

**Представяне на книга
Book Review**

**Представяне на книгата на Иво Ив. Велинов
„За туризма. Пет туристически разходки
в икономика на културата и наследството“.
Семиотичен пътеводител в туризма**

Стефан Серезлиев

Великотърновски университет „Св. св. Кирил и Методий“

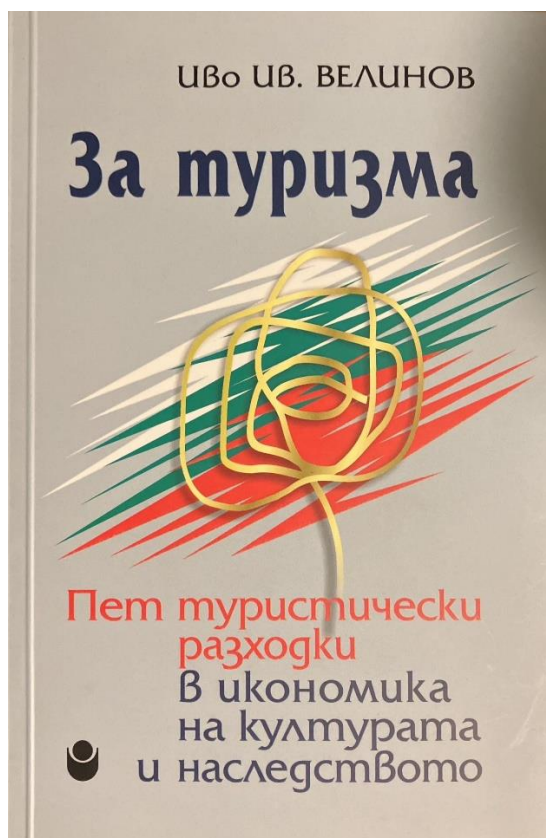
Имейл: serezliev@ts.uni-vt.bg

„За туризма. Пет туристически разходки в икономика на културата и наследството“

© Издателство на Нов български университет, 2022.

Авторът на книгата „За туризма. Пет туристически разходки в икономика на културата и наследството“, Иво Ив. Велинов, е главен асистент по социология, антропология и науки за културата и доктор по философия на културата, политиката, правото и икономиката. Специализирал е в Тартуско-московската семиотична школа, гр. Тарту, Естония.

Монографията „За туризма. Пет туристически разходки в икономика на културата и наследството“ на Иво Ив. Велинов по сравнително нетрадиционен, но със сигурност неочаквано интригуващ начин, представя идеята за туризма и видовете пътувания. Тъй като научното познание е основата на икономическия просперитет за една сравнително малка и бедна на ресурси държава, тя представлява задълбочен и обхващащ реториките на туризма анализ, с който се заявява, че икономическият прогрес за развитието на една такава туристическа държава е пряко свързан в дългосрочен план с уменията и практиките на нейното население – особено в културологичен аспект.



Велинов, като опитен теоретик на икономика на културата и наследството (бакалавър и магистър в областта на световното културно наследство и културна политика на ЮНЕСКО), предлага полезна книга в туристическата индустрия за теоретичните идеи на петима учени, за които се дебатира на международни семиотични конгреси и школи. Техните идеи са малко известни извън специализираните изследователски кръгове. А в днешно време и още по-малко четени сред практиците в туристическата индустрия. Затова е много уместно и първата книга на Иво Ив. Велинов да бъде посветена на туризма. С тази книга той предлага да мислим отвъд строгите икономически и социологически показатели, с които сме свикнали да определяме финансовите постъпления от туристическа дейност, защото актуалното управление на туризма зависи от взаимосвързващи се научни области, като езикознанието и литературознанието, философията, социологията и културологията.

Именно чрез културата тази монография преразглежда икономическата надпревара в туризма по време на пандемия, а също така и в контекста на глобалните рамки на ерата на постистината, като гъвкаво балансира понятията за икономика и култура в дългосрочен план, което за туризма е

от есенциално значение. Тя целенасочено поставя на преден план културологичните знания и умения в туризма като фактор за икономическо развитие, както при водещи държави в туризма, така и при развиващите се страни от най-ново време. С изследването си Иво Ив. Велинов успява оригинално да концептуализира ясно и категорично основното си твърдение, разработено с помощта на семиотиката – строга теоретична подкрепа за икономиката в сложния контекст на напрегнатото ни всекидневие, че културата е ключът за туристическото развитие на една държава. По този начин пред читателя се разкриват новите интердисциплинарни перспективи на неусвоените, все още, концептуални територии, където бъдещите пресечни точки между креативните индустрии и туризма маркират потенциала на една нова парадигма на успеха в туризма.

Успех, с едно друго, във всеки случай – неочаквано за публиката лице. Успех, колкото очакван, толкова и труден да бъде орисан и проследен, а и съответно менажиран в неговия многостранен интеркултурен генезис, където транзакцията на символите и метафорите пряко интерпретира новите очаквания на модерния турист...

Велинов аргументирано и закономерно приема предизвикателството за създаването на един актуализиран морфологичен разрез на понятието „туризъм“, а в книгата е разгледана една от неговите съставни части – винаги търсения и дискутиран образ на туристите, които културологично и икономически го изграждат в индустрия. От представените идеи на автора става ясно, че той притежава пълната свобода да анализира със замах по-широки научни интереси.

В резултат на това той демонстрира ефективно, че изследванията в културата и езика закономерно изискват актуално разбиране на реторичната система на туризма, която организира поетиката на пътуването – означаващото, и света на туризма – означаемото.

Без съмнение това е един от начините в днешно време, чрез който можем да обхванем цялостното развитие на българския туризъм и неговата икономическа роля в релевантната знакова система на динамичните световни туристически тенденции.

За туристическия продукт текстовото и визуално послание е желателно да работи с различни модуси и актуален избор на съобщаващи елементи. При тази маркетингова стратегия думите под формата на туристическо послание е необходимо да бъдат систематични и внимателно разглеждани, да наблягат на промяната и вариациите, а това са елементи, които напълно се противопоставят на обичайно публикуваните изследвания в туризма.

Теоретичната разработка на Велинов е разделена на пет тематични разходки с избрани семиотици – Фердинанд дьо Сосюр, Чарлс Пърс, Алгирдас Греймас, Ролан Барт, Юрий Лотман. Техните идеи усилват значението на думата „култура“ в туристическата индустрия, а Велинов изследва с

тяхна помощ употребата на туристическия културен пейзаж в реторичната система и показва как всичко може да бъде туристически продаваемо, когато е означено правилно.

Въпреки това трябва да се спомене, че Велинов прави провокираща и авторитетна връзка между всяка отделна глава на книгата. Неговите добре обмислени становища, описани в главите, обвързват културата и икономиката с антропологията и социологията. Затова читателите могат да открият едни от най-убедителните обзорни изследвания в туризма във всичките пет глави.

Отделните глави представляват различни трансформативни етапи от един общ интелектуален сюжет, посветен на българския туризъм. Дори и да преследват различни изследователски цели, тяхното включване в една книга дава нов прочит и перспектива на непреходните визуални елементи и форми на икономизирания туристически образ, като предлага полезно четиво за знаковото въображение в туризма с прилежащи културни пейзажи. Затова и темите в монографията обхождат следните туристически аспекти в помощ на наследството, което е интегрална част от икономика на културата: теоретична дискусия и анализ на туризма, културологични данни за туризма, туристически маршрути за ценители. Всичко това акцентира върху идеята за наследство и ролята на културата за развитие на български културни пространства. Тази идея има за начало семиотика на туризма, а по време на разходките внимателният читател ще открие и концепцията за т.нар. метатуризъм. Поставената изследователска задача тук е да провокира икономическото въображение, което да продава култура с помощта на наследството. И то основно с носителите на културни ценности, с т.нар. културни туристи.

Със своя научноизследователски стремеж Велинов демонстрира аргументирано за пореден път как идеите на известни теоретици могат да бъдат прилагани успешно и в професионалната практика. Той демонстрира това по блестящ начин и представя монографичен труд, който е предназначен за читателска аудитория, която проявява нарастващ интерес към икономика на културата, география на туризма, география на езиците и метаязика.

Тематиката на избраните туристически разходки може да представлява интерес и за по-широк кръг от читатели с обща практикувана туристическа дейност, както и с осъзната страст за странстване и пътуване във времето и пространството.

Разглеждането на феномена за туризма през специфичната призма на интердисциплинарния подход засяга в значителна степен въпроса за потенциала на културата като адекватно обяснение на икономическия растеж и представлява заявка за завършен самостоятелен труд.

Пожелавам приятна и полезна среща с труда на Иво Ив. Велинов и час по-скоро да видим и усетим плодовете от практическото му приложение в туризма! На добър път!

Ръкописът е изпратен на 25.06.2023 г.
Приемане за публикуване: 30.06.2023 г.

Manuscript was submitted: 25.06.2023.
Accepted: 30.06.2023.

Брой 56 на сп. „Реторика и комуникации“, юли 2023 г. се издава с финансовата помощ на Фонд научни изследвания, договор № КП-06-НП4/72 от 16 декември 2022 г.

Issue 56 of the Rhetoric and Communications Journal (July 2023) is published with the financial support of the Scientific Research Fund, Contract No. KP-06-NP4/72 of December 16, 2022.