез периодично откъсване от делничното ежедневие е основата, върху която туристическото преживяване се схваща като противоположен на ежедневието и се изграждат теориите, свързани с концептуализирането на туризма като „бягство“ от модерното ежедневие (Graburn, 1989; MacCannell, 1976;

¹ Тук се базiram на тезата на Макс Вебер за рационалността като основна характеристика на модерността. Въпреки че е продукт на модерността, туризмът може да бъде разглеждан и като бягство от определящите самата модерност начини на живот, и най-вече – като бягство от рационализираното ежедневие и „стоманената клетка на рационалността“ (Макс Вебер). Нуждата от такова бягство е естествена потребност на модерните хора, пребиваващи в общество, което ги е затворило в различни рационални структури, от които според Вебер сякаш изходът е невъзможен.

Smith, 1989; Turner & Ash, 1975). Именно поради това може да се твърди, че концепцията, представяща стремежа към „бягство“ и досегът до автентичност като основа на туристическите мотивации и преживяване, се отнася до т.нар. традиционен/модерен турист.

Противоречията, произтичащи от опитите да се разберат преживяванията и мотивациите на туристите се дължат основно на различните изследователски подходи към автентичността, поради което те са разгледани във **втори параграф** от първа глава. Схващането, че туристът е модерен пилигрим, който търси автентично преживяване чрез контакт до автентични места и култури, намиращи се обичайно извън неговото собствено общество, се основава на т.нар обективистки подход към автентичността, който засяга автентичността на туристическите места и обекти. Основната критика към този подход произтича главно от конструктивисткия подход, който разглежда автентичността като проекция на личните вярвания, очаквания, предпочитания, стереотипни образи и съзнание на туристите върху туристическите обекти, и особено върху посещаваните „Други“. Конструктивисткият подход към автентичността отразява теоретичната позиция, че цялата реалност е социално конструирана и това, което се преживява и разбира в тази реалност е продукт на декодиране на знаци и символи, които сами по себе си са културни конструкции. В този смисъл, основният аргумент при този подход е, че туристическите автентични преживявания се основават не на някаква „обективна“ истина, а са по-скоро „*проекция от западното съзнание*“ (Bruner 1991, 243).

Туристическите преживявания и мотивации получават съвсем различна стойност в светлината на постмодернисткия подход към автентичността, при който противопоставянето между „истинско“ и „фалшиво“ вече не подлежи на същата качествена оценка, поради размиването на границите между оригинала и копие, между автентичното и неавтентичното. Типична постмодернистка позиция по

отношение на темата за автентичността в туризма е идеята за „хиперреалността“² и свързаното с нея разбиране за „симулакрума“, като „копие без оригинал“ (Baudrillard 1981; Eco 1986) Изхождайки от тази идея може да се заключи, че концепциите за автентичност в туризма са неприложими, и е без значение дали даден обект се определя като автентичен или не, тъй като липсва оригинал, на базата на който да се направи такава констатация.

Интересен от гледна точка на темата на дисертацията е т.нар. „екзистенциалистки“ подход към автентичността в туризма, чийто автор е Нинг Уанг (1999). Той използва термина „екзистенциална автентичност“ за да опише автентичността на преживяването, която не е свързана с автентичността на обектите.³ Терминът „екзистенциална автентичност“ се означава като специално състояние на битието, в което човек е истински спрямо себе си и противодейства на загубата на „истинското аз“ в обществените роли и обществените сфери в съвременното западно общество. В туризма тази екзистенциална автентичност се характеризира с чувството за носталгия и склонността да се идеализират начините на живот, за които се предполага, че правят хората по-свободни, по-невинни и по-автентични, отколкото обикновено са те в своето ежедневие. Това чувство се постига субективно, чрез определени туристически дейности (къмпингуване, природен туризъм), а не чрез досега до автентични обекти.

Спецификите на пост-модерния туризъм и пост-модерния турист са разгледани в **трети параграф** от първа глава. Изяснено е понятието „постмодерност“ и неговите основни характеристики, тъй като те са

² Хипереалността е онази изградена с помоща на поредица от симулации „реалност“, която по никакъв начин не е обвързана с обективната реалност. Ето защо тя (хиперреалността) може да се разглежда като свят, в който правдopodobно изобразената фантазия става тъждествена на реалността. Според Жан Бодрияр в основата на хипереалността стои симулацията, а нейни градивни единици са симулакрумите.

³ Идеята за екзистенциална автентичност е свързана с тази за „автентичен Аз“, която има дълга история в рамките на екзистенциалната философия (Киркегор, Ницше, Хайдегер, Камю, Сартр).

важни за определянето характера на пост-модерния туризъм, за който са валидни именно онези специфики, характерни за постмодерността като цяло. Това са, най-общо, процесите на де-диференциация, от една страна, и установяване на „хедонистично“ потребление, ориентирано предимно към консумирането на преживявания и емоции, от друга. Важно за определянето характера на пост-модерния туризъм и пост-модерния турист е разбирането за пост-туризъм и пост-турист на Джон Ъри (1990, 2002, 2011), който разглежда туристическата роля като игра или „игрово търсене на удоволствие“.

Четвърти параграф е посветена на въпроса какво е туристически мит. Целта е да бъде уточнено понятието и да бъдат разгледани съществуващите определения за туристически мит. На база на предходния анализ е направено разграничение между модерни и пост-модерни туристически митове. Докато модерните туристически митове се основават на желанието на модерния турист да „избяга“ в един по-автентичен свят, постмодерните туристически митове не претендират за „автентичност“ или реалност, а са изрично приети като игрови фантазии, удоволствието от които се основава именно на липсата на вяра относно тяхната автентичност.

Втора глава от дисертацията е посветена конкретно на мита за земния рай в условията на постмодерността. Целта тук е да се проследи как митологичната тема за земния рай се проявява визуално и идейно в туризма и как повлиява туристическото преживяване в модерен и постмодерен контекст.

Основната хипотеза на втора глава е, че туристическите образи и дискурси, които изграждат туристическите въображаеми, свързани с идеалите за автентичност и бягство, са съвременен израз на митологичната тема за земния рай и именно тя стои в основата на значителна част от реториката и образите, поддържани от туристическата индустрия, рекламата и популярната култура.

В **първи параграф** са разгледани накратко основните елементи на мита за земния рай. Целта е да се очертаят основните образи и идеи, свързани с мита за земния рай, които имат отношение към изграждането на стереотипната представа за земния рай в западното туристическо въображение.

Втори параграф е посветена конкретно на темата за мита за земния рай в туризма, като целта тук е да се проследи по какъв начин тя присъства като образ и разказ при изграждането на туристически въображаеми и при представянето на туристически дестинации. Тук ключови са две основни понятия. Едното е понятието „тропическо“, възникнало като туристическо въображаемо при популяризирането на островните държави от Южния Пасифик като привлекателни туристически дестинации. Този „тропически рай“ изразява идеята за Градина на насладите, а туристическото преживяване е повлияно от обещание за свобода, почивка, наслада и чувствени телесни удоволствия. Другото ключово понятие е понятието „екзотика“. В съвременния свят идеята за „екзотично“ заема съществено място в популярната и консуматорската култура, представено като противоположен на съвременния, технологично развит и забързан свят начин на живот (Петрова 2017, 186-187). Екзотичният рай се отнася в по-голяма степен до желанието за досег до автентичното и изразява носталгията по „първоначалата“, която в голяма степен обуславя туристическите мотивации.

Макар че автентичността е определяща за туристическото преживяване и заема значително място в туристическата индустрия като цяло, реалният статус на туристическото преживяване остава неясен и труден за категорично определяне и категоризиране както от модернистка, така и от постмодернистка гледна точка. Туристите обикновено не възприемат чуждите страни „обективно“, а проектират и се срещат със своите собствени предварително изградени очаквания, стереотипи и фантазии. Това, заедно с факта, че митът за земния рай

често се използва за представяне на неевропейски дестинации и изграждане на екзотичен образ на т.нар. „страни от Третия свят“ поради тяхната физическа и културна отдалеченост, дава основание за възприемането на една критична перспектива в лицето на постколониалната теория, която заема значително място в полето на туристическите изследвания. Тази тема илюстрира как туристическите мотивация и преживяване се основават на туристически митове, (свързани основно с концепцията за автентичност), и рядко отразяват или се стремят да отразят „обективни“ и „действителни“ обстоятелства, намиращи се извън рамката на предварително оформените фантазии, очаквания и стереотипи, (свързани както с положителните, така и с негативните образи да дестинацията). Ето защо, постколониалната теория в туристическите изследвания е разгледана накратко в **трети параграф** от тази глава.

Четвърти параграф на втора глава е посветена на един интересен туристически феномен, който отваря темата за посмодерните употреби на мита за земния рай в туризма – фантазни дестинации. По-конкретно е разгледан случаят с областта Донгтън в провинцията Юнан, Китай, официално призната през 2001 г. от китайското правителството като Шангри Ла – литературна фикция, въведена от британския автор Джеймс Хилтън (през 1933), като представител на този тип туристически дестинации.

Трета глава от дисертацията е посветена на мита за земния рай в тематичните паркове, които са типично постмодерно туристическо пространство, основано на концепцията за симулакрум и хиперреалност. Туристическото преживяване в такива пространства отразява теоретичната позиция, че цялата реалност е социално конструирана и че това, което се преживява и възприема е продукт на декодиране на знаци и символи.

Целта на трета глава е да бъде показано как основните проявления на туристическия мит за земния рай са използвани като

тема при изграждането на тематични паркове, поддържайки съществуващите дискурси в една напълно симулирана среда и осъществявайки се като игра.

За тази цел, в **първи параграф** е изяснена същността и съществуващите дефиниции за този тип туристически обекти. Във **втори параграф** са представени няколко конкретни примери, онагледяващи употребата на мита за земния рай в тематичните паркове. В тази глава е разгледан и атракционът Дисниленд, считан за първия парк от този тип.

Трети параграф представя анализ на визуалните и словесните елементи, използвани при изграждането и туристическото представяне на замъка „Влюбен във вятъра“ в село Равадиново. Целта е на базата на теоретичната рамка, зададена в първите три глави, да се илюстрира как туристическият мит за земния рай се използва и консумира в постмодерен контекст. Този замък е напълно съвременен, без никаква основа в историческото минало, без връзка с каквато и да е културна традиция, изграден с ясна цел да пресъздаде въображаема реалност „като в приказките“. Бутафорен, съчетаващ множество дейности, стилове и подтеми, той въпреки всичко претендира за известна „сериозност“, а темата за автентичността и носталгията по миналото също е застъпена в неговата концепция. Основната хипотеза е тук, че замъкът е много характерен пост-модерен туристически феномен, който е изграден тематично около туристическия мит за земния рай.

При този анализ е използват визуален и текстови материал от официалните интернет и фейсбук страници на замъка.

8. Резултати от изследването

По отношение на конкретните задачи, изпълнени в рамките на това изследване, могат да бъдат обобщени следните резултатите:

1. Осъществен е критичен научен преглед на:

- някои от основните научни подходи, които концептуализират туризма като „бягство“ от негативните аспекти на модерното ежедневие и туристическите преживявания като противоположни на ежедневните;
- различните изследователски подходи към автентичността в туризма, схващана като основен двигател на туристическата мотивация;
- някои от основните пост-модерни научни подходи към изследването на туризма и туристическите преживявания и мотивации;
- понятията „модерен“ и „постмодерен“ туристически мит.

2. На основата на това са изведени следните изводи:

- Туристическият мит за земния рай е силно застъпен визуално и словесно в туристическата реклама и се проявява основно чрез идеите за автентично, екзотично, тропическо.
- Различните употреби на мита за земния рай в туризма могат да бъдат маркер за промените, настъпващи при прехода от модерен масов към пост-модерен туризъм.
- Автентичността е в основата на туристическите митове и в голяма степен влияе на туристическото преживяване и мотивация.
- Разграничението между модерен и постмодерен туризъм/турист/туристически мит зависи от статута на автентичността.
- Модерните туристически митове са белязани от сериозно търсене на автентичност, докато постмодерните туристически митове се потребяват игрово, без значение

дали обекта на туристическото преживяване е автентичен или не е.

- В тематичните паркове, митът за земния рай се проявява и потребява „игрово“ и в този смисъл те могат да бъдат разглеждани като типично постмодерно туристическо пространство.
- Митът за земния рай е използван визуално и словесно при изграждането на концептуалната рамка и туристическия образ на замъка „Влюбен във вятъра“ от с. Равадиново.
- В процеса на хедонистична консумация на райски символи и културни образи, посетителите на замъка „Влюбен във вятъра“ участват в една симулирана среда, осъзнавайки, че тя и изкуствено създадена, но тази „изкуственост“ не се оценява непременно негативно от тях, което е характерна особеност на постмодерното туристическо преживяване.

9. Ограничения на изследването и бъдещи насоки

При интерпретацията на резултатите от проведеното изследване следва да се имат предвид някои ограничения на изследването и очертаването на насоки за бъдещи проучвания. На първо място следва да се подчертае, че изследването не претендира за изчерпателност по отношение на всички засегнати в него проблеми, имащи пряко или косвено отношение към основната му тема за ролята и мястото на митовете в туризма и в частност – 1) на мита за земния рай в тематичните паркове и постмодерните туристически пространства и 2) на туристическото преживяване, свързано с неговото възприемане и потребяване. Въпреки разнообразието от примери, представени и анализирани в настоящото изследване, от неговия обхват са изключени

редица туристически обекти, които биха могли да бъдат разгледани като аналогични на или съпоставими с разгледаните в работата такива (и най-вече със замъка-атракцион в Равадиново), с което да бъде допълнено проучването на тези новопоявяващи се у нас обекти, към които се забелязва нарастващ туристически интерес през последните години. Друга възможна насока за бъдещи изследвания би могла да бъде свързана с провеждането на различни емпирични проучвания (анкетни допитвания, фокус-групи, дълбочинни интервюта и т.н.) на нагласите, очакванията и туристическите мотивации на посетителите на подобен род атракционни. Придобиването на достоверна и актуална представа за развитието на постмодерните туристически пространства и в частност на тематичните паркове и атракционни у нас, предполага провеждането и на друг тип изследвания, надхвърлящи обхвата на настоящия дисертационен труд, който е фокусиран преди всичко върху употребите на мита за земния рай в туризма и по-конкретно – върху техните социокултурни и антропологически аспекти, които имат пряко отношение към темата за „мита като туристическото въображаемо“. В този смисъл настоящият дисертационен труд засяга само някои от аспектите на тази твърде слабо проучена у нас проблематика и би могъл да служи за отправни точка на бъдещи проучвания, свързани с нея.

10. Приложимост на резултатите от изследването в практиката

В разработката са систематизирани основните теоретични постановки, имащи отношение към темата за автентичността в туризма, като фокусът е поставен върху тематичните паркове като типични постмодерни туристически пространства, основани на

концепциите за симулакрум и хиперреалност. Направената систематизация и съпътстващите я изводи биха могли да бъдат от полза на различни представители на туристическия сектор, проучващи възможностите за развитие на този все още слабо развит у нас туристически сектор.

Резултатите от направеното проучване на употребите на мита за земния рай в туризма и по-конкретно – на техните социокултурни и антропологически аспекти, които имат пряко отношение към темата за „мита като туристическото въображаемо“ и проблематизирането на различните подходи за дефиниране и очертаване на автентичността като фактор по отношение на туристическите мотивации и преживявания – биха могли да бъдат използвани при разработването на визуални модели и маркетингови стратегии за използване на райската символика в процесите на презентирание и рекламиране на туристически дестинации от най-различен тип.

II. Справка за научните приноси в дисертационния труд

1. Дисертацията е посветена на тема, която е неразработена у нас.
2. Дисертацията проблематизира неизследвания у нас проблем за връзката между автентичността като фактор при определянето характера на туристическото преживяване и културно-историческия контекст, като същевременно предлага и конкретни примери, с които да илюстрира наличието на тази връзка.
3. В дисертацията е направен сравнителен анализ на симулирани туристически пространства от света и България, който има приносен характер по отношение на развитието на изследваната проблематика.

4. Дисертацията предлага анализ на дебата за автентичността в туризма, който все още е слабо проучен у нас.
5. В дисертацията е направен анализ на употребата на митовете в туризма като същевременно са очертани спецификите на туристическите митове. Направен е опит за разграничение на понятията модерен и постмодерен туристически мит, най-вече през призмата на темата за автентичността, което не е правено до този момент у нас.

III. Списък с публикациите

1. „Slow Life” Culture and the New Challenges Facing Tourism. In: *SPA and Wine (International Scientific Conference, Corfu 2014)*. Southwest University Press, 2014.
2. Земвият рай на древните траки. В: *Култура, медии, културен туризъм*. УИ „Неофит Рилски“, Благоевград 2014.
3. Земният рай в митологичните и религиозни представи на древните народи от югозападните Балкани. В: *Религии и култове на Балканите и Мала Азия през вековете*. УИ "Св. Св. Кирил и Методий" 2015.
4. Images of Earthly Paradise Into a Tourist Imagination. In: *Cultural Corridor Western Transbalkan Road – Cultural Tourism without Boundaries (conference proceedings book)*, Blagoevgrad, 2016.
5. Образи на земния рай в туристическото въображение. В: *Култура, медии, културен туризъм. II част*. УИ „Неофит Рилски“, Благоевград 2016.
6. Автентичността като фактор за определяне на постмодерните тенденции в туризма. В: *Изкуства, медии, култура*. УИ „Неофит Рилски“, Благоевград, 2020г. /под печат/

Източници:

Ангелов, А. 2015. Димитър Добрович (1816 – 1905): (Анти)модерност, туризъм и образи сувенири в средата на XIX век. София: .

Ангелов, А. 2017. Анти/Модерност: образи на екзотичното и на земния рай в Европа през XIX век. София:

Бодрияр, Ж. 1994. Предшествието на симулакрума. В: сп. „Гестус“, стр. 21-65

Петрова, С. 2017. Образи на екзотичното в популярната култура. В: Философски алтернативи, бр.4, 186-194.

Boorstin, D. 1964 The Image: a Guide to Pseudo-events in America. New York: Harper & Row.

Cohen, S. (2010). Searching for escape, authenticity and identity: Experiences of „lifestyle travellers“. In: M. Morgan, P. Lugosi & J.R.B Ritchie (Eds.), The Tourism and Leisure Experience: Consumer and Managerial Perspectives (pp. 27-42). Bristol: Channel View Publications

Bruner, E.1991 Transformation of Self in Tourism. Annals of Tourism Research 18(2):238-250.

Crompton, J. 1979. Motivations for pleasure vacation. Annals of Tourism Research 6 (4), 408–424.

Dann, G. 1977. Anomie, ego-enhancement and tourism. Annals of Tourism Research 4 (4), 184–194.

Eco, U. 1986. Travels in Hyperreality. London: Picador.

Graburn, N. 1989. Tourism: The sacred journey. In V. L. Smith (Ed.), Hosts and guests: The anthropology of tourism (pp. 21-36). Oxford:

Blackwell.

MacCannell, D. 1999. The Tourist: a New Theory of the Leisure Class

Salazar, N., Graburn, N. 2014. Tourism Imaginaries: Anthropological Approaches. Berghahn Books.

Smith, V. L. 1989. Hosts and guests: The anthropology of tourism (2nd ed.). Philadelphia: University of Pennsylvania Press.

Turner, L., and J. Ash. 1975. The Golden Hordes. London: Constable

Wang, N. 1999. Rethinking Authenticity in Tourism Experience // Annals of Tourism Research: Pergamon. 349-370.

Urry, J. 2011. The Tourist Gaze. London.