

ИЗКУСТВЕНИЯТ ИНТЕЛЕКТ В ЗДРАВНИЯ PR

Гергана Дончева Янков

Университет за национално и световно стопанство

Резюме. Каква е ролята на изкуствения интелект (ИИ) в здравния пбблик рилейшънс? Как той преустройва света на здравния PR? Дали ИИ е заплаха за здравните пиари, или се превръща в техен незаменим помощник? **Целта** на научния доклад е да отговори на тези и още въпроси относно приложението на изкуствения интелект в здравните публични комуникации. **Методите**, използвани за целта на настоящия доклад, са анализ и синтез на данни от библиографски източници, както и анализ на резултатите от провеждане на научен експеримент в дигитална среда с изкуствен интелект от последно поколение.

Резултати. Ролята на ИИ в здравния PR е все по-осезаема и изцяло наложена в системата на международното здравеопазване – чатбота на СЗО в комуникационна платформа Viber е универсален мост между Организацията и нейните публики и дава многопластови възможности за осведомяване по всевъзможни здравни въпроси. Идентичен резултат е и в платформата Messenger на Facebook. ИИ постепенно променя бизнес средата във всяка сфера, включително и в здравеопазването. ИИ в лицето на ChatGPT се превръща както в помощник на здравните пиари, така и в основен съперник.

Дискусия. Последните пробиви в ИИ технологиите съществено и трайно могат да трансформират здравния PR и начина на прилагането му. Професията PR не е от изчезващ вид, тъй като е свързана с дълбок мисловен процес, креативност, контакти и връзки с „живи“ хора. Тези дейности засега са непосилни за изкуствения интелект, въпреки това ще изпъкнат и ще останат най-добрите професионалисти. Резултатите от научния експеримент задават посока за стремеж към все по-прецизно представяне на специалистите по здравен PR в тяхното професионално поприще.

Заключение. ChatGPT може да съставя уместни текстове, слогани, дори послания, които са с висока ефективност при приложението им в практиката на здравните пиари. В обозримо бъдеще тази технологична новост ще се усъвършенства още повече. Чатботовете, като част от идеята за комуникация чрез ИИ, са област, в която ролята на пиарите е грижливо да обмислят всяко съобщение и логическата свързаност между съобщенията. Възникват следните **препоръки** за бъдещи проучвания по темата: да се следи технологичният напредък на ИИ и да се намерят нови ниши в дейностите в здравния PR, в които ИИ намира приложение.

Ключови думи: PR; връзки с обществеността; обществени комуникации; комуникация; здравеопазване; изкуствен интелект

1. Въведение

В детайлен анализ на повече от 700 професии изследователите от „Оксфорд“ стигат до заключението, че автоматизацията ще елиминира 47% от работата, която вършат хората днес (Frey, Benedict, Michael 2013). Автоматизацията е свързана с технологични решения, компютърни програми и изкуствен интелект. Добрата новина е, че професията PR не е от изчезващия вид, защото това е професия, свързана с дълбок мисловен процес, креативност, контакти и връзки с „живи“ хора. Това са дейности, непосилни за изкуствения интелект. Обаче ще изпъкнат и ще останат най-добрите – онези, които са наистина незаменими комуникатори, приятни събеседници и отлични професионалисти по ВО. В последните месеци усилено се обсъжда прогресът на машините да демонстрират способности, присъщи за хората – да разсъждават, да се учат, да планират или да творят. Този прогрес косвено и пряко засяга бъдещето на всяка сфера на бизнеса, всяко ниво в организациите, ще окаже влияние върху живота на човека и върху еволюцията на човешката раса. Става дума за изкуствения интелект (ИИ). **Целта** на настоящия научен доклад е да разкрие каква е ролята на изкуствения интелект в здравния публичен рилейшънс, да покаже как той преустройва света на здравния PR и дали ИИ е заплаха за здравните пиари, или се превръща в техен незаменим помощник. Отговори на тези и още въпроси относно приложението на изкуствения интелект в здравните публични комуникации получаваме от проведените научни мероприятия във връзка с настоящия доклад.

2. Методология

За да изследваме поставените във въведението тематик **прилагаме метода на анализ и синтез, а методът на наблюдението е в основата** на подробното разглеждане на комуникационното приложение (прилагане) на ИИ в международната система на Световната здравна организация (СЗО). Доказателствена стойност на резултатите получаваме и от **научно изследване**, което провеждаме в дигитална среда чрез екзекуция на авторска анкета с единствен респондент ИИ в лицето на ChatGPT.

Изкуственият интелект постепенно променя бизнес средата във всяка сфера, включително и що се отнася до сектор здравеопазване. *Последните проби в AI¹ технологиите съществено и трайно могат да трансформират здравния PR* и начина на прилагането му. Във въведението споменахме, че професията PR не е от изчезващ вид, защото това е професия, свързана с дълбок мисловен процес, креативност, контакти и връзки с „живи“ хора, и че това са дейности, непосилни за изкуствен интелект. Въпреки че професията не е от изчезващ вид, ще изпъкнат и ще останат най-добрите професионалисти. Американската компания за изследване и внедряване на изкуствен интелект OpenAI, чиято мисия е да гарантира, че изкуственият общ

интелект е от полза за цялото човечество², създаде *ChatGPT* – модел, който взаимодейства по разговорен начин. Форматът на диалога позволява на *ChatGPT* да отговаря на последващи въпроси, да признава грешките си, да оспорва неправилни предположения и да отхвърля неподходящи искания³. Как това преустройва света на здравния PR? Една от всекидневните задачи на професионалистите по здравен PR е да съставят оригинални текстове – за PR кампании, за постове в социалните медии на компанията, която представляват, за статии, предназначени за SEO оптимизация, и прочие. *ChatGPT* е на път да върши всичко това. Към месец май 2023 *ChatGPT* може да съставя уместни текстове, слогани, дори послания, които да са с висока ефективност при приложението им в практиката. Задаваме му задача (в последната актуализирана версия от 13 февруари 2023 г.)⁴ да създаде кратко послание за кампания за 20 март – Световния ден за информираност относно нараняванията на главата, и получаваме почти перфектен, вършещ работа, текст: „Protect your head, protect your future. Join us on World Head Injury Awareness Day and learn about the importance of prevention and early detection. Together, we can reduce the risk of head injuries and improve outcomes for those affected. Spread the word and let’s make safety a top priority!“⁵. Тук единствената допусната грешка е в „ранното откриване“ – няма как да има ранно откриване на нараняване на главата – и съответно текстът трябва да се преработи с минимална корекция, за да бъде приложен в практиката. *ChatGPT* е създаден през ноември месец 2022 г., а вече е достатъчно разработен (развит), за да създава PR текстове. Съвсем логично е да мислим, че в обозримо бъдеще тази технологична новост ще се развие и усъвършенства още повече. Така AI се превръща както в помощник на здравните пиари, така и в основен съперник, или поне в предизвикателна бариера, за която постоянно да са нащрек. Става ясно, че в света на здравния PR ще останат онези, които са наистина незаменими комуникатори, приятни събеседници и отлични професионалисти по ВО.

В чат с *ChatGPT* на въпроса „Какво мислиш за ролята на изкуствения интелект в здравния PR?“ ИИ отговаря: „Изкуственият интелект може да има важна роля в здравния PR. Той може да бъде използван за събиране и анализ на големи количества данни, които могат да бъдат полезни за разработване на маркетингови стратегии, планиране на кампании за здравеопазване и подобряване на комуникацията с пациентите.

Изкуственият интелект може да бъде използван за персонализиране на съобщенията и кампаниите, като се използват данни за предпочитанията и нуждите на пациентите. Той може да бъде използван и за автоматизиране на определени процеси, като например записването на пациенти или издаването на рецепти, което може да освободи време за персонала да се фокусира върху грижите за пациентите.

Въпреки това трябва да се има предвид, че изкуственият интелект не може да замени напълно човешкия фактор в здравния PR. Той *може да бъде полезен инструмент*, но в крайна сметка, в комуникацията с пациентите е важно да има и човешки контакт и емпатия“.

Логично е да се предположи, че светът на здравния PR ще бъде преустроен, като още повече ще изтъкне мениджърската функция на PR специалистите в сферата на здравеопазването, ролята на супервайзър (над работата на ИИ) все повече ще взема превес над сегашната позиция и дейности на професионалистите, творящи в областта на здравния, а и друг секторен PR. Релевантно е да помислим и за липсата на езикова бариера при ChatGPT – той общува на над 100 езика, включително различни варианти и диалекти. Здравните пиари могат да се възползват от езиковото предимство, прилагайки го в своята работа.

Чатботовете⁶ са новост, която намира своето приложение и в здравната сфера. Подробно разглеждаме приложението им в системата на СЗО чрез платформа Viber, както и в Messenger на Facebook. *Чатботът е компютърна програма, която използва изкуствен интелект (AI) и обработка на естествен език (NPL), за да разбере въпросите на клиентите и да автоматизира отговорите на тях, симулирайки човешки разговор*⁷.

Viber е мобилно приложение за комуникация, което заслужава анализ в настоящия труд по няколко причини: първо, приложението предлага опция за общуване чрез внедрен изкуствен интелект под формата на чатботове; второ, ниската цена за ползване и осъществяване на комуникация прави приложението предпочитан канал за междуличностна комуникация; трето, платформата се употребява за общуване и обмен на данни от пациенти и клиенти в здравната сфера; четвърто, приложението е един от дигиталните канали, на които СЗО разчита, за да достигне най-бързо и ефективно до аудиторията си или до част от нея. СЗО развива няколко канала в приложението Viber, включително предлагайки чатбот система.

Комуникацията на СЗО в платформата на мобилното приложение Viber заслужава особено внимание и наблюдение във връзка с темата за изкуствения интелект в здравния PR. Каналът им в това мобилно приложение се казва WHO Official Channel и предлага *интерактивна комуникация* с последователите на Организацията там, а те към месец май 2023 са 988 497⁸ (за справка: през месец декември 2022 са били 1 062 251⁹). В канала бива споделяна разнородна информация, като например напомняне за Световния ден на диабета, Световния ден на менталното здраве и други световни дни; съвети за здравословно хранене (7 декември 2022), насърчаване да бъдем активни (спортът и здравето вървят ръка за ръка – 24 август 2022), напомняне да се предпазваме от слънцето (28 юни 2022), споделяне на видеа по конкретна тема, като „какво знаем до момента за варианта Омикрон?“ (20 декември 2022) и много много други. Чрез канала си във

Viber СЗО осъществява *запитвания* по различни въпроси, например „Нашето съдържание лесно ли е за разбиране?“ или „Какъв тип съдържание би било най-полезно за вас?“, „Какво искате да продължим да правим?“¹⁰, бързи куизове, в които всеки може да провери познанията си по конкретни здравни теми, например „вярно или грешно е твърдението: ХИВ може да се предава чрез размяна на телесни течности на заразени хора, като кръв, майчино мляко, семенна течност и вагинална секреция“. В този куиз са взели участие над 6500 човека (толкова отговора има регистрирани), а 10% от тях са натиснали бутон „невярно“, което е грешният отговор. Така са разбрали, че всъщност човек може да се зарази именно по гореспоменатия начин, а СЗО е изпълнила една от своите мисии – да образова, за да даде възможност за по-здравословен живот. *СЗО представя възможност за чат с техния бот (чатбот)*. Той се казва WHO Health. Основните теми с чатбота са девет: последни новини, сподели & покани, женско здраве, ваксини, статистика, езици, тютюн, канал, уебсайт. Менюто „последни новини“ предлага пет бутона – всеки от тях е новина, а шестият бутон е за още новини и препраща към новинарска платформа, подобна по структура на тази в уеб сайта – с търсачка по ключови думи, по здравна тема, по държави, година или департамент на публикуване. „Сподели & покани“ открива три бутона – Viber, Twitter и Facebook. Бутон „женско здраве“ в чатбота препраща към друг чатбот на СЗО във Viber – този, озаглавен WHO Women’s Health. В него абонатите са 582 757 към 22 май 2023 (за справка: към 17 декември 2022 са били 687 351) и предлага шест активни бутона: рак на гърдата, грижа за кожата, рак на шийката на матката, езици, диабет, ендометриоза. Бутонът „рак на гърдата“ предлага упътване (ръководство) за самопроверка. По сходен начин другите бутона в чатбота предоставят възможност на абоната (събскрайбъра) за интерактивна комуникация, за самопроверка, предоставя информация по интересен начин. Чатботът „женско здраве“ предлага основна емисия информация на стената също както в основния канал на СЗО във Viber, а *под формата на викторина (куиз) се реализира образователният замисъл на проекта*. „Нека заедно да разберем колко знаете за физическата активност!“ – така предложена, викторина е любопитна за абонатите и с натискането на бутона „започни куиз“ имат възможност да отговорят на въпрос „Като възрастен, колко физическа активност трябва да се стремите да правите всеки ден?“. Предложените четири отговора са в четири бутона: А. 15 минути на ден; В. 25 минути на ден; С. 40 минути на ден; D. 60 минути на ден. След натискане на бутона с предполагаемия отговор при грешен отговор чатботът казва „Верният отговор е В. 25 минути на ден. Благодаря, че участвахте в куиза. Останете на линия за още“. При натискане на верния отговор чатботът отговаря: „Много добре! Поне 25 минути на ден физическа активност е препоръчителна за възрастни за предотвратяване на болести и за повишаване на психичното здраве и благополучие. Благодаря, че участвахте в куиза. Останете на линия за още“.

Бутонът „ваксини“ в чатбота на WHO Official Channel открива пет платна с информация за ваксините, а цветът на тези платна са бяло и синьо като цветовете на емблемата и логото на СЗО. Бутон „статистика“ открива таблото със статистика на Организацията във връзка с COVID-19, наименувано WHO Coronavirus (COVID-19) Dashboard. Меню „езици“ съвсем логично отваря опции за избор на език: 23 възможни езика. Това е далеч по-голям избор от този, който се предоставя като възможност в уебсайта на СЗО.

Бутон „тютюн“ отваря WHO Quit Challenge on Viber – пореден чатбот, разработен от екипа на СЗО в полза на хората, които имат желание да откажат тютюнопушенето. В него има седем активни бутона, а един от тях е „COVID-19“. Бутон „канал“ в основния чатбот връща потребителите в общата емисия на канала. *Съвсем сходна чатбот система е внедрена и в Messenger на СЗО, като основните разлики са в интерфейса на канала за комуникация.*

СЗО не са нито първата, нито единствената здравна структура, предлагаща комуникация чрез чатбот система. Много болници, предприятия, произвеждащи здравни продукти, и изобщо здравни организации улесняват потребителите си (и себе си) като предлагат общуване по този начин. *Ролята на пиарите е грижливо да обмислят всяко съобщение, както и логическата свързаност между съобщенията, които автоматично ще бъдат поднесени на „живия“ човек (потребителя).* Крайната цел тук е да няма комуникационни дисбаланси и съобщения тип „задънена улица“, за да бъдат изпълнени стремежите на ВО.

3. Резултати

Ролята на ИИ в здравния PR е все по-осезаема и изцяло наложена в системата на международното здравеопазване – чатбота на СЗО в комуникационна платформа Viber е универсален мост между Организацията и нейните публики и дава многопластови възможности за осведомяване по всевъзможни здравни въпроси. Идентичен резултат е и в платформата Messenger на Facebook. ИИ постепенно променя бизнес средата във всяка сфера, включително и в здравеопазването. ИИ в лицето на ChatGPT се превръща както в помощник на здравните пиари, така и в основен съперник.

Освен уместна комуникационна платформа с „живи“ хора Viber предлага общуване чрез внедрен изкуствен интелект под формата на чатботове. Интерактивната комуникация в системата на международното здравеопазване, в лицето на системата на СЗО, е предимно с образователно-информационния характер, изграден от викторини (куизове) и нотификации чрез чатбот (с изкуствен интелект). *Съвсем сходна чатбот система е внедрена и в Messenger (във Facebook) на СЗО, като основните разлики са в интерфейса на канала за комуникация.*

В новата ситуация ролята на пиарите е грижливо да обмислят всяко съобщение, както и логическата свързаност между съобщенията, които авто-

матично ще бъдат поднесени на „живия“ човек (потребителя). Крайната цел е да няма комуникационни дисбаланси и съобщения тип „задънена улица“, за да бъдат изпълнени стремежите на ВО. Светът на здравния PR ще бъде преустроен, като още повече ще изпълне мениджърската функция на пиарите в сферата на здравеопазването, ролята на супервайзър (над работата на ИИ) все повече ще взема превес над сегашната позиция и дейности на професионалистите в областта на здравния, а и друг секторен PR.

4. Дискусия

Последните пробиви в ИИ технологиите съществено и трайно могат да трансформират здравния PR и начина на прилагането му. Професията PR не е от изчезващи вид, тъй като е свързана с дълбок мисловен процес, креативност, контакти и връзки с „живи“ хора. Тези дейности засега са непосилни за изкуствения интелект, въпреки това ще изпълнат и ще останат най-добрите професионалисти. Резултатите от научния експеримент задават посока за стремеж към все по-прецизно представяне на специалистите по здравен PR в тяхното професионално поприще.

5. Заключение

ChatGPT съставя уместни текстове, слогани, дори послания, които са с висока ефективност при приложението им в практиката на здравните пиари. В обозримо бъдеще тази технологична новост ще се усъвършенства още повече. Чатботовете, като част от идеята за комуникация чрез ИИ, са област, в която ролята на пиарите е грижливо да обмислят всяко съобщение и логическата свързаност между съобщенията. Възникват следните препоръки за бъдещи проучвания по темата: да се следи технологичният напредък на ИИ и да се намерят нови ниши в дейностите в здравния PR, в които ИИ намира приложение.

Благодарности. Благодаря на научния си ръководител проф. д.н. Любомир Стойков за насоките и съветите, които ми отправи във връзка с настоящия научен доклад и с академичната ми работа. Благодаря и на колегите от катедра „Медии и обществени комуникации“ на УНСС за възможността за академична изява в настоящия докторантски семинар.

Използвани съкращения

AI – Artificial intelligence – изкуствен интелект

IBM – International Business Machines (име на компания)

NPL – natural language processing (обработка на естествен език)

PR – public relations

SEO – Search Engine Optimization

WHO – World health organization

ВО – връзки с обществеността

ИИ – Изкуствен интелект

СЗО – Световна здравна организация

ХИВ – (от английски език HIV – Human Immunodeficiency Viruses) човешки имунодефицитни вируси

БЕЛЕЖКИ

1. AI – Artificial intelligence – изкуствен интелект
2. About. Website of OpenAI. [Cited 8 март 2023]. Available from: <https://openai.com/about>.
3. Introducing ChatGPT. Website of OpenAI. [Cited 8 март 2023]. Available from: <https://openai.com/blog/chatgpt>.
4. ChatGPT Feb 13 Version. [Cited 8 март 2023]. Available from: <https://chat.openai.com/chat>.
5. В превод от английски език: „Защитете главата си, защитете бъдещето си. Присъединете се към нас в Световния ден за информираност относно нараняванията на главата и научете за значението на превенцията и ранното откриване. Заедно можем да намалим риска от наранявания на главата и да подобрим резултатите на засегнатите. Разпространете информацията и нека направим безопасността основен приоритет!“.
6. Чатбот и чат бот са дублетна форма за едно и също понятие. За целите на настоящия труд приемаме изписването като една цяла дума.
7. What is a chatbot. Уебсайт на IBM. [Cited 22 май 2023]. Available from: <https://www.ibm.com/topics/chatbots#:~:text=the%20next%20step-,What%20is%20a%20chatbot%3F,to%20them%2C%20simulating%20human%20conversation..>
8. Rakuten Viber. WHO Official Channel. [Cited 22 май 2023]. Available from: <https://invite.viber.com/?g2=AQBh%2BpQcBijUFUtiIgpPkTgBBh8SxlBxP9ImBgkySux6efs1RB9foZ0Tv%2FOXAYFA&lang=bg>.
9. Rakuten Viber. WHO Official Channel. [Cited 16 декември 2022]. Available from: <https://invite.viber.com/?g2=AQBh%2BpQcBijUFUtiIgpPkTgBBh8SxlBxP9ImBgkySux6efs1RB9foZ0Tv%2FOXAYFA&lang=bg>.
10. Въпроси, зададени на 16 декември 2022.

REFERENCES

- FREY, C.; BENEDICT, O.; MICHAEL, A. 2013. The future of employment: How susceptible are jobs to computerization? *Oxford Martin*. Available from: <https://www.oxfordmartin.ox.ac.uk/publications/the-future-of-employment/>.

ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HEALTH PR

Abstract. What is the role of artificial intelligence (AI) in healthcare public relations? How is it reshaping the world of health PR? Is AI a threat to healthcare PR or becoming their indispensable assistant? **The purpose** of the scientific report is to answer these and other questions regarding the application of artificial intelligence in health public communications. **The methods** used for the purpose of this report are the analysis and synthesis of data from bibliographic sources, as well as the analysis of the results of conducting a scientific experiment in a digital environment with artificial intelligence of the latest generation.

Results. The role of AI in health PR is increasingly tangible and fully imposed in the system of international health care – the chatbot of the WHO in the Viber communication platform is a universal bridge between the Organization and its audiences and provides multi-layered opportunities for awareness on all possible health issues. An identical result is also on Facebook's Messenger platform. AI is gradually changing the business environment in every field, including healthcare. AI in the face of ChatGPT is becoming both an assistant to health PRs and a major rival.

Discussion. Recent breakthroughs in AI technologies could significantly and permanently transform health PR and how it is implemented. The PR profession is not a disappearing species, as it is associated with a deep thought process, creativity, contacts, and connections with „living” people. These activities are so far beyond the reach of artificial intelligence, yet the best professionals will stand out and remain. The results of the scientific experiment set a direction for striving for an increasingly accurate representation of health PR specialists in their professional field.

Conclusion. ChatGPT can compose relevant texts, slogans, even messages that are highly effective when applied in the practice of health PR. In the foreseeable future, this technological innovation will be further refined. Chatbots as part of the idea of communication through AI is an area where the role of PRs is to carefully consider each message and the logical connection between the messages. The following **recommendations** emerge for future research on the topic: to monitor the technological progress of AI and to find new niches in health PR activities in which AI finds application.

Keywords: PR; public relations; public communications; communication; healthcare; artificial intelligence

✉ **Gergana Doncheva Yankov**
University of National and World Economy
Sofia, Bulgaria
E-mail: geri_doncheva@unwe.bg