

Анотации

на представените материали

на д.н. Пламен Атанасов Атанасов

за участие в конкурс за академична длъжност „Доцент“

в научно направление 9.1. Национална сигурност,
обявен от Пловдивски университет „Паисий Хилендарски“,
ДВ, бр. 32/09.04.2024 г.

I. Монографии и самостоятелни глави в колективни монографии

1. Хабилитационен труд – публикувана монография в съответната научна област

1.1. Атанасов, Пламен. *Въпроси на публичната дипломация и сигурността. Поглед към българо-македонските отношения през 1991–2024г.* (научни рецензенти доц. д-р М. Димитров, доц. д-р М. Нинов, научен ред. д-р Ст. Станев). Пловдив: Макрос, 2024. ISBN 978-954-561-613-6.

В информационно доминираното ежедневие на 21-ви век, в света на външната политика и на международните отношения все по-активно се говори за публична дипломация и нова публична дипломация. Двата конструкта се очертават като определящи фактори за договаряне на политики и за прокарване на интереси в чужди държави. Причината е, че обществото се развива и придобива все по-съществена роля в международните отношения. Те, в частта им на външнополитическото отнасяне и на обществено-политическите ефекти, са изследвани посредством предмета на дипломацията, като акцент е поставен върху публичната дипломация, новата публична дипломация и дигиталната дипломация. Обектът и предметът са разбирани и изследвани в перспективата на сигурността. Работата е подчинена на разбирането, че държавата и обществото в нея образуват социална система и хората формират тази система в името на постигането и опазването на постигнатото ниво на сигурност. Отчетено е, че в съвременния, информационно доминиран свят на 21-в век, по външнополитическите въпроси не протича комуникация единствено между властите от различни държави. Днес международните отношения се комуникират помежду си обществата на държавите, че и отделните членове на обществата.

Проблемността е илюстрирана в светлината на отношенията между Р България и Р Македония (от 2018 г. насам РС Македония). Основното измерение на проблема е очертано в рамката на произтичащите колизии във външнополитическите отношения поради опитите за изкуствено създаване на нация на принципа, че хората населяват една историко-географска област; и негативни ефекти като език на омразата, подмяна на историческото минало и физическо насилие срещу правото на национално самосъзнание.

Целта на работата не е да открие обекта на научното търсене като уникално предизвикателство пред сигурността или като прецедент в международните отношения, а по-скоро е насочена към замисъла, въпросните отношения да се представят в конвергентно-дивергентната цялост на контекста на актуалната дипломатическа практика.

За постигането на така формулираната цел, фокусът е поставен върху масовата комуникация. В същото време е съобразено обстоятелството, че комуникацията е понятие с твърде пространен обхват, която се помещава от техническия до социалния контекст. Поради това комуникацията е разбирана в частта ѝ, която протича между индивидите, вътре в социалните системи и между социалните системи. В рамките на това ограничение, като подходяща теоре-

тична база е видяна Теорията Никлас Луман за комуникацията на социалните системи. Държавите и съответстващите общества са изследвани в качеството на социална система, която хората създават в контекста на сигурността. Прието е, че такива системи „плуват“ в океан от информация, който се явява заобикаляща ги среда, в която изпращат или от която възприемат пакети с информация (информационни отпечатъци).

Акцентът в изследването е ориентиран към комуникационните измерения на дипломатията, разбирана като основен инструмент както във външната политика, така и в обществено-политическите отношения. Отчетена е близостта между трите селекции (съобщаване, информиране, разбиране), в които Н. Луман разбира комуникацията и основните функции на публичната дипломатия (информиране, разбиране и влияние).

В научното търсене е приложен феноменологичен подход. Изследването е проведено в следната последователност:

В първата глава, от гледна точка на поставената цел, са описани чертите на обекта и на предмета, като особено внимание е отделено на значението на обществено-политическите отношения между хората. Подчертано е, че в света на киберпространство, на интензивно пътуване и на свобода от биполярни политически ограничения, комуникацията върху която се градят съвременните отношения, се превръща във все по-важен фактор за дипломатията, а от там и за външнополитическото отнасяне между държавите. Във връзка с това вниманието е насочено към публичната дипломатия, както и върху свързаните с комуникацията методи в дипломатията.

Втората глава е посветена на новата публична дипломатия и на дигиталната дипломатия. Поради определящата свързаност с публичната комуникация, са представени влиятелни теории за комуникацията като тези на Никлас Луман и Пол Лазарсфелд.

В третата глава анализът е завършен като е изследвана средата, която океанът от информация осигурява за външнополитическите отношения на Балканите. Фокусът е поставен върху държавите от югоизточната част от полуострова и включва Р. България, РС Македония, Р. Сърбия, Р. Гърция и Р. Албания. Отчетено е също така и външнополитическото влияние на руски и други интереси в региона. Акцент е поставен върху отношенията между Р. България и РС Македония. Съобразно плана на научното търсене са изведени резултати, както и пропуски, които се открояват в качеството на комуникационни разминавания.

Погледът през призмата на така конструираната комуникационна рамка разкрива българо-македонските отношения в специфична светлина и извежда наяве акценти, които са осезаеми, но поради една или друга причина, описването на тежестта им като фактори е пораждало трудност.

2. Публикувана монография, която не е представена като основен хабилитационен труд по предходна или текуща процедура и не представяна при защита на научна степен „доктор на науките“.

2.1. Атанасов, Пламен. *Репутационните кризи онлайн*. София: Авангард Прима, 2018. ISBN 978-619-239-004-4; ISBN 978-619-239-028-0 (pdf); ISBN 978-619-239-027-3 (ePub)

Научната монография анализира актуални страни от онази част на репутационните кризи в организациите, която се заражда или намира отзвук в посока на разширяването на комуникационното пространство към уеб-базираната среда. Монографията е развита в интердисциплинарен план и естествено продължение и разширение на изследователското търсене в областите на различни науки като социалната психология, науката за масовата и междуличностната комуникация, за медиите, ПР, за кризите, за управлението и др. Изследвани са черти в уеб-контекста на общуването, които спрямо организационната репутация притежават характера на кризисни фактори. Спецификата, обхващаща амбивалентни според проявите си процеси.

Монографията защитава хипотезата, че за организациите репутационните кризи са специфични по произход, имат характерен ход на протичане и са относително управляеми.

Сложният феномен на репутацията е разкрит върху основа на научни разработки на М. Петров, Е. А. Капитонов и Е. А. Капитонов, Ст. Нок (S. Nock) и др. Репутацията е представена като специфична форма на колективно споделена перцепция. Акцентирано е, че под натиска на интернет, за репутацията възникват нови заплахи, а старите придобиват нов потенциал. Относителната управляемост на репутационните кризи е изследвана в светлината на така наречените: „Теория за имиджо възстановяващия дискурс“ (Theory of Image Repair Discourse) и „Ситуационна кризисна комуникационна теория“ (Situational crisis communication theory (SCCT)), представени в теоретичните разработки на У. Беноа, У. Т. Куумс и Ш. Холада (W. Benoit, W. T. Coombs, Sh. Holladay). Използвани са и научни разработки на Т. Петев, З. Райков, Ч. Христов, М. Кастелс, Д. Бойд и Н. Елисън (Danah Boyd, M., Nicole Ellison, B.), Г. Дерменджиева, Я. ван Дийк (J. van Dijk) и др.

Представен е вторичен преглед на статистически данни от Евростат, на Национален статистически институт на Р България, на авторитетни класации като тази на сп. Форчън (Fortune) и др. източници. Анализирани са медийно съдържание от нови и традиционни медии. Описани са примери.

В **първа глава**, в светлината на общите кризисни теории и комуникационната зависимост, е въведено съдържанието на организационната репутация и репутационните кризи. Уточнени са използваните термини. По отношение на репутацията и съпътстващите я кризи са представени основните разлики между търговските компании и институциите. Репутационните кризи са обвързани както с последващите материални загуби, така и с управлението на организацията и с виталния стадий, в който се намира тя. Заплахите за организацията са разделени на външни, причинени от хакери, тролове, слухове, и вътрешни, предизвикани най-вече от управленски грешки. Изведена е ролята на слуха като специфична репутационна заплаха, която намира качествено нов прием в общуването по каналите на интернет.

Втората глава е посветена на уеб контекста, който присъства в кризисните процеси, засягащи репутацията. Очертани са кризисни фактори като интензивността на онлайн базираната комуникация, свръхкомпресирането на информация (кражби на данни от швейцарски банки), глобализирането и многократното увеличаване на връзките („Панама лийк“) и др. Конкретно място е отделено на случая „Кеймбридж аналитика“, като фокусът е поставен върху опасната тенденция за събиране и обобщаване на данни от профилите в социалните онлайн мрежи, използването на тези данни за психометрия, за фабрикуване и насочване на конкретни дезинформиращи послания към предварително микротаргетирана аудитория. Посочени са предимствата и недостатъците в корпоративния сайт, блог и др. Представена е важната роля на корпоративния сайт по време на криза.

Третата глава е ориентирана към практически въпроси. Разкрито е влиянието върху организационната репутация, което оказват астротърфингът, тайното лобирание, прикриването на обществено значима информация и др. Засегнати въпроси на лидерството и вътреорганизационното поведение. Изяснени са механизми за рефлексии върху нагласите, а от там и върху активността на участниците в пазара на ценни книжа, по време на избори и др. Разработена е методика за организиране и провеждане на мониторинг на медийната среда за наличие на предпоставки за репутационни заплахи.

В **четвъртата и петата глави** са изследвани кризисната комуникация и промените, предизвикани от навлизането на интернет. Специално място е отделено за компютърните вируси, хакерите и троловете. Подбудите за хакерството са обособени в пет типови групи. Разработени са модели за хакерско и тролско действие, които показват механизма на прокарване на чужди намерения, според който масовите нагласи и настроения се моделират в предварително режисирана посока. Засегнати са въпроси за кризисните последици от нарушаването на Правото да бъдеш забравен, от използването на Големи бази данни и др.

Резултатът от научното изследване в монографията намира израз в обобщенията, че:

- репутационните кризи са обособен конструкт в кризисното поле;
- репутационните кризи са силно зависими от комуникацията, но по този параметър са неделими между уеб пространството и извън него;
- заплахите за масовото възприемане на организацията са външни (слухове, тролове, хакери) и вътрешни (управленски грешки), а дискурсът в уеб пространството все по-често се оказва достатъчна среда за поява, развитие и овладяване на репутационна криза.

В края на монографията е публикуван **Речник на използваните термини**.

Няколко месеца след публикуването на монографията избухна скандал около дейността на „Кеймбридж аналитика“ и връзките ѝ с Фейсбук. Това развитие категорично потвърди получените резултати, като показва основателността и приложимостта на направените прогнози и изводи.

Самостоятелни глави:

2. Христов, Чавдар, Боян Георгиев, Ина Бачева, Калин Калинов, Петър Кърджилов, Пламен Атанасов, Христина Славова [колективна монография], науч. ред: Ч. Христов, М. Цветкова. **Управление на репутационни кризи**. София: ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“, 2017, ISBN 978-954-8194-91-4; ISBN 978-954-8194-89-1 (pdf); ISBN 978-954-8194-90-7 (ePub) (<http://www.newmedia21.eu/content/2018/03/UprRepCrizi-2017.pdf>)

В колективната монография, чрез самостоятелно написани от авторите глави са представени проблеми, свързани с кризисната комуникация и с управлението на репутационни кризи. Монографията е обобщен израз на резултати от изследванията по докторски програми във Факултета по журналистика и масови комуникации на СУ „Св. Кл. Охридски“ по специалностите „Кризисен мениджмънт – управление на репутационни кризи“ и „Кризисен ПР“, водени от проф. д-р Ч. Христов. Книгата е издадена с помощта на Фонд „Научни изследвания“ на СУ „Св. Кл. Охридски“ и е сред заглавията, препоръчвани при изучаването на съответните дисциплини.

Публикуваните глави, които попадат в обхвата на настоящото резюме са:

2.1. Атанасов, Пламен. **Компютърните вируси и защо страда организационната репутация**. В: Христов, Чавдар ... и др. [колективна монография], науч. ред: Ч. Христов, М. Цветкова. **Управление на репутационни кризи**. София: ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“, 2017., с. 143-154.

Главата представя компютърните вируси. Разкрита е ролята им на универсален инструмента за блокиране на вътрешната и външната онлайн свързаност на корпорацията или институцията. Актуалността е породена от днешните условия, в които значителна част от обмена на съобщения между организацията и заинтересованите публики протича по каналите на Голямата мрежа. С помощта на примери е доказано, че същите тези канали се блокират и целенасочено – когато се търси постигането на конкретни щети, и хаотично – с цел да се прикрият следите и истинската мишена на вирусната интервенция. От гледна точка на репутационните кризи определящата функционалност на вирусите е обоснована не толкова с обстоятелството, че те прекъсват контакти на организацията със заобикалящите публики, колкото, че силно подкопават общественото доверие в способностите и в експертния потенциал на корпорацията или институцията да поддържа адекватна на днешните комуникационни условия свързаност. Като Приложение е представен примерен правилник „Вътрешни правила за използване на интернет“.

2.2. Атанасов, Пламен. **Слуховете като външна заплаха за репутационна криза**. В: Христов, Чавдар ... и др. [кол. мон.], науч. ред: Ч. Христов, М. Цветкова. **Управление на репутационни кризи**. София: ФЖМК, СУ „Св. Кл. Охридски“, 2017, с. 131-142 .

В главата е представен критичен анализ на слуховете като един от най-старите

начини за разпространяване на информация и като един от водещите причинители на срывове в репутацията. Слуховете са разкрити в качеството им на комуникационна практика, която води до създаване на неизвестност по значими за аудиторията събития. Очертани са и механизми за противодействие. Използвани са концепцията на Р. Хан (R. Knapp) и тази на Г. Олпорт и Л. Постман (G. Allport, L. Postman), както и разработки на Ж. Н. Капферер (J.-N. Kapferer). Акцентът е поставен върху свойството на слуховете да подтикват към активно социално действие в неочаквана и най-често различна от необходимата, търсената и полезната и за обществото, и за организацията посока. Обосновано е твърдението, че с навлизането на интернет в значимите сфери на публична комуникация и с медиатизирането на съвременното ни общество проблематиката придобива още по-висока актуалност, тъй като слуховете бързо повишават неопределеността в колективната percepция. В заключение е обобщено, че това качество превръща слуховете в мощен инструмент за предизвикване на репутационни кризи.

II. Доклади и научни статии

1. Статии и доклади, публикувани в научни издания, реферирани и индексирани в световноизвестни бази данни с научна информация

1. Atanasov, Plamen. **Persuasion potential: assessment through differences between the complexity of texts, generated with ChatGPT 3.5, and texts from traditional media.** 2024 International Conference on Information Technologies (InfoTech-2024), 2024. (indexing in Scopus)

Атанасов, Пламен. Убеждаващият потенциал: Оценяване въз основа разликите в сложността на текстове, създадени с помощта на ChatGPT3.5 и текстове от традиционни медии.

Потенциалът за убеждаване е неизменна част от социалното взаимодействие. В изследването, посредством индекса Гънинг-фог количествено са сравнени текстове, създадени с ChatGPT 3.5 и текстове от авторитетни информационни агенции по една и съща тематика. Изведена е статистически значима разлика в сложността на текстовете. В хода на изследването е отчетена зависимостта между нивото на образованост на читателите и потенциалът за възможно убеждаване.

2. Статии и доклади, публикувани в нереперирани списания с научно рецензиране или публикувани в редактирани колективни томове

1. Атанасов, Пламен. **Хакери и тролове в мрежовата система.** В: Сборник доклади от годишна университетска научна конференция, 20-21 октомври 2016 година, Електронно издание, Велико Търново: Издателски комплекс на НВУ „Васил Левски”, ISSN 2367-7481, 2016, стр. 610-619

Докладът изследва хакерите и троловете, които, редом с напредъка на глобализацията и с интензивното използване на интернет, бързо се налагат като агресивни участници в онлайн комуникацията. Акцентът е поставен върху мрежовите отношения в глобалното уеб пространство. В работата е предложен модел на действията на хакери и тролове в глобалното уеб пространство. Докладът акцентира върху вредите, които изследваните интернет играчи са в състояние да нанесат върху мрежата на системата.

2. Атанасов, Пламен. Място и роля на интернет при изграждането на социална

перцепция. В: Пейчева, Д., Миленкова, В. (съставители) Дигитализация и социални трансформации. Благоевград: ЮЗУ „Неофит Рилски“, 2017, ISBN 978-954-00-0113-5, с.158-166.

В доклада са представени част от резултати от проведено социологическо изследване. Застъпена е хипотезата, че участието на студенти в социалните мрежи не е обвързано с желание за интеракция с интелигентно персонално устройство, а с необходимост от осъществяване на бърза и високоефективна свързаност. В работата частично е обоснована експресията от възможности за формиране и за промяна на активности и приоритети при изграждане на социална перцепция. Изробозвани са: контент-анализ на съдържанието в популярен онлайн форум, непредставително, проведено чрез пряко допитване (не онлайн) анкетно проучване в пет наши университета и сравнение на данните с отговорите на група френски студенти. Контент-анализът показва, че 54,2% от коментарите утвърждават, че зависимостта от интернет е постоянна. Според данните от анкетата повече от 50% от участниците притежават повече от един профил в социалните мрежи, но в 80% от случаите образованите млади хора предпочитат прекия контакт (лице в лице) за информиране относно личност. В същото време, когато се отнася за индустриална или търговска компания, 49,2% от анкетираните у нас и 79,4% от анкетираните във Франция избират корпоративния сайт. Установеното различие подсказва наличие на проблеми при създаването и използването на корпоративен сайт от компаниите у нас. Достигнато е заключението, че относно информационните канали трансформационните процеси са динамични и незавършени.

3. Атанасов, Пламен. **Слуховете в Интернет като част от днешните пропагандни техники.** В: Сборник доклади от годишна университетска научна конференция, 1-2 юни 2017 година, НБУ „В. Левски“. Велико Търново: Издателски комплекс на НБУ „Васил Левски“, 2017, ISSN 1314-1937, стр. 86-92.

Слуховете са един от най-старите начини за комуникиране. Въпреки това, те еволюират в комуникационната реалност на днешната веб-реалност. Нараства техният потенциал за разпространяване и за влияние върху общественото мнение. В доклада са описани някои от механизмите по които слуховете действат онлайн.

4. Нинов, Мариан, Пламен Атанасов. **Практико-приложни подходи за използване на Големи данни (big data) за разузнавателни цели.** В: Годишник на Факултет „Национална сигурност и отбрана“ на ВА „Г. С. Раковски“. София, 2017, ISBN 978-954 -9348-92-7, с. 124-129.

Разглежда се общата проблематика на обработката на големите данни с цел извличане на полезна информация. Излагат се принципните особености на тази обработка, както и ползвани за целта софтуерни продукти. Предлагат се възможни практико-приложни подходи за информационната дейност на разузнавателните организации.

5. Atanasov, Plamen. **Online vs. Traditional Media in the Communication of Young Educated People.** In: Social change in the global world, Proceedings 4th international scientific conference, Shtip, Goce Delcev University. Stip: Goce Delcev University, ISBN 978-608-244-423-9, 2017. pp 1267-1280.

Атанасов, Пламен. Онлайн vs. традиционни медии в комуникацията на младите образовани хора.

В доклада е представен вторичен преглед на резултати от статистическо изследване. Акцентирано е върху причините, поради които младите образовани хора използват новите и традиционните медии. Използван е методът на непредставителна пряка анкета в хомогенна извадка. Разкрито е, че сайтове, социални онлайн мрежи, вестници, радио и телевизия се ползват едновременно като източник на съобщения, както и че новите медии не доминират по отношение на въздействието на масовата комуникация, а заедно с традиционните издания задоволяват конкретни страни (навременност и достоверност) на потребността от осведомяване. Достигнато е заключението, че двата вида медии (традиционни и нови) участват паралелно в днешните социални взаимоотношения.

6. Атанасов, Пламен. **За някои етични проблеми и истината в Големите данни. Кеймбридж аналитика и фалшивите новини.** В: Сборник от доклади на Научна конференция 19 – 20 април 2018 г. Факултет "Авиационен" НБУ „В. Левски“- Долна Митрополия, 2018, ISBN 978-954-713-114-9, с. 380-386.

В доклада са очертани етични проблеми, предизвикани от измененията в ежедневието. Застъпена е хипотезата, че дигитализацията, Голямата мрежа и напредването на глобализацията предизвикват критични промени в мисленето и изискват актуализиране на философското разбиране за етика и истина, което днес се прилага в отношението към новостите. Предметът на анализа е ограничен в полето на Големите данни, фалшивите новини и логиката в случаи като този с дейността на „Кеймбридж аналитика“. Актуалността на темата е продиктувана от обстоятелството, че макар и в условия на почти глобализиран свят, хората все по-трудно уеднаквяват позициите си от гледна точка на разбирането, което влагат в категории като „добро“ и „зло“. Променят се социални ценности, които доскоро са приемани за устойчиви в културната, етническата и географската си обособеност, сменят се социални роли и др. Методологическият подход е основан на философски концепции от античността до тези на М. Хайдегер (M. Heidegger) и Ю. Хабермас (J. Habermas), както и на използването на съществуващи разработки от полето на комуникацията и кризите. Използвани са и публично достъпни материали в медиите. Представен е алгоритъм за генериране на фалшиви новини и е обоснована ролята на Големите данни в този процес. Макар и частично е обоснована необходимостта от нов поглед върху познатите вече философски концепции за свързването на етиката с добродетели, дълг и ценности.

7. Нинов, Мариан, Пламен Атанасов. **Място и роля на комуникацията в хибридните войни.** В: Сборник научни трудове от международна научна конференция в НБУ „Асиметрични заплахи, хибридни войни и влиянието им върху националната сигурност“. София: Изд. НТС по машиностроене – индустрия 4.0, 2018, ISBN 978-6 1 9-7383-09-6, стр. 145-152.

В доклада е изследвано мястото на комуникацията сред инструментите на хибридната война. Анализирани са характеристиките на съвременните комуникационни механизми при хибридната конфронтация. Достигнат е изводът, че комуникацията е съществен и водещ елемент от съвременните хибридни войни.

8. Atanasov, Plamen. **Fake News between Artificial Intelligence and Credibility.** In: Social

change in the global world, Proceedings 5th international scientific conference, Shtip, Goce Delcev University. Stip: Goce Delcev University, 2018, ISBN 978-608-244-548-9, pp 1017-1030.

Атанасов, Пламен. Фалшивите новини между изкуствения интелект и доверието

Докладът изследва проблеми на медийната изява, която днес е изместена към уеб-измерението в социалното взаимодействие. Това създава нови фактори на средата. Доказана е необходимостта от адекватна реакция спрямо част от тези фактори: изкуствения интелект, доверието и така наречените „фалшиви новини“. След преглед на присъствието на темата в медийния дневен ред и след вторичен анализ на някои публично достъпни статистически данни са очертани проблемни области. Те обхващат методическото затруднение от това, че въпреки опасните последици и загрижеността на обществото, няма единно определение зад термина „фалшиви новини“. Тази липса значително усложнява статистическата оценка на явлениято. Показано е, че в наши дни, софтуерните роботи агрегират съобщенията и тестват тяхната надеждност, но такъв изкуствен интелект не е типичен за журналистическата практика и води до негативни последици. От друга страна, създаването на институция за тестване на надеждността на публикуваните материали също носи проблеми, тъй като представлява потенциална заплаха от едностранно определяне на това какво е и какво не е вярно. Подобно действие би наложило опасна и неадекватна цензура. Достигнато е обобщението, че разрешаването на проблема е в посока на повишаване на доверието в медиите и на убеждаване на обществото във важността на социално отговорното журналистическо представяне на случващото се.

9. Atanasov, Plamen. **Rumour, websites, the family and the media and young people's communication.** In: Rhetoric and Communications E-journal, Issue 34, May 2018 (РЕТОРИКА И КОМУНИКАЦИИ електронно научно списание – ISSN 1314-4464 (<http://rhetoric.bg/rumour-websites-the-family-and-the-media-andyoung-peoples-communication>))

Атанасов, Пламен. Слух, уебсайтове, семейството и медиите в комуникацията на младите хора

Докладът е представен на 4-тата конференция на ЕСТИДИА (4th ESTIDIA (European Society for Transcultural and Interdisciplinary Dialogue) Conference Dialogues without Borders: Strategies of Interpersonal and Inter-group Communication. 29-30 September 2017, Faculty of Philosophy Sofia University "St. Kliment Ohridsky" Sofia, Bulgaria in partnership with Institute of Rhetoric and Communications, Sofia Centre for New Media and Transdisciplinary Dialogue, Constanța). В него са публикувани данни от непредставително емпирично социологическо изследване, което е проведено в хомогенна извадка, под формата на анкета сред доброволно отзовали се студенти от България, Румъния и Франция. Целта на доклада е частично научно обосноваване на настъпилите глобални и глокални промени в комуникацията, както и определянето на тяхната степен на завършеност и на опасността от прокаране на грешки в масовото поведение. Защитена е хипотезата, че уеб сайтовете и социалните онлайн мрежи разширяват пространството на общуване и навлизат в полето на влияние, заемано преди две-три десетилетия от семейството, близкия приятелски кръг или печатните и електронни медии. Научната проблематика е актуална, тъй като определянето на тенденциите в развитието на междуличностната и на масовата комуникация е тясно свързано с ориентировъчните усилия на хората. Обект на изследването са младите хора. Предметът на разработката обхваща и интензивното разширяване на мястото на слуха. Събраните данни показват, че са реорганизирани комуникационните канали. Предпочитането на един или друг източник на информация е

релативно на посоката на търсене - към личности (72,36% предпочитат контакт „лице в лице“) или към организации (59,85% избират корпоративния сайт). Статистически значими различия са регистрирани между отделните държави само в склонността към попълване на онлайн въпросници (23,4% за Румъния и 3,06% за Франция). Отсъствието на статистически значими различия по останалите въпроси е отчетено като потвърждение на напредналата степен на процеса на глобализация. Според резултатите, младите образовани хора от България, Румъния и Франция отдават приоритет на социалните онлайн мрежи и уеб сайтовете, но имат най-високо доверие в традиционните медии. Относно хората от близкото обкръжение, предпочитанието е към пряка комуникация (72,36%) и само малка част от запитаните, почти в равна пропорция, питат семейството, кръга от приятели и социалните мрежи. По-малко от половината (37, 09%) анкетирани са склонни да отговарят на онлайн проучвания. Участниците в допитването са убедени, че в Интернет се разпространяват слухове (98,7%) и само в половината отговори (47,63%) е посочено, че в този тип съобщения се съдържа и истина. Изведено е заключението, че картината, получена от анкетата обосновава като научно оправдано фокусирането на вниманието върху заплахата от използване на нововъзникналите комуникационни канали за микротаргетиране и за манипулиране по оста първоосведомяване/достоверност с цел прокарване на действия с неясна социална отговорност.

10. Атанасов, Пламен. **Вариации върху организационната репутация в среда 4.0 – борба за доверие в условия на комуникационен излишък.** Проблеми на постмодерността, 2019, 9 (2), ISSN 1314-3700, с. 248-269 (Postmodernism Problems, Vol 9. № 1, 2019). Available from: <https://pmpjournal.org/index.php/pmp/article/view/187/171>

Статията изследва актуални страни от социалните изменения след развитието на технологиите и комуникацията през последните няколко десетилетия. Засегнати са проблеми на организационната репутация, публичната комуникация и доверието, изкуствения интелект и отношенията в социалните мрежи. Доказано е, че измененията вече отчетливо формират сложна среда на взаимоотношения, в която организациите представят визията и поведението си в условия на комуникационен излишък. Използвани са съществуващи научни разработки (G. Bentele, St. Nock, K. Schwab, A. Кутан, St. Howking и др.), интердисциплинарен прочит на достъпна в медиите информация, както и вторичен статистически поглед върху различни социологически проучвания (Mitek and Zogby Analytics, World-statistic.org). Целенасочено са очертани тенденции, които поставят пред науката и практиката актуални въпроси относно привличането на аудиторно внимание и генерирането на доверие. Резултатите показват, че конфликтните прояви не са последица само от формалната поява на интернет, а също и от натиска на културни, технологични, икономически, политически, демографски и други фактори. В тези условия организациите все по-често се затрудняват, но не при оцветяването на своите действия и намерения в благоприятни тонове, а при убеждаването на аудиторията, че получената картина заслужава внимание. Регистрирано е и осъзнаване, че започват радикални изменения. Достигнато е заключението, че във възникващата среда 4.0 се очертават насоки към преосмисляне на елементи от социално отговорното поведение, към засилена креативност и прагматичност в комуникацията на организациите, както и към усилия за завоюване на доверие във все по-малки социални субформирования.

11. Атанасов, Пламен. **Изкуственият интелект в контекста на онлайн комуникацията: Предизвикателство към “Принципа за безопасност”.** Медии и обществени комуникации . София: Изд. УНСС; Алма комуникация [online]. 2019, №42 . ISSN 1313-9908. Available from: <http://www.media-journal.info/?p=item&aid=393>

Статията изследва актуално съдържание в днешните отношения, които са разширени в киберпространството. Насочва отношението към промените в посока на конструктивизъм, така че изкуственият интелект да не прераста в заплаха, а да се развива в посока на гравитност и конструктивизъм. Хипотезата е, че измененията, предизвикани от проникването на изчислителната метафора в когнитивната сфера, както и разширяването на комуникацията във виртуалното пространство, рефлектират по специфичен начин и върху начините на комуникиране, и върху очакваната поведенческа активност от хората. Използван е интердисциплинарен подход, основан на влиятелни концепции относно компютърната метафора в мисленето, комуникацията и психологията. Заключениеята частично са потвърдени с примери от заобикалящата действителност, взети от достъпна в медиите информация. Резултатите показват, че съвместното действие на виртуално общуване и на изкуствен интелект е фактор, който придава на онлайн базираното комуникиране мощен импулс за социално конструиране. Регистрирани са примери на приучаване към безпомощност, на стрес и на комуникационно претоварване. Изследвани са въпроси за бъдещето на журналистиката и ролята на роботите, генератори на съобщения. Достигнат е изводът, че новостите не отговарят на известния „Принцип за безопасност“ и това несъответствие поставя все по-неотложни въпроси.

12. Атанасов, Пламен. **Корпоративният сайт в комуникацията на българските предприятия в условията на масово достъпен интернет**. В: Сборник: Юбилейна международна конференция „Съвременни управленски практики. Свързаност и реигонално пътлньорство“. Бургас: БСУ, 2019, с. 268, 275. ISSN 1313- 8758.

В доклада са изследвани проблеми, свързани с изоставането, от средното за Европа, в употребата на корпоративен сайт от предприятията у нас. Докладът показва, че корпоративният сайт е функционален елемент от обвързаността между организацията и заобикалящите публики и неглижирането му е заплаха за обществото. Използвани са методи на сравнение по достъпни статистически данни (НСИ и Евростат) и са изследвани примери. Достигнатите резултати показват, че у нас малките и средните предприятия значително изостават от възможностите за придаване на медийни функции на организационната уеб страница и от използването ѝ за активен диалог с аудиторията. Очертано е съществено разминаване: От една страна, почти цялото население на страната ползва интернет, от друга – само големите организации използват този комуникационен канал за репутационното си утвърждаване. Причините за това противоречие са обобщени в заключението, че фактори като БВП и медийната свобода също влияят върху отлива на малките и средните предприятия от употребата на корпоративен сайт.

13. Атанасов, Пламен. **Локусите на публично внимание – хаос или стохастика в индустриална революция 4.0: Лидерство и комуникация**. В: Сборник научни трудове: Международна научна конференция “Модерна сигурност и съвременни технологии”, т. 1 “Технологии в сигурността”, София: НТСМ „Индустрия 4.0“, 2019, с. 47-54. ISBN 97 8-619-7383-13-3.

В ракурса на промените на постмодерното време е изследвана сигурността, с цел да се докаже функционалната ѝ зависимост от публичното внимание и от разпространението на информация. Очертани са проблемни фокуси, които привличат обществената активност и така се намесват в лидерските подходи. Застъпена е хипотезата, че измененията не са хаотични, а реакциите са в съответствие с високата стохастичност на средата. За доказването са използвани съществуващи теоретични

разработки в областта на индустрия 4.0, лидерството и сигурността, както и анализ на примери по достъпни в медиите съобщения. Разкрито е, че мащабното навлизане на интернет повишава значението на потребността от интензивно комуникиране, а в същото време потребността от достоверност не намалява. Като съществена последица е отчетено повишаването на стохастичността в сложните механизми на социалните отношения. Причината е в нарастването на множеството равновероятни и зависими от масовите нагласи и настроения избори. Очертани са специфични проблемни локуси. Достигнато е заключението, че с напредъка на технологичното развитие нараства информативността в социалните отношения и борбата за спечелване на публичното внимание се очертава като един от водещите фактори за упражняване на влияние. Тези обстоятелства пренасят проблемите в полето на сигурността като наука и практика за осигуряване на относително стабилна предсказуемост в социалните отношения.

14. Атанасов, Пламен. **Сравнение на три случая на мащабно изтичане на дигитализирани данни.** В: Сборник доклади от научна конференция “Актуални проблеми на сигурността” 17-18 окт. 2019 г, т.4. НБУ – В. Търново, 2019, ISSN 2367-7465, с. 110-120.

Докладът изследва актуални страни на проблеми, свързани с дигитализацията и кражбите на данни. Насочен е към физическата сигурност на дигитална информация. Защитена е хипотезата, че дигитализирането на информация, редом с предимствата създава предпоставки за окрупняване на кражбите на архиви и това поражда качествено нови рискове. Използван е сравнителен анализ на три мащабни кражби на цифровизирани данни: от швейцарски банки в периода 2008-2011 г.; при аферата „Панама файлс“; и от Българската национална агенция за приходи. Поставен е акцент върху последиците от повишеното информационизиране на отношенията, което увеличава възможностите за проследяване на съобщения и от дигитализирането, което многократно намалява обема на носителите, така че с една интервенция се добива много повече информация. Резултатите показват наличие на общи черти в сравняваните кражби: 1) трите случая са възможни благодарение на дигитализирането; 2) не се публикува пълна картина на загубите; 3) причинителите остават малко известни; 4) няма точна дата на акта. В повечето случаи етичните и правните въпроси остават нерешени. Достигнатите изводи оформят конкретни изисквания към: основателност на причината за създаване на база с данни; спазване за недублиране; организиране на физическата защита за достъп; организиране, защита и контрол върху виртуалния достъп; подготовка на кадрите и обезпечаването на тяхното развитие в организацията.

15. Атанасов, Пламен. **Новите и традиционните медии в конфликта между достоверност и навременност на съобщенията.** В: Медийна сигурност 1. Медиите – между пазара и контрола. София: Балкански институт за стратегически прогнози и управление на риска, 2019, ISBN 9 7 8-619 -90757-4-6, с. 211-220.

Изследването е върху актуални проблеми, свързани със симбиозата между традиционни и нови медии. Показано е, че в обхвата на тази симбиоза, по оста достоверност/навременност се развиват синергични възможности: 1) за задействане на специфични ориентационни масови рефлексии и 2) за разработване и поддържане на доминиращо информационно поле по предварително определени теми. Установено е, че новите медии осигуряват бързина и висока интензивност на отразяването, докато традиционните форми гарантират сравнително висока достоверност на съобщенията. Така разминаването навременност/достоверност в социалните взаимодействия придобива смисъла на защитен механизъм със съществена роля за опазване на демократичните ценности и принципи. Приложените методи са интердисциплинарни от полето на социалната психология, медиите и киберпространството. Използвани са съществуващи

теоретични разработки, вторичен преглед на статистически данни и случаи, оповестени в медиите. Резултатите показват, че възникват механизми за оформяне на публичността, основани на: разпределението на съобщения между нови и традиционни медии, дизайна на мейнстрийма в телевизионните програми, времето, което европейците отделят за игри и развлечения в интернет и др. Достигнато е заключението, че конфликтът навременност/достоверност е в основата на мощен инструмент за повлияване на масовото възприемане, който действа в триадата: медии - организации и публични личности - общество.

16. Атанасов, Пламен. **Организациите и изкуствения интелект. Вътреорганизационни проблеми в съвременния дигитален свят.** В: Сборник Международна научна конференция „Дигитални трансформации, медии и обществено включване“ - Бургаски свободен университет 5 юни. Бургас: БСУ1 2020, с. 493-500. ISBN 978-619-7126-92-1

Доближаването до информационно общество и навлизането на индустрия 4.0 поставят организациите в сложна ситуация. От една страна, навлизането на изкуствен интелект прави неприемливо участието на хора в някои, традиционни доскоро професии, както и внася изкривявания в отношенията организация – заинтересовани публики. От друга – корпорациите и институциите губят своя смисъл ако не са изградени от хора и не са потребни за хората. Не става дума за алтернатива – хората са необходими, а днес изкуственият интелект изглежда все по-незаобиколим. В тези условия са изследвани проблеми пред адекватното управление и ПР-а, необходим за поддържането на доверие и високи репутационни нива.

17. Атанасов, Пламен. **От комплексност към страх и оптимизъм в COVID -19 ежедневието.** Проблеми на постмодерността, Vol.10, №3, 2020. DOI <https://doi.org/10.46324/PMP2003330> ISSN 1314-3700.

Статията защитава хипотезата, че пандемията, причинена от вируса COVID 19 прерасна през 2020 г. в криза с цивилизационен характер. Отношенията в обществото са усложнени. Объркването е високо, общественото доверие - ниско, а сред хората страхът е видим. Той води до конспиративни „теории“, до поведенчески изкривявания в спектъра от депресии до агресия и в същото време поражда необходимостта от надежда и оптимизъм.

Статията показва, че преодоляването на социалната изолираност и балансирането на страха с оптимизъм и надежда са определящи за бъдещето на социалната действителност. Използвани са съществуващи научни разработки в областта на психологията, социологията и медиите, както и достъпни публикации. На тази основа фокусът е разкрита проблемността: от проникването на неолиберализъм в обществените отношения, на страх и на конспиративни теории; както и от недобре решената необходимост от оптимизъм и надежда. Фокусът е насочен и към масмедията, за които ситуацията е необичайна по отношение на страха от коронавируса. Достигнато е заключението, че при тези обстоятелства и за обществото, и за медиите е определящо да решат ценностното си отношение към неолибералните политики и да изместят страха чрез надежда.

18. Атанасов, П.А. **Репутационные кризисы онлайн.** SocioTime (Социальное время - Научный журнал) 1 (21), 09.10.2020. с. 77-87. УДК 316.77, DOI: 10.25686/2410-0773.2020.1.77, ISSN 2410-0773.

Статията е публикувана в списание „Социо тайм“, реферирано по съответния ред на Президиума на ВАК на Русия към Министерството на образованието и науката на Руската федерация. Списанието се разпространява в Русия и други държави по света. В статията е направен обзор на рефлексите върху имиджа и репутацията, причинени от разширяването на ежедневието в посока на уеб-пространството. Използвани са съществуващи теоретични разработки за репутацията и доверието и логически подход за преход от абстрактно към конкретно. Изводите са подкрепени с примери.

Показано е, че имиджо-репутационният комплекс зависи от доверието и е резултат от социалните взаиморазбирание и възприемане, както и че е специфичен за различните типове организации. Промените са в зависимост от инструменталното повлияване върху перцепцията, което повлияване днес е силно зависимо от компютърното опосредстване в ежедневието. Заплаха са също и недостигът на време за проверка на съобщенията, например, в социалните онлайн платформи; механизмите за дигитално манипулиране и др. Заключение е, че след намесата на интернет в социалните сфери, конструктите имидж и репутация запазват спецификите си. Фактори като смесване между време и пространство, едностранчиви онлайн-съобщения, фалшификации в сайтовете и др. стават все по-активни заплахи за репутационни кризи. Разкрити са и принципни посоки за преодоляването на репутационни заплахи от изследвания тип.

19. Atanasov, Plamen. **Mediatisation, Mediated Communication and Artificial Intelligence (AI) - Some Appearances in Today's Media.** In: Communication Management: Theory and Practice in the 21st Century. 12th Central and Eastern European Communication and Media Conference CEECOM 2019. Sofia: UNIVERSITY PRESS ST. KLIMENT OHRIDSKI, 2020, p. 228-235. E-ISBN-13: 978-619-7567-04-5; Print-ISBN-13: 978-619-7567-03-8

Атанасов, Пламен. Медиатизацията, опосредстваната комуникация и изкуствения интелект – някои прояви в днешните медии

Web 4.0, 4-та индустриална революция, глобализация, медиатизация и компютри – социалните отношения днес носят дълбокия отпечатък на всичките изброени явления. Рефлексите в нашето мислене и допускането, че възниква нов изкуствен интелект, който е фактор и за човешката комуникация намират все по-актуален отзвук в научни и практически разработки. Ежедневието става все по-зависимо от медиите и една от проявите на проблема е в управлението на ефектите от компютърното опосредстване в Мрежата. Неизвестните придобиват все по-решаващо значение за прокарване или блокиране на преднамерено психологическо влияние върху масовите нагласи и вярвания. Метакомуникационните прояви на изкуствения интелект в ежедневието ни са факт. Чрез съпоставяне на известни психологически концепции с широко известни примери от ежедневието е показан характерът на някои от неизвестните пред днешните медии и поне частично е разкрита опасността от пренебрегването на компютърно опосредстваните намеси в мейнстрийма и други медийни ефекти.

20. Атанасов, Пламен. **Пропагандата като технология през последните години.** В: Сборник доклади от годишна университетска научна конференция 27-28 май, 2021, НБУ „В.

Левски“, т. 5. Научно направление „Сигурност и отбрана“. Велико Търново: Издателски комплекс на НБУ „Васил Левски“, 2021, с. 26-35. ISSN 1314-1937

Пропагандата е представена не като част от психологическите или информационните войни, а като част от ежедневието. Постановката е видима по време на криза и това се потвърждава от нарастващия научен интерес по тематиката. Докладът е изследвана пропагандната комуникационна активност във взаимоотношенията през 21-ви век.

21. Атанасов, Пламен. **След кризата (КОВИД–19) – неолиберализмът и макиавелизмът като управленски предизвикателства за доверието към организациите.** Сборник доклади от международна научна конференция по случай 30 години от създаването на Бургаския свободен университет „Съвременни управленски практики. Интелигентната специализация в десетилетието на свързаността и автоматизацията“. Бургас: БСУ, 2021, с. 342-348. ISSN 1313-8758

Опитът показва, че всяка световна криза се съпътства от спад в общественото доверие към институции и организации, при това и в сектори, които нямат отношение към кризисния агент. Няма причина да не се очаква такава заплаха и след пандемията от Ковид 19. Работата е фокусирана върху зависимостите доверие – организации и то с акцент върху активността на фактори, каквито са неолиберализмът и макиавелизмът. Неолиберализмът е разбран като проблемна област между днешните политики и пазарните отношения, а макиавелизмът – като психологически обусловено поведение в социалните групи, в частност – в организациите и отношенията им със заобикалящите публики.

В доклада са използвани съществуващи разработки по темата и медийни публикации. Направен е и вторичен анализ по данни от свободно достъпни изследвания. Резултатите показват, особено в посока на бизнеса, че общественото доверие – разбрано в смисъла на Теорията на Н. Луман, като конструкт, който намалява комплексността в обществените отношения – е нарушено поради неопределености и изкривявания от неолиберализма. Решението за организациите е изследвано в посока на поддържане на транспарентност и недопускане на макиавелизъм в комуникацията със заобикалящите ги публики.

22. Атанасов, Пламен. **Сигурността на държавата и сигурността на обществото в условия на напреднала глобалност.** В: Сборник доклади от научна конференция „Актуални проблеми на сигурността“ 27-28 октомври 2022, т. 3. Научно направление „Социални и правни аспекти на сигурността в отбраната“. НБУ „В. Левски“. Велико Търново: Издателски комплекс на НБУ „Васил Левски“, 2022, с. 69-78. ISSN 2367-7465

Обществото се асоциира с държавата. В съвременния свят обаче комуникацията е интензивна. Възможностите за пътуване и информационната свързаност правят така, че човешките отношения се разширяват, а териториалните граници стават все по-тясна рамка за обществото. Появява се и информационно общество, което влиза в противоречива асоциативност с държавата. Промените засягат и сигурността, и обществото и разкриват актуално поле за изследване.

23. Атанасов, Пламен. **Слух и страх vs. медийна грамотност.** В: Сборник доклади от Международна научна конференция на ФЖМК, 28-29.10.2021 „Медийна грамотност:

класически и нови измерения“. София: Факултет по журналистика и масова комуникация, СУ „Св. Кл. Охридски“, 2022, с. 101-108. ISBN 978-619-7567-11-3.

Значителна част от слуховете насажда страх. Слуховете изчезват когато се отстранява двусмислеността в тях и медиите са трибуната, от където се извършва това. Медийната грамотност подсилва този ефект. Слухът е най-старата форма за комуникиране и е част от социалността. Известно е също, че слуховете са функция от неопределеност и значимост, че не зависят от истината, както и че не се опровергават логически или с емоционални аргументи. Страхът е обратно пропорционален на разума. Неговата проява е по-сложна поради защитната функция по веригата причина (събитие)– грамотност–слух.

24. Атанасов, П. „Зло“-употреби с журналистиката по време на война. Два случая в контекста на сигурността. В: Сборник доклади от годишна научна конференция НБУ „В. Левски“ 2023 г., т. 2. В. Търново, 2023, с. 61-70. ISSN 1314-1937.

В доклада се изследват два случая за използване на масмедии по време на война: 1) Оповестяването на мира в Европа през 1945 г. и 2) Британската инициатива от Фолклендската криза предоставянето на информацията за хода на събитията единствено от армейски източници. Докладът показва как масмедии са значим фактор по време на война, и защо развиването на потенциала им изисква съвместна активност от военни експерти, така и от граждански журналисти.

25. Атанасов, П. **Закономерности при формирането на конспиративни теории. Слух, страх и активно комуникиране.** Сп. Сигурност и отбрана, бр. 1/ 2023. ISSN: 2815-388X, с. 158 – 177.

Конспиративните теории са изследвани като комуникационен феномен и като предизвикателство пред сигурността на държавата и обществото. Достигната е закономерността, че за възникването на конспиративна теория е необходимо специфично съчетаване между страх, слух и подходяща комуникационна среда. В същото време, поради многото и разнообразни външни фактори, това необходимо условие не е достатъчно за появата на една конспиративна теория. Формулирано е заключението, че феноменът е амбивалентен относно категорията полезен/вреден; че появата на конспиративни теории е неизбежна част от комуникацията и че към оборването на всяка конспиративна теория следва да се подхожда специфично. Показан е механизъм за преднамерено изработване на конспиративна теория.

26. Атанасов, П. **Глобалното уеднаквяване на културни модели – предпоставка за прилагане на информационно воюване.** В: Доклади от научна конференция „Актуални проблеми на сигурността“, НБУ „В. Левски“, 2023, т. 1. В. Търново, 2023, с. 285–294. ISSN 2367-7465

Напредъкът на глобализацията интензифицира, разширява и хомогенизира общуването. Едни и същи културни стереотипи обхващат все повече социални групи. В доклада се изследва намаляването на различията, което създава удобен път за достъпване на различни системи за сигурност и за информационно воюване, т.е. за специфично преднамерено прокарване на режисирани от друго решение по въпроси, свързани не само с

културната памет, но и с националните интереси на отделните държави и общества в тях.

дата:

ПОДПИС: