

РЕЦЕНЗИЯ

на дисертационен труд

за присъждане на образователната и научна степен „доктор”

на КРИСТИЯН РУМЕНОВ ПЕТРОВ, редовен докторант

към катедра „Културология“ на ЮЗУ „Неофит Рилски” по професионално направление 3.1. „Социология, антропология и науки за култура“

на тема: РЕКЛАМАТА В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ КАТО СРЕДСТВО ЗА ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА СПЕЦИАЛНИТЕ СЪБИТИЯ ОТ БЪЛГАРСКИЯ КУЛТУРЕН КАЛЕНДАР В КОНТЕКСТА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ (ПО ПРИМЕРА НА МАСКАРАДНИЯ ФЕСТИВАЛ „СУРВА“)

от доц. д-р Лъчезар Антонов

(Югозападен университет „Неофит Рилски“)

Представеният ми за рецензиране дисертационен труд е с общ обем от 172 страници и е структуриран в увод, четири глави, раздел с препоръки, заключение, библиография и приложение със снимков материал. Библиографията е релевантна на съдържанието на дисертацията и включва 165 заглавия, от които 95 на български език и 70 на английски език. Всички заглавия, посочени в използваната литература са цитирани в текста. Снимковият материал, използван за нуждите на изследването е добре подбран, а авторите на отделните фотографии са посочени коректно.

Дисертацията е придружена от автореферат с обем от 34 стр., който стриктно следва структурата на дисертацията и напълно възпроизвежда нейното съдържание. Струва ми се обаче, че в автореферата са намерили място и детайли от дисертацията, на които не им е там мястото, като например – изброяването на въпросите, включени в проведената от автора анкетата, както и представянето на процентното съотношение между дадените отговори на всеки един от въпросите (стр. 23-25). Но макар и твърде обстоятелствен на моменти, авторът е успял да постави ясен фокус върху съществените изводи на своето анкетно проучване и да ги резюмира коректно в 11 точки. В

автореферата са посочени и публикациите на докторанта, отразяващи съществени аспекти на дисертационната му тема. Той е публикувал три научни статии в редактирани колективни томове, с което практически е покрил минималните национални изисквания, определени в ППЗРАСРБ.

Дисертацията е посветена на все още слабо изследваната у нас тема за рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на специалните събития в българския културен календар. Темата е удачно подбрана както с оглед на възможностите, които тя дава за провеждането на изследване с културологична насоченост, така и с оглед на професионалните интереси и занимания на докторанта, свързани с организирането, популяризирането, брандирането и таргетирането на културни събития на национално и регионално ниво. По отношение на последното, трябва да се отбележи, че опитът, който докторантът е натрупал в тази област през последните пет години е действително впечатляващ – от младши експерт в отдел „Регионални дейности“ на Министерство на културата (2015) и експерт по дигитален маркетинг в известна рекламна агенция (2017-2018) до главен експерт в отдел „Връзки с обществеността“ на Община Перник (от 2018 насам). Заеманата от дисертанта позиция в общинската администрация през последните години не само му осигурява достъп до значима, но слабо известна, „вътрешна“ информация по отношение на предмета на неговото изследване - Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва“, но го превръща и в пряк участник в процесите на подготовка, провеждане и рекламиране на проблематизираното в неговата дисертация културно събитие. Практическата ангажираност на докторанта с предмета на неговото изследване разкрива пред него огромни изследователски възможности, от които за съжаление, по мое мнение, той не съумява да се възползва по най-добрия начин. Вместо да се фокусира основно върху научно-приложния аспект на своята тема, докторантът е предпочел да насочи усилията си към инкорпорирането на множество разнородни научни теории и концепции в своя текст, сякаш без да отчита факта, че част от тях трудно биха могли да кореспондират помежду си в контекста на така поставената още в увода цел на изследването. Те или нямат пряко отношение към тази цел (каквато например е случаят с теорията на Юрген Хабермас за публичността и демокрацията), или тяхното присъствие в текста остава недостатъчно добре обосновано, недостатъчно ясно и логически

обвързано с обекта и предмета на дисертацията (какъвто например е случаят с типологията на идентичностите на Мануел Кастелс).

Актуалност на темата

Темата на дисертацията безспорно е актуална, а изследването има едновременно научна и практична насоченост. В него е направен обстоен научен преглед на актуални теории и концепции, свързани с новите технологии и рекламата в социалните мрежи, проследени са съвременните тенденции в развитието на дигиталния маркетинг и културно-познавателния туризъм, засегнати са значими въпроси за ролята на културните и творческите индустрии в условията на съвременната икономика на преживяванията.

Структура на дисертационния труд

В уводната част на дисертационния труд са прилежно представени обекта и предмета на изследването, деклариран са неговите цели и задачи, посочен е методологическият инструментариум, чрез който те са изпълнени, изложени са тезата и хипотезата, с които авторът подхожда към своето изследване.

Обектът и предметът на изследването са коректно и обосновано дефинирани, а използваната методология е адекватно подбрана с оглед на поставените задачи в дисертационния труд, които, от своя страна, са добре изведени и логически структурирани. Самата цел, на която те са подчинени е дефинирана ясно: да се установи дали рекламата в социалните медии спомага за популяризирането на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“ в контекста развитието на културния туризъм“ (стр. 6) и едновременно с това – да бъде идентифицирано значението и мястото на фестивалния туризъм както в „културното поле на маскарадността и карнавалността“ (стр. 6), така и в контекста на т.нар. „икономика на преживяванията“, която – както правилно отбелязва авторът – „намира своето място в сферата на туристическите продукти и услуги“ (стр. 8).

Ясно дефинирана е и научната теза на докторанта, че *„социалните медии оказват съществено влияние върху нагласите и предпочитанията на*

потребителите за установяване на уеднакви модели на поведение, които спомагат за упражняването на успешни рекламни и маркетингови стратегии“ (стр. 6). Тази теза е подплатена с достатъчен брой аргументи в хода на изложението, което придава завършеност на предложения труд.

Основната ми критична бележка към Увода се отнася най-вече до онази част от него, в която е представена методологията на изследването. От една страна считам, че методите са адекватно подбрани с оглед на поставените теоретико-приложни и емпирико-приложни задачи в дисертационния труд, от друга страна обаче намирам за недостатък:

1. липсата на аргументирано изложена обосновка, защо са избрани именно тези методи, а не някои други, които също могат да се сметат за релевантни към разглежданата проблематика в една или друга степен.
2. липсата на детайлизирана и уточняваща информация за техните конкретни предназначения и сфери на приложимост в рамките на самото изследване.

Първа глава, озаглавена „Културен туризъм и предпоставки за развитието му в съвременното информационно общество“ е посветена на очертаването на теоретичния и смислов периметър на някои от ключовите понятия, върху които е базирано изследването, а именно понятията „икономиката на преживяванията“, „културен“, „фестивален“ и „творчески“ туризъм. Разкривайки взаимовръзките между всички тях (но отчитайки и техните отличителни белези), авторът достига до два основни извода, с който няма как да не се съглася:

1. че „културата и туризмът имат взаимноизгодни отношения, които могат да засилят привлекателността и конкурентоспособността на регионите и страните в контекста на глобализиращия се пазар“ (стр. 28).
2. че фестивалите, разглеждани от автора като продукти на преживяването, напускащи границите на битовизираната делничност (стр. 28) са „един от бързо развиващите се сектори в туристическата индустрия, които носят ползотворни икономически и социални ефекти за регионите“ (стр. 28)

Но освен, че насърчават социалния и икономическия растеж на регионите, фестивалите имат и друга основна функция, която докторантът не е пропуснал да отбележи и която се отнася до тяхната спомагателна функция в

процесите на създаването на културно многообразие и мултикултурен диалог (стр. 28). В своята съвкупност всички тези фактори превръщат фестивалния туризъм (както и съпътстващите го културно-творчески индустрии) в обект на различни на транснационални, национални, регионални и местни политики – факт, който сам по себе си говори за значимостта на разглежданата в дисертацията проблематика.

Във втора глава, озаглавена „Социалните медии, рекламно съдържание и пренос на уеб-базирана информация“ фокусът на изследването се измества към дигиталния маркетинг и влиянието на рекламата в социалните медии, в качеството им на ефективни инструменти за популяризиране и брендиране на фестивалния туризъм на международно, национално и регионално ниво. Акцент тук е поставен върху „новите технологии и онлайн комуникациите, които спомагат за разпространението на информацията и за нейното бързо консумиране от потребителите“ (стр. 30).

Трета глава, озаглавена „Социо-културни аспекти на рекламата в социалните медии. Културен туризъм и реклама“ е посветена преди всичко на българския контекст на разглеждания в дисертацията проблем. В нея авторът повдига някои значими въпроси, касаещи развитието на културния туризъм в България и значението на рекламата в културния ни туристически афиш. Тези въпроси отвеждат докторанта директно до самият предмет на неговия дисертационния труд, а именно – Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва“ – Перник, който (фестивал) „стъпва върху основата на традиционния обичай „Сурва” от Пернишко и е негов своеобразен сценичен прочит“ (стр. 83). В тази глава докторантът ни запознава подробно както с историята на празника и неговата регионална значимост, така и с общинските политики за неговото опазване. Основен акцент тук е поставен върху фестивала „Сурва“, който за относително краткия период на своето съществуване „се е превърнал в една от най-престижните изяви на традиционни игри и обичаи с маски в международен мащаб“ (стр. 83). Въпросът, който очевидно вълнува докторанта тук е каква е ролята на рекламата за постигането на този престижен резултат. Според него (стр. 87), въпреки липсата на цялостна стратегия за развитието на Фестивала, в това число и на рекламната дейност, мероприятиято разполага с мащабна и многокомпонентна рекламна кампания, която той подробно анализира. Този негов анализ според мен има приносен

характер, макар и да не е включен в списъка с научните му приноси в заключителната част на неговия автореферат.

В заключителната четвърта глава, „Нагласи относно рекламата в социалните медии като инструмент за популяризиране на културни събития – фестивалът „Сурва“ в международен контекст“ са представени резултатите от проведеното от автора онлайн анкетно проучване сред 100 лица – активни потребители в социалните мрежи. Целта на проучването е да се установи степента на ефективност на дигиталната реклама, промотираща събитията от българския културен календар, и в частност – Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“, който стои в центъра на изследователския интерес на дисертанта. Резултатите от проведеното анкетно проучване дават основание на Кристиан Петров да заключи, че социалните медии изпълняват особено значима роля в популяризирането на фестивала „Сурва“ (стр. 145).

В Заключението са направени удачни и добре аргументирани изводи въз основа на проведеното теоретично и емпирично изследване, които съответстват на декларираните в увода изследователски намерения на автора.

Научни приноси

Дисертацията на Кристиан Петров е оригинално научно изследване, с ясно изразени приноси моменти. Ще спомена три основни такива:

1. Дисертацията е посветена на твърде слабо проучения у нас проблем за ефективността на социалните мрежи в процесите на популяризиране, брандиране и таргетиране на събитията от празничния ни културен календар. По отношение на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“ подобно изследване досега не е правено.
2. Въз основа на проведеното емпирично и теоретично изследване на ефективността на рекламата в социалните медии са изведени конкретни препоръки, които имат приложен характер и биха могли да служат като добра основа за разработването на Стратегия за популяризиране на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“ в дигитална среда, каквато стратегия към настоящия момент не съществува, въпреки че е необходима.

3. Въз основа на направените изводи относно възможностите за оказване на влияние чрез социалните медии върху нагласите и предпочитанията на активните в социалните мрежи потребители на фестивала „Сурва“, може да бъде разработен рекламен модел, базиран на Web 2.0 технологиите, който да бъде прилаган и към други събития от подобен характер.

Критични бележки

Без да омаловажавам по никакъв начин достойнствата на предложения за защита труд ще си позволя да отправя две критични бележки към нейния автор.

1. Между някои пасажии в текста липсва смислова и логическа връзка – докторантът рязко преминава от разискването на един проблем към друг без да аргументира целите на този преход и без да прокарва ясна връзка както с основната тема на своето изследване, така и с предходния обсъждан от него въпрос. Така например - на стр. 34 - в рамките на един и същи абзац авторът говори едновременно за скептичната позиция на Юрген Хабермас относно възможностите за изграждането на работеща публична сфера в дигитална среда и - само едно изречение по-надолу - за популяризирането на фестивала „Сурва“ и ролята на социалните мрежи за съхраняването на традициите. Възможно е авторът, за разлика от мен, да открива смислова връзка между двете теми, но дори такава връзка реално да съществува, то тя трябва да бъде логически обоснована, а не предпоставяна като очевидна и саморазбираща се, както това е направено в случая.
2. На няколко места в текста се изказват тези, за които не става съвсем ясно, дали принадлежат на самия докторант или пък на някой от авторите, на които той се опира в своите разсъждения и които по някаква причина е пропуснал да спомене на съответното място в текста. Считаю, че работата би спечелила ако всяка от тезите, разисквани в нея, има недвусмислено изяснен произход.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Въпреки констатираните слабости и отправените критични бележки, давам положителна оценка на предложения дисертационен труд. Проблематиката, на която той е посветен е актуална и значима, а авторските приноси към нея – ясно изведени и обосновани. Изводите, които авторът прави и в хода на изложението, и в заключението са добре аргументирани и успешно защитени. Авторефератът отразява точно и коректно основните положения и научните приноси на дисертацията. Съпътстващите документи са изготвени според изискванията на закона и другите нормативни документи, уреждащи процедурата.

Имайки предвид всичко това препоръчам на останалите членове на научното жури да присъдим на Кристиан Руменов Петров образователната и научната степен „Доктор“ по научна специалност 3.1. „Социология, антропология и науки за култура“.

10.12.2020

София

Член на научното жури:

Доц. д-р Лъчезар Антонов