

Становище

от

доц. д-р Валентина Георгиева Ганева-Райчева,

Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей – БАН,

за дисертационния труд на Ива Иванова Иванова

„Митът за земния рай в туризма. Социокултурни и антропологически аспекти”,

научен ръководител проф. д.н.к. Ангел Ангелов,

за присъждане на образователната и научна степен „доктор” в

област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки,

профессионалено направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата,

научна специалност „Теория и история на културата”

1. Общо представяне на процедурата и докторанта. Със заповед № 759 от 28.05.2020 г. на ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски” съм определена за член на научното жури във връзка с процедура за защита на дисертационния труд на Ива Иванова Иванова „Митът за земния рай в туризма. Социокултурни и антропологически аспекти” с научен ръководител проф. д.н.к. Ангел Ангелов за присъждане на образователната и научна степен „доктор” в професионалено направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата.

Представеният от И. Иванова комплект материали е в съответствие с изискванията на Правилника за развитие на академичния състав на ЮЗУ „Неофит Рилски”.

Ива Иванова е възпитаник на Югозападния университет. Бакалавър е по културология (2011 г.), магистър по културно наследство и културен туризъм (2013 г.). През 2014 г. е зачислена като редовен докторант към катедра „Културология” при Факултета по изкуства, специалност „Теория и история на културата”. Участва с доклади в международни и национални научни форуми. Член е на Съюза на учените в България. Носител е на наградата на Съюза на учените в България за най-добра публикация за 2014 г. в рамките на конкурса за млади учени.

2. Актуалност на тематиката. Туризмът заема важно място в стратегиите и програмите за развитие на региони и държави, тъй като е сектор, който обхваща множество сфери на дейност с икономически и социален ефект. Статистически данни показват, че туризмът има съществен принос към БВП на страните, които са развити туристически дестинации. Постигането на устойчив туризъм е и сред приоритетите на България. Как се създава и поддържа имиджа на един туристически обект в съвременността? Какво искат да видят и преживеят туристите в една дестинация? По какъв начин туристическата индустрия конструира определени начини на виждане у посетителите на туристическото място, какви визуални и словесни образи използва в маркетинга му? Променят ли се тези образи и как в хода на общественото развитие, с възхода на информационните технологии и засилената мобилност? Как се осъществява митотворчеството в туризма и защо неговото значение не намалява? По какъв начин универсални митологеми се включват в маркетинга на туристическото място – са въпроси, на които се търсят отговори в дисертационната разработка в социокултурна и антропологическа перспектива.

3. Познаване на проблема. Дисертационният труд се основава на задълбочено проникване в същината на изследваната проблематика. Познават се и са осмислени теоретични възгледи за модерността и постмодерността, основни изследвания на чуждестранни и български автори, свързани със спецификите и тенденциите в развитието на туризма, с характеристики на туристическите образи и преживявания и др. под. Това дава възможност на И. Иванова да постави обекта и предмета на своето дисертационно изследване в един по-широк научен, социален и културен контекст, да проблематизира и анализира в сравнителен план важни явления и процеси в туристическите практики и мотивации.

4. Методика на изследването. В дисертационната разработка е използвана адекватна методология и инструментариум. Водеща е културологичната перспектива. При интерпретацията на проблематиката се прилагат системният, семиотичният и историографският подход. Семиотичният подход към изучаването на митовете в туризма позволява да се разкрият съдържателните елементи на мита за земния рай в туризма, конструирането на определени начини за виждане и тяхното въздействие върху туристическото съзнание чрез определени образи и символи. Важно място има сравнителният анализ за очертаване на явления и тенденции в туристическата индустрия и потреблението на туристическите услуги.

5. Характеристика и оценка на дисертационния труд и приносите. Дисертацията на И. Иванова е посветена на тема, която у нас не е разработана в пълнота – употреби на мита за земния рай в туризма в постмодерността. Фокусът е върху социокултурните и антропологическите аспекти на явлението, откроени в контекста на чуждестранни и български туристически практики.

Дисертационната разработка се състои от Въведение (с. 4–17), 3 глави („Митовете в туризма: теоретична рамка”, с. 18–63; „Митът за земния рай в туризма”, с. 64–101; „Земният рай и тематичните паркове – конструиране на земния рай”, с. 102–151), Заключение (с. 152–158), Използвана литература (с. 159–174), Приложения и е в общ обем 223 с. Библиографията включва 148 източника, от които 29 заглавия на български език и 119 на английски език. Приложението съдържат 79 изображения с анотации, като 2 от илюстрациите са авторски.

Дисертацията се отличава с ясна и логична структура. Написана е на добър език с коректно позоване на ползваните източници.

Добре обосновани са основните понятия – туристически митове, автентичност, постмодерност, постмодерен туризъм, постмодерен турист, в паралел с явленията в модерността. Туристическите митове се разглеждат като „туристически въобразяеми“, като „широко споделени социално конструирани въобразяеми идеи, които хората имат за местата като туристически дестинации и които се създават и поддържат посредством социалните медии чрез образи и дискурси“ (с. 59).

За постигането на основната цел на изследването „да се установи как туристическият мит за земния рай се проявява, пресъздава, ре-контекстуализира и консумира в модерен и постмодерен контекст“, за да се разкрият основни тенденции в развитието на туризма при прехода му от масов тип към диференциран, са формулирани конкретни задачи, които са осъществени последователно.

Бих нарекла изследването кабинетно, тъй като резултатите се основават на прочит и осмисляне на публикувани теоретични изследвания, емпирични проучвания и документи. Направено е проучване във виртуалното пространство (на уебсайт и фейсбук страница на туристически обект в България), но задълбочено теренно изследване на основните социални актьори – създателите, мениджърите и потребителите на конкретния туристически продукт, липсва.

Високо оценявам аналитичните аспекти на дисертационната разработка и проблематизирането на концепти, връзки и явления.

Приносно за изследването е концептуализирането на модерния туризъм/турист и постмодерния туризъм/турист, анализирането на модерните и постмодерните туристически митове и техните употреби през проблема за автентичността. За целта са разгледани основните изследователски подходи към проблема – обективистки, конструктивистки, постмодернистки и екзистенциалистки. Отразени са и критиките към всеки от тях. Докторантката убедително показва, че ключово за разбирането на постмодерния туризъм е промененото отношение към автентичността (и реалността като цяло): от нещо „изконно“, „съхранило се във времето“, през „културна ценност, която постоянно се създава и преоткрива в социалните процеси, често изграждана от туристическата индустрия и медиите като част от продукта“, до „симулакрум, копие без оригинал, образ на отсъстваща действителност, имитация на реалност, продукт на симулация“, а също и като нещо екзистенциално, което не е свързано с туристическия обект, а с преживяванията на туриста и постигане на автентичен Аз. С добре подбрани примери докторантката показва как „автентичността“ се медиира от образи, знаци и символи, а това, което туристът разбира и преживява, е „продукт на декодиране на тези знаци и символи“. Наблюденията на И. Иванова са добро начало за задълбочаване на рефлексиите у нас, свързани с проблема за автентичността в туризма.

Авторката убедително показва, че митологемата за земния рай се пресъздава в туризма през годините като възможност за „бягство“ от ежедневната реалност и норми, като израз на носталгия по изгубени времена на хармония с природата, като контрапункт на индустриалния свят, на ускореното време, на урбанизираната среда, на социалните неравенства. Очертани са спецификите на туристическите митове в модерността и постмодерността. В контекста на туристическия маркетинг са проследени визуалните и словесните образи на мита за непроменените, мита за необузданото и мита за нецивилизованите – западни стереотипи за страните от Третия свят, които водят до унифициране на местата. Ключови мотиви тук са екзотичното и тропическият рай. И. Иванова показва, че като туристически въображаеми те се основават на стереотипни образи и представи, като тези за благородния дивак и девствената майка природа. Така езикът на туристическата индустрия продължава да поддържа европоцентричното виждане за света, постколониалният дискурс и ориентализма, начина, по който Западът конструира Изтока (с. 89–90).

Друго достойнство на труда е разкриването на влиянието на митологичната тема за земния рай върху туристическото преживяване в

модерен и постмодерен контекст чрез ключови мотиви, визуални и словесни образи.

Високо оценявам трета глава, посветена на симулираните туристически пространства и по-специално на тематичните паркове. На основата на конкретни случаи в чужбина и у нас се извеждат основни характеристики на този тип туристически обекти. Показано е, че преживяването в това симулирано пространство е свързано с митологичната тема за земния рай, но за разлика от търсенето на рая в модерността, тук той е „измислен и игрово възстановен и изигран от самите посетители”.

Впечатление прави осъщественият многопластов анализ на социокултурните измерения на туризма: в контекста на общественото развитие, с оглед на промените в туристическите въображаеми и на туристическите практики.

Началната хипотеза, че „митът за земния рай е силно застъпен като туристическо въображаемо в туристическата индустрия, маркетинг и реклама”, а различните му употреби „могат да служат за маркер на промените, настъпващи при прехода от масов към постмодерен туризъм”, е доказана убедително.

Докторантката убедително показва в изследването си, че туризмът е семиотична дейност, насочена към сътворяване на дестинациите чрез конкретни начини за виждане, които са социално конструирани и свързани с традиции, ценности, стереотипни образи. В това виждам и възможността за приложност на резултатите от разработката в маркетинга на туристическия обект.

Дисертационното изследване на И. Иванова поставя и важния проблем за границите в туризма – „между сериозното и развлекателното, между сакралното и профанното, между масовото и елитарното, между реалното и имагинерното, между автентично и неавтентично, които в постмодерната ситуация са твърде условни, променливи, нетрайни, а често пъти и напълно размити и неясни” (с. 150). Авторката показва, че тази условност на границите произтича от характеристиките на постмодерното потребителско общество, ориентирано към консумиране на образи, символи и преживявания, при което „разграничението между оригинална и копието се срива, а неговото място е заето от една хиперреалност и система от симулакруми”.

Смятам, че едно емпирично проучване на мотивациите, очакванията и преживяванията в симулирана реалност като замъка „Влюбен във вятъра” в Равадиново чрез анкети, дълбочинни интервюта, наблюдения на събития би дало плътност на описанието, би направило по-убедителни изводите от анализа на туристически обект в България, би увеличило приносните моменти на труда. Би откроило и разлики в сравнение с други симулирани туристически пространства. Какво е замъкът „Влюбен във вятъра”? – Фантазно място (приказно, райско, тропическо), хранилище (музей), читалище, култов център, декор, сцена на светски събития и религиозни церемонии, бриколаж от образи и символи?! Редом със символите на земния рай са и тези на националното съзряване и съграждане, също консервативни и константни образи и символи, защото са част от официалния национален наратив, изграден чрез принципите на идеализацията и героиката на делата на възрожденските дейци. Компонент от националния разказ за Възраждането са и етнографските реалии (предмети, интериор), които присъстват в замъка – маркер за времето и нравите, част от образите на епохата, в която са

възпитани националните герои. Аз не бих видяла в тези образи и символи екзотика и екзотично.

Бих искала да задам два въпроса. Можем ли да говорим за варианти на туристически въображаеми, свързани с митологемата на земния рай, изразени в словесни и визуални образи, които са повлияни от етнокултурни/национални представи, стереотипи, културни модели? Можем ли да откроим „български“ специфики или езикът на туристическата индустрия по отношение на тази тема е унифициран, глобален? Вторият въпрос е възможна ли е диференциация, някаква типологизация на преживяванията на туристите в местата, където митологемата за земния рай е активна? Възможно ли е очертаване на фигури на туриста/ на социални профили на туриста според включването в различните преживявания? Това би дало обратна връзка и би било полезно за маркетинга на туристическото място.

По темата на дисертацията са направени **5 публикации** (2 от които на английски език) в научни издания на два български университета. Текстовете засягат отделни въпроси от разработваните теми в дисертационния труд и дават добра представа за изследователските възможности на И. Иванова.

Авторефератът отразява вярно съдържанието на дисертацията. Резултатите и приносите на дисертационното изследване са оригинални и не са заимствани от други изследвания.

В заключение, дисертационният труд на Ива Иванова Иванова „Митът за земния рай в туризма. Социокултурни и антропологически аспекти“ е задълбочено изследване на актуална и значима проблематика. Отличава се с точни наблюдения, разсъждения и обобщения, с адекватна методология. Проучена и осмислена е обемна научна литература. Трудът отговаря на необходимите изисквания за дисертационен текст и показва възможностите на Ива Иванова за критично мислене и самостоятелни научни изследвания. Дисертацията съдържа научни резултати, които са оригинален принос за българската наука и изследването на туризма в постмодерността в неговите социокултурни и антропологически измерения. Научните резултати отговарят на изискванията на ЗРАСРБ и съответния Правилник на ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Гласувам за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ на Ива Иванова Иванова в професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата, научна специалност „Теория и история на културата“.

18.07.2020 г.

Изготвила становището:

(доц. д-р Валентина Ганева-Райчева)

