

**„Дигиталният прелом“ –
еволуция на институционалното дигитално присъствие
във висшето образование**

Мирослава Бонева, Антон Недялков

**“The Digital Leap”: Evolution of Institutional Digital Presence
in Higher Education**

Miroslava Boneva, Anton Nedyalkov

Abstract:

Over a ten-year period (2016-2025), the official blog of the Faculty of Business and Management (FBM) at the University of Ruse underwent a marked transformation – from an event-driven chronicle to a platform for thematic positioning. Drawing on a netnographic analysis of 617 posts, this study examines how the thematic and functional profile of institutional communication evolved across three distinct phases: high-volume event documentation, a pandemic-driven shift toward educational content, and a growing focus on artificial intelligence and digital transformation – a category that recorded a sevenfold increase over the period. These findings inform a three-tier model of digital maturity – operational presence, adaptive functionality, and strategic identity – grounded in empirical data rather than normative prescription, and intended as a practical framework for analyzing and guiding the evolution of institutional digital development in higher education.

Keywords: Digital Maturity, Netnography, Blog Analysis, Higher Education.

For contacts: Dr. Miroslava Boneva, University of Ruse, mboneva@uni-ruse.bg

ВЪВЕДЕНИЕ

Дигитализацията на висшето образование отдавна е престанала да бъде въпрос на технологично оборудване – тя поставя под въпрос самата логика на образователните и комуникационните практики в академичните институции. Факултет „Бизнес и мениджмънт“ (ФБМ) към Русенския университет „Ангел Кънчев“ е показателен пример за тази динамика: за периода 2016-2025 г. дигитализацията тук не се разгръща линейно, а преминава през три качествено различни етапа – от предимно статично онлайн присъствие до съзнателно изграждане на т. нар. „интелигентен факултет“.

Теоретичната рамка на изследването се гради върху концепцията за „дигиталния отпечатък“ като фактор за академичен авторитет. Hookway (2008) аргументира, че блогосферата е надраснала ролята си на периферно явление и днес тя представлява легитимна изследователска среда, в която могат да се проследят реални институционални промени. Тъкмо тази логика стои в основата на понятието „дигитален прелом“ – момента, в който дигиталното присъствие на ФБМ престава да обслужва единствено комуникационни нужди и се намесва в самия образователен процес.

Емпиричната база на изследването обхваща 617 публикации от официалния блог на ФБМ за периода 2016-2025 г. – разглеждани не като комуникационен продукт, а като документален запис на институционалното развитие. Чрез нетнографски анализ (Kozinets, 2019) се търси отговор на въпроса дали нарасналото присъствие на теми като дигитализацията и изкуствен интелект (ИИ) отразява съзнателна стратегия, или просто следва външни тенденции.

ИЗЛОЖЕНИЕ

2.1. Методология на изследването

Методологията съчетава количествен и нетнографски подход. Нетнографията (Kozinets, 2019) е предпочетена като основен аналитичен инструмент поради способността ѝ да изследва систематично дигитално публикувано съдържание в неговия институционален контекст – без да изисква физическо присъствие в изследваната среда. Работейки с публично достъпни дигитални следи като публикациите в блога на ФБМ, тя се оказва особено подходяща за проследяване на институционални трансформации в по-дълги времеви периоди.

Настоящото изследване включва:

- Обект: Пълният архив на блога на ФБМ – 617 публикации за 10 календарни години (2016–2025 г.).
- Единица на анализ: Всяка публикация поотделно, като са отчетени дата на публикуване, тематичен фокус и вид съдържание (текст, мултимедия).
- Аналитичен инструментариум: Разпределението на ключови теми (иновации, международна дейност, ИИ) е изследвано чрез дескриптивна статистика, интерпретирана в светлината на рамката на Schmidt (2007) за блог-практиките като инструмент за управление на институционалната идентичност.
- Класификация: Публикациите са разпределени в четири функционални групи според преобладаващото им съдържание: Група А (събития), Група Б (образование), Група В (дигитализация и ИИ) и Група Г (администрация).

Двата подхода не са успоредни, а взаимозависими: количественият анализ установява разпределението и динамиката на публикациите, а нетнографската интерпретация отговаря на въпроса защо тези промени се случват и какво означават в по-широк институционален контекст. С други думи – числата очертават тенденцията, но смисълът ѝ се извлича от качествения прочит.

Необходимо е да се отбележи, че изследването обхваща само официалния блог и не отчита другите комуникационни канали; класификацията съдържа неизбежен интерпретативен елемент; изводите не могат да се генерализират извън контекста на ФБМ.

2.2. Резултати и анализ на данните

Резултатите от класификацията на 617-те публикации за периода 2016-2025 г. са обобщени в табл. 1. Данните разкриват съществена промяна не само в обема, но и в тематичната структура на институционалната комуникация на ФБМ.

Таблица 1. Динамика и тематична сегментация на информационния архив на ФБМ (2016-2025)

Период	Брой публикации (N=617)	Тематика на новините							
		Събития		Образование		Дигитализация		Администрация	
		Бр.	%	Бр.	%	Бр.	%	Бр.	%
2016-2019	309	253	81,88	31	10,03	13	4,21	12	3,88
2020-2022	165	79	47,88	58	35,15	20	12,12	8	4,85
2023-2025	143	50	34,97	44	30,77	39	27,27	10	6,99

В периода 2016-2019 г. са публикувани 309 материала – най-интензивният етап по брой, съставляващ 50,08% от целия архив. Блогът функционира предимно като хроника на институционалния живот. Това обяснява доминирането на Група

А, която формира 81,88% от съдържанието – публикациите са кратки, новинарски по характер, и следват логиката „всичко, което се случва, се публикува“. Групи Б, В и Г имат сравнително малки относителни дялове – съответно 10,03%, 4,21% и 3,88%. Обемът на Група В (само 13 публикации за четири години) е особено показателен: темите за дигитализация са все още периферни за институционалната комуникация, въпреки че технологичната трансформация в глобален план е вече в ход. Това подсказва реактивен, а не проактивен подход към дигиталните теми в този период.

През 2020-2022 г. броят на публикациите спада до 165 – близо наполовина спрямо предходния период. Причината е очевидна: преустановените конференции и публични събития свиват Група А драстично от 253 на 79 публикации – най-резкият структурен удар върху архива за целия изследван период. Паралелно с това Група Б се удвоява в абсолютна стойност и делът ѝ скача от 10,03% на 35,15% – блогът се превръща в платформа за практически материали, инструкции за платформи и дидактически ресурси, каквито дистанционното преподаване неотложно е изисквало. Нарастването на Група В от 4,21% на 12,12% е също показателно: пандемията ускорява интереса към дигиталната трансформация като тема, не само като практика. Общият спад в обема вероятно отразява и претовареността на академичния състав в условията на извънредното положение. Същественото за този период е, че промяната е реактивна – задвижена от външен „шок“, а не от вътрешно стратегическо решение – което го отличава качествено от следващия етап.

В периода 2023-2025 г. са публикувани 143 новини – най-малко от трите етапа, съставляващи 23,18% от архива. Въпреки това делът на Група В (дигитализация и ИИ) нараства до 27,27% – близо седемкратно увеличение спрямо 2016-2019 г. и повече от двукратно спрямо 2020-2022 г. Едновременно с това оперативните административни съобщения (Група Г) се пренасочват към социални мрежи и използваната платформа за дистанционно обучение Moodle, което освобождава блога за по-аналитично съдържание. Делът на Група А продължава да намалява (от 47,88% на 34,97%) и събитийното документиране губи своята централна роля. Група Б се стабилизира около 30,77%, което сочи трайно утвърждаване на образователното съдържание като редовен елемент от комуникацията. Намаляването на общия обем при нарастващ дял на тематично фокусирани публикации подсказва съзнателна промяна в комуникационната стратегия – от документиране на събития към изграждане на тематична експертност. За разлика от предходния период, тази трансформация не е задвижена от външна криза, а изглежда, че отразява институционален избор.

Разгледани заедно, трите периода очертават нелинейна, но последователна траектория: от екстензивно събитийно документиране, през принудителна функционална адаптация, към целенасочено тематично позициониране. Най-значимата промяна е в съотношението между Група А и Група В – докато в първия период то е 19,5:1 в полза на събитийното съдържание, в третия период то се стеснява до 1,3:1. Това е количественият израз на качествената трансформация, която изследването се стреми да опише.

2.3. Дискусия

Зад промените в тематичната структура на блога стои по-широка институционална преориентация – това е закономерността, която данните от трите периода очертават. Schmidt (2007) и Kozinets (2019) аргументират, че дигиталното присъствие не е просто комуникационен канал, а среда, в която организациите активно управляват идентичността и експертността си. Bond et al. (2020) добавят, че кризисни ситуации могат да ускорят този процес – наблюдение, което периодът 2020-2022 г. във ФБМ нагледно потвърждава.

Предложеният тристепенен модел има свои аналози в литературата. Рамката на Jisc (2024) също разграничава нива на дигитална зрялост, но го прави нормативно – като задава какво институциите трябва да постигнат. Настоящият модел тръгва в обратната посока: той е дескриптивен и емпирично изведен от конкретни данни, което го прави по-скромен по обхват, но и по-честен към доказателствената база.

Данните от ФБМ допълват картината на Bond et al. (2020) с нещо, което единичните кризисни изследвания рядко улавят – дългосрочна перспектива. Пандемичната адаптация се оказва само един епизод от по-дълъг процес, а не негова отправна точка. На тази основа „дигиталният прелом“ се операционализира като дигитална зрялост – степента, в която институцията използва дигиталното си присъствие целенасочено, не само за информиране, но и за изграждане на академичен авторитет (Jisc, 2024), както е описано в табл. 2.

Таблица 2. Трестепенен модел за операционализация на „дигиталния прелом“

Степен	Теоретична обосновка	Практическо състояние
Оперативно присъствие	Блогът функционира като хроника на институционалния живот, осигурявайки базова публична видимост чрез предимно новинарско и събитийно съдържание (Schmidt, 2007).	През 2016-2019 г. събитийното и новинарското съдържание съставлява 81,88% от архива – типична картина за оперативно присъствие.
Адаптивна функционалност	Под външен натиск дигиталните канали се пренасочват към активна подкрепа на обучението и вътрешната комуникация (Bond et al., 2020).	През 2020-2022 г. пандемичният натиск пренасочва блога към образователно съдържание – практически израз на адаптивна функционалност.
Стратегическа идентичност	Дигиталното присъствие се превръща в инструмент за изграждане на академичен авторитет и тематична експертност (Kozinets, 2019; Jisc, 2024).	В периода 2023-2025 г. тематичното фокусиране върху ИИ и дигитализацията носи белезите на институционален избор, а не на реакция на обстоятелства.

Моделът се опира на конкретни измерими индикатори – брой и честота на публикациите, тематично разпределение и дял на аналитичното спрямо новинарското съдържание – което го прави приложим както в сравнителни междуинституционални изследвания, така и като вътрешен инструмент за стратегическо планиране. Данните от ФБМ показват, че дигиталната зрялост изисква съзнателна промяна в това какво и защо се публикува – добра практика, приложима далеч отвъд контекста на ФБМ.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Блогът на ФБМ изминава път от събитийна хроника до платформа за тематично позициониране – процес, разгърнал се в три качествено различни етапа между 2016 и 2025 г. Анализът на 617 публикации показва, че дигитализацията в академична среда не следва предвидим път: тя се ускорява от външни кризи, забавя се при институционално претоварване и се задълбочава само при наличие на стратегическа воля.

Най-осезаемата количествена промяна е седемкратното нарастване на публикациите за дигитална трансформация и ИИ – от 4,21% до 27,27% – съпроводено от спад на събитийното съдържание с близо 47 процентни пункта. Зад тези числа стои съзнателно преосмисляне на ролята на блога като институционален инструмент.

Може би най-важният извод е разграничението между реактивна и проактивна трансформация: кризите могат да катализират промяна, но не могат да я заменят.

Предложеният тристепенен модел – оперативно присъствие, адаптивна функционалност и стратегическа идентичност – операционализира „дигиталния прелом“ като понятие, което е едновременно емпирично обосновано, практически приложимо и количествено измеримо. Дали наблюдаваната траектория е специфична за ФБМ или отразява по-широка закономерност, остава въпрос за бъдещи сравнителни изследвания – включително такива с качествен анализ на отделни публикации.

БЛАГОДАРНОСТИ

Настоящото изследване е проведено в рамките на проект 2025-БМ-01 „Трансформация на социално-икономически системи чрез интеграция и дигитализация“, финансиран от Фонд „Научни изследвания“ на Русенски университет „Ангел Кънчев“.

ЛИТЕРАТУРА

- 1) Факултет „Бизнес и мениджмънт“. (2016-2025). *Информационен архив на ФБМ – Новини* [Блог]. <http://newsfbm.blogspot.com/>
- 2) Bond, M., Marín, V. I., Dolch, C., Bedenlier, S., & Zawacki-Richter, O. (2020). Emergency remote teaching in higher education: Mapping the first global online semester. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 17(1), 1-24.
- 3) Hookway, N. (2008). Entering the blogosphere: Some strategies for using blogs in social research. *Qualitative Research*, 8(1), 91-113.
- 4) Jisc. (2024). *Jisc building digital capabilities framework: The six elements defined*. <https://repository.jisc.ac.uk/9459/>
- 5) Kozinets, R. V. (2019). *Netnography: The essential guide to qualitative social media research* (3rd ed.). SAGE.
- 6) Schmidt, J. (2007). Blogging practices: An analytical framework. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1409-1427.