

РЕЦЕНЗИЯ

от проф. д-р Пламен Шуликов (член на научно жури съгласно Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски“ №759/28.05.2020 г.) върху дисертационния труд на Ива Иванова Иванова на тема „Митът за земния рай в туризма“ за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност Теория и история на културата, професионално направление 3.1 Социология, антропология и науки за културата, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки

Дисертационният труд на Ива Иванова „**Митът за земния рай в туризма**“ (ЮЗУ „Неофит Рилски“, Благоевград, 2020 г., научен ръководител проф. д.н.к. Ангел В. Ангелов) подлага на изпитание както обичайното рецензентско очакване за известна рутинност на интерпретативния подстъп към квалификационни текстове, така и милосърдната педагогическа склонност към бонификации при участие в образователни процедури. Първата песимистична хипотеза претърпява крах в сблъсъка с тематичната значимост на изследването. Съсредоточено върху туризма като една от масовите обесии на новото време, както и върху дълбинните причини за жизнеността на феномена в модерната и постмодерната епоха, то се озовава сред респектиращ контекст от вече класически трудове по предмета. Би било несправедливо в този смисъл да не посоча и щедрата готовност на научния ръководител проф. А. Ангелов да сподели тема, обект на негово лично изследователско пристрастие в последно време, като същевременно увлече авторката към социокултурните и антропологични аспекти на феномена, извежащи го от неговото все още доминиращо у нас географско или икономическо обитание (напр. у Б. Копринаров, Л. Анастасова, С. Ракаджийска, К. Янчева и др.) към хуманитаристиката, към един интердисциплинен, даже в известен смисъл холистичен познавателен модус, характерен за западната критическа традиция, в съвсем схематични очертания – от Т. Веблен през З. Бауман до Д. Макканъл. Втората опасност капитулира пред личната читателска мотивация. Тя, убеден съм, дори в образователни процедури, често връхлитащи рецензента с тематични изненади, би следвало да търси опори далеч не толкова в изрядността си спрямо церемониалния протокол, колкото по-скоро да се възползува от процедурния случай като повод за продуктивен разговор.

Авторката съвместно предхожда разсъжденията си по същество с подробно, даже твърде подробно въведение към проблематиката, като уточнява обекта, предмета, хипотезата, методиката на изследването, архитектурната му структура и неговите неизбежни ограничения. Предметът е дефиниран чрез три основни негови прицела – 1) употребите на мита за земния рай в туризма и техните социокултурни и антропологични аспекти; 2) туристическият мит за земния рай като туристическо въображаемо и 3) автентичността като фактор в туристическите мотивации и преживявания. Апробиран чрез тематичните паркове, характерни за постмодерния туризъм като индустрия на преживяването, описаният предмет е, така да се каже, разтворен в хипотеза, очакваща две потвърждения – 1) че митът за земния рай в своето качество на туристическо

въображаемо е неотчуждаем от туристическата индустрия с присъщата ѝ маркетингова и рекламистка практика и 2) че спецификата в употребите на мита за земния рай е надежден маркер за дистинкция между модерен масов туризъм и неговото настоящо постмодерно преображение.

Като изяснява обхвата на работното понятие *туристически мит*, И. Иванова съвсем основателно въвежда ограничителна теоретична рамка, обособяваща неговата понятийна представителност както от огромния корпус архаични митове (от етиологични до есхатологични), така и от не по-малко затискащия обем критически текстове, чието схематично представяне дори само чрез интерпретативните школи (митологическа, антропологическа, структурно-антропологическа, символическа, психоаналитическа, социологическа, функционална и пр.), към които принадлежат, би било достатъчно респектиращо, а същевременно би отклонило разсъжденията в ненужна посока. Авторката схваща действията в настоящото ни съвремие мит не като епистемичен наратив, провокиращ у възприемателя своего рода предлогическа идентификация с предмета на речта му. Макар да не се е позовала на Р.-Бартовите „Митологии”, изследващи текущото модерно митостроителство не като рудимент на архаичното съзнание, а като активна част от съвременната култура, и И. Иванова мисли неговите резултати (един от които е и туристическият мит за земния рай) предимно като акционен провокатор, загубил или дълбоко потиснал своята евристична съставна за сметка на хипертрофично развитата си способност за поведенческо въздействие, даже за сметка на неговата енергично съпротивляваща се на рационално обяснение мощ на поведенчески изкусител. Впрочем идеята за преднамереното изкушение чрез туристическия мит за земния рай убедително сглобява, така да се каже, в своего рода „синтактично” съгласувана конструкция и старозаветната „вредителска” съблазън към познание в райската градина, и просвещенската педагогическа фикция за цивилизационно спасение чрез връщане към семплата хармония на естеството, и периодичните ремитологизации на ескейпизма в идейно сходни деривати (напр. чрез буколически и георгически идилии, чрез просвещенски робинзонади, чрез романтически странствувания а ла Чайлд Харолд, чрез коренно-племенни културни доктрини от типа на немската *Heimatkunst*, на българската *Родно изкуство*, на полската *хлопомания* или пък чрез аграрно-политически идеологии), и, разбира се, теориите за туризма като бягство от модерното всекидневие (Н. Грабърн, Д. Макканъл, В. Смит, Л. Търнър и Дж. Аш), представени и коментирани от И. Иванова. Тя основателно приема идеята, че този тълкувателски подстъп към туризма е положен върху критиката на просвещенския проект и неговия късен позитивистки аналог (напр. у М. Вебер) за рационализация на всекидневието, фаворизираща рационализма като основен конструктивен критерий на разказа за света. Същевременно обаче фундаменталната предпоставка, че туризмът е модерно бягство от света на Логоса (разума) към света на Ероса (удоволствието) среща известна логическа съпротива в обстоятелството, че туристическото бягство от безизходната решетка на рационализираното всекидневие е само по себе си също рационална конструкция, предвиждаща преднамерено управление на удоволствието, на свободното време (К. Роджек). В този смисъл резултатът от предприетото бягство, сигурно разпознаваем като илюзорна свобода, като че ли не разполага с други

възможности да укрепи своето рутинно възпроизводство освен чрез ирационални мотивационни опори, каквато е *вярата*.

След естествената си средишна позиция, заемана от *вярата* (*πίστις*) като най-манипулируема предпоставка на мнението (*δόξα*) в класически опити върху теория на управлението (напр. „Държавата” на Платон или „Владетелят” на Макиавели), интересът към понятието *вяра* красноречиво, особено интензивно и на пръв поглед изненадващо за пореден път се възобновява тъкмо в контекста на т. нар. *позитивна наука*, иначе етиологично обвързана от О. Конт с недопускащия каквито и да било съмнения обективизъм на медицинския експеримент. Индустриализацията през XIX в., особено през втората му половина, наред както с уплътняването, компресирането на медийния ефир чрез пара, телеграф, дагеротип, преса, телеграф, така и с масовите придвижвания и стълпотворения, провокирани от национално-освободителни или съединистки пориви, формира шокиращо усещане за ново качество на живота, основано върху неговата повсеместна, масова видимост, „индустриализира” в крайна сметка и хуманитарното мислене. С тревожно предчувствие за тълпата като за нов главен герой на историята науките за човека се пресягат към колективното съзнание, за да прозрат закономерностите на личното поведение в групов контекст. Дори Ч. С. Пърс, чието име е почти идентифицирано с прагматизма като познавателен метод, предхожда първото му изложение през 1878 г. с разгърнато разсъждение върху „Закрепване на *вярванията*”. В самото начало на 90-те френският криминолог Ж.-Г. Тард формулира каузалната зависимост между общественото мнение, от една страна, и лексическата и фразеологична конвенция – от друга („Закони на подражанието”, 1890 г.), предхождайки малко по-късната си пионерска формулировка, според която императивната власт на общественото мнение е функция от медийното учестване, съгъстяване, компресиране на медийната среда чрез уеднаквено, униформено, но същевременно преходно, бързо знание („Обществено мнение и тълпа”, 1901 г.). Така, покрай консервативната преданост на тълпата към *постоянни* и *непостоянни вярвания* (Г. льо Бон. Психология на тълпите, 1895 г.), се прояснява и нейната почти художествена склонност да „мисли” в образи, както и да реагира предимно на семпли и стереотипни образни въздействия подобно на повърхностно образован фанатик, който вярва, че знае, за разлика от просветения вярващ, който знае, че вярва.

Що се отнася до общовалидния мотивационен модел на туризма като една от масовите обсеии на модерния свят, мисля, можем да се доверим на Т. Ман, чието свидетелство на времето не е резултат от влечение към теоретизации върху туризма. В „Смърт във Венеция” (1912 г.) той представя мотивацията на Густав фон Ашенбах да се отправи към *радушния юг* именно като зрим образ – повествователят недвусмислено твърди, че жаждата на героя да пътешествува е станала „зряща”, дори намира за уместно да повтори глагола „виждам” в неговата косвено предадена реч. В този зрим образ почти дефинитивно са събрани популярните маркери на масовото туристическо изкушение, характерно за междувековието (тропическо мочурище, изконна пустош от острови, избуяла папрат, причудливо цъфнали растения, стволоче на палми, бамбуков гъсталак, святакци очи на дебнеш тигър и пр.). Почти екфразис на изображение от евтина и

многотиражна пощенска карта, този списък на въображаемите туристически изкушения споделя равнопоставена позиция на мотиватор за туристическо бягство наред с авторитетни образни въздействия с произход от високата художествена литература. И както гледката от палубата на пътуващия към Венеция кораб извиква у фон Ашенбах спонтанна алузия със „стройната песен“ „Морско видение“ на Х. Хайне, с подобна вероятност страстта на героя за пътешествие на юг може да бъде отдадена на популяризираната от Гьоте представа за Италия като страна на мирта, лавър, жълти лимони и златни портокали („Kennst du das Land...?“). Във всеки случай обаче поразеният от изкусителната плътност на туристическото въображаемо ще се нуждае от надежден алетичен критерий за публично потвърждение на неговата достоверност. Твърде вероятно, именно жанровият престиж на пътеписа (може и фотописа) като своего рода сертификат за пътешествие на поклонника или на неговите късни периодизационни деривати – фланьор, бродяга, играч, турист, схващани от З. Бауман („От поклонника към туриста“) като жизнени стратегии, усвоява значима част от героико-познавателния престиж на самото пътуване, за да превърне разказа за него в атестат за действителна *автентичност* на въображаемите изкушения.

В този смисъл категорията *автентичност* (твърде специализиран аналог на *истинност*) е дефинитивно присъща на представите за т. нар. туристическо въображаемо и, разбира се, неизбежно съпровожда критическите разсъждения върху туризма като социален феномен. Съпровожда ги дори когато някои от привържениците на постмодернисткия подход отричат приложимостта на концепциите за автентизма спрямо постмодерната туристическа практика, доколкото постмодерният турист предприема, ако не единствено, поне предимно игрово търсене на удоволствие (С. Коен) с ясна предварителна представа за хиперреалността, в която по свой съзнателен избор той предстои да попадне. Значимостта на категорията напълно заслужава вниманието, което авторката ѝ посвещава. Тя представя и четирите обособени подстъпа към автентичността в туристическите изследвания – *обективистки*, който е съсредоточен върху автентичността на туристическите места и обекти и според който туристът е модерен пилигрим, търсещ автентични места и начини на живот (Д. Макканъл); *конструктивистки*, основан върху предпоставката, че автентизмът не е качество на обекта, а такава културна ценност, която, въплътена в туристическото въображение, се създава и възпроизвежда от туристическата индустрия чрез владяното от нея „туристическо изкуство“ (Н. Грабърн), всъщност тясна практическа специализация на пропагандната компетентност за управление на масовите нагласи; *постмодернистски*, според който, както вече стана дума, автентичността на туристическия обект се преживява като игрово търсене на удоволствие, като своего рода естетическа халюцинация на реалността; *екзистенциалистски*, описващ автентизма на туристическото преживяване във връзка със самотъждествеността не на обекта, а на „автентичния Аз“.

Съсредоточено вече върху постмодерния турист и постмодерния туризъм като индустрия на преживяването, изложението на И. Иванова систематизира най-артикулираните белези на постмодернизма – разпад на метанаративите на множество

малки разкази (Ж.-Ф. Лиотар); хедонистично потребление, хиперконсумеризъм (Ж. Липовецки); размиване на границите между висока и ниска култура, както и между симулация и реалност в хиперреалност (Ж. Бодрияр). Особено отрадното впечатление прави позоваването върху труда на Р. Панвиц „Кризата на европейската култура” (1917 г.), фиксираше една от първите употреби на понятието *постмодернизъм*. Впечатляващо у Панвиц е далеч не само ранното предчувствие на *етичния вакуум*, характеризиращо кризисното състояние на постмодерната култура, но и неговата етиология, обвързана почти както и в множество съвременни нам текстове, демонстративно включили понятието *постмодернизъм* в своите заглавия, с глобалния капитализъм и неговата културна логика (напр. у Ф. Джеймисън), с дребния материализъм и потребителската страст като масово потребяван именно заради лесната си достъпност индивидуализиращ инструмент (напр. у Ж. Липовецки), с конфликтующите национализми (напр. у К. Манхайм). Усещането в този смисъл за известна флуидност на границите между модернизъм и постмодернизъм се потвърждава и от сходни профетически проблясъци. Тъй например И. Иванова основателно широко се позовава на Д. Макканъл („Туристът. Нова теория за класата на безделниците”, 1976 г.). В рамките на своя обхванат предмет Макканъл коментира и стратификационните функции, които символният престиж на заниманията със скъпо струващи непроизводителни дейности обезпечава (подобно на табела на ранговете). Убеден съм, не би ни изненадало, ако идея за символен престиж бъде разчетена в по-късния саркастичен афоризъм на руския дисидент Сергей Довлатов, впоследствие политически емигрант: „туризм – жизнедеятельность *праздных*” (*leisure class*, класа на безделниците, в превод на руски – *праздний класс*). Изненадва обаче предчувствието на Т. Веблен от далечната 1899 г., когато в книга с удивително сходно заглавие („Теория на безделната класа”) той формулира работещото и в наши дни понятие *демонстративно* (днес бихме казали символно) *потребление*, намерило днес свой полемичен антоним в контрапонятието *незабележимо потребление*. То представя все по-често срещаната в наши дни нравствена, своего рода аскетична, саможертвена реакция „богатите да използват по-приглушени обозначения на своето социално преимущество” (Е. Керид-Хокет). Този път към запълване на *етичния вакуум* (Р. Панвиц) обаче едва ли е твърде надежден, доколкото се схваща по-скоро като чудаческо изключение от традиционния поведенчески стереотип, отколкото като негова проява. Представете си турист, предприел околосветско пътешествие с „Трабант”, под чийто капак е монтиран последен модел двигател BMW като личен принос към зелената идея, или пък краковски интелектуалец декадент, който на самата граница между XIX и XX в. се жени за брновицка селянка, виждайки в нея здравите нравствени корени, способни да възродят творителния потенциал на полското общество. Ако първата хипотеза изглежда анекдотично, втората е съвършено реална – документално потвърдена е в драмата на Ст. Виспянски „Сватба” (1901 г.). И независимо накъде се отправя homo peregrinatio (пътешествувач човек) в съвременния глобализиран постмодерен свят, той (ако, разбира се, е развил способност да мисли критично) би се изправил пред реторичния въпрос, зададен от И. Иванова: какво бягство в свят без граници и какъв автентизъм в свят без оригинали? В този смисъл примирението с *постановъчната автентичност* (Д. Макканъл), свойствена на постмодерната туристическа индустрия, като единствен изход от критичната обструкция спрямо нейните повсеместни мистификации не е

задължително песимистичен изход. Сам Макканъл твърди, че туристическата „експлоатация на свободното време”, превръщаща дезориентиращата смес от „измислица и реалност в обширен символизъм”, в широкообхватна пастишна култура (и чрез колажна практика, проблематизираща реалността) далеч не е „най-лошото свойство на съвремието”. Именно в това най-лошо свойство Макканъл съзира зародиш на надеждата, че повсеместната игрова комбинаторика, превърната във всеобщ модел на екзистенциално познание, е в състояние да налучка пътя към един по-добър свят.

В изпреварващ порядък ще спомена, че твърде вероятно тъкмо подобно упование мотивира изразения изследователски интерес, в това число и на И. Иванова, към критическите теории върху текущите социални практики, доколкото в своите концептуализации на туризма като семиотична дейност тълкувателите са почти толкова „агенти на семиотиката”, колкото и самите туристи, заети с разчитането на пейзажи и дори цели култури като единни знакови системи. Всеобщият тълкувателски порив, понесъл туриста, увлечен например към страни от „третия” свят чрез митове за непроменените и нецивилизованите, същевременно мотивира и автора на постколониалната критическа интерпретация, според която един динамичен „първи” свят през своята бяла, мъжка, колониална перспектива контролира един непроменен „трети” свят (с. 91). Социалният критицизъм на теориите за туризма като бягство от всекидневието и особено на постколониалната интерпретативна оптика към туристическия мит за земния рай многократно надхвърля частната проблематика на туризма. Тъй например във върнатата в общи линии конструктивистка констатация, че „западният турист не плаща..., за да види как децата в Етиопия умират, а плаща, за да види благородния дивак, възплъщение на въображението си” (с. 28), е проектиран не само образът на западната туристическа „конквиста” (предимно символна, да кажем, чрез завоюване на фототрофеи), но и изобщо ценностно асиметричният сблъсък между автохтонния „друг”, заставен да обслужва чрез участие в бутафорни действия въображаеми потребности на „пришълците”, и самите пришълци, развили хронична слепота към достоверния (а не постановъчен) автентизъм на приемащата страна, слепота, предизвикана от заслепяващата хелиотропна мощ на неоновия Запад. Впрочем тази ценностна асиметрия, онеправдаваща местните, засяга и самия Запад. Според споделено от Макканъл икономическо наблюдение, приходът от туристически билети за достъп до панорамната площадка на „Емпайър стейт билдинг” надхвърля прихода от наеми, които приблизително 900-те офиса в сградата плащат. Според постоянните обитатели на днешен Рим пък, най-горещият месец от лятото, август, твърде изненадващо се оказва календарно вместилище на тяхната лична урбанистична утопия, тъй като климатичният дискомфорт е причина и за рязко намаляващия туристически наплив към града. В този смисъл реалният туристически опит, схващан (независимо от неизбежните напрежения между наблюдатели и наблюдавани, пришълци и местни, обслужвани и обслужващи) като своего рода перманентен практически семинар върху изработката на достоверен образ за другия, разбираемо съсредоточава към себе си хуманистични надежди, че отколешната Лайбница вярва в наличния свят като единствено възможен най-добър свят все някога ще бъде потвърдена чрез масова размяна на „акредитивни” уверения в расова, етническа, религиозна, имуществена и пр. толерантност. Колкото и наивно обаче

да звучи религиозната по същество вяра на Лайбниц, нито светкавично адресираната към нея Волтерова сатирична инвектива в „Кандид“, нито последващата секуларна обструкция срещу религиозния трансцендентализъм успяват да изкоренят очевидно трайното човешко предразположение към утопични конструкции, особено към мита за земния рай. Вярващият разбираемо го разчита като прижизнена етична опора. Трайната уседналост на мита обаче в масовата култура, легитимираща най-устойчивото средно равнище на ценностните норми, по-скоро показва, че драговолното себеподдаване на изкусителната илюзия има по-дълбоки корени от собствено религиозните. Напълно основателно И. Иванова възприема мнението на Е. Коен (с. 75), че носталгичният копнеж по рая е архетипно човешко състояние, което, бих добавил, е функция, ако не от спасителната, поне от терапевтичната потребност трансцендентни представи да бъдат снабдявани със земни координати. Именно тази неизчерпаема склонност туристическата индустрия използва като своего рода мотивационен перпетуум мобиле на практикуваната от нея експлоатация на свободното време чрез мита за *земния* (именно земния) рай. Изгубен завинаги в книга „Битие“ и особено у Дж. Милтън, той се оказва вечно откриваем чрез туризма, който в ролята на своего рода масов социален терапевт, дори, ако позволите, транквилант, самонадхвърля своя функционален ръст, улавян от тясното зрително поле на предприемаческия прагматизъм.

Именно този статут на мита за земния рай обуславя широкия антропологичен подстъп към него. Не прави изключение и подходът на И. Иванова, коментирала мита въз основа на най-представителните му конструктивни концепти – *екзотично* и *тропическо*. Продуктивна изследователска посока например трасира опитът на авторката да състави (макар и кратък) честотен речник на туристическите речеви употреби, съпътстващи представата за екзотичното в неизбежни контаминативни сраствания с очакването тя да бъде и автентично потвърдена. Побираща огромни смислови пространства от далечни чужди култури до отколешни забравени форми на традиционния живот, тази представа е кодифицирана чрез сленг с твърде широк обхват – от една хипотетична „поетика“ на девствеността (напр. в книгата на К. Леви-Строс „Печални *тропици*“, една от частите на която впрочем носи красноречивото заглавие „Робинзон“), през рекламистките ѝ метаморфози, до специализирания пропаганден език „Грийнспийк“, дори, с позволение, чак до онази крайно извратлива употреба, своего рода ширпотреба, преосмисляща архетипната представа като... *данъчен рай*, също предимно островен. Известни колебания предизвиква у мен констатацията на Макканъл (с. 86), че идеята за плажа като тропически рай датира от средата на XX в. Той, разбира се, има предвид следвоенния взрив на това рекламистко внушение, компенсиращо дълбоко уязвеното през войната упование в хармонията на земния живот. Иначе представата за земния рай като островна градина на насладите преследва неотклонно и Д. Дефо, и неговите безчетни епигони, и Гоген, и Т. Ман (има предвид 12-километровата пясъчна коса на о. Лидо, в която Г. фон Ашенбах се заплита завинаги). Съвсем повърхностно тематологично наблюдение би показало, че и у нас предаността към тази представа не е изключение. Достатъчно е да споменем П. П. Славейков с общоизвестната му мистификационна антология, Г. Райчев – с рекламистката му поема „Табу“ (1932 г.),

където, дано не греша, за пръв път в българската литература е въведен тропическият топоним Бора-Бора, както и малко по-късния И. Пейчев, преобразил го в Бора-Вора.

Наситеният коментар на И. Иванова върху антропологичната критика, тълкуваща проблематиката на изследването, съвсем закономерно в неговия край е апробиран чрез анализ, така да се каже, на *реални фантазни* дестинации. В друг случай със сигурност бих съпроводил логически противоречивата конструкция *реални фантазни* с омокотяващ дешаблонизатор, тук обаче оксиморонната употреба е съвсем на място. Уместна е далеч не само защото тя обозначава реално съществуващи тематични паркове, симулативно овеществили фантазни представи, а преди всичко защото тя представя трудно обяснимата вътрешно-противоречива склонност на постмодерния човек (в това число постмодерен турист, даже посттурист) драговошно да се самоотдава в плен на утопии, ясно осъзнати от него като еkleктично конструирани. Съвършено коректна е предпочетената от И. Иванова констатация на Ш. Найт, според която посетителите на Дисни не са *измамени* от неговите симулации, а са *осъзнати* потребители на предлаганите фантазии (с. 97). Формулирана по повод на Дисниленд, тази оценка е представителна и спрямо китайската фантазна дестинация Шангри-Ла, и спрямо Тексаския ренесансов фестивал (своего рода *козел отпущения*), и спрямо немския парк Tropical islands, и дори спрямо нашения тематичен парк „Влюбен във вятъра”, който си позволявам да обособя, меко казано, заради твърде проблемния му еkleктизъм, плод по-скоро на демонстративно себевъзвеличаващия порив на собственика му (разбира се, едва ли ситуиран от него в Хорациево-Пушкиновата традиция *exegi monumentum*), отколкото на монолитна фантазна концепция. В този смисъл съм категорично солидарен с И. Иванова, когато именно във връзка с този крещящо безвкусен пачуърк, тя поставя въпроса за границите в туризма между сериозно и развлекателно, автентично и неавтентично, сакрално и профанно (с. 150). Макар поводът да е, така да се каже, национално самоунизителен, за утеха бих добавил, че в свое време дори опитът на В. Бенямин да изследва рустикалните инсталации в парижките пасажи („Париж, столицата на XIX век”) предизвиква известен стрес у негови интерпретатори именно с противоречието между личния жизнен опит (*Erlebnis*) на модерния човек и богатия съвкупен поетически опит (*Erfahrung*), очевидно далеч не винаги оставящ трайни следи у всекиго. Дори близкият приятел на В. Бенямин Г. Шолем, известен познавач на еврейския мистицизъм, казва по този повод за него, че той разсъждава като теолог, който се е загубил в царството на профанното. Страхувам се, че тази оценка, осцилираща между метафизичен рационализъм и профанност, е съвършено неприложима към нашия роден казус, доколкото в подобен случай би й се наложило да потърси опора само в печалната си втора част. Що се отнася до българските тематични паркове, бих си позволил да предложа разширение на списъка, засега само с един. Имам предвид т. нар. Исторически парк край варненското село Неофит Рилски. Този парк обаче съвсем разбираемо е останал извън полезрението на авторката, доколкото той, макар и формално открит през миналата година, все още не е напълно изграден, а и няма достатъчно натрупан потребителски опит, подлежащ на системно критично осмисляне.

В заключение бих потвърдил както основните изводи на И. Иванова, така и самооценката ѝ за приносите в нейната работа. Към тях бих добавил и качеството ѝ на своего рода компендиум на критическата литература по изследваната проблематика (активно използваната литература наброява над 120 заглавия, около 100 от които на английски език), който особено чрез своята антропологична част със сигурност би присъединил хуманитаристки аргументи към традиционния у нас географско-икономически познавателен подход спрямо туризма. Авторефератът е изпълнен според нормативния жанров протокол. Направените шест публикации по темата на дисертацията надхвърлят изискванията за количествено обобществяване на постигнатите резултати, като повечето от публикуваните в реферирани издания текстове (два от тях – на английски език) равномерно проследяват хронологията на образователната степен. Личната, така да се каже, просопография на авторката намира убедителна подкрепа в ред допълнителни обстоятелства. Още като студент тя е отличена с плакет за отличен успех за целия период на бакалавриата, вече е член на Съюза на учените в България, присъдил ѝ през 2014 г. награда за най-добра публикация в рамките на Конкурса за млади учени, била е стипендиант по програма „Еразъм+” на ЕС със сертификат за успешно завършено обучение по културен мениджмънт на английски език с пълна 5-месечна стипендия, присъдена след проведен конкурс, има тригодишен преподавателски опит като хоноруван асистент в катедра „Културология” на ЮЗУ „Неофит Рилски”.

Надявам да ми бъде простено, ако съм пропуснал да отбележа някои от постиженията на И. Иванова, свързани с нейния академичен профил, но и изреченото, мисля, е достатъчно, за да съм сигурен, че на каквито и поприща да се посвети в своето предстоящо професионално развитие, тя ще отстоява силно заявените в настоящата ѝ работа качества на критично мислещ интерпретатор, ерудирано опериращ с авторитетни тълкувания и същевременно отстояващ своя лична позиция.

Въз основа на изложените аргументи убедено предлагам на уважаемия кворум да присъди на *Ива Иванова Иванова* образователната и научна степен *доктор* по научна специалност Теория и история на културата, професионално направление 3.1 Социология, антропология и науки за културата, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки.

14.07.2020 г.

проф. д-р П. Шуликов