

РЕЦЕНЗИЯ

от д-р Райна Димитрова Гаврилова
професор в специалност Културология, Философски факултет,
СУ „Св. Климент Охридски

на дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен '**доктор**' в област на висше образование: Социални, стопански и правни науки; професионално направление: 3.1. Социология, антропология и науки за културата; докторска програма: Културна антропология.

Автор: Росица Рангелова Болгурова

Тема: „Празникът като реклама“

Научен ръководител: проф. д.с.н. Ивайло Стефанов Дичев, специалност Културология, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски“

1. Общо описание на представените материали

Със заповед № РД-38-80/10.02.2021 на Ректора на Софийския университет „Св. Климент Охридски“ (СУ) съм определена за член на научното жури за осигуряване на процедура за защита на дисертационен труд на тема „Празникът като реклама“, за придобиване на образователната и научна степен **доктор** в област на висше образование Социални, стопански и правни науки: 3.1. Социология, антропология и науки за културата (Културология); докторска програма: Културна антропология. Автор на дисертационния труд е **Росица Рангелова Болгурова** – докторантка в редовна форма на обучение към катедра История и теория на културата, Философски факултет, СУ, с научен ръководител проф. д.с.н. Ивайло Стефанов Дичев, специалност Културология, Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски“.

Представеният от Росица Рангелова Болгурова комплект материали на хартиен носител е в съответствие със Закона за развитие на академичния състав и Правилника за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в СУ „Св. Климент Охридски“ и включва следните документи:

- молба до Ректора на ПУ за разкриване на процедурата за защита на дисертационен труд;
- автобиография;
- копие от диплома за висше образование;

- заповеди за записване в докторантура;
- протокол за издържан изпит по специалността ;
- протоколи от катедрени съвети, свързани с докладване на готовност за откриване на процедурата и с предварително обсъждане на дисертационния труд;
- дисертационен труд;
- автореферат;
- списък на научните публикации по темата на дисертацията;
- копия на научните публикации;
- списък на забелязани цитирания;
- декларация за оригиналност и достоверност на приложените документи;
- справка за спазване на специфичните изисквания на съответния факултет;

Докторантката е приложил 5 публикации по темата на дисертацията, от които две на английски език и в чуждестранни издания.

2. Кратки биографични данни за докторанта

Росица Болгурова е завършила Бизнес администрация в Американския университет в България (2005 г., степен бакалавър) и три магистратури: Изследователски методи в мениджмънта (University of Oxford, Великобритания), Маркетинг мениджмънт (École de Commerce EDHEC, Ница, Франция) и Културна антропология (СУ „Св. Климент Охридски“). От 2017 г. е докторантка по Културна антропология в специалност Културология на СУ „Св. Климент Охридски“. Владее английски и френски езици.

3. Актуалност на тематиката и целесъобразност на поставените цели и задачи

Икономиката на преживяването – или навлизането на предприемачеството в интимната сфера на емоциите на свободния индивид – вече е около нас: продуктите все по-често предлагат не потребителски качества в традиционния смисъл на думата, а възможност да ги преживееш, документиращ и представиш. Като добавим и експоненциално нарастващата визуализация на комуникацията, особено сред определени възрастови групи, актуалността на темата става очевидна. Въпросът е какво може да постигне изследователят в какофонията от коментари, научни и не. Росица Болгурова успешно е намерила гледна точка, която не само да набере и организира нови и интересни материали, но и да предложи интерпретации на тема централна за антропологията: празничността и то празничността в работна среда, оксиморон, който се оказва продуктивен за изследването. Докторантката описва мотивите си за избор на темата, като сред

тях трябва да се открие както собствената ѝ квалификация в бизнес администрацията, така и личният ѝ опит от работа във фирми.

Предмет на изследването са празниците организирани от/в бизнес организации (фирмени празници), а водещата хипотеза, така както аз я разбрах, не е формулирана изрично, но може да се види в структурата на работата: фирмените празници са едновременно празничен жанр, социална практика на работното място и промоционална бизнес стратегия. Проучване на взаимопроникването и възприемането на този хибрид е и основната изследователска задача – „изобретяване и трансформация на празничните форми“ (с. 11).

4. Познание на проблема

Както споменах, Росица Болгурова познава терена като участник и като изследовател. Образованието ѝ и професионалният ѝ опит във фирми набавят както запознатост с съвременните теории за мениджмънта, организацията на труда, рекламата и маркетинга, така и фонове знания. Избраният антропологически подход и прилагането на антропологически методи формират солидната емпирична основа на работата. Паралелно с това, трябва да се отбележи и доброто познание на литературата по темата: както работите на български етнологзи, антрополози и историци около празниците, тяхната история и техните трансформации (34 заглавия), така и впечатляващият брой (72) чуждоезични изследвания по икономическа антропология, сравнително ограничена в България.

5. Методика на изследването

По думите на докторантката „изследователският метод следва принципите на мулти-ситуираната или многотеренна етнография“ (с. 11). На практика, този подход означава изследване на различни конкретни места и събития; на дискурса на организаторите на събития и на информационното пространство, дигитално и традиционно. Методите са разнообразни и включват теренна работа в няколко различни по профил фирми; проучване на медийното представяне (изследвани са 5 вестника и списания); и интервюта (17). Изследователското поле е подбрано и организирано добре и е постигната достатъчна представителност.

6. Характеристика и оценка на дисертационния труд

Предложеният за защита дисертационен труд е от 164 с. и включва Увод, четири глави, обобщение-заключение, списък на използваната литература и пет приложения.

Уводът съдържа всички акредитиви на едно научно изследване: въведени са и са обяснени мотивите, целите и задачите на изследването; връзката с личния опит и подходът. Тук са дефинирани основни за методиката и за анализа термини като празничност, внедреност, свободно време и др. Представени са методите и терените.

Втората глава (след Увода, номериран с 1) е озаглавена „Теоретична рамка: празник, реклама, работа“ и дискутира основни за изследването реалии. Представянето на изследователските подходи през празника е информативно, без да затлачва изложението с добре известни имена и теории. Организирането на текста около интерпретации (празник и ритуал, празникът като сцена, празникът като дар) задава и методологически подходи за коментирне на събрания материал. Втора част е посветена на понятията и теоретичните осмисляния, свързани с рекламната употреба на подобни събития, където е въведено важно за работата наблюдение : в „промоционална култура“ „доминиращата форма на символен изказ е този на рекламата или предлагането“ (с. 27). Тук е изяснена и коментирана споменатата по-горе „икономика на преживяването“. Под титулното заглавие „работа“ всъщност са представени наблюдения за съвременното „работене“, включително и в контекста на съвременната организационната култура, радикално променена след 1989 г. Тази част полага важен слой на фундамента, върху който ще бъдат интерпретирани – и разбрани – фирмените празници. Намирам интересни за антрополози теоретизациите на корпоративната култура и най-вече на „културният обрат“ в нея, който интересно заиграва с употребата на този термин в хуманитарните и социалните науки. Тук откриваме и изчерпателно представяне на използваната чуждестранна и българска литература върху работата и работните отношение в постсоциалистическия период.

Трета глава „От патос към потлач“ е историческа и представя празничността от периода на късния социализъм и началото на прехода след 1989 г. въз основа на добре подбрани текстове от периода (Живков, Пешева, Янев, Велчева) и текстове на съвременни изследователи (Юрчак, Крийд, Брунбауер, Еленков, Петров, Ненов, Колева и др.). Задачата надхвърля описанието и търси онези белези, които се оказват устойчиви и адаптируеми. Подходът към публичните празници при социализма е характеризирани като „мирогледен“, формализиран, централизиран, инструментален и контролиран (с. 47, 49). В раздела, посветен на първите години след 1989 раждането на новата публичност/празничност е огледано в медиите и тук намирам принос за събирането, описването и интерпретирането както на самите актьори, така и на медийните им рупори. Събрани са свидетелства за бързата еволюция на формите (коктейли, поява на религиозни елементи) и е представена първата стъпка към хибридизирането на

различните стари канони: връщането на религиозните ритуали като инструменти или като възродено автентично преживяване; смесването на ритуали и действия (пита процъпулник за откриване на бизнес); оцеляването на рязането на ленти и преобразуванията на „девойките в народни носии“; замяна на менчето с вода с бутилки шампанско и т.н. Второ приносно наблюдение е осмислянето на ролята на медиите, които показват, но и утвърждават новите примери, а заедно с това – новите ценности и на практика заместват държавата като център, който задава празничната норма (с.68).

Глава 4, „Фирмените празници – между общността и рекламата“ представя резултатите от теренното изследване, проведено в периода 2017 – 2019 година. Чрез няколко казуса – различни по профил предприятия – са представени изчерпателно конкретни прояви и възприемането им от хората, които работят в наблюдаваните бизнеси; материалът, включително снимков, вкарва в научно обръщение събития, чието документиране е важно. Но истински приносни са анализите на променящата се представа за празничност. Добър пример са разроилите се форми на празнуване на Коледа, където хибридизацията е като че ли най-видима (с. 96 и сл.). Декларираните цели на организираните събития варират, но са изведени твърдите, основополагащи бизнес елементи, които оправдават корпоративния разход, дори и когато ефектите не се отразяват в счетоводните книжа. Изведените особености на новия корпоративен празник, които се търсят и от организатори, и от участници – преживяване, автентичност, уау-ефект – ми се струват важен принос: не само заради дълбоката промяна настъпила (настъпваща) в една културна константа, но и поради ефекта, преливащ и в други форми на публичност, и в други форми на празничност, т.е. засягащ обществото и културата като цяло. Росица коментира макар и пестеливо връзката с размножаването на празнични събития изобщо – т.нар. фестивализация. Накратко и на няколко места е засегнато „цитирането“ на икони на поп-културата, макар и накратко, а това изглежда тема за самостоятелно изследване. И последно, бих отбелязала един специален белег на новата празничност – също споменат на няколко места – правенето на снимки, самодокументирането и споделянето на преживяването, което все по-често замества ауратичния ефект на самия празник. Както и наблюдението, че при наблюдаваните (а и не само) „*уникални и неповторими партита*“, се вижда, че повторемото в тях е много повече от това, „*което не е правено досега*“: факт сигнализиращ превръщането на организирането на корпоративни събития в бизнес – „*фабриките за събития*“.

Обобщението и заключението, с които завършва дисертацията, представят вярно и стегнато основните изводи на докторантката. В повечето случаи текстът предлага не повторение и перифразиране, а отчетлива концептуализация на наблюдения, които лесно могат

да се пропуснат сред изобилния емпиричен и литературен материал. Ясно е дадена авторовата позиция по скритата в заглавието теза за (фирмения) празник като реклама и новите елементи на тази нова празничност, които се проявяват с различна сила в различните контексти: желанието „взаимоотношенията с работодателя да останат опосредени и водени от логиката на договора, а не на дара“; възпроизвеждането на патерналистичното отношение на тоталитарната държава в поведението на новите частни собственици; скритият консенсус, че „празничното и забавното също са вид работа (над себе си)“; замяната на „общностната роля на празника“ с „индивидуализиращите механизми на преживяването“ и т.н. Подчертано евристично е въвеждането на понятието „съревнование за щастие“ и прилагането му както по отношение на преживяването и празнуването, така и на работенето: „празнуването е форма на работа – над себе си и над реализирането на целта за щастие“.

Библиографията е описана според правилата и разделена по произход и език. Приложенията илюстрират изказаното в текста и дават възможност за оглед на емпиричното поле на дисертацията. Специално трябва да бъде открит снимковият материал, включително и като документация на ефимерни културни практики.

Приноси и значимост на разработката за науката и практиката

Приносните елементи на дисертационния труд са в няколко направления. Това е първото цялостно, систематично и детайлно изследване на фирмените празници в България (с изключение на няколко статии на И. Петрова). Събран е уникален материал, който поставя добра основа пред този дял на (бъдещата) икономическа антропология. За първи път са анализирани и приложени по отношение на тази тема най-новите теоретични модели и концепции на съвременната наука. Направените наблюдения и изводи, антропологическият прочит на корпоративната култура, възприемането на труда и свободното време, амбивалентността и флуидността на практиките, идиосинкразиите на българския модел са иновативни. Пренасянето на интелектуалния багаж на специалист по бизнес администрация към „чисто културна“ практика като празника е добавило гледни точки, които понякога убягват на нас, „специалистите“.

Приложните възможности на изследването са особени: този текст не може да бъде нито списък от препоръки, нито план за действие, нито законодателно застъпничество. Надеждата е, че такъв интердисциплинарен, мета-текст може да формира мисленето на бизнес-мениджърите и организаторите на събития и най-вече подготовката на широкоспектърни специалисти в социалните и хуманитарни специалности.

Преценка на публикациите по дисертационния труд

Петте приложени публикации са изцяло по темата на дисертацията. Фактът, че две от тях ще бъдат достъпни на чужда публика намирам за съществено постижение на докторантката

Автореферат

Авторефератът коректно представя съдържанието на дисертационния труд. Критиката ми е по-скоро към представянето на приносите – очевидно самопредставянето е некомфортна ситуация, но описаното в тази точка намирам едновременно за неточно и непълно.

Критични забележки и препоръки

Като член на катедрата, към която е зачислена Росица взех участие във вътрешното обсъждане и представих списък от препоръки по отношение на структурата, езика и някои пропуски. В представената ми последна версия те всички бяха адресирани – редактирани, поправени и допълнени. Включвам две кратки бележки, по-скоро с оглед подготовката за евентуална публикация: говоренето за времето и мястото на празника за всеки български антрополог означава на първо място Михаил Бахтин и неговия хронотоп; добре би било този пропуск да се отрази поне в бележка. Второ, споменатото вече „състезание“ за щастие ми се вижда продуктивно понятие и можеше да намери място и преди Заключението – например при прегледа на теоретичните рамки на изследването.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ


Дисертационният труд *съдържа научни и научно-приложни резултати, които представляват оригинален принос в науката и отговарят на всички изисквания* на Закона за развитие на академичния състав в Република България (ЗРАСРБ) и Правилника на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Дисертационният труд показва, че докторантката Росица Рангелова Болгурова **притежава** теоретични знания и професионални умения по научна специалност *Теория и история на културата. Културология. Културна антропология* като **демонстрира** качества и умения за самостоятелно провеждане на научно изследване.

Поради гореизложеното, убедено давам своята **положителна оценка** за проведеното изследване, представено от рецензираните по-горе дисертационен труд, автореферат, постигнати резултати и приноси, и **предлагам на почитаемото научно жури да присъди**

образователната и научна степен 'доктор' на Росица Рангелова Болгурова в област на висше образование: Социални, стопански и правни науки, професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата и докторска програма „Културология“ (Културна антропология).

12 януари 2021 г.

Рецензент: 

Проф. д-р Райна Гаврилова