

СТАНОВИЩЕ

за дисертационния труд на Кристиан Руменов Петров
„РЕКЛАМАТА В СОЦИАЛНИТЕ МЕДИИ КАТО СРЕДСТВО ЗА
ПОПУЛЯРИЗИРАНЕ НА СПЕЦИАЛНИТЕ СЪБИТИЯ ОТ БЪЛГАРСКИЯ КУЛТУРЕН
КАЛЕНДАР В КОНТЕКСТА НА РАЗВИТИЕТО НА КУЛТУРНИЯ ТУРИЗЪМ“
за присъждане на образователната и научната степен “доктор”

от

Проф. д.н. Иван Димов Кабаков
Софийски университет „Св. Климент Охридски“ / ФФ
Катедра “История и теория на културата”
Професионално направление 3.1. Социология, антропология и науки за културата

Дисертационният труд на Кристиан Петров си поставя амбициозната задача да ситуира достигналите до нас носители на памет от миналото и по-конкретно традиционните за района на град Перник маскарадни игри в дигиталната епоха. Постигането на тази стратегически значима цел е основано на рекламата в социалните медии, която трябва да активира културния туризъм на територията на общината чрез организирането и реализацията на Международния фестивал за маскарадни игри „Сурва“ като част от културните и творчески индустрии и икономиката на преживяванията. Показателно в това отношение е, че град Перник като негов домакин е признат за „Европейска маскарадна столица“ с което Република България и съответната община са „поставени“ на картата на карнавалните градове в Европа.

Същевременно развитието на съвременните общества се отразява на градовете в Европа, които се опитват да съвместят от една страна дейностите на местните общности и организации в областта на културния туризъм и от друга страна да гарантират опазването и съхраняването на културните традиционни ценности. Поставен в тази мисловна перспектива, дисертационният труд на Кристиан Петров акцентира върху рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на нематериално културно наследство в контекста на развитието на културния туризъм. Влиянието на дигиталните технологии и онлайн платформите за споделяне и

комуникация оправдано са поставени във фокуса на изследователския интерес, доколкото основно на тях се разчита да формират поведението, нагласите, интересите и предпочитанията на публиките с оглед както на идентифицираните проблеми, така и на поставените цели и задачи, свързани предимно с популяризирането на организирания в град Перник Международен фестивал на маскарадните игри „Сурва“.

Актуалността на изследването е следствие от обвързването на дигиталните технологии и социалните медии с рекламата на културни практики, обичаи и празници. Тяхната автентичност е част от многообразието от култури и традиции не само на територията на община Перник, но и на национално равнище, което превръща градовете и регионите в Република България в изключително привлекателни дестинации за развитието на културен туризъм.

Дисертационният труд се състои от увод, четири глави, заключение, библиография с цитираната литература, приложения и списък с използваните съкращения с общ обем от 172 страници. Дисертацията съдържа 5 таблици, 12 графики и 34 фигури, както и списък на цитираната литература с включени в него 166 заглавия.

В *увода* очаквано са представени обектната област, предмета на изследване и работната хипотеза, заедно с целите, задачите и методите на изследването. *Обект на изследването* е рекламата в социалните медии като средство за популяризиране на специалните събития в българския културен календар (с.6-7 от Автореферата), мислен в контекста на развитието на културния туризъм в България и по-конкретно на Международният фестивал на маскарадните игри „Сурва“ като *предмет на изследователския интерес* на дисертанта. В тази част се прави и извода, че е необходимо „адекватно презентиране“ на връзката с корейите и предците с оглед постигането на смислени преживявания (с.5 от дисертационния труд), който е от съществено значение за последващия ход на изследването.

В *първа глава* са въведени и анализирани ключови понятия като (например) културен туризъм и икономика на преживяванията в контекста на съвременното информационно общество. Направено е разграничение между преживявания и смислени (запомнящи се) преживявания (с.12 от дисертационния труд) в чието правене активно участва местната общност (с.13 от дисертационния труд). Акцент е поставен върху маскарадността и карнавалността като част от фестивалния туризъм и по-конкретно на преживяванията като нова ценност и основен източник на удовлетвореност (с.9 от Автореферата).

Специално внимание в изследването е отделено на различните видове културен туризъм – религиозен, фолклорен, фестивален, образователен, творчески и основан на културно наследство (с.19 от дисертационния труд) като част от културните и творчески индустрии. Независимо, че културните и творчески индустрии и по-конкретно фестивалите създават нови пазари чрез сътрудничество между хора от различни националности с оглед на насърчаването на културното многообразие и межкултурния диалог на местно и регионално равнище, трябва да се има в предвид, че културния туризъм в повечето от случаите не е тертиран като част от коментираните индустрии.

Във *втора глава* фокусът на изследването е поставен върху взаимодействието на културния туризъм със социалните медии и по-конкретно върху влиянието, което има рекламата като част от тях с оглед на повишаването на продажбите, популяризирането на бранда и увеличаването на потребителите чрез въвлечането им в потока на информация. Специално внимание е отделено на новите технологии и онлайн комуникациите като възможност за позициониране на различни културни събития и в частност на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“.

Социалните медии са определени от дисертанта като „сайтове, които сами се попълват със съдържание от самите потребители“ за разлика от традиционните медии, които се редактират от специално определени за тази цел лица. Изместването, което е от съществено значение е „какво правят хората с медиите, а не те с тях, както е при традиционните медии“ (с.39 от дисертационния труд). Направен е подбор на социалните медии с оглед на тяхната релевантност към рекламата на културни събития като Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“. Посочени са ползите от рекламата в социалните медии като например повишаване на продажбите и популяризиране на бранда (с.62 от дисертационния труд).

Поставена на тази основа в *трета глава* на дисертационния труд се осъществява връзката между първите две глави. Акцентирано е върху ролята и мястото на културния туризъм в дигитална среда с оглед на постигането на коментираните вече смислени (запомнящи се) преживявания. Не са забравени и реализираните политики от община Перник за развитие на местния туризъм при гарантиране на опазването на културните ценности - носители на памет. Участието на културни и туристически организации в различни международни и национални форуми като Международното туристическо изложение „Културен туризъм“ във Велико Търново с основание е представено като израз на самочувствие и признание за ролята и значението на

осъществяваната от тях дейност (с.67 - 68 от дисертационния труд). Нещо повече – свръхпредлагането на туристически продукти в световен мащаб изисква включването на културата и в частност на културното наследство като източници на уникални ресурси и смислени (запомнящи се) преживявания, което превръща културния туризъм в ключов сегмент на туристическата индустрия. В този контекст рекламата в социалните мрежи прави или трябва да направи видими културните ценности - носители на памет за потребителите на културния туризъм. В дисертационния труд на Кристиан Петров коментираните процеси и взаимодействия са добре анализирани, разбрани и подкрепени с конкретни примери и данни, свързани с Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“. Към тях трябва да бъдат добавени значението и ползите от реализация на подобни събития и по-конкретно* удължаването на сезона, получаването на допълнителни доходи и разпознаваемост на местната общност (с.75 от дисертационния труд), които се постигат чрез културен туризъм, мислен като „визитна картичка на националното разнообразие“ (с.81 от дисертационния труд).

В *четвърта глава* на дисертацията са представени резултатите от проведеното онлайн анкетно изследване като коректно е описана неговата методика. То има за цел да проучи мненията и нагласите спрямо използваните реклами в социалните медии и по-конкретно относимите от тях към Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“, който е добре представен с оглед на неговите отличителни характеристики и значение не само за местната общност, но и за културата и туризма на България. Постигнатите изследователски резултати са добра основа за извода, че „успешната рекламна кампания е съвкупност от добри практики и правилни стратегии“ (с. 106 от дисертационния труд) когато към тях бъдат добавена актуална информация за нагласите и очакванията на местната общност, както и на заинтересованите страни от рекламата на Международния фестивал на маскарадните игри „Сурва“

В *заключението* на дисертационния труд очаквано се обобщават постигнатите изследователски резултати, свързани с проучване на културата, медиите и дигиталното общество. Тяхното взаимодействие води до преосмисляне на националните културни традиции, които продължават своето съществуване като използват възможностите на новите технологии и дигиталната среда при опазването и социализирането на достигналите до нас културни ценности – носители на памет.

Авторефератът коректно отразява постигнатите изследователски резултати и техния приносен характер.

Независимо от частично използваната остаряла терминология като например музейни и научни работници (с.85 от дисертационния труд), както и проблематичното включване на културния туризъм към културните и творчески индустрии, дисертационният труд има качествата да бъде успешно защитен, което ми дава достатъчно основание да гласувам „за“ присъждането на Кристиан Руменов Петров на образователната и научна степен “доктор”.

12.12.2020 г.

г. София

Проф. д.н. Иван Кабаков