

ОТ КРИЗИСЕН PR КЪМ PR В СИТУАЦИЯ НА НЕСИГУРНОСТ: ОТРАЖЕНИЕ ВЪРХУ КОМУНИКАЦИОННАТА ИНДУСТРИЯ

МИЛА СЕРАФИМОВА

Факултет по журналистика и масова комуникация
mserafimo1@uni-sofia.bg

Мила Серафимова. От кризисен PR към PR в ситуация на несигурност: отражение върху комуникационната индустрия

Abstract: The communications industry faces the challenge of operating in an environment of global uncertainty. Crisis PR as theory and practice no longer provides answers to many of the questions facing communication professionals worldwide. We can evaluate this as a negative phenomenon, but also as a positive one, insofar as it will lead to new models of communication that are “more than crisis PR”. In the current situation, many of the crisis PR principles and practices seem not to take into account the complexity of parallel crisis phenomena, which mutually reinforce their effect, very often namely in the process of communication. The paper’s research focus is the dilemma facing the PR industry, which is related to its future – will it find new principles and models of working in an environment of uncertainty, going beyond the theory and practice of “just crisis PR” or the international organizations, governments and corporate organizations will reduce the levels, intensity and scope of their communication?

Keywords: crisis PR, uncertainties PR, communications industry, global communication situation, global uncertainty, COVID-19, the war in Ukraine.

Периодът март 2020 – март 2021 г., ни постави в уникална ситуация на глобална криза, причинена от COVID-19. **Очаквахме пост-ковид епохата да бъде жизнерадостно пространство с ръст на индустрията и интензивна комуникация. Но периодът от февруари 2021 г. до края на 2022 г. също ни изправи пред комуникационни предизвикателства в ситуация на глобална несигурност, причинена от войната в Украйна и множество паралелно развиващи се кризи – геополитическа, енергийна, икономическа, продо-**

волствена¹. Към тях можем да добавим кризите и природните бедствия, причинени от изменението на климата.

Според множество доклади на ООН от изминалата година, светът изведнъж се оказва пред нови заплахи, създаващи усещане за несигурност. На Общото събрание на ООН през септември 2022 г. лидери заявиха, че светът е „изправен пред нова фрагментация“ след години на надежда след края на Студената война. Те достигнаха до извода, че „пред нас се натрупват големи глобални кризи, които се комбинират и подсилват една друга. Някои дори виждат в това предвестник на един свят без правила“².

COVID-19 ни показва какво означава да се сблъскаме с неизвестното – непознат вирус, неизвестни мутации, липса на информация за лечението на засегнатите от пандемията. Но след него последва нов ръст на несигурност и объркване, причинен от войната в Украйна, което има своето отражение върху комуникацията.

В настоящия доклад целта е да се проследят трансформациите на комуникацията под натиска на неизвестността като реалност в обществото, международната политика, световната икономика. Тезата на изследването е, че вече не можем да говорим само за кризисен PR, а за PR в ситуация на несигурност.

Защото кризите имат своето ясно начало, развитие и край. Етапите на кризата определят и комуникационните стратегии и тактики за справяне с тях като част от кризисния мениджмънт. **Но ситуацията на несигурност включва многобройни кризи в различни области, които следват една след друга и няма яснота в какъв етап на развитие се намират. Друга специфика е, че те се развиват паралелно, застъпват се и взаимно усилват негативните си ефекти. Именно това е комуникационното предизвикателство.**

Последствията са като при всеки изживян в индивидуалния опит на личността **шок от неизвестното – намаляване на интензивността на комуникацията, самозатваряне и като резултат – взривове от конфликти и неразбиране, които от своя страна водят до стихийно интензифициране на комуникацията както в традиционните, така и в социалните медии.** Проблемът от гледна точка на комуникационния мениджмънт в PR е, че тези изблици на комуникация в резултат на множество застъпващи се кризи, създаващи усещането за несигурност в обществото, трудно подлежат на упра-

¹ „Приоритети на ЕС по време на 77-ата сесия на Общото събрание на Организацията на обединените нации: Съветът одобрява заключенията“. Цитирано на 21.11.2022. Достъпно на: <https://www.consilium.europa.eu/bg/press/press-releases/2022/07/18/eu-priorities-at-the-77th-united-nations-general-assembly-council-approves-conclusions/>

² „Общото събрание на ООН: Войната в Украйна, глобални кризи и нова фрагментация на света“. Цитирано на 21 октомври 2022. Достъпно на: <https://dariknews.bg/novini/sviat/obshtoto-sybranie-na-oon-vojnata-v-ukrajna-globalni-krizi-i-nova-fragmentaciia-na-sveta-obzor-2324936>

вление с традиционните PR средства. Това има своето **негативно отражение върху PR като индустрия – не могат да се планират и прогнозираат хода на кризите и съответно комуникацията за тях.**

Дали проблемът е локален или глобален? Определено има различни местни изрази на тези процеси, но проблемът за несигурността е всеобщ.

По принуда през последните две години комуникацията на всички правителства се превърна в кризисна. Международните организации като ООН (Организация на обединените нации), ЕС (Европейски съюз), НАТО (Организация на Северноатлантическия договор), СЗО (Световна здравна организация), ЕАЛ (Европейска агенция за лекарствата) бяха поставени в обща, глобална комуникационна ситуация.

Кризата с COVID-19 ни постави в уникална ситуация на глобална комуникационна ситуация. Но последващите събития в резултат от войната в Украйна направиха пъзела още по-сложен, добавяйки фактора глобална несигурност и паралелно протичащи кризисни процеси в международните отношения, световната икономика, енергийния сектор, производството на храни и ключови суровини.

Кризата с COVID-19 и научените уроци от нея сега изглеждат като подготовка за предстоящото множество от застъпващи се кризи. Какво може да ни бъде полезно от кризисния опит, натрупан в годините на пандемия? От глобална комуникационна ситуация, причинена от COVID-19 научихме за следните комуникационни проблеми, които PR трябва да разреши и които са валидна и за настоящата ситуация на несигурност:

Глобалните заплахи изискват глобален комуникационен отговор при кризи.

- COVID-19 постави въпроса за комуникационното планиране и управление на комуникацията в ситуация на неизвестност, при възникнали нов тип кризи или кризи с глобален характер. Традиционни модели на кризисната комуникация се оказват неприложими.
- COVID-19 постави въпроса за комуникационното планиране и управление на комуникацията в ситуация на неизвестност, при възникнали нов тип кризи или кризи с глобален характер. Традиционни модели на кризисната комуникация се оказват неприложими.
- В глобална комуникационна ситуация е трудно прилагането на основния принцип на кризисната комуникация „говорене в един глас“. Ситуацията предполага огромен брой напълно легитимни говорители по темата, което обаче подкопава прилагането на обща комуникационна стратегия.

- Разнообразните информационни източници определено предоставят повече информация на отделни лица, но често това причинява разпространението на неправилна и пристрастна информация и селективна обработка и споделяне на информация между хората (Shin & Thorson, 2017). [18] Така от предимство, многообразието от източници на информация се превръща в проблем на кризисната комуникация.
- Според Макс Скидмор³, когато съобщенията, разпространявани чрез различни комуникационни канали, са политизирани, поведението на хората, търсещи информация, става по-вероятно да се трансформира в обмен на информация само с членовете на хомогенна група, което застрашава усилията за предотвратяване и контрол на пандемията на COVID-19 в много страни.
- Съвпадането на кризисната комуникация за COVID-19 с предизборни кампании води до политизиране на кризисната комуникация и капсулиране на привържениците на различните политически партии в свои „ковид светове“, със своя политическа логика.
- Неизвестността, страха и несигурността на хората е в състояние да генерира и мултиплицира невярната и противоречива информация до невиджани обеми. В случая с комуникацията на ваксинационната кампания, противоречивите препоръки доведоха до спад на доверието. За сметка на легитимните говорители по темата, много по-въздействащи се оказаха групите в социалните мрежи, разпространяващи дезинформация и подсилващи страховете.⁴

Глобална комуникационна ситуация – какво означава това за индустрията?

Можем да дефинираме „глобалната комуникационна ситуация“, създадена в резултат от COVID-19 и войната в Украйна, като феномен на налагането на една тема в медиите и публичната комуникация в световен мащаб и

³ SKIDMORE, M. J. (2016). Presidents, Pandemics, and Politics. New York: Palgrave Macmillan US, 25 – 41.

⁴ СЕРАФИМОВА, М. „Особености на публичната комуникация във връзка с COVID-19“, сп. „Реторика и комуникация“, бр. 48, 2021 <https://rhetoric.bg/%d0%be%d1%81%d0%be%d0%b1%d0%b5%d0%bd%d0%be%d1%81%d1%82%d0%b8-%d0%bd%d0%b0-%d0%bf%d1%83%d0%b1%d0%bb%d0%b8%d1%87%d0%bd%d0%b0%d1%82%d0%b0-%d0%ba%d0%be%d0%bc%d1%83%d0%bd%d0%b8%d0%ba%d0%b0%d1%86%d0%b8>

нейното доминиране в продължение на дълъг период, в случая повече от една година.

Смушаващо е, че няма прогноза за края на глобалната криза, което за пръв път в историята на PR поставя въпроса за осъществяването на кризисна комуникация без ясна времева рамка и в изключително продължителен период. Това прави невъзможно прилагането на теорията и принципите на кризисната комуникация, на които се опираме традиционно.

Глобална ситуация на несигурност – какво означава това за индустрията?

Комуникацията по време на глобалната криза, причинена от COVID-19 и войната в Украйна променя теоретичните модели и практиката на стратегическите комуникации и кризисния PR като част от тях. В ситуация на несигурност прилагането на принципите на кризисната комуникация не само често не е ефективно, но може да доведат и до негативен ефект. Например по време на COVID-19 всички засегнати от кризата в съответствие с принципите на кризисния PR излъчваха свои говорители, които обаче говорейки в своята сфера на компетентност създадоха каскада от нови кризи, влизайки в противоречие с говорителите на други сектори (например здравни експерти срещу образователни експерти).

За PR индустрията това също означава несигурност – резки спадове на приходите като по време на COVID-19, последващи скокове на приходите, но те са непрогнозируеми и се редуват със периоди на спиране на комуникацията и на поръчките към PR агенциите поради неяснота на развитието на политическата и икономическата ситуация, в която както корпоративните организации, така и държавните ведомства и местната власт предпочитат да замълчат и да не провеждат комуникационни кампании.

Кризисен PR vs PR в ситуация на несигурност

Комуникационната индустрия е изправена пред предизвикателството да функционира в условия на глобална несигурност. Кризисният PR като теория и практика вече не дава отговор на много от въпросите, пред които се изправят комуникационните специалисти в цял свят. Това можем да оценим като отрицателно явление, но и като положително, доколкото ще доведе до нови модели на комуникация, които са „повече от кризисен PR“.

В сегашната ситуация много от принципите и практиките на кризисния PR изглеждат неотчитащи сложността на паралелните кризисни явления, които взаимно усилват ефекта си и то именно в процеса на комуникация. Сле-

дователно ще се появят нови по характера си комуникационни реакции в отговор на предизвикателствата. Това е позитивната версия, пожелателен начин на мислене.

Но друга възможна, макар и нежелана хипотеза е, вместо появата на нови комуникационни модели в отговор на несигурността, да наблюдаваме намаляване на интензивността и тематичния обхват на комуникацията както на международните организации като ЕС, НАТО, ООН, така и на правителствата и на корпоративните организации. Изглежда като плашеща и нереалистична перспектива, но предпазливостта и самозатварянето като естествен рефлекс са възможно развитие при продължаващ дълго време период на неяснота и несигурност в глобален мащаб.

Дефиниране на PR в ситуация на несигурност

PR в ситуация на несигурност е промяна на принципите и практиките на кризисния PR под натиска на неизвестността в международните отношения, световната икономика, енергийната и продоволствената сигурност, финансовата стабилност.

Втората му специфика е паралелното протичане на множество кризи, което прави неприложими или неефективни традиционните принципи и практики на кризисния PR.

Третата му характеристика е засилване на комуникационното напрежение в резултат на използването на социалните медии и тяхната особеност да ескалират конфликтите и да радикализират общностите и мненията.

Мисли глобално, действай локално – рамки на изследването

Ще разгледаме тези процеси в българския контекст. Разбира се, по-машабно изследване и включване на международния контекст би допринесло за изясняване на пълната картина на така дефинирания от автора „PR в ситуация на несигурност“, но то е предмет на следващи публикации. Времевите рамки на изследването са 2020 – 2023 г.

Специфика на националния контекст

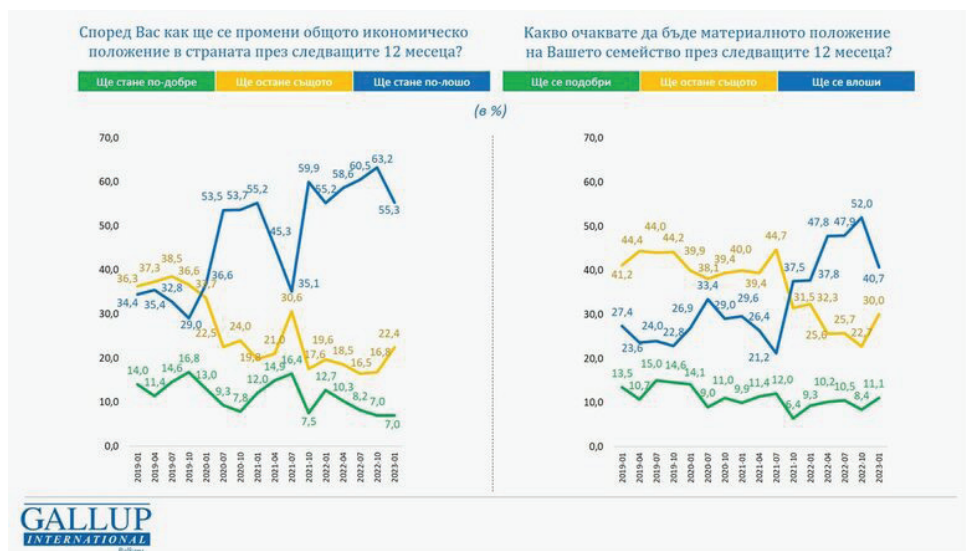
Освен COVID-19 и войната в Украйна, България се отличава със значимите последици от нея поради близостта до конфликта. Ситуацията на несигурност се подсилва от последици като енергийна несигурност, високи и непрогнозируеми цени на електричество, газ, горива, висок ръст на годиш-

ната инфлация, очаквано увеличение на лихвите по кредитите, драматичен ръст на годишна база на цените на хранителните продукти.

Друга важна особеност на националния контекст, която изостря усещането за несигурност в обществото е липсата на политическа стабилност, неуспешните опити да се сформира стабилно правителство, провеждането на избори пет пъти за две години и управлението, оставено на служебните правителства. Ситуация, която генерира високи нива на несигурност, още повече, че прогнозите за предстоящите през април 2023 г. избори също не са позитивни по отношение на конфигурирането на работещ парламент и редовно правителство. Предстоящите местни избори през есента на 2023 г. създават допълнително напрежение на регионално ниво.

Ситуация на несигурност – проучване на общественото мнение

Социологическо изследване на „Галъп“, проведено между 12 и 20 януари 2023 г.⁵:



Анализът на данните от проведеното проучване показват, че от началото на пандемията и започналото политическо напрежение в страната през

⁵ Gallup-international.bg. Цитирано на 21 ноември 2022 г. Достъпно на <https://www.gallup-international.bg/46688/economy-personal-finance/>

2020 г. насам, очакванията за влошаване и в икономиката нарастват. Освен самите икономически фактори, влияние оказват и общополитическите.

„Настаняването и на новата икономическа тревога през есента и зимата на 2021-2022 г. направи така, че дори съставянето на правителството „Петков“, с неговия стартов успокояващ ефект, не успя да окаже дълготрайно влияние за разсейване на тревогите за икономиката“, според социолозите.⁶

Попитани за очакванията за личните си финанси, 52% от българите имат високи нива на тревожност през есента, а през януари делът на очакваните влошаване е 40.7%, отговорите „ще остане същото“ се увеличават от 22.7% през есента на 30%, а очакваните подобряване са 8.4% през есента и 11,1% сега. Коронавирусът и протестите от 2020 г. са повлияли на личните очаквания на домакинствата, както и реалният ръст на инфлацията в края на 2021 г.



Данните на „Галъп“ от началото на века показват, че тревогата за икономиката през 2022 г. е била на сходни нива с тази по време на международната криза, кулминирала през 2009 г. Именно през 2009 г. идва и рязко разсейване на тревогата с идването на първото правителство на Бойко Борисов. Впоследствие тя се завръща и в края на 2012 г. достига пикови стойности с края на неговия първи мандат и на свой ред е разсеяна с неговата оставка. Тогава

⁶ https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/01/31/4444583_galup_bulgarite_se_ustpokoiavat_sled_rekordno_nivo_na/

обаче тревогата не успява да достигне толкова високи нива и да премине 60%, колкото през 2009 г. или през 2022 г.

Именно в края на първия мандат „Борисов“ обаче е и единственият друг случай от началото на века насам, заедно със случая от 2022 г., в който опасенията за влошаване на личните финанси са преминавали над 50%. Тогаваш обаче, в сравнение с 2022 г., е имало и малко по-високи нива на очаквания личното материално положение да остане без промяна. Затова и отминаващата може би ситуация на тревога за домакинствата през 2022 г. може да се окаже най-сериозната поне от началото на века насам⁷.

Динамиката на несигурността и тревожността, която социологическите проучвания улавят, безспорно оказва влияние на комуникационните процеси в обществото.

Тезата на изследването е, че в ситуация на несигурност наблюдаваме интензифициране на комуникацията в социалните мрежи, което можем да докажем с количествен и качествен анализ, докато може да се констатира точно обратният процес на намаляване на комуникационната интензивност от страна на държавните институции, местната власт и дори корпоративните организации и бизнеса.

От една страна, това изземане на властта на аудиторите е глобална тенденция, но от друга – в България поради неясната политическа ситуация и липсата на редовно правителство държавните институции в по-висока степен губят комуникационната си сила. Това може да докаже количествения анализ, както и контент анализът на разпространяваните от държавните институции и местната власт прессъобщения. Удобен инструмент за анализ е сайтът presscenters.com⁸, който публикува прессъобщенията на всички държавни ведомства.

Количествен анализ

Брой новини по години:

2023	1201
2022	18157
2021	19398
2020	19717
2019	19573
2018	21622
2017	20322
2016	17824

⁷ https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/01/31/4444583_galup_bulgarite_se_uspokoivat_sled_rekordno_nivo_na/

⁸ <https://presscenters.com/>

2015	14238
2014	10664
2013	10551
2012	10085
2011	9501
2010	7197
2009	3458
2008	2745
2007	3453
2006	1793
2005	1120
2004	1187
2003	732
2002	310
2001	34
2000	16
1999	9
1998	2

Докаато през 2018 г. новините са 21 622, то през 2020 г. са 19717, през 2021 г. са 19 398, а през 2022 г. са само 18 157.

Източници на информация

- АКФ - Антикорупционен фонд (199 новини)
- АПИ - Агенция „Пътна инфраструктура“ (10412 новини)
- БАН - Българска академия на науките (1682 новини)
- БНБ - Българска народна банка (1060 новини)
- БФС - Български футболен съюз (8469 новини)
- ВАдвС - Висш адвокатски съвет (924 новини)
- ВАС - Върховен административен съд (957 новини)
- ВКС - Върховен касационен съд (480 новини)
- ВСС - Висш съдебен съвет (8605 новини)
- ДАЗД - Държавна агенция за закрила на детето (1147 новини)
- ДАМТН - Държавна агенция за метрологичен и технически надзор (509 новини)
- ИО - „Информационно обслужване“ АД (149 новини)
- ИПИ - Институт за пазарна икономика (5608 новини)
- КЕВР - Комисия за енергийно и водно регулиране (686 новини)
- КЗК - Комисия за защита на конкуренцията (297 новини)
- КЗЛД - Комисия за защита на личните данни (571 новини)
- КЗП - Комисия за защита на потребителите (1388 новини)

КПКОНПИ - Комисия за противодействие на корупцията и за отнемане на незаконно придобитото имущество (645 новини)
КРС - Комисия за регулиране на съобщенията (893 новини)
КС - Конституционен съд на Република България (705 новини)
КФН - Комисия за финансов надзор (4801 новини)
МВнР - Министерство на външните работи (4588 новини)
МВР - Министерство на вътрешните работи - Актуално (4293 новини)
МВР - Министерство на вътрешните работи - Новини (21658 новини)
МВР - Министерство на вътрешните работи - Пътна обстановка (4649 новини)
МВР - Министерство на вътрешните работи - Информационен бюлетин (4153 новини)
МЕ - Министерство на енергетиката - Новини (613 новини)
МЕ - Министерство на енергетиката - Акценти (172 новини)
МЕУ - Министерство на електронното управление (145 новини)
МЗ - Министерство на здравеопазването - Парламентарен контрол (580 новини)
МЗ - Министерство на здравеопазването - Епидемична обстановка (658 новини)
МЗ - Министерство на здравеопазването - Министерски съвет (498 новини)
МЗ - Министерство на здравеопазването - Новини (7926 новини)
МЗХГ - Министерство на земеделието (9035 новини)
МИИ - Министерство на икономиката и индустрията (2376 новини)
Митниците - Агенция „Митници“ - Новини (3273 новини)
Митниците - Агенция „Митници“ - На фокус (117 новини)
МК - Министерство на културата (7633 новини)
ММС - Министерство на младежта и спорта (2654 новини)
МО - Министерство на отбраната (7382 новини)
МОН - Министерство на образованието и науката (4412 новини)
МОСВ - Министерство на околната среда и водите - Национални новини (4080 новини)
МОСВ - Министерство на околната среда и водите - Регионални новини (1431 новини)
МП - Министерство на правосъдието (1422 новини)
МРРБ - Министерство на регионалното развитие и благоустройството (7213 новини)
МС - Министерски съвет (2394 новини)
МТ - Министерство на туризма (2422 новини)
МТС - Министерство на транспорта и съобщенията (1139 новини)
МТСП - Министерство на труда и социалната политика (2482 новини)

МФ - Министерство на финансите (4823 новини)
НАП - Национална агенция за приходите (4017 новини)
НОИ - Национален осигурителен институт (718 новини)
НС - Народно събрание на Република България (5469 новини)
НСИ - Национален статистически институт - Новини (314 новини)
НСИ - Национален статистически институт - Прессъобщения (922 новини)
Омбудсманът - Омбудсман на Република България (1897 новини)
Пирогов - УМБАЛСМ „Н.И.Пирогов“ (936 новини)
Президентството - Президентство на Република България (2329 новини)
Прокуратурата - Прокуратура на Република България (22256 новини)
СЕМ - Съвет за електронни медии (714 новини)
СО - Столична община (4980 новини)

Източниците на информация могат да бъдат анализирани и класирани по степента на тяхната комуникационна активност. Тя варира през проучваните години.

В рамките на настоящия доклад не е включен контент анализ на съдържанието на прессъобщенията, което може да бъде предмет на следващо проучване. Но ако приложим дори най-повърхностно методът на наблюдението, може да установим влошаване на качеството на информацията, предоставена чрез тях, изразяваща се в следните насоки – по-малко теми, стеснен обхват на дейностите, за които се информира, по-малък брой пресконференции и други събития за медиите, липса на информация за процеса на вземане на решения.

Заклучение

Този доклад предполага в бъдеще да бъдат осъществени по-задълбочени и по-широкообхватни проучвания, подкрепящи формулираната теза, включително с примери и данни не само от България.

Дилемата, пред която е изправена PR индустрията, е свързана с нейното бъдеще – дали ще намери нови принципи и модели на работа в среда на несигурност, надхвърлящи теорията и практиката на „просто кризисния PR“ или надмощие ще вземе тенденцията международните организации, правителствата и корпоративните организации да намаляват нивата, интензивността и обхвата на своята комуникация? Ще доведе ли стресът от несигурността до мълчание и липса на комуникационни реакции или напротив – ще се създадат нови, по-приспособими и адекватни комуникационни модели, теории и практики.

БИБЛИОГРАФИЯ

- Галъп: Българите се успокояват след силна тревожност за парите си и икономиката. [online], 2023. Dnevnik.bg. [cited 31.01.2023]. Available from: https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/01/31/4444583_galup_bulgarite_se_uspokoivat_sled_rekordno_nivo_na/
- Новините без редакция. [online], 2023. Presscenters.com. [cited 31.01.2023]. Available from: <https://presscenters.com/>
- Общото събрание на ООН: Войната в Украйна, глобални кризи и нова фрагментация на света. [online], 2022. [cited 21.10. 2022]. Available from: <https://dariknews.bg/novini/sviat/obshtoto-sybranie-na-oon-vojnata-v-ukrajna-globalni-krizi-i-novafragmentaciia-na-sveta-obzor-2324936>
- Отмина ли историческият пик на икономическата тревога. [online], 2022. Gallup-international.bg. [cited 21.11.2022]. Available from: <https://www.gallup-international.bg/46688/economy-personal-finance/>
- Приоритети на ЕС по време на 77-ата сесия на Общото събрание на Организацията на обединените нации: Съветът одобрява заключения. Европейски съвет [online]. Consilium.europa.eu, 2022, [cited 21.11.2022]. Available from: <https://www.consilium.europa.eu/bg/press/pressreleases/2022/07/18/eu-priorities-at-the-77th-united-nations-general-assemblycouncil-approves-conclusions/>
- СЕРАФИМОВА, Мила. Особености на публичната комуникация във връзка с COVID-19, сп. „Реторика и комуникация“, бр. 48, 2021. [cited 21.11.2022]. Available from: <https://rhetoric.bg/osobenosti-na-argumentatsiyata-v-polit>
- SKIDMORE, M. J. Presidents, Pandemics, and Politics. New York: Palgrave Macmillan US, 2016, 25 – 41.

References: transliteration

- Galap: Balgarite se uspokoyavat sled silna trevozhnost za parite si i ikonomikata. [online], 2023. Dnevnik.bg. [cited 31.01.2023]. Available from: https://www.dnevnik.bg/bulgaria/2023/01/31/4444583_galup_bulgarite_se_uspokoivat_sled_rekordno_nivo_na/
- Novinite bez redaktsiya. [online], 2023. Presscenters.com. [cited 31.01.2023]. Available from: <https://presscenters.com/>
- Obshtoto sabranie na OON: Voynata v Ukrayna, globalni krizi i nova fragmentatsiya na sveta. [online], 2022. [cited 21.10. 2022]. Available from: <https://dariknews.bg/novini/sviat/obshtoto-sybranie-na-oon-vojnata-v-ukrajna-globalni-krizi-i-novafragmentaciia-na-sveta-obzor-2324936>
- Otminali istoricheskiiat pik na ikonomicheskata trevoga. [online], 2022. Gallup-international.bg. [cited 21.11.2022]. Available from: <https://www.gallup-international.bg/46688/economy-personal-finance/>
- Prioriteti na ES po vreme na 77-ata sesiya na Obshtoto sabranie na Organizatsiyata na obedinenite natsii: Savetat odobryava zaklyucheniya. Evropeyski savet [online]. Consilium.europa.eu, 2022, [cited 21.11.2022]. Available from: <https://www.consilium.europa.eu/bg/press/pressreleases/2022/07/18/eu-priorities-at-the-77th-united-nations-general-assemblycouncil-approves-conclusions/>
- SERAFIMOVA, Mila. Osobenosti na publichnata komunikatsiya vav vrazka s COVID-19, sp. „Retorika i komunikatsiya“, br. 48, 2021. [cited 21.11.2022]. Available from: <https://rhetoric.bg/osobenosti-na-argumentatsiyata-v-polit>