



УНИВЕРСИТЕТ ЗА НАЦИОНАЛНО И СВЕТОВНО СТОПАНСТВО

СТАНОВИЩЕ

От: *доц. д.н. Мария Александрова Попова*
Софийски университет „Св. Климент Охридски“, Факултет по журналистика и масова комуникация, катедра „История и теория на журналистиката“
Научна специалност 3.5 „Обществени комуникации и информационни науки (Медии и комуникации – Теория на журналистиката и медиите)“

Относно: *дисертационен труд за присъждане на образователна и научна степен „доктор“ по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (Медии и комуникации)“ 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“*

Научен ръководител: *проф. д.н. Любомир Стойков*

Основание за представяне на становището: участие в състава на научното жури по защита на дисертационния труд съгласно Заповед №1105/28.04.2023 г. на Ректора на УНСС.

1. Информация за дисертанта

Гергана Дончева Янков се е обучавал по докторска програма към *катедра „Медии и обществени комуникации“, факултет „Икономика на инфраструктурата“* на УНСС по научна специалност *„Медии и комуникации“*. Обучението е осъществено в *редовна* форма през периода 2020-2023 г. Има завършени три магистърски степени – по специалност *„Икономика на туризма“* от УНСС, *„Медии и журналистика (със специалност „Връзки с обществеността“)* от УНСС и по специалност *„Предучилищна педагогика“* от Софийския университет *„Св. Кл. Охридски“*. Професионалната ѝ дейност е свързана с медиите и пиара – била е водеща на различни телевизионни предавания, водеща на специални събития, автор на детски книги. Понастоящем заема позициите *„PR мениджър“* и *„Координатор пациенти“* на болницата за рехабилитация *„Сердика“*, както и отговаря за публичните комуникации на Центъра за роботизирана рехабилитация *ReGoRehabilitation*, на веригата резиденции за възрастни *„Сердика“* и веригата хосписи *„Сердика“*. Автор и водещ е на телевизионното предаване *„По стъпките на красотата“* по телевизия *WNESSTV (WellnessTV)*, както и публикува свои статии в списание *„FLM“*.

2. Обща характеристика на представения дисертационен труд

2.1. Структура, обем

Дисертационният труд на Гергана Дончева Янков е с общ обем от 361 стр. и включва: увод, изложение в шест глави, заключение, библиография. В текста са включени 5 таблици, 3 фигури, 16 диаграми и има 41 приложения.

2.2. Актуалност на темата

Дисертацията е посветена на актуалната и интересна тема за възможностите за пълноценно информиране на обществото по теми от областта на здравеопазването, за модерното управление на здравната информация и за ролята на пиар специалиста и комуникационния мениджър в осъществяването на информационното въздействие. Темата за здравеопазването винаги е била важна и активно застъпена в медийното пространство, но става доминанта през последните години покрай пандемията от Ковид-19 и нуждата световната общност да вземе адекватни мерки за преодоляване на заболяването и справяне с неговите последици. Успоредно натовареният, често застоен начин на живот, неправилното хранене, липсата на физическа активност, замърсената околна среда извеждат необходимостта хората да намерят механизми за подобряване на своето физическо и психическо състояние. Всичко това поставя нуждата за опазване на здравето като централна тема в медийното пространство и отличава влиянието на качественото и ефективно управление на информацията с цел правилното представяне дейността на здравните организации, лекарите, здравните специалисти.

2.3. Цели, задачи, обект, предмет и съдържание

В **увода** докторантът ясно е определил обекта, предмета и целите на своето изследване. **Основната цел** е да се изследват моделите за управление на комуникационната политика в здравната сфера, да се установят механизмите, по които здравният пиар допринася за ефективността на организациите при тяхното публично презентирание. **Обект** на изследване е дейността на Световната здравна организация като водеща световна институция. **Предмет** на наблюдение са особеностите на дигиталното пространство, през които се реализират съвременните комуникационни форми на социално влияние, включително в здравеопазването. **Първа глава** представя основните теоретични аспекти – същността, ролята и функциите на медиите като цяло и конкретно на онлайн медиите, характеристиките, историята и видовете пиар според употребата му в различни сектори (корпоративен, здравен, туристически, финансов, образователен пиар и пр.). Във **втора глава** се изясняват принципите на здравния пиар, съобразно възгледите на различни изследователи. Позицията е, че пиар специалистите трябва да познават особеностите не само на комуникацията, но и на здравеопазването, включително здравните закони, за да могат пълноценно да реализират публичните си ангажименти. Подробно са описани възможностите за адекватно планиране на пиар кампанията – от поставянето на ясна цел и подходящо описани задачи, през детайлно разяснение на елементите на пиар кампанията в здравната сфера, съобразяване с наличния бюджет, мониторинг на получените резултати, използването на социалните мрежи за популяризиране на специализирано съдържание или при управлението на кризи. **Трета глава** е посветена на техниките и инструментите за провеждане на ефективен пиар – от създаването на пиар кампания или специални събития, пред организирането на пресконференция и брифинги с медиите и външните публики,

разпространението на специализирана информация чрез имейл или мейлинг лист, уебстраници и търсачки, до използването на социалните медии, търсенето на обратна връзка с аудиторията чрез употребата на иновативни формати като storrytelling, watch party, лайвстриймिंग, уебинар, подкасти, мобилни приложения, изкуствен интелект и пр. Отразени са предимствата на етичния и социално отговорен пиар и тяхното влияние върху обществото, коментирани са специфични случаи на опазване на лекарската тайна и защитата на чувствителна медицинска и пациентска информация от страна на комуникационните специалисти. **В четвърта глава** са наблюдавани комуникационните практики, които се използват от Световната здравна организация. Направен е преглед на нейната история, цели и задачи, визуална идентичност на бранда, съдържание и структура на сайта и на профилите в социалните медии: език, дизайн, навигация, интензитет на публикуване, добавяне на фотографии, брой последователи и реакции, употребата на мобилни приложения, провеждането на пресконференции. Представена е ролята на говорителя на организацията и средствата за моделиране на неговия персонален имидж. Засегнати са и някои от провежданите от СЗО специални събития. **Пета глава** анализира комуникационните практики на организацията по време на пандемията (изнасяне на доклади, новини, стратегии, речи, брифинги, публикации в социалните мрежи и в сайта). Коментирано е, че СЗО има съществена роля в управлението на пандемията, като са отчетени и някои проблемни решения – например недостатъчно развита е идеята за информиране и комуникация чрез мобилни приложения, мнозинството от хора не са били адекватно убедени да се ваксинира, част от информацията (особено в началото на пандемията) е укрита или изкривена от председателя на СЗО, с което се забавя обявяването на пандемията и вземането на мерки срещу нейното разпространение. **Шеста глава** включва описание и анализ на няколко собствените емпирични изследвания. Първото е представително изследване, проведено от социологическа агенция „Галъп Интернешънъл Болкан“ АД по заявка на докторанта, което цели набелязване на ключовите комуникационни форми в здравния пиар. Резултатите посочват, че личните лекари са най-предпочитан източник на информация. За по-младите пациенти и тези, които живеят в големи градове информацията е най-достъпна през интернет и социалните мрежи, а при по-възрастните – през телевизията. Сред използваните комуникационни средства предпочитани са уеб сайтове, чийто лесен достъп буди и най-голямо доверие в аудиторията, а също – мобилните приложения, влоговете и подкастите, сторителингът, лайвстриймिंगът, дигиталните събития и микроблогингът. Второто изследване е реализирано сред специалисти по здравен пиар във водещи български болници и здравни институции. Резултатите показват, че повечето от тях използват както дигиталните, така и традиционните методи на комуникация, като предпочитани са телевизионното представяне, презентирането на информация в сайтове и социални мрежи, мобилните приложения, създаването на текстове за SMS известяване, активното сътрудничество с журналисти, контент маркетинг и инфлуенсър маркетинг. Третото и четвъртото изследване са анкети с израелски специалист и със специалисти по здравен пиар от водещи български болници и институции, чийто резултати в значима степен дублират тези от второто проучване.

2.4. Използвана научна литература

Използвани са общо 227 източника, от които 90 източника са на български език и 137 източника са на чужди езици.

3. Оценка на получените научни и научно-приложни резултати

Дисертацията включва разработването на значима и актуална тематика, позовава се на специализирана литература от областта на комуникацията, пиара и медийната теория. Използвани са разнообразни методи на научен анализ – дедуктивен, контент анализ, социологически изследвания. Разработените четири собствени изследвания са представителни – както с оглед на техния обхват, така и спрямо получените резултати, има възможност за съпоставка и коментар на изведените авторски тези.

4. Оценка на научните и научно-приложни приноси

Принос на изследването е изборът на актуална и важна тема, доколкото темата за здравния пиар е рядко и частично разработвана и едно по-цялостно изследване позволява да се поставят съществените проблеми, комплексно да се оценят средствата за ефективно въздействие, да се набележат полетата за цялостното развитие не само на комуникационната дейност, но и на институциите в здравната сфера. Принос е способността за наблюдение и оценка на комуникационните стратегии и реализираните цели (особено в онлайн среда) на такава значима световна институция като Световната здравна организация, която има важна роля през последните години при овладяването на пандемията от Ковид-19. Приноси са разработените модели за планиране, осъществяване и оценка на пиар кампания в здравата сфера, измерването на ролята и функциите на комуникационните мениджъри, включително спрямо нуждата от защита на етичните стандарти и законови норми в тези деликатна за възприятията на всеки човек социална дейност каквато е здравеопазването. Актуални и приноси са описаните и коментирани средства за въздействие на здравния пиар в интернет и в социалните мрежи с цел достигане и влияние върху по-младата, образована и активна аудитория.

5. Оценка на публикациите по дисертацията

Докторантът има седем научни публикации по темата на дисертационния труд, които са публикувани в авторитетни научни списания и сборници, както и шест статии, които са представени в популярни онлайн издания (две от тях на английски език). Всички те отговарят на заложените стандарти за качество.

6. Оценка на автореферата

Представеният автореферат е с обем от 47 стр. Той пълно и коректно отразява структурата и съдържанието на дисертационния труд.

7. Критични бележки, препоръки и въпроси

При възможност бих препоръчала текстът да бъде публикуван, за да намери своя по-широк кръг читатели, които да се възползват от неговите теоретични и практически качества.

Имам и въпрос към докторанта: Според вас какви са възможностите на здравия пиар специалист да работи съвместно с членовете на активната аудитория при представянето на здравна информация, научни и научно-популярни изследвания в областта на здравеопазването, разкриването на злоупотреби и нерегламентирани практики от страна на болници и лекари с цел обществото да получава пълноценна, достоверна и разнообразна информация? Може ли да представите примери?

8. Заключение

Дисертационният труд е посветен на важната, интересна и актуална тема за възможностите на здравния пиар да формира цялостна, модерна и релевантна представа за дейността, поведението и целите на здравните институции, лекарите и здравните работници в една силно натоварена информационна среда, в която взаимодействието между традиционните и онлайн медии, личната оценка на онлайн потребителите, етичното отношение и ефективното използване на разнообразни комуникационни средства са ключови за пълноценната комуникация. Въз основа на представения текст и отговора на докторанта **убедено препоръчвам на уважаемото научно жури да присъди на ГЕРГАНА ДАНЧЕВА ДОНЧЕВА ЯНКОВ образователната и научна степен „доктор” по научна специалност „Организация и управление извън сферата на материалното производство (Медии и комуникации)“.**

25.05.2023 г.

Подпис:
/Доц. д.н. Мария Попова/



UNIVERSITY OF NATIONAL AND WORLD ECONOMY

OPINION

From: *Assoc. Professor Dr. Sc. Maria Popova,
Sofia University „St. Kliment Ohridski”, Faculty of Journalism and Mass
Communication, History and Theory of Journalism Department
Scientific field 3.5. Social Communications and Information Sciences (Media and
Communications – Theory of Journalism and Media)*

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.*

1. Information for the author of the dissertation

Gergana Doncheva Yankov has studied doctoral degree program in the scientific field “Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)”, offered by Media and Public Communications Department in Faculty of Economics of Infrastructure, University of National and World Economy between 2020-2023. She graduated with three master’s degree – “Economy of tourism” in University of National and World Economy, “Media and Journalism (specialisation in „Public Relations”) in University of National and World Economy and “Preschool Pedagogy” in Sofia University „St. Kliment Ohridski”. Her professional activity is related to the media and PR – she has been a presenter of various television shows, a host of special events, an author of children's books. She is a “PR Manager” and “Patient Coordinator” of the Serdika Rehabilitation Hospital, as well she has been responsible for the public communications of the ReGoRehabilitation Robotic Rehabilitation Center, the Serdika chain of senior residences and the Serdika hospice chain. She is an author and presenter of the television show “In the footsteps of beauty” on WNESSTV (WellnessTV), and an author of “FLM” magazine.

2. Evaluation of the qualities of the dissertation

2.1. Structure and size.

The dissertation of Gergana Doncheva Yankov contains 361 pages, foreword, six chapters, conclusion, literature, and applications. The text includes 5 tables, 3 figures, 16 diagrams and there are 41 appendices.

2.2. Relevance of the topic.

The dissertation presents the current and interesting topic of the possibilities for fully informing the public on health care topics, the modern management of healthcare information and the role of PR specialist and communication manager in the process of the informational impact realization. The topic of healthcare has always been important and actively covered in the media, but it has become dominant in recent years along with the Covid-19 pandemic and the global community need to take adequate actions to overcome the disease and to deal with its consequences. At the same time, the busy, often sedentary lifestyle, improper nutrition, lack of physical activity, polluted environment led people to find mechanisms to improve their physical and mental condition. All this put the healthcare protection as a central topic in the media and distinguish the influence of quality and effective information management for correctly representation of the activities of health organizations, doctors, health specialists.

2.3. Aims, object, subject, and content.

In the foreword the author clearly defines the object, subject, and the aims of the dissertation. The main **aim** is to analyze the models for communication policy management in the healthcare sector, to establish the mechanisms by which health PR contributes to the effectiveness of organizations in their public presentation. The **object** of research is the activity of the World Health Organization as a leading global institution. The **subject** of research are the digital space features through which the contemporary communication forms of social influence are realized, including in the healthcare sector. **Chapter One** of the dissertation presents the main theoretical aspects – the nature, role, and functions of the media and the online media, the characteristics, history, and types of PR according to its use in the different sectors (corporate, health, tourism, financial, educational PR, etc.). In the **Chapter Two** are clarified the health PR principles, according to the various researchers' views. The position is that PR specialists should know not only the communication features, but also the healthcare problems, including health laws, with purpose fully to realize their public commitments. The possibilities for the adequate PR campaign planning are described in detail – from setting a clear goal and appropriately described tasks, through a detailed explanation of the PR campaign's elements in healthcare sector, considering to the available budget, monitoring the received results, and using the social networks to promote specialized content or in case of crisis management. **Chapter Three** is dedicated to the techniques and tools for conducting effective PR – creating a PR campaign or special events, organizing the press conferences and briefings with the media and external audiences, distributing the specialized information via e-mail or mailing list, web pages and search engines, using the social media, searching for audience feedback through the innovative formats such as storytelling, watch parties, live streaming, webinars, podcasts, mobile applications, artificial intelligence, etc. The advantages of ethical PR and social responsibility and their influence on society are reflected, the specific cases of the protection by the communication specialists of the medical confidentiality and the sensitive medical and patient information are commented. In the **Chapter Four** are observed the communication practices used by the World Health Organization. Its history, aims and goals are reviewed, also its visual brand identity, the web site and social media profiles content

and structure: language, design, navigation, intensity of posting, adding photographs, number of followers and reactions, also: use of mobile applications, holding the press conferences. The role of the spokesperson of the organization and his personal image modeling are presented. Some of the special events of the WHO are also shown. The **Chapter Five** analyzes the WHO communication practices during the Covid-19 pandemic (delivering reports, news, strategies, speeches, briefings, publications on social networks and on the website). It has been commented that the WHO has an essential role in the management of the pandemic, but some problematic solutions are also reported – for example, the idea of informing and communicating through mobile applications is underdeveloped, the majority of people are not adequately convinced to be vaccinated, part of the information (especially at the beginning of the pandemic) is hidden or distorted by the WHO president, thus delaying the announcement of the pandemic and taking measures against its spread. The **Chapter Six** includes a description and analysis of the several own empirical studies. The first one is a representative study conducted by the sociological agency “Gallup International Balkan”, made at the request of the doctoral student, which aims to identify the key forms of communication in health PR. The results indicate that the GPs are the most preferred source of information. The information is most available through internet and social networks for the younger patients and those who live in the large cities, for the older patients – through television. Among the used communication tools, websites are preferred, whose easy access inspire the greatest confidence in the audience, as well as mobile applications, vlogs and podcasts, storytelling, live streaming, digital events, and microblogging. The second study is conducted among health PR specialists in leading Bulgarian hospitals and healthcare institutions. The results show that most of them use both digital and traditional communication methods, preferring television presentation, presenting information on websites and social networks, mobile applications, creating texts for SMS notification, active cooperation with journalists, content marketing and influencer marketing. The third and fourth studies are polls with an Israeli specialist and with the health PR specialists from leading Bulgarian hospitals and institutions, the results of which significantly duplicate those of the second study.

2.4. Scientific Literature.

The dissertation includes 227 sources, from which 90 are in Bulgarian and 137 are in English and other foreign languages.

3. Evaluation of the scientific and applied scientific results.

The dissertation develops a significant and current topic, refers to specialized literature in the field of communication, PR, and media theory. Various methods of scientific analysis are used – deductive, content analysis, sociological research. The developed four own studies are representative – both in terms of their scope, and in relation to the results, there is an opportunity to compare and comment on the presented author's theses.

4. Evaluation of the scientific and applied-scientific contributions.

The contribution of the dissertation is the choice of a current and important topic, as well as the health PR topic is rarely and partly developed, and a more comprehensive study allows to be presented the essential problems, comprehensively to be evaluated the effective impact recourses, to be marked the fields of the integral development not only of the communication, but also in the healthcare institutions. The contribution is the ability to monitor and evaluate the communication strategies and realized goals (especially online) of such a significant global institution as the World Health Organization, which has played an important role in the controlling the Covid-19 pandemic in the recent years. The developed models for planning, implementation, and evaluation of a

PR campaign in the healthcare sector are beneficial, as well as the measurement of the role and functions of communication managers, including the need to protect ethical standards and legal norms in these delicate for each person's perceptions social activity such as healthcare. The described and commented instruments for the health PR influence on Internet and in the social networks to reach and impact the younger, educated, and active audience are relevant and useful.

5. Evaluation of the publications and participation in scientific forums

The doctoral student has seven scientific publications on the topic of the dissertation, which have been published in the authoritative scientific journals and collection books, as well as six articles that have been presented in the popular online media (two of them in English). All of them are prepared by the required quality standards.

6. Evaluation of the dissertation review

The presented abstract concludes 47 pages and it fully and correctly presents the dissertation's structure and content.

7. Notes and recommendations

If it is possible, I would recommend the text be published so that it finds its wider circle of readers who will benefit from its theoretical and practical qualities.

I also have a question for the doctoral student: In your opinion, what are the opportunities for a health PR professional to work together with the members of the active audience in presenting health information, scientific and popular science research in the field of healthcare, exposing abuses and unregulated practices by the hospitals and doctors and the society to receive complete, reliable, and diverse information? Can you give some examples?

8. Conclusion

The dissertation is dedicated to the important, interesting and current topic of the the health PR possibilities to form a comprehensive, modern and relevant concept for the activity, behavior and goals of the healthcare institutions, doctors and health specialists in a highly information-saturated environment, in which the interaction between traditional and online media, the personal assessment of online users, the ethical attitude and effective use of a variety of communication tools are key to an effective communication. According to the presented dissertation and the response of my question **I strongly recommend to the Honorable Scientific Jury to award to GERGANA DONCHEVA YANKOV the educational and scientific degree “Doctor” in the scientific field “Organization and management outside the sphere of material production (Media and Communications)” in the University of National and World Economy.**

25.05.2023 г.

Jury member:

Assoc. Prof. Dr. Sc. Maria Popova

