



## СТ А Н О В И Щ Е

От: *доц. д-р Стела Константинова Ангова;*  
*УНСС, катедра „Медии и обществени комуникации“*

Относно: дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен **„доктор“** по *научна специалност* в УНСС.

Автор на дисертационния труд: *Гергана Данчева Дончева Янков*  
Тема на дисертационния труд:

***Новите медии в структурата на секторния PR. Комуникационни форми за управление на здравната сфера***

***Основание*** за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №...../..... на Ректора на УНСС.

### **1. Информация за дисертанта**

Дисертантът се е обучавал по докторска програма към *катедра „Медии и обществени комуникации“, факултет „Икономика на инфраструктурата“* на УНСС по *научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (медии и комуникации)“* съгласно Заповед на Зам.-ректора по НИД на УНСС №...../..... Обучението е осъществено в *редовна* форма през периода 2020 – 2023.

По време на обучението си в докторската програма по „Организация и управление извън сферата на материалното производство“, Гергана Дончева винаги е демонстрирала сериозен интерес и познания по темата за осъществяване на публични комуникации в здравната сфера. В дисертационния труд тя надгражда чрез научен подход своя професионален опит в секторния ПР.

## **2. Обща характеристика на представения дисертационен труд**

*Дисертационният труд е в обем 361 страници (pdf формат). Структуриран е в увод, 6 глави и заключение. Съдържа богата библиография от 227 заглавия, от които 90 на български и 137 на чужди езици. Представена е справка за научните приноси и научно-приложните приноси. Приложен е списък на публикациите, свързани с темата на дисертационния труд – седем на брой, с които многократно се надвишават минималните национални изисквания. В основния текст са включени 5 таблици, 3 фигури, 16 диаграми. Трудът е придружен от 41 приложения. В него също така има списък на съкращенията и кратко дефиниране на понятия, навлизащи от английски и свързани с технологиите.*

*Трудът анализира предизвикателствата и динамиката на публичните комуникации в здравния сектор. Последните три години доказаха на цялото човечество значението на качествената, навременна и етична здравна информация чрез новите медии. Темата е категорично дисертабилна и има силна практико-приложност. Авторът изследва с голямо внимание съвременното състояние на публичните комуникации за здраве, но успява да улови тенденции и да направи прогнози за бъдещото развитие на сектора.*

*Темата е безспорно актуална, като бих дефинирала нейната необходимост в няколко важни полета, особено в контекста на технологиите, новите медии, етиката и правото:*

- (1) нов стратегически подход към публичните комуникации в интернет, които касаят здравето на хората;*
- (2) глобализация на публичните комуникации в здравната сфера;*
- (3) публични комуникации за здраве в условие на криза (глобалната КОВИД пандемия);*
- (4) превенция;*
- (5) здравословен начин на живот;*
- (6) добри практики в здравния сектор.*

*Това означава и нов, интердисциплинарен подход към изучаването на публичните комуникации в здравната сфера, който смятам, че е демонстриран в настоящия труд.*

*В увода коректно присъстват всички необходими атрибути, чрез които се описва развитието на дисертационния труд. Посочени са обект и предмет на изследването, цел и задачи, ограничения в обхвата на изследването, изследвани признаци, теза и хипотези. Авторът търси възможностите за оптимизиране методиката на управление на PR в*

здравната сфера, като аргументира тази необходимост чрез случващото се вече преструктуриране на някои процеси в здравния публич рилейшънс, цифровизацията на различни нива (комуникационни, здравни, технологични), обществена чувствителност към темата, промени в аудиторното поведение и обществените нагласи спрямо здравните теми. Приемам за коректна авторовата теза, че „хибридните комуникационни форми на управление на здравната сфера са по-ефективни отколкото само традиционните или само дигиталните“ (с. 15). Тезата е обяснена чрез предположения за социалните медии като ключов фактор в управлението на публичните комуникации; съотношение възраст на аудиторията – релевантен канал за комуникация с нея; дигитализация на комуникациите поради ефективност на управлението им.

Съставени са седем задачи на изследването, които обобщено са насочени към предлагане на теоретична рамка по темата на труда, анализ на комуникационни практики на Световната здравна организация (СЗО), провеждане на изследване сред здравни комуникационни експерти и сред потребители на здравни услуги.

Методологическият инструментариум включва наблюдение, експертиза, сравнение, контент-анализ, синтез, индукция, дедукция, преглед и критичен анализ на научни и емпирични източници и анкетно проучване. Още тук е мястото да се отбележи като добра изследователска практика, че е извършено представително проучване на национално ниво (807 респонденти), което позволява на автора да бъде по-категоричен в изводите.

Предвид факта, че докторантът представя детайлно съдържанието на главите, няма да се спирам върху всяка една по отделно, а ще синтезирам написаното. Структурата следва утвърдена логика за написването на дисертационен труд. Първите три глави са фокусирани върху преглед и научен коментар на дефиниции, концепции и школи. Тази част от изследователската работа поставя традиционни възгледи за секторния ПР в контекста на новото и на специфичното. Положително впечатление прави умението за осъществяване на паралел по оста традиционно – модерно. Важни изводи в теоретичния раздел на труда са направени по отношение на това как се променят връзките с обществеността, в частност тези в здравната сфера, под влияние на новите медии, станали неделима част от съвременния живот (професионален и личен). Авторът доказва, че фундаментални принципи на публичните комуникации са надградени чрез конкретика, например по отношение на компетенциите, знанията и подходите, чрез разбиране на

онлайн аудиторията и създаване на ефективни комуникации в сферата на здравето чрез прилагането на актуални принципи, чиято поява е свързана с технологичната динамика. Авторът обръща сериозно внимание и на чувствителността на аудиторията по здравни теми, поради което успешните комуникации следва да използват хуманен подход. Аргументирано е мнението, че управлението на комуникациите в здравната сфера води до ефективни бизнес резултати при ясно дефинирана мисия и защитавани каузи. Въз основа на анализ на по-нова литература за трансформациите в ПР-а, авторът обосновава необходимостта от поддръжка на собствен сайт, профили в социални медии, лайвстриймिंग, сторителинг, уочпартита, подкасти, уебинари, микроблогове, употреба на мобилни приложения, чатботове. Новите предизвикателства са разгледани и в контекста на етиката и правните клопки. Този многопластов анализ е резултатен заради използвания немалък обем научна литература, законодателни актове, данни.

Четвърта и пета глава разглеждат комуникационните практики и онлайн инструменти на СЗО, както и комуникационните предизвикателства пред организацията в условия на криза – пандемията от КОВИД. Изследването в тази част от дисертационния труд е направено въз основа на наблюдение и синтез. Наблюдавани са множеството канали на СЗО, като са коментирани въз основа на вида публикации, лого, цветове, послания, честота на публикуване, личността на говорителя на организацията. Логично е в дисертационен труд за публични комуникации в здравната сфера на анализ да бъдат подложени действията на най-голямата здравна организация и поведението ѝ в ситуация на глобална заплаха, непозната до този момент за човечеството. Вижда се създадена строга система за комуникация в интернет, творчески подход, употреба на множество канали, но в същото време авторът идентифицира и недостатъци в комуникационната стратегия и нейното осъществяване.

Последната, шеста глава е основана на емпирични изследвания. Представителното изследване е проведено по най-съвременния социологически метод – „лице в лице“ с таблети на тема „Динамика на комуникационните форми на управление в здравната сфера“, проведено от „Галъп Интернешънъл Болкан“ АД по заявка на докторанта въз основа на разработени от него въпросник и анкетна карта. Критическото осмисляне на немалкия обем литература в първите глави на труда може да се види приложено тук – във формулирането на въпросите към консуматори на здравни и социални услуги (клиенти и пациенти). Резултатите са интересни и важни за ПР експертите в

здравния сектор. Извлечени са изводи за дигиталното поведение на аудиторията, предпочитанията ѝ към информационни платформи и видове съдържание. Реално, получените отговори могат да бъдат превърнати в наръчник на ПР специалиста в здравния сектор (а дори и извън него). Одобрявам научния подход на докторанта да проведе изследване на тема „Новите медии в структурата на здравния PR. Динамика на комуникационните форми за управление на образите в здравната сфера“ с авторска анкетна карта, реализирана сред специалисти по здравен PR във водещи болници и здравни институции България). Така може да се кръстосат резултатите и чрез мнението на пиари в здравни заведения и потребители на здравни услуги да се посочат пресечните точки и да се изведат важни принципи на здравния ПР. Поздравявам автора за това, че е успял да анкетира общо 27 практикуващи връзки с обществеността като вътрешни специалисти (без един, който е външен специалист) и да обобщи съвременни практики в комуникирането на здравни услуги и дейности. Проведено е интервю и с директора по международни отношения и партньорства на болница SHEVA Tel HaShomer Medical Center (Израел), чрез което може да се видят и чужди комуникационни практики. Все пак като най-важното постижение в тази част отчитам споделения опит на българските здравни комуникационни специалисти. От прочетеното смятам, че може да се твърди, че имаме ясна картина на пазара на здравни услуги у нас – на начина, по който той се комуникира онлайн и на инструментариума, който използва, и на начина, по който българските потребители достигат и използват тази информация. Собствените проучвания потвърждават тезата на автора, че хибридните подходи към здравния ПР са адекватни на съвременността и водят до ефективни резултати.

Дисертационният труд не оставя никакво съмнение за експертността на докторанта – научна и професионална, за осъществяване на модерни и ефективни връзки с обществеността в здравната сфера, адекватни на технологичната реалност. Смятам, че от него ще произлезе полезна книга за широка аудитория.

В заключение: ще гласувам убедено за присъждането на образователната и научна степен доктор на Гергана Дончева Янков за дисертационния ѝ труд на тема „Новите медии в структурата на секторния PR. Комуникационни форми за управление на здравната сфера“.

05.06.23

Подпис: доц. д-р Стела Ангова

## OPINION

### OPINION

From: Assoc. Professor Dr. Stella Angova,

UNWE, Media and Public Communications Department

For: Obtaining the educational and scientific degree "Doctor" in scientific field "Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)" in the University of National and World Economy.

Presented by: Gergana Dancheva Doncheva Yankov

Topic: „New media in the structure of the sectoral PR. Communication forms for healthcare management”

Mentor: Prof. Dr. Sc. Lubomir Stoykov

Reason: The scientific jury has been established with an Order №1105/28.04.2023 of the Rector of the University of National and World Economy.

During her studies in the doctoral program in Organization and Management outside the field of material production, Gergana Doncheva has always demonstrated a serious interest and knowledge on the topic of public communications in the health sector. In her dissertation, she builds on her professional experience in sector PR through a scientific approach.

The dissertation is 361 pages long (pdf format). It is structured in an introduction, 6 chapters and a conclusion. It contains a rich bibliography of 227 titles, of which 90 in Bulgarian and 137 in foreign languages. A reference to the scientific contributions and scientific and applied contributions is presented. A list of publications related to the topic of the dissertation is attached - seven in number, which exceed the minimum national requirements by many times. The main text includes 5 tables, 3 figures, 16 diagrams. The work is accompanied by 41 appendices. There is also a list of abbreviations and a brief definition of terms imported from English and related to technology.

The work analyses the challenges and dynamics of public communications in the health sector. The last three years have proven to all humanity the importance of quality, timely and ethical health information through new media. The topic is clearly dissertationable and has strong practical-applicability. The author explores with great care the current state of public health communications, but manages to capture trends and make predictions about the future development of the sector.

The topic is undeniably topical, and I would define its necessity in several important fields, especially in the context of technology, new media, ethics and law:

(1) a new strategic approach to public communications on the Internet that concern

people's health;

- (2) globalization of public health communications;
- (3) public health communications in a crisis (the global COVID pandemic);
- (4) prevention;
- (5) healthy lifestyles;
- (6) best practices in the health sector.

This also implies a new, interdisciplinary approach to the study of public health communications, which I believe is demonstrated in this paper.

The introduction correctly presents all the necessary attributes through which the development of the thesis is described. The subject and object of the study, aim and objectives, limitations in the scope of the study, attributes investigated, thesis and hypotheses are stated. The author searches for the possibilities to optimize the methodology of PR management in the health sphere, arguing this necessity through the restructuring of some processes in health public relations already taking place, the digitalization at different levels (communication, health, technological), public sensitivity to the topic, changes in audience behavior and public attitudes towards health topics. I accept as correct the author's thesis that "hybrid forms of health communication management are more effective than traditional or digital-only forms" (p. 15). The thesis is explained through assumptions about social media as a key factor in public communications management; audience age - relevant audience communication channel ratio; digitalization of communications due to its management effectiveness.

There are seven tasks of the study, which are summarized as proposing a theoretical framework on the topic of the paper, analyzing communication practices of the World Health Organization (WHO), conducting a survey among health communication experts and health service users.

The methodological toolkit includes observation, expert review, comparison, content analysis, synthesis, induction, deduction, review and critical analysis of scholarly and empirical sources and survey research. Already here, it is worth mentioning as a good research practice that a nationally representative survey was conducted (807 respondents), which allows the author to be more definitive in the conclusions.

Given the fact that the doctoral student presents the content of the chapters in detail, I will not dwell on each one separately, but will synthesize what has been written. The structure follows an established logic for writing a dissertation. The first three chapters focus on an overview and scholarly commentary on definitions, concepts, and schools. This part of the research work places traditional views of sector PR in the context of the new and the specific. The ability to draw a parallel along the traditional-modern axis is positively impressive. Important conclusions are drawn in the theoretical section of the work regarding

how public relations, in particular those in the health sector, are changing under the influence of new media that have become an integral part of modern life (professional and personal). The author demonstrates that fundamental principles of public communications are built upon through specifics, for example in terms of competencies, knowledge and approaches, by understanding online audiences and creating effective health communications through the application of current principles whose emergence is linked to technological dynamics. The author also pays serious attention to the sensitivity of the audience on health topics, therefore successful communications should use a humane approach. It is argued that communications management in healthcare leads to effective business results when the mission is clearly defined and the causes championed. Based on an analysis of more recent literature on transformations in PR, the author justifies the need for maintaining one's own website, social media profiles, livestreaming, storytelling, walkthroughs, podcasts, webinars, microblogging, use of mobile apps, and chatbots. New challenges are also discussed in the context of ethics and legal pitfalls. This multi-layered analysis is fruitful because of the considerable amount of scholarly literature, legislation, and data used.

Chapters four and five examine WHO's communication practices and online tools, as well as the communication challenges facing the organization in the context of a crisis - the COVID pandemic. The research in this part of the thesis is based on observation and synthesis. WHO's multiple channels were observed and commented on based on the type of publications, logo, colours, messages, frequency of publication, and the personality of the spokesperson of the organization. It is logical that in a dissertation on public communications in the health sector, the actions of the largest health organization and its behavior in a situation of global threat, unknown to humanity until now, should be analyzed. A rigorous system of communication on the Internet, a creative approach, the use of multiple channels are seen, but at the same time the author identifies shortcomings in the communication strategy and its implementation.

The final, sixth chapter is based on empirical research. The representative research was conducted using the state-of-the-art sociological method - face-to-face with tablets on the topic "Dynamics of communication forms of management in the health sphere", conducted by Gallup International Balkan AD at the request of the doctoral student on the basis of a questionnaire and a questionnaire developed by him. The critical reflection on the considerable body of literature in the first chapters of the thesis can be seen applied here - in the formulation of questions to consumers of health and social services (clients and patients). The results are interesting and important for PR experts in the health sector. Conclusions are drawn about the audience's digital behaviour, preferences for information platforms and types of content. Realistically, the answers obtained can be turned into a handbook for the PR professional in the healthcare sector (and even beyond). I endorse the PhD student's scientific



approach to conduct a study on "New Media in the Structure of Health PR. The dynamics of communication forms for image management in the health sector" with an original questionnaire, implemented among health PR specialists in leading hospitals and health institutions Bulgaria). Thus, it is possible to cross-reference the results and, through the opinion of PR practitioners in healthcare institutions and healthcare consumers, to point out the intersections and to derive important principles of healthcare PR. I commend the author for being able to survey a total of 27 public relations practitioners as in-house specialists (excluding one who is an external specialist) and to summarize current practices in communicating health services and activities. An interview was also conducted with the Director of International Relations and Partnerships of SHEBA Tel HaShomer Medical Center Hospital (Israel), through which foreign communication practices can be seen. However, as the most important achievement in this part I consider the shared experience of Bulgarian health communication specialists. From what I have read, I think it can be argued that we have a clear picture of the healthcare market in Bulgaria - the way it is communicated online and the tools it uses, and the way Bulgarian consumers access and use this information. Our own research confirms the author's thesis that hybrid approaches to health PR are adequate to the modern times and lead to effective results.

The dissertation leaves no doubt about the doctoral student's expertise - scientific and professional, for the implementation of modern and effective public relations in the health sphere, adequate to the technological reality. I believe it will produce a useful book for a wide audience.

In conclusion, I will vote with conviction for the award of the degree of Doctor of Education and Science to Gergana Doncheva Yankov for her dissertation on "New Media in the Structure of Sectoral PR. Communication Forms for the Management of the Health Sphere".

05.06.2023

Assoc. Prof. Dr. Stella Angova

Jury member: .....