

**Научен отзив за Международната научна конференция
„Комуникация във времена на глобални кризи“
СЕРГЕЙ ТОДОРОВ**

**Conference Report on the International Science Conference
“Communication in Times of Global Crises”
SERGEY TODOROV**

e-mail: sergtod@gmail.com

ORCID: 0009-0009-1419-7936

DOI: <https://doi.org/10.60060/MLg.2025.17.121-125>

Резюме: Научен отзив за Международната научна конференция „Комуникация във времена на глобални кризи“

Ключови думи: комуникация, кризи, връзки с обществеността, AI

Abstract: Conference report on the International Science Conference “Communication in Times of Global Crises”

Keywords: communication, crises, public relations, AI

На 28 и 29 ноември 2024 г. в Софийския университет „Св. Климент Охридски“ се проведе Международната научна конференция на тема „Комуникация във времена на глобални кризи“. Форумът бе организиран по повод 30-годишнината от създаването на специалността „Връзки с обществеността“ и самата катедра. Провеждането на научното събитие бе осъществено от Дияна Петкова, ръководител на катедра „Комуникация, връзки с обществеността и реклама“ към Факултета по журналистика и масова комуникация, по проект за организиране на международен форум към Фонд „Научни изследвания“ при Министерството на образованието и науката с договор № КП-06-МНФ/35 от 2024 г.

В рамките на конференцията се срещнаха утвърдени международни учени, преподаватели и експерти от различни направления, които разгледаха трансформациите в комуникационните практики в контекста на глобалните кризи.

В рамките на общо дванадесет пленарни сесии бяха представени 82 научни доклада – 33 от чуждестранни и 44 от български участници. Присъстваха изследователи от Франция, Австрия, Обединеното кралство, Испания, Италия, Унгария, Словакия, Косово, Румъния, Украйна, Кипър, Турция, Израел, Обединените арабски емирства, Индия и Пакистан. Проф. д-р Дияна Петкова започна с думите, че ролята на специалиста по връзки с обществеността е съществена за поддържането на демократични и етични комуникационни процеси в съвременното общество.

В първия ден акцентите очертаха проф. Жил Руе от Версайския университет „Сен Кантен ан Ивелин“, Франция, който говори по темата „Етика, дигитализация и комуникация“, проф. Йорг Матес от Университета във Виена, Австрия, с изследване, озаглавено „Зелена сделка или Greenwashing? Разбиране на ефектите от съобщенията за околната среда“, проф. Вихрен Бузов от Великотърновския университет, който разгледа етичните аспекти на кризисните комуникации, доц. Олена Чукурна и доц. Тетяна Тердаскина от Държавния университет за IT технологии и телекомуникации в Одеса, Украйна, които обсъдиха стратегия за маркетингови комуникации за ефективно популяризиране на IT продукти в дигиталната икономика, проф. Дияна Петкова от ФЖМК на СУ, която противопостави виртуалната на AI реалност, доц. Икер Мерчан от Университета на страната на баските в Билбао, Испания, който продължи дискусията за AI и проф. Тевхиде Сера Гюрпе и доц. Махбобех Абдолрахман от Университета на Шариа, ОАЕ, които поставиха проблема за емиратските жени пиар специалисти. В рамките на девет тематични сесии бяха представени общо 45 изследвания, разглеждащи широк спектър от теми: предизвикателствата в публичната комуникация (проф. Норберт Врабец, Търнава, Словакия, доц. Стела Ангова, УНСС, гл. ас. д-р Десислава Сотирова, ФЖМК, д-р Радослава Микова,

ФЖМК, доц. Мария Николова, УНСС); практическите измерения на публичната комуникация (проф. Хасан Салиу, Косово, доц. Вера Качинова и проф. Славомир Галик, Словакия, доц. Стела Райчева, Франция, гл. ас. д-р Йордан Карапенчев, ФЖМК, д-р Росица Филатова, ФЖМК), медийните репрезентации на личността (проф. А. Ф. Матю, Индия, проф. Реза Ведадипур, Англия, проф. Рабиа Ноор, Пакистан), кризисната публична комуникация (проф. Минка Златева, ФЖМК, проф. Венцеслав Бондигов, ФЖМК, проф. Петранка Филева, ФЖМК, доц. Христина Христова, ВТУ, доц. Вилян Кръстев, ИУ-Варна), връзките с обществеността по време на глобални кризи (проф. Любомир Стойков, ФЖМК, доц. Мила Серафимова, ФЖМК, доц. Вяра Ганчева, БАН, Мая Няголова, практик, гл. ас. д-р Стилиа Фелиси Паунова, ФЖМК), кризисната комуникация в пиара, журналистиката и езиковите им практики (проф. Андреана Ефтимова, ФЖМК, доц. Орлин Спасов, ФЖМК, ас. Трейси Спийд, ФКНФ, доц. Гергана Падарева-Илиева, ЮЗУ, доц. Йордан Ефтимов, НБУ), проблеми на брендирането и рекламата (доц. Александър Христов, УНСС и ФЖМК, доц. Олена Чукурна и д-р Олександра Степова, УИТТ в Одеса, проф. Олексий Кокориев, УИТТ в Одеса, доц. Жана Попова, ФЖМК, доц. Мирослава Ценкова, ФЖМК, Силвия Костова, PR-експерт, ас. Диляна Кирковска, ФЖМК, д-р Сахра Озтюрк, независим изследовател, Турция, доц. Никола Вангелов, ФЖМК), медиите, войните и кризите (проф. Славомир Галик и доц. Сабина Галикова-Толнайова, Словакия, доц. Ралица Ковачева, ФЖМК, доц. Франческа Вакарели, Италия, доц. Мира Моше, Израел, доц. Светлана Станкова, ФЖМК, доц. Виктория Сикорска и гл. ас. д-р Дарина Стоянова, НМУ в Одеса, доц. Юрипидис Антониадис, УТ в Кипър, д-р Гентиана Скура, Англия).

Тематичните акценти в панелите паднаха върху адаптацията на бизнес модели в условията на цифрова трансформация на медийната индустрия; кризисните комуникации в публичния сектор; стратегии за

управление на репутация в социалните мрежи; дезинформацията и нейното въздействие върху общественото мнение, стратегии за управление в социалните мрежи, промени във връзките с обществеността в период на глобални кризи.

Особено внимание бе отделено на технологичните аспекти на комуникацията, с фокус върху изкуствения интелект (AI) и Deepfake технологиите в контекста на ерозиращото доверие в медиите. Докладите разглеждаха както рисковете, така и перспективите на тези иновации при управление на комуникационни конфликти.

Сред тематичните направления, оформили се в рамките на форума, се открояват: етичната регулация на дигиталната комуникация; стратегическите измерения на кризисния PR в глобален контекст; съвременната еволюция на връзките с обществеността и ролята на ценностите в условията на технологично обусловена комуникационна среда. Представените разработки предложиха актуализирани научни данни и аналитични модели за интерпретация на съвременните комуникационни процеси.

Учени дискутираха въпросите за равенството между половете в глобална перспектива. В рамките на няколко доклада бяха представени изследвания върху преживяванията на жени специалисти по „Връзки с обществеността“ от Обединените арабски емирства, изобразяването на палестинските жени в холивудската киноиндустрия, както и критични анализи на т.нар. колониален феминизъм. Тези приноси откриха значението на интерсекционалния подход в съвременната комуникационна наука.

Вторият ден на конференцията премина в три сесии, включващи 26 доклада, които разглеждаха теми като комуникационни стратегии във време на въоръжени конфликти, чуждестранна информационна намеса, политическа поляризация и популизъм. Интерес предизвика доклада на проф. Славомир Галик от Университета „Св. св. Кирил и

Методий“ от Търнава на тема „Медийната матрица, нейното влияние и съвременната обществена криза“. Особено внимание предизвика изложението на проф. А. Ф. Матю от Института по мениджмънт в Керала, което беше свързано с популизма и поляризацията в Индия, като докладът предизвика изключително оживена и продуктивна дискусия, в която изразиха мнението си голям брой от гостите и участниците в академичния форум.

В рамките на конференцията беше проведен докторантски семинар. Докторантите допълниха научната картина с актуални емпирични изследвания. Бяха представени разработки от Унгария и Украйна в областта на маркетинговите комуникации и социалните медии. Представителите на ФЖМК от СУ „Св. Климент Охридски“ акцентираха върху проблематиката на дезинформацията в контекста на публичната комуникация, политическия PR и кризисните практики при реални казуси, като протеста на зърнопроизводителите през 2024 г.

Организаторите предвиждат публикуването на научен сборник, включващ рецензираните доклади на участниците, с цел разпространение на резултатите от форума в национален и международен контекст.

Сергей Тодоров е докторант в катедра „Комуникация, реклама и връзки с обществеността“ на Софийския университет „Св. Климент Охридски“.

Sergey Todorov is a PhD student at “Communication, PR and Advertising”, Sofia University “St. Kliment Ohridski”.