

СТАНОВИЩЕ

От проф. д.н.к. Васил Марков, ЮЗУ „Неофит Рилски“

за дисертационния труд на Кристиян Петров

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“)

Кристиян Петров е завършил бакалавърска степен по социология в ЮЗУ „Неофит Рилски“. Притежава магистърска степен по „Култура и културен туризъм“ от ЮЗУ „Неофит Рилски“ и магистърска степен по „Управление на туризма“ от Нов български университет. Има натрупан добър практически опит като младши експерт в Министерството на културата, главен експерт „Връзки с обществеността“ в Община Перник и гост-преподавател в ЮЗУ „Неофит Рилски“.

Дисертационният труд на колегата Кристиян Петров съдържа 172 страници текст, структурирани в увод, четири глави, заключение, библиография и приложение, включващо визуален материал.

В увода дисертантът ни въвежда в изследваната проблематика. Посочена е актуалността на изследването, свързана със съхраняването на националната идентичност. Определени са обектът, предметът, тезата, целите, задачите и методите на изследването.

В първа глава, озаглавена „Културен туризъм и предпоставки за развитието му в съвременното информационно общество“ е изследван проблемът за културата, като феномен, който създава автентичност и отличителност на световния туристически пазар, както и ролята на културата за засилване на привлекателността и конкурентно-способността

на регионите и страните. Подчертава се, че един от стълбовете на туристическата индустрия е желанието на човечеството да се запознае с културните достижения в различни региони на съвременния свят.

Разгледана е ролята на карнавала като обект на държавни, регионални и местни политики, насочени към развитието на творческите индустрии. С основание е изведена тезата, че фестивалите са територии за споделяне на опита и диалогизирането с други култури.

Във втора глава „Социалните медии, рекламно съдържание и пренос на уеббазирана информация“, авторът съсредоточва изследването си върху съвременните тенденции за изместване в посока трансформиране на комуникационните механизми с цел преминаване към бърза, ефективна и навременна комуникационна среда. Той посочва, че при социалните медии не се осъществява пряк контрол на разпръскването на информация и потребителите сами избират какво ги впечатлява най-много за да го споделят. Такава е, според него, изначалната рамка на тези медии – потребителят да може да споделя информация по всяко време с други потребители и по този начин да формира кръг от интереси. Колегата Петров изтъква също, че интернет технологиите са се превърнали в неизменна част от живота и в резултат на това рекламните стратегии постепенно се превръщат в рекламни кампании. В резултат на направените анализи е изведено становището, че развитието на виртуалните общности в постмодерното демократично общество е едно от най-значимите събития на века, променящо кардинално стила на живот.

Трета глава е озаглавена **„Социо-културни аспекти на рекламата в социалните медии. Културен туризъм и реклама“**. Тук на базата на общо-теоретичните аспекти, разработени в първа и втора глава дисертантът концентрира вниманието си върху симбиозата между социалните медии и културния туризъм в контекста на рекламната индустрия

Авторът с основание посочва, че туристическите компании започват да променят своя бизнес модел, съобразявайки се с условията и изискванията на дигиталното общество. Той счита, че за да се отговори на потреблението, целият туристически сектор има нужда от реорганизация и ситуиране в една виртуална реалност. В този ред на мисли авторът разглежда и дигиталното разказване, като възможност да се повиши интереса към определени дестинации от сферата на културния туризъм.

Във втората част на тази глава авторът конкретизира текста върху фестивала „Сурва“, представяйки го достатъчно пълно, като туристическа атракция, основана върху западно-българската традиция в кукерските игри. Посочена е ролята на световните и националните медии за популяризирането му.

Четвърта глава на дисертационния труд има научно-приложен аспект. Онасловена е „Нагласи относно рекламата в социалните медии като инструмент за популяризиране на културни събития – фестивалът „Сурва“ в международен контекст“.

В тази част от дисертационния труд се извеждат резултатите от проведено от дисертанта онлайн анкетно изследване сред 100 респонденти, за проследяване нагласите относно рекламата в социалните медии като инструмент за популяризиране на специалните събития от българския културен туризъм. Използваните в изследователския инструмент въпроси са организирани в онлайн анкета. Респондентите са избрани на случаен принцип да вземат участие в анкетното проучване.

В резултат от реализираната анкета и направените анализи авторът стига до извода, че социалните мрежи и са най-разпознаваемият източник за информация, а интензитетът им на посещаемост е висок. Посочва също, че рекламната кампания на фестивала Сурва, част от която е и през социалните мрежи, според респондентите е достатъчна, но според друга част може да се направи повече.

След четвърта глава е обособена **самостоятелна структурна част**, явно без претенции да бъде самостоятелна глава, онасловена „**Препоръки**“. Намирам, че текстът и съдържа в най-висока степен приносната научно-приложна част от това изследване. В същото време считам, че в структурно отношение тя е следвало да принадлежи или към предходната глава или към заключението на дисертационния труд.

В заключението са обобщени изводите от текста на дисертацията.

Библиографията съдържа 102 заглавия и 63 интернет източника на български, английски и френски език.

Намирам, че работата би спечелила повече, ако беше направена поне още една редакция в стилово и терминологично отношение. Надявам се, че това ще бъде осъществено преди евентуалното и публикуване.

Авторефератът отразява коректно текста на дисертацията.

Съгласен съм с автосправката за научните приноси в дисертационния труд.

Не съм установил плагиатство.

Имайки предвид всичко горепосочено, предлагам на уважаемото научно жури да присъди образователната и научна степен „Доктор“ на Кристиян Руменов Петров, за разработения от него дисертационен труд 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“)*“ в Професионалното направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата.

Подпис:

Проф. д.н.к. Васил Марков

10.12.2020 г.

Благоевград