

УНИВЕРСИТЕТ ПО БИБЛИОТЕКОЗНАНИЕ
И ИНФОРМАЦИОННИ ТЕХНОЛОГИИ

СТАНОВИЩЕ

от проф. д.п.н Александра Куманова, УНИБИТ

на дисертационния труд на
Димитър Веселинов Величков,

на тема

**„АКАДЕМИЧНИЯТ PR
В МОДЕРНАТА МЕДИЙНА СРЕДА:
ИНФОРМАЦИОННИ И КОМУНИКАЦИОННИ
АСПЕКТИ НА РЕЛАЦИЯТА ПОТРЕБИТЕЛ –
СОЦИАЛНИ МРЕЖИ”**

за придобиване на образователна и научна степен

„доктор”

в научна област

Социални, стопански и правни науки,

Професионално направление

3.5 Обществени комуникации и информационни науки

по докторска програма

„Връзки с обществеността”

Дисертационният труд (264 стр.) на Димитър Величков с научен ръководител проф. д-р Тереза Тренчева е посветен на съществен актуален проблем на съвременната информационна и комуникационна реалност на информационното – знаниевото общество – академичния PR, по който отсъства цялостна обобщена представа в научната литература относно релацията „потребител – социални мрежи”.

Трудът е фокусиран върху активизираните международни научни изследвания със значим научен принос, които разглеждат стратегическите измерения на връзките с обществеността, управлението на институционалната репутация и комуникацията на университетите в условията на дигитална трансформация, и е пронизан от intentio`то България да не изостава в тази сфера.

Следва специално да бъде акцентирано на това, че дисертационната разработка е съсредоточена върху комплекса от проблеми на:

- 1) ускорената дигитализация, която води до съществена трансформация на публичната комуникация;
- 2) засилената конкуренция между университети и научните организации на национално и международно равнище, позиционираща институционалната репутация и общественото доверие като ключови стратегически ресурси;
- 3) нарастване на очакванията на потребителите на академична информация по отношение на прозрачност, достъпност и своєвременност, водещо към комуникационната дейност на академичните институции, осигуряващи непосредствен достъп до информация и създаващи условия за постоянна публична видимост.

Дисертационният труд на Димитър Величков е изградена от увод, три глави и богат справочен инструментарий (Списък на използваните и цитираните източници; Списък на по-важните използвани съкращения; Списък на таблиците; Списък на фигурите; Приложение; Списък с публикации на автора).

В **Увода** са дадени максимално систематизирани и лапидарно предисторията на проблематиката и актуалността на темата.

Оптимално са формулирани целта, задачите, предметът и методите на изследването.

Изложена е синтетично основната теза на автора във вид на стройна работна хипотеза.

В *първата* глава „**Теоретични основи на академичния PR в модерната медийна среда**” е очертана спецификата на понятието и функциите, целите и задачите, както и моделите на академичния PR.

Динамичното развитие на социалния живот и цивилизационните процеси в глобален мащаб на формирането на инфосферата са подплътени тук с картина на историческото развитие на изследвания феномен и трансформацията на медийната среда в съвременния свят.

Специално място е отредено и на: ролята на медиите и социалните мрежи в изграждането на институционална идентичност; съществуващите теоретични модели на комуникационните отношения „потребител – академична институция”; информационните и комуникационните аспекти на академичния PR.

С нужното внимание са осветени и етичните, психологическите и организационните измерения на академичния PR, което е свидетелство за интерфериране на моралния контекст по проблематиката на изследването, който е съществен в съвременното информационно моделиране, прогнозиране и планиране.

Не са отминати и такива предизвикателства за изследвания проблем като международните и националните нормативни рамки за дигитална комуникация и медийна активност, което свидетелства за достатъчно висока степен на представителност на погледа на дисертанта върху обсега на изследваната от него комплексна материя.

Втората глава на дисертационния труд е посветена на **„Академичния PR и дигиталните комуникации в социалните мрежи”**.

Тук специално се разглеждат социалните мрежи като канал за академичния PR.

Изучават се в системна зависимост стратегиите за управление на институционалния образ в модерната медийна среда като се поставя съществен акцент на влиянието ѝ върху възприятието на потребителите на информация.

Особено внимание се обръща на дигиталните комуникационни кампании, на моделите, показателите и инструментите за стратегическо управление на институционалния имидж.

На сравнителния анализ на комуникационните практики на академични институции дисертантът се спира особено задълбочено.

Във фокуса му на внимание е и специално Югозападният университет „Неофит Рилски” като активен комуникатор в дигиталното пространство, което само по себе си е своего рода израз на моралното право и тежест на дисертационната разработка, излизаща от лоното на цитирания университет.

Третата глава **„Академичен PR и модерни технологии в социалните мрежи – нагласи и възприятия. Резултати от емпирично изследване”** разглежда подробно в единство проведеното анкетно проучване по дисертационната разработка.

Самото анкетно проучване е плод на постулирането на общата характеристика на емпиричното проучване, подето чрез инструментариума на дисертацията.

Тук е изложена методологията на това проучване.

Представена е и информационна картина на обработката на данните, аспектирана с демографски профил и поведение в социалните мрежи: влияния върху институционалната репутация; нагласи към виртуална и добавена реалност; влияние на кампаниите. Изтъкната е ролята на инфлуенсърите и университетския посланник.

Значим е направеният корелационен анализ на взаимовръзките между проучваните чрез дисертационния труд показатели.

Достигнато е до регресионен анализ на факторите, влияещи на възприятието на PR съобщения в университетите.

В кулминационна позиция – и за главата, и за цялата разработка, – е изведен концептуален модел на PR стратегия на български университет с приложение на модела в Югозападния университет „Неофит Рилски”: изследвани са различни разрези на информационно моделиране, които са приведени в лапидарния образен вид на визуализация в стилизирани в единство графични модели, чрез които се прави системен анализ и се дава оценка на резултатите на емпиричното проучване.

Достигнато е до синтезирането на представа за целенасочена, прозрачна и автентична PR стратегия за изграждане на доверие и популяризиране на академични достижения. Дадена е интерпретация на отношението на инфлуенсърите и участието в студентски амбасадорски програми. Поднесен е анализ на нагласите към добавена и виртуална реалност.

Като цяло получените резултати от корелационният анализ показват, че различните нагласи – към PR кампании, инфлуенсъри, амбасадорски програми и пр. – са взаимно независими.

Регресионният анализ на проведеното от дисертанта анкетно проучване и изложените от него индикатори на информационно-комуникативния модел допълнително потвърждава, че демографските фактори (възраст, пол, академичен статус, висока активност в социалните мрежи) имат минимално влияние върху нагласите.

Особена ценност представляват приведените от дисертанта препоръки: да се развиват от университетите интегрирани комуникационни стратегии.

И трите глави са снабдени с изводи.

В **Заключението** на дисертационния труд са дадени главните изводи на автора за оптимизиране на академичния PR в модерна медийна среда като инструмент за разпространение на информация и комплексен комуникационен процес на съчетаване на стратегическо мислене, технологични иновации и социална отговорност.

Приносите на дисертационния труд са:

Научно-теоретични: Теоретично обоснован и систематизиран е академичният PR като самостоятелна комуникационна категория в рамките на публичните комуникации; Разработена е интегрирана теоретико-аналитична рамка за изследването на академичния PR; Адаптирани и доразвити са известните класически модели на връзки с обществеността; Обогатено е научното разбиране за ролята на социалните мрежи; Разширена е теоретичната интерпретация на дигиталния академичен PR;

Научно-приложни: Проведено е емпирично изследване по темата; Изведени са емпирично потвърдени фактори за ефективност на

академичния PR; разработен е авторски концептуален модел на PR стратегия; Систематизиран е модел на практиките в академичния PR; Формулирани са практически насоки и препоръки за ефективна комуникационна политика.

По темата на дисертацията авторът има 5 публикации, а библиографията на използваната литература обхваща 256 номерирани заглавия на български, руски и английски език, поднесени в детайлна систематика на отбрани масив като всички библиографски единици са цитирани в изложението. Освен това материалът е илюстриран и прецизно документиран посредством таблици (32 номерирани названия) и фигури (19 номерирани названия).

Авторефератът на дисертацията вярно и точно отразява цялостния анализ на изследователския труд, както и проблемите, които са разгледани и решени в него.

Като цяло във философията на дисертацията се вижда отчетливо градивното влияние на научния ръководител проф. д-р Тереза Тренчева с нейната концепция за авторство и интелектуална собственост – дигиталните комуникатори следва да уважават правата на авторите при използване на изображения, текстове и мултимедийни материали (с. 100).

Препоръката ми относно бъдещето развитие на изследваната проблематика от страна на дисертанта – който е сред пионерите на разработваната проблематика и дейно участва в генерирането и на мислене, и на подходи, и на решения в моделирането на система за организация и управление на академичен PR:

1. Необходимо е авторът да се ориентира към акцентирано съотнасяне на контента на научната продукция на университетите, създавана с ефективното реално участие на студентите като действен фактор на академичния PR – това е главната особеност на университетската институция като възпитател на изследователски личности – за разлика от всички останали институции – в модерната медийна среда: така заявеното в проучването нарастване на очакванията на потребителите на академична информация по отношение на прозрачност, достъпност и своевременност ще е действително водещо към комуникационната дейност на академичните институции, осигуряващи непосредствен достъп до информация и създаващи условия за постоянна публична видимост;

2. Целесъобразно е в анкетиранията по проблематиката на изследваната материя да се моделира и стратегия, в която вниманието към модерната медийна среда се съотнася със събиране на информация за познаване от страна на анкетираните на традиционните фондове на печатните комуникации, за да подобни проучвания не стимулират

разкъсване и изолиране между натрупаната и селектираната в библиотеките, архивите, университетите (!) информация и е-пространството: не случайно дисертантът препоръчва да се развиват от университетите интегрирани комуникационни стратегии;

3. Желателно е да се прецизират от автора на дисертационния труд в бъдеще и някои изрази – като, например: злоупотребата с глагола „трябва” при описание на различни феномени – приемливата форма за академичния стил е „следва”;

4. Задължително е провеждането от страна на дисертанта на общо редактиране на неговия труд за целите на бъдещото му трансформиране в публикационна научна продукция – желателно: монография...

Така – *например*, – на с. 215 в полето на първия научно-теоретичен принос на дисертацията е казано: „Академичният PR е теоретични обоснова...” (*Следва да е: ... теоретично обоснова. – Бел. А. К.*) (*същото*: и на с. 36 на автореф. на дис.)...

В заключение, като вземам предвид качествените и приносните моменти на разглежданото тук новаторско и напълно самостоятелно емпирично и комплексно – научно-теоретично и научно-приложно насочено дисертационно изследване с приносен значим потенциал, давам напълно положителната си оценка за труда и категорично подкрепям присъждането на автора Димитър Веселинов Величков научната и образователната степен „доктор”.

Рецензент:



(проф. д.п.н. Александра Куманова)

5.08.2026 г.

UNIVERSITY OF LIBRARY SCIENCE
AND INFORMATION TECHNOLOGY

OPINION

by Prof. Dr. Aleksandra Kumanova, UNIBIT
on the dissertation work of
Dimitar Veselinov Velichkov,

on the topic

„ACADEMIC PR

**IN THE MODERN MEDIA ENVIRONMENT:
INFORMATION AND COMMUNICATION ASPECTS
OF THE USER - SOCIAL NETWORKS RELATIONSHIP”**

for the acquisition of the educational and scientific degree

"Doctor"

in the scientific field

Social, economic and legal sciences,

Professional field

3.5 Public communications and information sciences

under the doctoral program

"Public Relations"

The dissertation work (264 pages) of Dimitar Velichkov with scientific supervisor Prof. Dr. Tereza Trencheva is dedicated to a significant current problem of the modern information and communication reality of the information – knowledge society – academic PR, for which there is no comprehensive generalized idea in the scientific literature regarding the relationship „consumer – social networks”.

The work is focused on the activated international scientific research with significant scientific contribution, which examine the strategic dimensions of public relations, institutional reputation management and university communication in the conditions of digital transformation, and is permeated by the intentio that Bulgaria does not lag behind in this area.

It should be specially emphasized that the dissertation work is focused on the plethora of problems of:

1) accelerated digitalization, which leads to a significant transformation of public communication;

2) the increased competition between universities and scientific organizations at the national and international level, positioning institutional reputation and public trust as key strategic resources;

3) the increase in the expectations of users of academic information in terms of transparency, accessibility and timeliness, leading to the communication activities of academic institutions, providing immediate access to information and creating conditions for constant public visibility.

Dimitar Velichkov's dissertation work is composed of an introduction, three chapters and a rich reference toolkit (List of sources used and cited; List of the most important abbreviations used; List of tables; List of figures; Appendix; List of publications by the author).

The **Introduction** provides the most systematized and concise background of the issues and the relevance of the topic.

The goal, objectives, subject and methods of the study are optimally formulated.

The author's main thesis is synthetically presented in the form of a coherent working hypothesis.

*The first chapter, „**Theoretical Foundations of Academic PR in the Modern Media Environment**”* outlines the specifics of the concept and functions, goals and objectives, as well as models of academic PR.

The dynamic development of social life and civilizational processes on a global scale of the formation of the infosphere are complemented here with a picture of the historical development of the studied phenomenon and the transformation of the media environment in the modern world.

A special place is also given to: the role of the media and social networks in building institutional identity; existing theoretical models of communication

relations „consumer – academic institution”; the information and communication aspects of academic PR.

The ethical, psychological and organizational dimensions of academic PR are also highlighted with due attention, which is evidence of the interference of the moral context in the research issues, which is essential in modern information modeling, forecasting and planning.

Such challenges for the researched problem as the international and national regulatory frameworks for digital communication and media activity have not been overcome, which testifies to a sufficiently high degree of representativeness of the dissertationist's view on the scope of the complex matter he is researching.

The second chapter of the dissertation is dedicated to „**Academic PR and digital communications in social networks**”.

Here, social networks are specifically considered as a channel for academic PR.

Strategies for managing the institutional image in the modern media environment are studied in a systematic way, with a significant emphasis on its influence on the perception of information users. Particular attention is paid to digital communication campaigns, models, indicators and tools for strategic management of the institutional image. The dissertation examines the comparative analysis of the communication practices of academic institutions in particular. His focus of attention is also specifically on the South-West University "Neofit Rilski" as an active communicator in the digital space, which in itself is a kind of expression of the moral right and weight of the dissertation work, emerging from the womb of the cited university.

The third chapter „**Academic PR and modern technologies in social networks – attitudes and perceptions. Results of empirical research**” examines in detail the survey conducted for the dissertation work.

The survey itself is the result of the postulation of the general characteristics of the empirical study, undertaken using the tools of the dissertation.

The methodology of this study is presented here.

An information picture of the data processing is also presented, aspected with a demographic profile and behavior in social networks: influences on institutional reputation; attitudes towards virtual and augmented reality;

influence of campaigns. The role of influencers and the university ambassador is highlighted.

The correlation analysis of the interrelationships between the indicators studied through the dissertation work is significant.

A regression analysis of the factors influencing the perception of PR messages in universities has been achieved.

In a culminating position – both for the chapter and for the entire work – a conceptual model of a PR strategy of a Bulgarian university is derived with the application of the model at the Southwestern University “Neofit Rilski”: different sections of information modeling are studied, which are brought into the lapidary figurative form of visualization in graphical models stylized in unity, through which a systematic analysis is made and the results of the empirical study are evaluated.

The synthesis of an idea of a targeted, transparent and authentic PR strategy for building trust and promoting academic achievements is achieved. An interpretation of the attitude of influencers and participation in student ambassador programs is given. An analysis of attitudes towards augmented and virtual reality is presented.

Overall, the results obtained from the correlation analysis show that the different attitudes – towards PR campaigns, influencers, ambassador programs, etc. – are mutually independent.

The regression analysis of the survey conducted by the dissertationist and the indicators of the information and communication model presented by him further confirms that demographic factors (age, gender, academic status, high activity in social networks) have a minimal impact on attitudes.

Of particular value are the recommendations given by the dissertationist: that universities develop integrated communication strategies.

All three chapters are provided with conclusions.

The Conclusion of the dissertation presents the author's main conclusions for optimizing academic PR in a modern media environment as a tool for disseminating information and a complex communication process combining strategic thinking, technological innovation and social responsibility.

The **contributions** of the dissertation are:

Scientific-theoretical: Academic PR has been theoretically substantiated and systematized as an independent communication category within public

communications; An integrated theoretical-analytical framework for the study of academic PR has been developed; The well-known classical models of public relations have been adapted and further developed; The scientific understanding of the role of social networks has been enriched; The theoretical interpretation of digital academic PR has been expanded;

Scientific-applied: An empirical study has been conducted on the topic; Empirically confirmed factors for the effectiveness of academic PR have been derived; An author's conceptual model of PR strategy has been developed; A model of practices in academic PR has been systematized; Practical guidelines and recommendations for an effective communication policy have been formulated.

The author has 5 publications on the topic of the dissertation, and the bibliography of the literature used includes 256 numbered titles in Bulgarian, Russian and English, presented in a detailed systematics of the selected array, with all bibliographic units cited in the presentation. In addition, the material is illustrated and precisely documented by means of tables (32 numbered titles) and figures (19 numbered titles).

The dissertation abstract faithfully and accurately reflects the overall analysis of the research work, as well as the problems that are considered and solved in it.

Overall, the philosophy of the dissertation clearly shows the constructive influence of the scientific supervisor Prof. Dr. Tereza Trencheva with her concept of authorship and intellectual property – digital communicators should respect the rights of authors when using images, texts and multimedia materials (p. 100).

My recommendation regarding the future development of the researched issue by the dissertation candidate – who is among the pioneers of the developed issue and actively participates in the generation of thinking, approaches, and solutions in the modeling of a system for organizing and managing academic PR:

1. It is necessary for the author to orient himself towards an accentuated correlation of the content of the scientific production of universities, created with the effective real participation of students as an active factor of academic PR – this is the main feature of the university institution as an educator of research personalities – unlike all other institutions – in the modern media environment: the increase in the expectations of users of academic information in terms of transparency, accessibility, and timeliness, as stated in the study,

will actually lead to the communication activity of academic institutions, providing immediate access to information and creating conditions for constant public visibility;

2. It is advisable to model a strategy in surveys on the issues of the researched subject, in which attention to the modern media environment is correlated with the collection of information on the respondents' knowledge of traditional funds of printed communications, so that such studies do not stimulate a rupture and isolation between the information accumulated and selected in libraries, archives, universities (!) and the e-space: it is not by chance that the dissertation author recommends that universities develop integrated communication strategies;

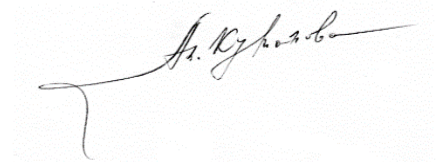
3. It is desirable that the author of the dissertation work in the future also refine some expressions – such as, for example: the misuse of the verb "must" when describing various phenomena – the acceptable form for the academic style is "should";

4. It is mandatory for the dissertation candidate to conduct a general editing of his work for the purposes of its future transformation into a published scientific production – preferably: a monograph...

So – for example, – on p. 215 in the margin of the first scientific-theoretical contribution of the dissertation it is said: „Academic PR is theoretically justified...” (It should be: ... theoretically justified. – Note. A. K.) (the same: and on p. 36 of the author's abstract of the dissertation)...

In conclusion, taking into account the qualitative and contributing aspects of the innovative and completely independent empirical and complex - scientifically-theoretical and scientifically-applied - dissertation research with significant potential for contribution, I give my completely positive assessment of the work and categorically support the awarding of the author Dimitar Veselinov Velichkov the scientific and educational degree "doctor".

Reviewer:



(prof. Ph.D. Alexandra Kumanova)

5.08.2026