

Становище
от доц. д-р Иванка Петрова, ИЕФЕМ–БАН,
член на научно жури (зап. № РД-38-80/10.02.2021 г.)
за дисертационния труд на Росица Рангелова Болгурова на тема „Празникът
като реклама“
за присъждане на образователна и научна степен „Доктор“
в професионално направление 3.1. „Социология, антропология и науки за
културата“ (Културология. Културна антропология)

Научен ръководител: проф. д.с.н. Ивайло Дичев

Биографичната справка на Росица Рангелова Болгурова показва, че тя завършва бакалавърска степен по бизнес администрация в Американски университет в България през 2005 г. и три магистърски степени: по изследователски методи в мениджмънта (University of Oxford, 2006), по маркетинг мениджмънт (École de Commerce EDHEC, 2007) и по културна антропология (СУ „Св. Климент Охридски“, 2016). От 2017 г. е редовна докторантка по културна антропология в СУ „Св. Климент Охридски“.

Представеният дисертационен труд съдържа увод, четири глави, заключение, библиография и пет приложения с общ обем от 167 страници. Цитираната литература включва публикации на български и чуждестранни автори във връзка с изследваната проблематика. По темата на дисертацията са подготвени пет публикации на български и английски език в специализирани научни издания, което значително надвишава формалните изисквания на процедурата.

Дисертационният труд е посветен на важна и актуална тема – зараждането, динамичното развитие и измененията на съвременни културни форми, сполучливо определени от авторката като прояви на т. нар. нова празничност и като важна част от многоаспектните постсоциалистическите трансформации. Това са празниците, отбелязвани в работното пространство на трудовите организации – местата, където протича голяма част от всекидневието на хората в трудоспособна възраст.

През последните три десетилетия сме свидетели на динамични изменения в трудовата среда в световен мащаб, при които рязко се променят познатите начини и форми на работа, установяват се транснационални корпорации с глобално влияние, зараждат се нови професии. Тези развития се открояват със своите социално значими характеристики и се нуждаят от сериозен изследователски анализ от страна на представители на обществените науки. Значителен принос в тази насока представлява дисертационният труд на Росица Болгурова, в който авторката се придържа

към схващането за социалната и културната вграденост на икономическите действия и към възприемането на културата в стопанските организации като резултат от рационални формални действия и неписани неформални норми и практики. Разглежданите културни явления в трудовата среда в България дисертантката убедително представя в тяхната обусловеност от привнесени чужди влияния и адаптирането им в местния социално-икономически и културен контекст.

Съобразно изискванията за оформяне на дисертация, в Увода ясно са дефинирани рамките на изследването – обект, предмет, изследователски цели и задачи, методология и емпирична база. За обект са избрани празниците на работното място, организирани от работодатели за служители. Авторката подхожда към избраните празници като към многофункционални събития – тя се интересува от тяхното изобретяване, от техния смисъл и послания, от празничните елементи, изразните средства, мобилизираните символни ресурси, както и от употребата на проучените културни форми от страна на различни социални актьори. За основна изследователска цел са определени проследяването и анализът на процеса на създаване на нови празници в трудовата среда. Много ценен и важен е историческият подход на дисертантката към този вид празнични събития – тя търси и открива зараждането им в минали исторически периоди, обяснява причините за устойчивостта на отделни техни елементи, за адаптирането и отпадането на други. Интересът на авторката е насочен към изследване на напращането, което се поражда вследствие на комерсиалната употреба на празниците и тяхната общностно-интегративна функция. За предмет Р. Болгурова определя „взаимодействията между различни източници на влияние и процесите на преговаряне, които водят до установяването и практикуването на наблюдаваните празнични форми и тяхната употреба като промоционални текстове”.

Като основен изследователски метод е определена мултиситуираната етнография: тя позволява на авторката да изследва най-пълно и задълбочено процесите на изобретяване и трансформация на празничните форми. Прилагайки този метод, дисертантката наблюдава и изследва конкретните празнични събития с време, място и пространство на тяхното провеждане, местата за създаване на образи и идеи за тези събития и местата за публичното им популяризиране. Теренната изследователска работа, състояща се от включено наблюдение на редица празнични събития, провеждане на дълбочинни интервюта, неформални разговори, архивни и онлайн проучвания на медийни репрезентации на празниците в печатни медии и социални мрежи, има за резултат натрупването на голям корпус от богат изворов материал, който в хода на работата по дисертацията авторката

използва пълноценно. Въвеждането в научно обръщение на този издирен и целенасочено анализиран изворов материал представлява важен принос на труда.

Росица Болгурова е добре запозната с научната литература по проблематиката на дисертацията, тя демонстрира умение да използва изследванията на антрополози, културолози, етнологии, социолози, към някои от които подхожда критично, но аргументирано, за да предложи свои тълкувания и да защити тезите си.

Изборът на предмет, поставянето на комплексни изследователски въпроси, добре формулираните тези показват уменията на дисертантката да се насочи към социално значима проблематика, която по-нататък в изложението тя анализира системно и задълбочено. Силна страна на дисертационния труд е добре очертаната теоретична рамка с представените три концептуални полета: празничност, промоционални култури и работа, които авторката аргументирано обвързва с изследвания обект. Впечатление прави проследяването на промените и развитието на идеи, концепции и понятия от промоционалната и организационната култура, настъпили в хода на обществените и икономическите трансформации от края на ХХ и началото на ХХІ в., както и акцентът върху техните интерпретации в постсоциалистическите общества. В тази част е изпълнена задачата да се даде солидна теоретична основа за проучването на рекламните употреби на корпоративните празници.

Добрият анализ на изследванията на учените за състоянието и развитието на празниците в трудовата среда през социализма и в първите десетилетия след промените, съчетан с иновативното проучване на медийни публикации в годините след 1989 г., позволява на авторката да изведе характерните черти на празничността в работната среда и да очертае изходната база на последвалите трансформации в нея към средата на второто десетилетие на ХХІ век. Тази част на дисертацията се отличава с критичен авторов прочит на изворите и литературата, със сполучлив опит да се открият връзките на налаганата „отгоре” трудова празничност с общия идеологически и политически контекст в социалистическа България. Анализът на медийното отразяване на новите празнични практики в сферата на частния бизнес след 90-те години е съчетан с представяне на ролята на печатните медии в рекламирането и налагането на публичния образ на успешните компании, част от който бива свързан с организираните от тях разточителни тържества с хибридни празнични форми.

Като важен принос на труда оценявам иновативните автори изследванията на празниците след 2017 г. в няколко икономически сектора – индустриално производство, банково дело, информационни технологии,

услуги. Избраните стопански предприятия от частния сектор са от различен вид и са различни по размер, ситуирани са в София и в провинцията, чрез което е постигната определена представителност. Обстоятелството, че някои от тях са бивши социалистически предприятия, сменили собствеността си, а други са новосъздадени с чуждестранно участие дава възможност да бъдат открити спецификите в празничността, за които авторката търси обяснение в както в конкретните организационни, стопански и социални условия в бизнес средата, така и в по-широк обществен контекст. Празниците са представени като обвързани със стопанските цели на съответната организация, като събития, отразяващи, насърчаващи и утвърждаващи символно важните за организацията ценности. Изследвани са начините, по които се обръща внимание на индивидуалните предпочитания на служителите и се осъществява тяхното ангажиране в подготовката и провеждането на празничните събития. Авторката открива основните функции на новите празници: самопредставянето и конструирането на желан собствен образ на организацията, празнуването и утвърждаването на корпоративната идентичност, значението им за служителите, за които те са предназначени. Акцентът е поставен върху промоционалната употреба на празничните събития, тяхната роля на реклама посредством многостранното им отразяване в социалните медии. Богатите примери показват начините на инструментализиране на празничните събития от ръководните структури, както и търсенето на подходящи празнични форми, чрез които да се акцентува върху професионалната специфика на предприятието и работещите в него служители.

Чрез системното и аналитично изследване на основните характеристики на процесите по създаване, реализиране и употреба на корпоративните празници като елементи от социалния живот на частните стопански организации, дисертацията представлява важен принос към антропологичното изучаване на съвременната организационна култура в България.

Заклучението на дисертационния труд вярно и точно обобщава основните автори изводи. Авторефератът коректно отразява съдържанието на дисертацията и представя главните моменти и изводи от изследването.

Определен интерес от методологична гледна точка представяват начините, по които дисертантката е получила достъп до изследваните обекти и до респондентите. В тази връзка задавам следните въпроси: как и пред кого тя е представяла своята роля и своето изследване, срещнала ли е трудности при работата на терена и какви, кой е осигурявал досъпа до терена, имало ли е случаи на опити за инструментализиране на нейното присъствие и интереса ѝ към празничните събития. Друг въпрос е свързан с това дали и доколко

възнамеряваните от ръководните структури цели на празниците са били реално постигнати, напр. дали и по какъв начин чрез участието си в празниците служителите възприемат конструирания „отгоре” образ на компанията, какви критики отправят и пред кого. Като препоръка за евентуално бъдещо публикуване на труда бих посочила необходимостта от обмисляне и прецизиране на изследователските задачи, посочени в уводната част, повечето от които в този вид имат характер на методологически стъпки и представяне на изворовата база.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Представеният дисертационен труд напълно отговаря на изискванията на ЗРАСРБ и на Правилника за неговото прилагане. Въз основа на научните приноси на дисертацията гласувам положително и предлагам на членовете на Научното жури да подкрепят присъждането на образователната и научна степен „Доктор“ на Росица Рангелова Болгурова в професионално направление 3.1. „Социология, антропология и науки за културата“ (Културология. Културна антропология).

10.05.2021 г.

Автор на становището:

София

доц. д-р Иванка Петрова