

**ЮГОЗАПАДЕН УНИВЕРСИТЕТ „НЕОФИТ РИЛСКИ“ -
БЛАГОЕВГРАД**

СТАНОВИЩЕ

От доц. д-р Славянка Ангелова,
Ръководител катедра „Връзки с обществеността“,
Югозападен университет „Неофит Рилски“ - Благоевград

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 образователната и научна степен „доктор“ по
професионално направление 3.5. Обществени комуникации и
информационни науки; Докторска програма
„ВРЪЗКИ С ОБЩЕСТВЕННОСТТА“

Научен ръководител: Проф. д-р Тереза Тренчева

Обща характеристика на дисертационния труд

Представеният от докторант Димитър Величков дисертационен труд е с общ обем 348 стандартни страници, от които 264 основен текст, библиография, списък на таблиците и графиките, приложения и приноси. Изложението е пропорционално разпределено в три глави.

Дисертацията съдържа всички задължителни елементи за подобен род научна разработка – цел, обект, предмет, научноизследователски задачи, методология на изследването и работна хипотеза, които са ясно и прецизно дефинирани. Представено е състоянието на изследвания проблем. Посочени са ограниченията на изследването и апробация на получените резултати.

Библиографската справка включва 256 литературни източника, което е атестат за задълбочено познаване и проучване на литературата по темата.

Актуалност на дисертационния труд.

Дисертационният труд на Димитър Величков е посветен на проучване и анализиране на академичния PR в условията на динамичното развитие на дигиталните комуникации и нарастващата роля на социалните мрежи като основен канал за обмен на информация и взаимодействие между институциите и техните публики. Трансформацията на медийната среда през последните години промени съществено начина, по който академичните институции изграждат, поддържат и развиват взаимоотношенията си със своите публики. Социалните мрежи се утвърдиха като стратегически комуникационен ресурс, който предоставя възможности за непосредствено взаимодействие с настоящи и бъдещи студенти, преподаватели, изследователи, партньорски организации и широката общественост.

Актуалността на разработката се обуславя и от необходимостта висшите училища да адаптират своите комуникационни стратегии към променящото се информационно поведение на потребителите. Съвременният потребител е активен участник в комуникационния процес, който не само възприема, но и създава, интерпретира и разпространява информация, оказвайки пряко влияние върху институционалния имидж и обществената репутация. Това налага академичният PR да бъде разглеждан като стратегическа управленска функция, основана на двупосочна комуникация, ангажираност и изграждане на доверие.

В условията на глобална конкуренция между университетите, дигитализация на образованието, интернационализация на академичната

дейност и нарастващи изисквания към прозрачност, особено значение придобива необходимостта от ефективно управление на институционалната комуникация. В този контекст успешното присъствие в социалните мрежи се превръща в съществен фактор за повишаване на видимостта на академичните институции, популяризирането на научните резултати и укрепването на общественото доверие.

Актуалността на темата за усъвършенстването на практиките на академическия PR в условията на дигиталната трансформация на обществото е добре обоснована в текста.

Оценка на постигнатите резултати

Дисертационният труд се характеризира с последователна структура и ясна логика между отделните глави и параграфи. Налична е взаимовръзка между теория, емпирично изследване и практически резултати.

Поставената цел на дисертационния труд за теоретичен и емпиричен анализ на академичния PR в условията на модерната дигитална медийна среда и извеждане на ефективен концептуален модел за управление на академичната комуникация посредством социалните мрежи е реализирана чрез изпълнението на няколко основни задачи.

Направена е систематизация на основни концепции, модели и подходи, свързани с академичния PR. Академичният PR е разгледан като специфична форма на институционална комуникация, която в дигитална среда се превръща в стратегически инструмент за управление на доверие, репутация и взаимоотношения с различни публики. В този аспект дисертационният труд разкрива трансформацията от еднопосочен модел на комуникация към интерактивен комуникационен процес. Приведени са примери от различни световни и български университети в подкрепа на изведените тези. Обърнато е внимание на международните и националните регулации за дигитална комуникация и медийна активност, като фактор за ефективно и етично функциониране на дигиталната среда.

Анализът на ролята на социалните мрежи за изграждането на институционална идентичност, както и акцентът върху интерактивността, визуалното съдържание и автентичността на комуникацията, допринасят за по-задълбочено разбиране на механизмите, чрез които академичните институции формират своя публичен образ.

Предложен е модел, който да служи за оценка на ефекта от комуникационни кампании в академичния PR чрез отчитането на три

основни взаимосвързани показателя: информираност, ангажираност и доверие на аудиторията.

Направен е SWOT анализ на дигиталната комуникация на Югозападния университет „Неофит Рилски“, на базата на който са изведени стратегически насоки за оптимизация с реална практическа приложимост.

Проведено е самостоятелно емпирично изследване по темата на дисертацията сред 358 участници, свързани с академичната среда. Данните са обработени чрез статистически разпределения, подробен корелационен и регресионен анализ. В резултат на това са формулирани изводи и са направени препоръки към университетския PR, които очертават цялостен подход към дигиталната комуникация за изграждане на доверие, автентичност и устойчиво присъствие на университета в дигиталното пространство.

Друга значима стойност на дисертационния труд е разработеният на концептуален модел на PR стратегия за висше училище. Този модел интегрира аудитории, комуникационни канали, дигитални инструменти, аналитични и AI технологии и очаквани репутационни ефекти, като предлага приложима рамка за планиране, управление и оценка на академичните комуникации.

Направените изводи и обобщения в края на всяка глава създават допълнителна насоченост на анализа.

В своята цялост, представеният дисертационен труд доказва работната хипотеза, че *ефективното прилагане на академичния PR в дигиталната и медийна среда, включително чрез социалните мрежи, подобрява комуникацията между академичните институции и техните аудитории, укрепва институционалната репутация и доверие и повишава ангажираността на потребителите.*

Приемам за релевантни на текста посочените приноси. Приложени са пет публикации на български (3) и английски (2) по темата на дисертационния труд, две от които са в съавторство с научния ръководител

Авторефератът на дисертацията е направен според изискванията, коректно отразява съдържанието на работата и представя в пълнота използваните методи за изследване и получените резултати.

Критични оценки, забележки и препоръки

Нямам забележки към докторант Димитър Величков. Препоръчвам на продължи със своята научна и практическа работа относно трансформация

на PR практиките в следствие на развитието и усъвършенстването на информационните и комуникационните технологии.

Заключение

Гласувам убедено с „ДА“ за присъждането на образователната и научна степен „Доктор“ на ДИМИТЪР ВЕСЕЛИНОВ ВЕЛИЧКОВ, по докторска програма „Връзки с обществеността“, професионално направление 3.5. Обществени комуникации и информационни науки, област на висше образование 3. Социални, стопански и правни науки.

27.08.2026

Член на журито:

доц. д-р Славянка Ангелова

OPINION

by Assos. Prof. Slavyanka Tomchova Angelova, Ph.D.

South-West University "Neofit Rilski", Blagoevgrad.

on the dissertation thesis of doctoral candidate Dimitar Veselinov Velichkov,
with the dissertation topic „Academic PR in the Modern Media Environment:

Information and Communication Aspects of the User-Social Network
Relationship“,

Professional Field 3.5. Public Communications and Information Sciences,

Advisor: Prof. Dr. Tereza Trencheva, Ph.D.

General Characteristics of the Dissertation

The dissertation submitted by PhD candidate Dimitar Velichkov comprises a total of 348 standard pages, including 264 pages of main text, a bibliography, a list of tables and graphs, appendices, and a statement of the contributions of the dissertation. The exposition is proportionally structured into three chapters.

The dissertation contains all the mandatory elements of a scientific study of this type, including a clearly and precisely defined aim, object, subject matter, research tasks, research methodology, and working hypothesis. The current state of research on the problem under investigation is presented. The study's limitations are identified, and the practical validation of the results obtained is addressed.

The bibliography comprises 256 sources, which attests to the author's extensive knowledge and thorough examination of the relevant scholarly literature.

Relevance of the Dissertation Topic

Dimitar Velichkov's dissertation is devoted to the study and analysis of academic public relations (PR) in the context of the dynamic development of digital communications and the growing role of social media as a primary channel for information exchange and interaction between institutions and their audiences.

The transformation of the media environment in recent years has significantly changed the way academic institutions establish, maintain, and develop relationships with their various audiences. Social media have become a strategic communication resource, providing opportunities for direct interaction with current and prospective students, faculty members, researchers, partner organizations, and the general public.

The relevance of the study is further determined by the need for higher education institutions to adapt their communication strategies to the changing information behaviour of users. The contemporary user is an active participant in the communication process who not only receives information but also creates, interprets, and disseminates it, thereby exerting a direct influence on institutional image and public reputation. This necessitates viewing academic PR as a strategic management function based on two-way communication, engagement, and trust-building.

In the context of global competition among universities, the digitalisation of education, the internationalisation of academic activities, and increasing demands for transparency, the effective management of institutional communication is of particular importance. In this context, a successful presence on social media has become a significant factor in enhancing the visibility of academic institutions, promoting research achievements, and strengthening public trust.

The relevance of the topic concerning the improvement of academic PR practices in the context of the digital transformation of society is well substantiated throughout the dissertation.

Evaluation of the Results Achieved

The dissertation is characterised by a coherent structure and a clear logical relationship between its individual chapters and sections. A consistent interconnection is established between theoretical considerations, empirical research, and practical outcomes.

The aim of the dissertation—to provide a theoretical and empirical analysis of academic PR in the context of the modern digital media environment and to develop an effective conceptual model for managing academic communication through social media—has been achieved through the implementation of several major research tasks.

The dissertation systematises key concepts, models, and approaches related to academic PR. Academic PR is examined as a specific form of institutional

communication which, in the digital environment, has evolved into a strategic instrument for managing trust, reputation, and relationships with diverse audiences. In this regard, the dissertation demonstrates the transformation from a one-way communication model towards an interactive communication process. Examples from various international and Bulgarian universities are provided in support of the arguments presented. Particular attention is also devoted to international and national regulations governing digital communication and media activity as factors contributing to the effective and ethical functioning of the digital environment.

The analysis of the role of social media in building institutional identity, together with the emphasis placed on interactivity, visual content, and authenticity of communication, contributes to a deeper understanding of the mechanisms through which academic institutions shape their public image.

A model is proposed for assessing the impact of communication campaigns in academic PR based on three principal interrelated indicators: audience awareness, engagement, and trust.

A SWOT analysis of the digital communication of South-West University “Neofit Rilski” has been conducted, on the basis of which strategic guidelines for optimisation with genuine practical applicability have been formulated.

An independent empirical study was conducted on the topic of the dissertation among 358 participants associated with the academic environment. The data were processed using statistical distributions, as well as detailed correlation and regression analyses. Based on the findings, conclusions were formulated and recommendations for university PR were developed, outlining a comprehensive approach to digital communication aimed at building trust and authenticity and establishing a sustainable university presence in the digital environment.

Another significant contribution of the dissertation is the development of a conceptual model of a PR strategy for a higher education institution. The model integrates target audiences, communication channels, digital tools, analytical and AI technologies, and anticipated reputational effects, thereby providing an applicable framework for the planning, management, and evaluation of academic communications.

The conclusions and summaries presented at the end of each chapter provide additional focus and direction to the analysis.

Taken as a whole, the dissertation substantiates the working hypothesis that *the effective implementation of academic PR in the digital and media environment, including through social media, improves communication between academic institutions and their audiences, strengthens institutional reputation and trust, and enhances user engagement.*

I consider the stated contributions to be relevant to the content and objectives of the dissertation. Five publications related to the topic of the dissertation are enclosed—three in Bulgarian and two in English—two of which were co-authored with the academic supervisor.

The dissertation abstract has been prepared in accordance with the applicable requirements. It accurately reflects the content of the dissertation and provides a comprehensive presentation of the research methods employed and the results obtained.

Critical Comments, Remarks, and Recommendations

I have no critical remarks or objections concerning PhD candidate Dimitar Velichkov. I recommend that he continue his academic and professional work on the transformation of PR practices as a consequence of the development and advancement of information and communication technologies.

Conclusion

I hereby vote YES with conviction for the award of the educational and scientific degree “Doctor (PhD)” to DIMITAR VESELINOV VELICHKOV, in the doctoral programme “Public Relations”, Professional Field 3.5. Public Communications and Information Sciences, Area of Higher Education 3. Social, Economic and Legal Sciences.

August 25, 2026

Assos. Prof. Slavyanka Angelova, Ph.D.