

**Приложения на изкуствения интелект в практическото обучение  
по обществени комуникации: възможности и предизвикателства**  
Емилия Енчева

**Applications of artificial intelligence in practical training  
in public communications: opportunities and challenges**  
Emilia Encheva

**Abstract:**

The application of artificial intelligence in media and public communications education, with a focus on the practical training of specialists, aims to develop key professional competencies such as media content creation, communication campaign management, audience analysis, and strategic planning. The practice-oriented aspects of the training demonstrate the potential for integrating artificial intelligence in the development of crisis simulation scenarios, visual content projects, media planning, as well as the monitoring and analysis of public attitudes. Critical thinking and the ethical dimensions of communication campaign planning also raise important questions regarding the credibility of information, the manipulation of media content, and the responsibility associated with the creation and dissemination of communication messages. The effective integration of artificial intelligence into the educational process is directly dependent on the individual needs of learners. The development of digital media literacy is a key competence that ensures students' adaptability and professional preparedness in an ever-evolving communication environment.

**Keywords:** artificial intelligence, practical learning, public communication, simulation-based learning, critical thinking

**For contacts:** senior assistant Phd Emilia Encheva, Shumen University „Episkop Konstantin Preslavski”, e.encheva@shu.bg

**ВЪВЕДЕНИЕ**

Дигиталната трансформация, която се наблюдава във всички сфери на съвременното общество, води до съществена промяна в комуникационните практики и в образователните модели. В рамките на тези процеси водещо място заемат въпросите и изискванията, които поставят потенциалните работодатели на подготвяните от университетите кадри. Внедрените нови технологии и инструменти, някои от които използват изкуствен интелект, изискват завършващите студенти да притежават необходимите знания, умения и компетентности, които да демонстрират пригодността и адаптивността на дипломираните в различни специалности към реалната работна среда и да отговорят на изискванията на пазара на труда. Приложението на изкуствения интелект в практическото обучение на студентите може да бъде ключов фактор за подготовката на бъдещите специалисти в различни професионални области, включително връзките с обществеността и журналистиката. Трансформацията на анализа, продукцията и дистрибуцията на комуникационно съдържание, както и стратегическото планиране на комуникационни кампании се дължи на навлизането на инструменти и приложения, които използват изкуствен интелект. Необходимостта от интеграция на новите технологични решения не само на теоретично, но и на практическо ниво се превръща в основен приоритет в обучението по обществени комуникации.

## **ИЗЛОЖЕНИЕ**

Съвременни изследвания показват, че интеграцията на ИИ в образованието създава условия за адаптивно и персонализирано обучение, което е особено ефективно при развитие на практически умения [1]. В областта на обществените комуникации това има особено значение, тъй като обучението е пряко свързано с реални професионални ситуации [2]. Важно е да се отчетат резултатите и аспектите в области, в които изкуственият интелект може да подпомогне развитието на практически умения, свързани със създаване на съдържание, управление и мониторинг на комуникационни кампании, анализ и оценка на аудитории, резултати и медийни планове. Предоставените нови инструменти за практическо обучение оказват пряко влияние върху сценариите, които могат да бъдат адаптирани към дисциплини с практическа приложимост на знанията в учебна работна среда, която лесно да бъде адаптирана към реална работна ситуация [3].

### **1. Трансформация на практическото обучение по обществени комуникации с помощта на изкуствен интелект**

Практическото обучение в областта на обществените комуникации се базира на методи като казусен анализ, ролеви игри, симулации и разработване на комуникационни стратегии, в които са заложили медийни планове, които включват времева рамка (тайминг) и финансова рамка (бюджетиране). Включването на ИИ значително разширява потенциала на тези методи, като създава условия за по-динамична, интерактивна и адаптивна учебна среда, в която да се съкрати времето за изготвяне на стратегическата рамка и да се освободи време и потенциал за критичен анализ и творчески иновативни решения с акцент върху потенциала на комуникационната ситуация. В този процес се постига преход от статични към динамични обучителни модели [4].

Използването на изкуствен интелект позволява автоматизирано генериране на съдържание, моделиране на комуникационни ситуации и обработка на големи обеми от данни в реално време. С ИИ необходимата или „учебната информация може бързо и лесно да се трансформира и в табличен вид, който дава възможност за бързи и лесни справки в процеса на затвърждаване на знанията” [5]. Това води до трансформация на ролята на обучаемия — от пасивен получател на знания към активен участник в симулирани професионални сценарии. От своя страна преподавателят се превръща в модератор и фасилитатор на учебния процес, който насочва критическото мислене и интерпретацията на резултатите спрямо конкретна аудитория. Подобен подход подпомага развитието стратегическо мислене и формиране на професионални компетентности.

### **2. Симулации и сценарийно базирано обучение**

Една от най-съществените възможности за приложения на различни инструменти с изкуствен интелект създаването, моделирането на реалистични комуникационни сценарии. Възможността за персонализация на практическото обучение се изразява в адаптирането на задачите спрямо нивото на обучаемия и повишава ангажираността на студентите към процеса, възможност за извеждане на препоръки, но и критичен поглед върху различни сценарии – оптимистичен, реалистичен/умерен, песимистичен в различен контекст. Симулациите в учебна среда подобряват практическите умения и ангажираността на обучаемите [6]. Чрез

генеративни модели студентите могат да работят върху: репутационни и имиджови казуси, кризисни комуникационни ситуации, медийни миксове и планиране на стратегически кампании. Провеждането на ролеви игри с висока степен на реалистичност и адаптивност, при които сценарият се променя в зависимост от действията на обучаемия [7]. Създават се условия за развиване на ключови умения (приемане на отговорни решения на базата на адекватна аргументация), което може да е изключително важно за управление на риска във всички сфери на публичната комуникация – корпоративна, институционална, културна, медийна и др.

### **3. Генериране и анализ на комуникационно съдържание**

За всяка успешна комуникационна кампания от изключителна важност са посланията, заложи в текстовете, представянето на организацията в масмедийна среда и адаптация на посланията към различни аудитории. ИИ инструментите предоставят възможност за автоматизирано създаване на различни по стил и жанр текстове, както и визуално съдържание: прессъобщения, публикации за социални мрежи, статии, рекламни послания, нейтив реклама. Използването на генерирани с помощта на изкуствен интелект материали позволява на студентите да се обучават чрез практически задачи и да експериментират [8] с различни стилове, комуникационни стратегии и задаване на различен тон и нюанс на комуникацията с медиите и чрез медиите. Особено важен за практическото обучение е анализът на съдържанието (предложено от ИИ), което предоставя различно усещане за възможна обратна връзка по отношение на яснотата на посланието, целевата насоченост, езиковата ефективност (стил на комуникацията, метафоричност, информативност), емоционално въздействие в реална кросмедийна среда и етичните норми при подбора на илюстративни изображения [9]. Успешното прилагане на теоретичните знания за геодемографските и психодемографските фактори, които влияят върху рецепцията на посланията могат да доведат до бързо усъвършенстване на практическите умения за създаване, редактиране и адаптиране на текстове към различни целеви аудитории.

### **4. Анализ на аудитории и данни**

Успехът на съвременните комуникационни практики зависи от анализа на данни и открояването на факторите, които влияят върху рецепцията на аудиториите. ИИ позволява обработката на големи обеми от информация, свързана с потребителско поведение, медийни тенденции, нагласи и обществено мнение. В контекста на практическото обучение е възможно чрез ИИ инструменти да се анализират виртуалните общности, да се сегментират аудитории, да се изследват комуникационни ефекти, да се проследява комуникацията по значими за българското общество теми, да се следят промени в нагласите, за да се направи прогноза за развитието на комуникационната ситуация. Практическите упражнения могат да включват интерпретация на данни и разработване на комуникационни стратегии на базата на реални или симулирани информационни масиви. Търсеният ефект е развитие на аналитично мислене и стратегическо планиране, което е обвързано с нивото на медийната грамотност в персонален аспект за всеки от обучаемите.

## 5. Предизвикателства при прилагането на ИИ

Интеграцията на ИИ в практическото обучение поставя и редица предизвикателства. Сред основните са етичните въпроси, свързани с авторството и оригиналността на създаденото съдържание: малинформацията, дезинформацията и интерпретацията на данни. Съществува риск от прекомерно разчитане на автоматизирани решения, което може да доведе до намаляване на творческото мислене и критичния анализ. Качеството на генерираната информация често зависи от уменията за формулиране на промптовете, дигиталната компетентност на комуникатора и медийната грамотност, свързани с проверка на източниците на информация, проверката им, достоверността на данните, оценка на информационното покритие и новинарската стойност. ИИ системите могат да създават съдържание, което да бъде убедително според критериите на обучаващите се, но да е неточно или да съдържа подвеждаща информация или изображение. Затова и ролята на преподавателя е от изключителна важност при развиване на уменията на студентите за проверка и оценка на информацията. [10]

Ефективното използване на изкуствения интелект изисква нови дигитални компетентности и промяна в педагогическите подходи, което налага и внимание върху подготовката и на преподавателите. Адекватната подготовка е гаранция за минимализиране на риска от тотално отхвърляне или неефективно и повърхностно използване за потенциалните възможности на изкуствения интелект. Възможен оптимистичен сценарий за интеграция на изкуствения интелект в практическото обучение е създаването на хибридни модели на обучение, които да съчетаят традиционни педагогически практики с технологични решения, които да са обвързани с критичното мислене и медийната грамотност.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Изкуственият интелект предоставя значителни възможности за подобряване на практическото обучение по обществени комуникации. Чрез симулации, автоматизирано създаване на съдържание, анализ на данни и персонализирана обратна връзка, ИИ допринася за развитието на ключови професионални компетентности. Основната задача и отговорност пред образователните институции е да бъдат създадени условия, при които ИИ да бъде използван като инструмент за подпомагане на практическото обучение, а не като заместител на човешката креативност и критично мислене. В контекста на обучението в областта на обществените комуникации (PR, журналистика, реклама) ИИ е технически инструмент, който не може да замени практическото обучение, но може да влезе в ролята на „дигитален партньор“, който подпомага човешката експертиза.

## ЛИТЕРАТУРА

1. Phan, T. (2024), *Artificial Intelligence and Higher Education: A Transformative Approach*, SAGE Open, <https://doi.org/10.1177/23294906241302000>, [Accessed 20 April 2026].
2. Holmes, W., Bialik, M. and Fadel, C. (2022), *Artificial Intelligence in Education: Promises and Implications for Teaching and Learning*, Center for Curriculum Redesign,

Boston, <https://curriculumredesign.org/our-work/artificial-intelligence-in-education/>, [Accessed 20 April 2026].

3. Zhong, Y., Shafie, M. and Rosli, B. (2025), *Generative Artificial Intelligence in Higher Education: Opportunities, Challenges, and Future Directions*, International Journal of Academic Research in Progressive Education and Development, pp. 301–312, <https://doi.org/10.6007/IJARPED/v14-i3/25813>, [Accessed 20 April 2026].

4. Luckin, R., Holmes, W., Griffiths, M. and Forcier, L.B. (2016), *Intelligence Unleashed: An Argument for AI in Education*, Pearson, London, <https://www.pearson.com/en-us/insights-and-research/insights/2016/04/intelligence-unleashed.html>, [Accessed 20 April 2026].

5. Василев, В. (2024), *Правилни и неправилни приложения на генеративния изкуствен интелект в системата на висшето образование*, Годишник на Шуменския университет „Епископ Константин Преславски“. Педагогически факултет, XXVIII, pp. 247–254, <https://www.shu.bg/wp-content/uploads/file-manager-advanced/users/faculties/pf/izdaniya/godishnici/godishnik-pf-2024.pdf>, [Accessed 20 April 2026].

6. Meinschmidt, J., et al., 2025. AI-enhanced simulation in higher education. BMC Medical Education\*. [online]. Available at: <https://doi.org/10.1186/s12909-025-07307-3> [Accessed 21 April 2026].

7. Labadze, L., Grigolia, M. and Machaidze, L. (2023), *Role of AI Chatbots in Education: Systematic Literature Review*, International Journal of Educational Technology in Higher Education, <https://doi.org/10.1186/s41239-023-00389-1>, [Accessed 20 April 2026].

8. Kasneci, E., et al., 2023. ChatGPT for good? On opportunities and challenges of large language models for education. Learning and Individual Differences. [online]. Vol. 103, 102274. Available at: <https://doi.org/10.1016/j.lindif.2023.102274>, [Accessed 21 April 2026].

9. Живкова, Б. (2025), *Етичната гледна точка при избор на снимки в кросмедийна среда*, в: *Комуникации, медии и образование в парадигмата на новите технологии и изкуствения интелект*, Международна научна конференция, ФЖМК, Софийски университет „Св. Климент Охридски“, София, pp. 401–410.

10. European Commission (2026), *Ethical Guidelines on the Use of Artificial Intelligence and Data in Education and Training*, European Commission, Brussels, <https://education.ec.europa.eu/focus-topics/digital-education/action-plan>, [Accessed 20 April 2026].