

РЕЦЕНЗИЯ

От доц. д-р Соня Александрова Алексиева,

професионално направление 3.9. Туризъм, научна специалност „Икономика и управление (Туризъм)”, департамент „Администрация и управление”,
Нов български университет

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователната и научна степен „доктор“ в професионално направление: 3. 1. Социология, антропология и науки за културата, научна специалност „Теория и история на културата” – Факултет по изкуствата, катедра „Културология”, Югозападен университет „Неофит Рилски”

Основание за представяне на рецензия: участие в научно жури, определено със заповед № 2337/6.11.2020 г. на Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски” и решение на заседание на Научното жури от 10.10.2020 г.

Автор на дисертационния труд: докторант в редовна форма на обучение в катедра „Културология” – Факултет по изкуствата на ЮЗУ „Неофит Рилски” - Благоевград Кристиян Руменов Петров

Тема на дисертационния труд: „Рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на специалните събития от българския културен календар в контекста на развитието на културния туризъм (по примера на маскарадния фестивал „Сурва”)”

Научен ръководител: гл. ас. д-р Силвия Петрова

1. Информация за дисертанта

Кристиян Руменов Петров е роден на 26.07. 1989 г. Завършил е ГПЧЕ „Симеон Радев” през 2008 г. в Перник. Придобива ОКС „бакалавър” (Социология, 2008-2012 г.) и ОКС „магистър” (Културно наследство и културен туризъм, 2012-2013 г.) в Югозападен университет „Неофит Рилски” – Благоевград и магистърска степен (Управление на туризма, 2012-2014 г.) в Нов български университет. Притежава удостоверения за обучение в професионален учебен център за екскурзовод и аниматор, както и за цялостна програма по дигитален маркетинг. Има опит като студент в различни проекти, конференции и научно-практически семинари, свързани с културно-историческото наследство, фестивали на изкуствата, доброволчески кампании

и др. Работил е за кратко като експерт комуникации в продуцентска, рекламна, информационна и медийна агенция Прима АД, както и като младши експерт в Министерство на културата. В периода 2016-2018 г. е гост-преподавател в ЮЗУ „Неофит Рилски” по дисциплините „Телевизия и култура”, „Радио и култура”, „Виртуални общности“ и „Периодичен печат и култура“. Заместник-председател е на СНЦ „Локално наследство” – Перник: организация с нестопанска цел с основна дейност опазването, проучването и популяризирането на локалното културно наследство. Проджект мениджър е на дигиталните кампании и главен администратор на www.surva.org (2013-2018 г.). Кристиян Петров е главен експерт „Връзки с обществеността“ в Община Перник от 2018 г.

Със Заповед на Ректора на Югозападен университет „Неофит Рилски” № 68/8.01.2016 г. Кр. Петров е зачислен за докторант в редовна форма на обучение в катедра „Културология” на Факултет по изкуствата на ЮЗУ „Неофит Рилски”. Дисертационният труд е представен и обсъден на заседание на катедра „Културология” на 20.03.2015 г., където е открита процедурата по защита. Докторантът е отчислен с право на защита със Заповед на Ректора на ЮЗУ „Неофит Рилски” № 2970/20.12.2019 г. Представеният за рецензиране дисертационен труд е насочен за публична защита с решение на Факултетния съвет на Факултет по изкуствата: Протокол № 4/27.10. 2020 г. и е в съответствие с изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Р България (ЗРАСРБ), Правилника за неговото прилагане и Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ЮЗУ „Н. Рилски” – Благоевград като са спазени всички процедурни изисквания.

2. Актуалност на разработвания в дисертационния труд проблем

Темата на дисертацията е *актуална* в контекста на нарастващото значение на специалните събития за развитието на културния туризъм на фона на ключовото място на рекламата в социалните медии. Тяхното водещо въздействие върху активността и промените при най-известните събития от културния календар, налагат задълбочено изследване на преживяванията на традициите и наследството и съвременните начини за популяризирането им. Във времето на дигиталните технологии, силата на новите средства за

комуникация превръщат социалните медии във все по-конкурентна и атрактивна територия на вербални и визуални послания към потребителите на културния туризъм. Обект на изследване в дисертационния труд е рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на специалните събития в българския културен календар.

3. Общо представяне на дисертационния труд

Дисертационният труд се състои от увод, четири глави, препоръки, заключение, библиография, приложение и списък с използваните съкращения. Общият обем на доктората е *172 страници*, от които текст – 147 с., библиография – 13 с., приложение – 7 страници, списък на използваните съкращения – 1с. Доказателственият и илюстративният материал в рамките на изложението включва 5 таблици, 12 графики и 34 фигури. Библиографията се състои от *166 литературни и информационни източници*: 62 на кирилица, 40 на латиница (основно на английски език), интернет източници – 37, нормативни и др. документи – 27 на брой. Като цяло *структурата на дисертацията* е правилна, с превес на съдържанието на четвърта глава (40 с.) на фона първа глава (21 с.) или трета глава (29 с.)

В *Увода* на дисертационния труд наред с открояването на актуалността и акцентите на научната проблематика, са формулирани правилно *обекта и предмета* на изследването. Посочена е *основната цел* на проучването, а именно: да се установи дали рекламата в социалните медии спомага за популяризирането на МФМИ „Сурва“ в контекста развитието на културния туризъм, както и да се аргументира мястото на фестивалният туризъм в културното поле на маскарадността и карнавалността в контекста на т.нар. икономика на преживяванията. Конкретизирани са научната теза и научната хипотеза и формулирани четирите *теоретико-приложни* и петте *емпирико-приложни задачи* за постигане на посочената научна цел. Представени са подробно избора на предмета на изследване, изследователския инструментариум, посочените ограничения и откритите проблеми. Методите на научното представяне са анализ и синтез, сравнителен анализ, интердисциплинарен метод и анкетно проучване. Отделно са изведени конкретни *Препоръки*, които прагматично допълват по-краткото *Заключение* в

изследването като приоритизират мястото на планирането, целевите аудитории, дигиталната реклама и др.

Преобладаващата част от използваната *научна информация* в дисертационния труд е резултат от проучването на авторитетни източници, като са изследвани монографии и публикации, както на български, така и на чуждестранни учени. Сравнително ограничен обаче, е обема на специализираната литература по анализираната проблематика, свързана с ключовите за изследването теоретични термини „реклама”, „културен туризъм” и „специални събития”. Използваните нормативни документи и регламенти, както и практико-приложната информация и архивни материали за маскарадния фестивал „Сурва”, не са надградили достатъчно позиционирането му в контекста на специалните събития в културния туризъм.

4. Структура и съдържание на дисертационния труд

Представеният за рецензиране дисертационен труд е самостоятелно изследване, съобразено със съвременните тенденции и изменения в света на информационните и комуникационни технологии, рефлексирани активно върху развитието на културния туризъм и събитийната индустрия. Интердисциплинарният характер на разработената тема на дисертацията обединява познания от научното поле на интегрираните маркетингови комуникации (ИМК), събитийния мениджмънт, културния, събитийния туризъм, дигиталния маркетинг, социалните медии и др. Динамичното развитие на рекламата в социалните медии е само част от промяната в индустрията на преживяванията, инспирирана от нарастващото желание на потребителите/туристите да откриват, комуникират и споделят 24/7 с неограничени възможности за достигане до глобалната аудитория. Културният туризъм се развива във време, когато онлайн комуникациите надграждат креативността на рекламата, но използват социалните медии като инструмент за създаване/публикуване на все по-разнообразно съдържание и все по-точни послания – от информацията до забавлението. Сред най-разпознаваемите маркери за това са нарастващите изследвания върху разглежданата в дисертационния труд проблематика, които търсят проблемите, но и решенията в приложен аспект, които правят особено актуална избраната тема за ролята на рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на специалните събития.

В глава първа *„Културен туризъм и предпоставки за развитието му в съвременното информационно общество“* се прави кратък теоретичен преглед на понятието „културен туризъм“ и динамичното му развитие в световен мащаб, неговите подвидове и същността на фестивалния туризъм като територия за културен диалог и опознаване между хората. Извеждат се различията между културния и творческия туризъм и традициите/значението на карнавала и карнавалното начало. Кристиан Петров акцентира върху същността на икономиката на преживяванията и все по-динамичното развитие на културно-творческите индустрии.

В глава втора *„Социалните медии, рекламно съдържание и пренос на уеббазирана информация“* се анализира същността и значението на дигиталните комуникации в контекста на промените в развитието на новите технологии и онлайн комуникациите. Обстоен преглед е направен каналите, формите и инструментите в дигиталния маркетинг и тенденциите в неговото развитие. Представени са видове реклама в социалните медии и креативността на рекламни кампании в онлайн среда, която създават именно дигиталните технологии и социалните медии. Тук се акцентира повече върху подтемата за масмедии и социалните мрежи, отколкото върху връзката между културния туризъм и социалните медии.

В глава трета *„Социокултурни аспекти на рекламата в социалните медии. Културен туризъм и реклама“* е представено значението на българската история, материалното и нематериалното наследство за развитието на културния туризъм. Накратко са проследени някои добри практики в страната, променливи и устойчиви концепции в неговото популяризиране, които маркират успешни/неуспешни решения в популяризирането на празници и събития, на културни обекти и др. В тази глава подробно е представена историята на възникването, развитието и популяризирането на МФМИ „Сурва“, организиран в град Перник. Анализирани са неговите възможности в имиджов план в контекста на дигиталната реклама, традициите и културно-познавателния туризъм, рекламните послания на фестивала, както и кумулативния ефект от употребата на социалните медии като инструмент за популяризиране на „Сурва“. Фестивалът може да обедини синергията от насърчаване на местния туризъм, от опазване/съхраняване на традиционни културни ценности и от обновяване на концепцията за „Сурва“ в дейността на община Перник.

„Нагласи относно рекламата в социалните медии като инструмент за популяризиране на културни събития – фестивалът „Сурва“ в международен контекст” – в най-обширната четвърта глава са анализирани подробните резултати от емпиричното изследване сред български граждани, с цел проследяване на мненията/нагласите спрямо социалните медии; рекламите в тях; популяризирането в социалните медийни канали на „Сурва“. В *Препоръки* и *Заключение* се представят обобщени основните изводи по темата и предложения за планирането на бъдеща дигитална рекламна кампания за фестивала.

Потвърждавам, че *структурата и съдържанието* на представения докторат съответстват на поставената основна цел и научно-изследователските задачи. Изследването подкрепя основната теза на докторанта с аргументирани изводи в едно самостоятелно научно изследване с конкретни практико-приложни резултати.

5. Научни и научно-приложни приноси на дисертационния труд

Основните приноси на докторанта се изразяват в:

- изследва се въз основа на задълбочен анализ влиянието на социалните мрежи при промотирането на МФМИ „Сурва“, за достигане до по-голяма целева аудитория популяризиране на събитието;
- в резултат от проведено емпирично проучване е установено, че тезата за ефективното влияние на социалните медии върху нагласите и предпочитанията на потребителите, може да се приложи и върху фестивала „Сурва“ – очертан е модел, който може да се прилага и към други събития от празничния културен календар;
- анализира се за първи път присъствието на фестивала „Сурва“ в дигитална среда в контекста на опазването на културното наследство – доказва се как социалните мрежи чрез изграждане на емоционална връзка с потребителите допринасят за популяризирането/ опазването на културното наследство в Перник и региона;
- в следствие на проведеното емпирично изследване и анализирани тенденции в развитието на рекламата в социалните медии са изведени конкретни препоръки, които могат да имат практическо приложение за качествена онлайн рекламна кампания на маскарадния фестивал „Сурва“.

6. Публикации по дисертацията и автореферат

Представените *публикации* по брой и вид, съответстват на обявления в автореферата списък – те са общо три самостоятелни публикации като две от тях са пряко свързани с тематиката на дисертационния труд.

Авторефератът е с обем от 34 с. и съдържа основните моменти от дисертационния труд като коректно посочва научните приноси и публикации по темата.

7. Критични бележки и препоръки

– в глава първа липсва кратък литературен преглед и анализ на знанията/ постиженията по основния проблем на дисертационния труд до момента на подготовката му (кратък исторически преглед, текуща теория и практика, мнения на други изследователи, резултати от български/чуждестранни изследвания и т.н.) – това е довело до пропускане на някои известни автори, на важни монографии, както и преглед на по-актуални и по-нови публикации (поне след 2016 г.), свързани с темата на доктората;

– в теоретичния анализ на глава първа липсва представяне/изясняване на две важни понятия, в пряка корелация с темата на дисертационния труд: *реклама и специални събития* – на теоретично ниво те не са дефинирани като ключови понятия в дисертационния труд. В един пасаж фрагментарно е споменато мястото на специалните събития в туризма (с. 20).

– не са представени същността, съдържанието и значението на *българския културен календар* и събитията, които включва – изброените едва 4-5 са представени като „мероприятия“ (с. 18-19);

– още при формулиране на целта на дисертационния труд, навярно поради *много то разнопосочни подтеми* в четирите глави, на места те не са логически подредени и систематизирани; липсва вътрешна съгласуваност на отделните текстове, което не засяга значимостта/актуалността на разглеждания проблем, но натоварва прецизирането на изводите и тяхната практическа насоченост.

– налице са някои технически пропуски, свързани със стандартите при цитиране: неправилно са посочени интернет източниците; на много от цитираните под линия монографии не са посочени страниците; на много от фигурите/графиките/таблиците не са посочени източниците.

Посочените критични бележки не омаловажават постиженията в изследването и не намаляват значимостта на представения дисертационен труд на Кристиан Петров.

8. Въпроси към докторанта

1. В рамките на разноразнопосочното идентифициране на фестивала „Сурва“ едновременно *като специално събитие, като целогодишен туристически продукт и като културно-творческа индустрия* (с. 135) с какъв рекламен слоган може да привлече повече туристи в Перник и региона?
2. С каква реклама в социалните медии ще привлече МФМИ „Сурва“, повече потребители/туристи от третата възраст и с каква от поколението Y (millennials)?
3. Като вид туризъм, който обединява две основни форми на туризма (културно-историческата и културно-познавателната), *културният туризъм* е част от алтернативния или част от масовия туризъм?

9. Заключение

Представеният дисертационен труд отговаря на изискванията на Закона за развитие на академичния състав в Р България (ЗРАСРБ), Правилника за неговото прилагане, Правилника за неговото прилагане и Правилник за условията и реда за придобиване на научни степени и заемане на академични длъжности в ЮЗУ „Н. Рилски“. Докторантът показва много добри теоретични познания в областта на самостоятелно проведеното изследване и демонстрира умения за прилагане на съвременни изследователски методи. Всичко това ми дава основание да предложа на членовете на научното жури при ЮЗУ „Н. Рилски“, да вземе *положително решение за присъждане на образователната и научна степен „доктор“* на Кристиан Руменов Петров по професионално направление: 3. 1. Социология, антропология и науки за културата, научна специалност „Теория и история на културата“.

18.12.2020 г.

Рецензент: доц. д-р Соня Алексиева