

## СТАНОВИЩЕ

По дисертационния труд на Невена Николаева Добрева

Редовен докторант към катедра „История и теория на културата“ , Философски факултет, СУ „Св. Климент Охридски”

3.1. „Социология, антропология и науки за културата” (Теория и история на културата. Приложно културознание), на тема

**„Културното предприемачество. Актуални концепции и техните приложения”**

От доц. д-р Росица Михайлова Йорданова – преподавател във ВСУ „Черноризец Храбър”, Варна

Авторката на представения за обсъждане дисертационен труд *„Културното предприемачество. Актуални концепции и техните приложения”* има амбицията да изследва ролята и значението на културния предприемач във връзка с новите бизнес модели, възможностите пред малките и средни предприятия за създаването и разпространението на културни продукти и услуги, които създават правната инфраструктура, финансирането, използването на новите технологии, възможностите за създаване на мрежи и нови модели за вълчване на публиките. В началото на становището следва да отбележа, че избирайки темата на дисертацията, авторката се насочва към теоретизиране и практическо ориентиране на ролята на културния предприемач и културното предприемачество, като приоритети за създаване на икономика на творчеството. Оценявам приноса на изследването като първи опит в научното поле на приложното културознание да се концептуализира проблематиката на културното продуценство, да се идентифицира профилът на българския културен и творчески продуцент, за да се обосноват изводи и препоръки за политиките за култура в българския контекст.

Достойнство на изследването е овладеният ясен почерк, който се наблюдава в избраната логическа последователност при конструирането на съдържанието и добрата съгласуваност на отделните части. Оценявам композицията на дисертацията като успешна, заради логическата строгост в постигането на всяка стъпка от теоретичната към емпиричната част. Заслужава особено внимание озаглавяването на отделните глави с ключови за темата термини, както и техните разгърнати аспекти в подзаглавията. Дисертацията се състои от увод (6 стр.), три глави (221 стр.), заключение (4 стр.), списък на използваната литература (21 стр.), 3 приложения (4 стр), общ обем 259 страници. Дисертацията съдържа 1 фигура, 7 таблици, 7 графики и 3 приложения. Респектира проучената литература по темата, която включва 273 заглавия, от които 77 на български език.

В увода ясно са изведени предпоставките, актуалността и значимостта на изследвания проблем, степента на разработеност на темата, negliжирането на нейното „логично отражение в българската публичност и политики за култура”. Отчетливо са формулирани обектната и предметна област, целта и задачите, работната хипотеза, както и методиката на изследването. Постигнато е адекватно на темата съчетаване на методи, включващи анализ на съвременни, модерно ориентирани наши и чужди автори, документално изследване (политически документи – стратегии, програми, доклади върху културното предприемачество, иновативността, културните и творчески индустрии на различни нива - национално, ЕС и ЮНЕСКО), собствено теренно емпирично изследване - наблюдения, анкета по стандартизиран въпросник и провеждане на полустандартизирани интервюта с български представители на културния и творческия сектор, виртуална етнография – изследване на поведението на културните предприемачи в интернет. Детайлно е определена времевата рамка на проучването: *съвременните процеси в културата, свързани с глобализацията, развитието на новите технологии и новата роля на потребителите, чийто тласък откриваме в началото на 21в.*

В първа глава „**Културното предприемачество в контекста на съвременните предизвикателства**” са открити съдържателните аспекти на проблема: *1.1. Нови медии и култура на участие; 1.2. Създадено от потребителя съдържание; 1.3. Публики или потребители; 1.4. Културни и творчески индустрии; 1.5. Иновативност в културата; 1.6. Културно предприемачество.* Постигнато е прецизната и коректна работа с терминологията и особено способността ѝ да систематизира термините в смислови ядра, като пластично анализира смисловите нюанси в употребите както на старите, така и на новите. Върху богатия, съставен от различни дисциплинарни полета понятиен речник, авторката анализира артикулираните в контекста на опозициите старо – ново, традиционно – иновативно понятия, които отразяват динамиката на „сеизмичните промени” в културните процеси: *ремедиация, хипермедиация, култура на ремикс, дигитално поколение, дифузия на иновациите, мрежови изследвания, просюмър, продюсър, prosumption, пиърпродуциране, краудсорсинг, клонинг култура, моддинг култура и т.н.* Например промените в новата роля на потребителите са изведени от публикациите в периода между 2010 - 2014 на различни съвременни автори (Дж. Ритзър и Н. Юргенсон; Ед. Комор; Гр. Голбърг; Дж. Банкс и Дж. Потс). Авторката резюмира изведените от тях предпоставки за възхода на просюмърите, критиките към термина като изразяващ „овластяване на потребителите” и наличието на обикновения потребител, който *„продължава да съществува в рамките на една алтернативна култура или контра – култура ”* (с.37-39). В тази част са въведени и централните за дисертационното изследване понятия: *културно предприемачество, културен предприемач, иновативност в културата, култура на участие, публики и/или потребители, културни и творчески индустрии,* които отразяват деликатните релации бизнес – изкуства, изкуства – пазар, в тяхната взаимнообвързаност. Необходимостта от дефиниране на тези понятия е безспорна. Със съзнание за рисковете, авторката се ориентира и приема „с известни условия за целите на изследването определението и обхвата на културните и творчески индустрии, дадено в Зелената книга. Отключване

на потенциала на културните и творчески индустрии”. С работно определение на културното предприемачество завършва първа глава: *„Предприемачеството в културата и творческия сектор е дейност по създаване и довеждане до пазара на културен продукт или услуга(носеща културна ценност), която може да бъде измерена през икономически показатели, както и използването на иновативни решения при създаването на културни продукти и услуги, използването на нови бизнес модели, нови начини за достигане до публиките и за добавяне на стойност, които водят до пазарен успех на дадената организация или до нейната независимост от публични субсидии ”(с.78.)* За идентифицирането на фигурата на културния и творчески предприемач авторката насочва анализа към съществуващите организации и възможностите, които се създават за нови стратегически проекти.

Втора глава *„Възможности пред културното предприемачество”* съдържа анализ на съществуващите новопоявяващи се нови бизнес модели. Ориентирането към литературата, която изследва практиките в европейски контекст, обогатява познавателната и практико-приложна стойност на дисертацията в най-важните проблемни области на културното предприемачество: какво е бизнес модел; кои са променените подходи към създаването на стойност; какви са възможностите за финансиране на предприемаческите дейности в културата; кои са проблемите на авторското право, които ограничават правната регулация на новите процеси; условията, при които маркетингът става важен инструмент за достигане до публиките и потребителите. Достоянство на анализа е акцентирането върху иновациите, убедителната аргументация в защита на иновативните подходи за създаване на новите културни организации, нови пространства за комуникация; върху предизвикателствата, идващи от дигитализацията. Създадена е плътна картина на динамиката на промените в различните области, в чийто контекст се откриват възможностите за културно предприемачество. Ясно и коректно са представени индикаторите на конкурентноспособните нови бизнес модели: те са ориентирани към потребителя, използват дигитализацията като нов канал за разпространение, който намалява цената и увеличава потреблението; те са резултат от инициативата на новите играчи, които откриват и използват предимствата както на технологиите, така и на организациите; тези, които използват конвергенцията между различните индустрии и създават нови пространства за консумация. Авторката предлага дефиниция на „бизнес модел” (с.85) и нови идеи за преформулиране на индикаторите за успех, позовавайки се на рамката на Фалк и Диеркинг (2008): подкрепа на публичното благо; инвестиране в организационно отношение; финансова стабилност (с.83).

В края на втора глава авторката извежда фигурата на културния и творчески предприемач, видян в дейностите и успешните практики, със специфична характеристика на знания, умения и способности: *„Основните черти на предприемачите в сектора са склонността към поемане на рискове, изобретяването на нови подходи и модели на работа, използването на разнообразни източници на финансиране. Като важни умения се очертават доброто познаване и боравене с авторските права, нови медии и използването на иновации” (с.140)*

Финалът на втора глава е своеобразен логически мост към трета глава *„Предприемачеството и културният сектор в българския контекст”*, в която се потвърждава направената първоначална хипотеза: *„културният и творческият предприемач постепенно се превръща в централна фигура в управлението на процесите в областта на културата”* (с.224). Авторката поставя за първи път в научното поле на приложното културознание въпроса: Каква е фигурата на българския културен и творчески предприемач? Възможните отговори са потърсени коректно, съобразно изискванията за процедурите на емпирично проучване, валидността на резултатите и основанията за анализ и изводи. Без да е представително и изчерпателно – 108 попълнени анкети и 12 интервюта, отговорите на респондентите и интервюираните, разположени в четири основни рубрики, дават информация за: добрите предприемачески практики; иновативните подходи в работата на организациите; използването на ИКТ в дейността на организации. Графично изображение показва съотношението на областите на културните и творчески индустрии, които респондентите оперират. Най-силно са представени – визуалните изкуства (48,1%), сценичните изкуства (30,8%), следвани от дизайна (28,7%) и културното наследство (24,0%), най-слабо – телевизия и радио и компютърни и видеоигри – 7,4%. В мотивацията на българския културен и творчески продуцент доминира *„личното ангажиране с творческия процес и притежанието на страст и привързаност към художественото съдържание”*(с.152) Тази нагласа обяснява мястото на изкуствата и културата като водещи / определящи познания (71,3%) в отговорите на анкетираните респонденти, както и определящото сред уменията място на *„познанията в областта на изкуствата и културата”* (71,3%) , следват *„уменията за работа с ИКТ”* (58,3%); *„мениджмънт на културните и творчески организации”*, които 48,1% оценяват като *„определящи”*, а 42,6% - като *„имащи положителен ефект”*; опитът в писането на проекти (48,1%) не се свързва с уменията за стратегическо планиране. Сравнението между изследванията на фигурата на културния и творчески предприемач в европейски контекст (Кламер, Ледбитър, Оакли, Росхайм, Ким, Ручелман, Дракър и др.) и в българска среда не показва съществени различия. Потвърждава се значимостта на образованието на културния и творчески предприемач. Оценявам изследователската перспектива на направения от авторката опит да профилира фигурата на културния и творчески продуцент като професионалист. И в мненията на респондентите е констатирана липсата на висококвалифицирани кадри и специалисти. Разработването на бакалавърски и магистърски университетски програми е свързано с включването на професиите културен мениджър, културен и творчески продуцент и арт-мениджър в Националната класификация на професиите у нас. Наред с успешните форми на неформално образование, университетските центрове са тези, които надмогват консервативното сепариране на дисциплинарните области на културата, изкуствата, новите технологии и икономика, заради постигането на модерна интердисциплинарност и нова образователна политика.

Дисертационното изследване на Невена Николаева Добрева, изпълнено в академичната школа на научния ръководител доц. д.н. Иван Кабаков, обогатява научното поле на приложното културознание. Приемам изводите, препоръките и

приносните моменти в заключителната част на дисертацията, които отразяват реално постигнатото.

Авторефератът отразява адекватно и систематизирано както структурата на дисертационния труд, така и изводите, обобщенията и препоръките.

Като докторант Невена Иванова Добрева е представяла резултатите от изследването на научни форуми, български и международни, както и в научни издания.

В заключение изразявам категорично високата си оценка на дисертационния труд **„Културното предприемачество. Актуални концепции и техните приложения в България”** и препоръчвам на уважаемото жури да гласува присъждане на образователната и научна степен „Доктор” по професионално направление 3.1. „Социология, антропология и науки за културата” (Теория и история на културата. Приложно културознание) на Невена Николаева Добрева, като ще гласувам „за”.

5 януари 2017

Доц.д-р Росица Йорданова