

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٥٧٢٤ - ٢٠١٧



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی

گروه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

امکان سنجی بکارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی توسط کتابداران

کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان

استاد راهنما:

دکتر احمد شعبانی

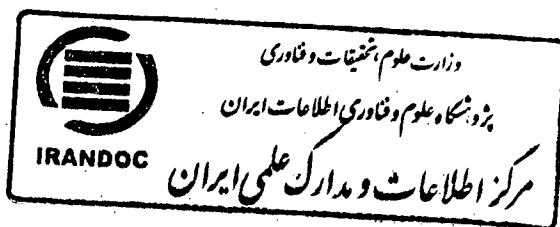
استاد مشاور:

دکتر احمد عابدی

پژوهشگر:

اکرم مسلمی

دی‌ماه ۱۳۸۹



۱۵۸۵۹۴

۱۳۹۰/۳/۱۶

کلیه حقوق مادی مترتب بر نتایج مطالعات، ابتکارات و
نوآوری‌های ناشی از تحقیق موضوع این پایان نامه متعلق
به دانشگاه اصفهان است.

شماره کارشناس پایان نامه
رجایت شده است.



دانشگاه اصفهان

دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی

گروه علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

پایان‌نامه کارشناسی ارشد رشته علوم کتابداری و اطلاع‌رسانی

گرایش کتابخانه‌های دانشگاهی

خانم اکرم مسلمی

تحت عنوان

امکان سنجی بکارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی توسط کتابداران

کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان

در تاریخ ۸۹/۱۰/۲۹ توسط هیأت داوران زیر بررسی و با درجه عالی به تصویب نهایی رسید.

۱- استاد راهنمای پایان‌نامه

دکتر احمد شعبانی

با مرتبه‌ی علمی دانشیار

امضا

۲- استاد مشاور پایان‌نامه

دکتر احمدعابدی

با مرتبه‌ی علمی استادیار

امضا

۳- استاد داور داخل گروه

دکتر ثریا معمار

با مرتبه‌ی علمی استادیار

امضا

۴- استاد داور خارج از گروه

دکتر علی شائمی

با مرتبه‌ی علمی استادیار

امضا

امضای مدیر گروه

پاسکوزاری

از زحمات جناب آقای دکتر احمد شعبانی که راهشایی این پژوهش را بر عهده داشتند و استادان و
دلسوزانه هدایت و مساعدت نمودند؛ همچنین از جناب آقای دکتر احمد عبدی که مشاوره پایان
نامه را با دایت انجام دادند و نیز از سرکار خانم اعظم مسلمی کارشناسی ارشد آمار زبیتی
دانشگاه علوم پزشکی همدان و زحمات بی‌شائبه ایشان پاسکوزاری می‌نمایم.
از جناب آقای رضا بصیریان جرمی و از اساتید محترم گروه به ویژه سرکار خانم دکتر عاصفه
عاصمی و دیگر عزیزان و دوستان گرامی در طول دوره تحصیلی نیز کمال تشکر و امتنان را دارم.

خداوند هر که را خواهد از خود دور کند، از علم دور کند.

حضرت علی (ع)

از آسمان به دامنم افتاده آفتاب؟ (از قله رفیقای آشا، دکتر قصابین پور)

به آفتاب بیکران زندگی و هستی ام،

به پدر و مادر و لایم!

به خلیل و مهدی؛

و به آنان که وارثان و دانسته‌های خود را بدیون آنها، بستم.

چکیده

پژوهش حاضر با هدف بررسی تعیین میزان بکارگیری روابط عمومی توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان انجام شد. در این پژوهش از روش تحقیق توصیفی از نوع پیمایشی بهره جویی شد، و برای نیل به اهداف تحقیق از پرسشنامه محقق ساخته جهت بررسی میزان بکارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان استفاده شد. مؤلفه‌های مزبور عبارتند از: بودجه، منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه، آگاهی رسانی به اساتید و دانشجویان، افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی، ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه، آگاهی رسانی به جامعه غیردانشگاهی، و افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه غیردانشگاهی. جامعه آماری شامل کلیه کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان بوده که تعداد آنها ۱۱۰ نفر است. برای گردآوری اطلاعات بر حسب مؤلفه‌های پژوهش مارشال از پرسشنامه محقق ساخته بهره جویی شد. به منظور اعتبارسنجی ابزار از روایی صوری و پایایی آن با استفاده از فرمول آلفای کرونباخ ۰/۹۸۷ محاسبه گردید. نمونه‌گیری به صورت تصادفی طبقه‌ای و پرسشنامه به ۱۰۰ نفر از کتابداران تحویل داده شد، که تعداد ۸۹ نفر از آنها پاسخ نامه‌ها را عودت دادند. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم افزار آماری SPSS در سطح آمار توصیفی از میانگین و انحراف معیار، و در سطح آمار استنباطی از t تک‌متغیره، و تحلیل واریانس چندمتغیره (مانوا) استفاده شده است. یافته‌های تحقیق نشان داد که بکارگیری روابط عمومی بر مؤلفه‌های جذب بودجه و منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دید کتابداران در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد. بکارگیری روابط عمومی بر مؤلفه‌های آگاهی رسانی به اساتید و دانشجویان، ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه، و آگاهی رسانی به جامعه غیردانشگاهی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دید کتابداران در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد. بکارگیری روابط عمومی بر مؤلفه‌های افزایش استفاده جامعه دانشگاهی از کتابخانه، و افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دید کتابداران در وضعیت نسبتاً مناسبی قرار دارد. از میان ویژگی‌های جمعیت شناختی بین روابط عمومی با جنسیت (مرد و زن)، نوع کار در کتابخانه (خدمات فنی، خدمات عمومی، و مدیریت)، میزان تحصیلات و رشته تحصیلی و سابقه‌ی اشتغال (کمتر از ۷-۱۲، بین ۱۳-۱۸، بین ۱۹-۲۴، و بالاتر از ۲۵ سال) تفاوت معناداری وجود ندارد؛ اما در نوع کتابخانه (مرکزی، دانشکده‌ای، و بیمارستانی) رابطه‌ای معنا دار در میان دو متغیر (بودجه و منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه) وجود دارد.

کلیدواژه‌ها: دانشگاه علوم پزشکی اراک، دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، روابط عمومی، کتابخانه‌های دانشگاهی، مدیریت کتابخانه‌ها، معیارهای مارشال.

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

فصل اول: کلیات تحقیق

۱	مقدمه
۳	۱-۱- شرح و بیان مسئله پژوهش
۴	۲-۱- اهداف پژوهش
۵	۳-۱- اهمیت و ارزش پژوهش
۷	۴-۱- کاربرد نتایج پژوهش
۷	۵-۱- سؤالات پژوهش
۸	۶-۱- کلید واژه ها
۸	۷-۱- تعریف اجزاء مسئله

فصل دوم: ادبیات پژوهش

۱۲	مقدمه
۱۳	۱-۲- درآمدی بر روابط عمومی
۱۵	پیشینه نظری
۱۵	۲-۲- روابط عمومی چیست؟
۱۸	۳-۲- مفهوم و فواید روابط عمومی در کتابخانه ها
۱۹	۴-۲- نگاهی کوتاه به نحوه بسط و توسعه روابط عمومی
۲۲	۵-۲- جایگاه روابط عمومی در کتابخانه ها
۲۳	۱-۵-۲- کاربرد روابط عمومی در کتابخانه
۲۵	۲-۵-۲- اهمیت روابط عمومی
۲۷	۶-۲- مفهوم بازاریابی و جایگاه آمیخته بازاریابی در کتابخانه ها
۲۸	۱-۶-۲- محصول
۲۹	۲-۶-۲- مکان
۳۰	۳-۶-۲- بها
۳۱	۴-۶-۲- فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی
۳۲	۷-۲- فنون روابط عمومی در کتابخانه ها
۳۴	۱-۷-۲- ارتباطات چاپی

۳۵	۱-۱-۷-۲- ابزارهای ارتباطی چاپی در روابط عمومی
۳۵	۲-۱-۷-۲- خبرنامه
۳۶	۳-۱-۷-۲- گزارش‌های سالانه
۳۷	۴-۱-۷-۲- راهنمای کتابخانه‌ها
۳۸	۲-۷-۲- ارتباطات دیداری و شنیداری
۳۸	۱-۲-۷-۲- سخنرانی‌ها و سمینارها
۳۹	۲-۲-۷-۲- جلسات معرفی کتاب و کارگاه‌ها
۳۹	۳-۷-۲- ارتباطات شفاهی
۴۰	۴-۷-۲- ابزارهای ارتباطی مدرن
۴۱	۱-۴-۷-۲- گزارش‌ها و اسناد دولتی
۴۱	۲-۴-۷-۲- دوستان کتابخانه
۴۱	۳-۴-۷-۲- صفحات خانگی
۴۲	۴-۴-۷-۲- پست الکترونیکی
۴۳	۸-۲- طرح روابط عمومی
۴۴	۹-۲- چالش‌های پیش روی کتابخانه‌ها و نقش روابط عمومی در ارائه راهکارهای مناسب
۴۵	۱-۹-۲- شناسایی دقیق کاربران و نیازها و برقراری ارتباط صحیح با آنان
۴۶	۲-۹-۲- نگرشی دوباره به محیط فیزیکی کتابخانه و ایجاد کشش مطلوب
۴۶	۳-۹-۲- تلفیق اصول روابط عمومی در سازمان با راهبردهای مؤثر در بسط خدمات
۴۷	۴-۹-۲- سرمایه‌گذاری در زمینه نوآوری‌ها و فعالیت‌های دیجیتالی
۴۷	۱۰-۲- بحث و نتیجه‌گیری
۴۹	پیشینه پژوهش
۴۹	۱۱-۲- تحقیقات پیرامون روابط عمومی
فصل سوم: روش‌شناسی پژوهش	
۵۴	مقدمه
۵۴	۱-۳- روش پژوهش
۵۵	۲-۳- جامعه آماری
۵۵	۳-۳- برآورد حجم نمونه
۵۶	۴-۳- روش و طرح نمونه‌گیری

۵۶	۳-۵- ابزار گردآوری داده ها.....
۵۷	۳-۵-۱- روایی پرسشنامه.....
۵۷	۳-۵-۲- پایایی پرسشنامه.....
۵۸	۳-۶- شیوه جمع آوری اطلاعات.....
۵۸	۳-۷- روش های تجزیه و تحلیل داده ها.....
فصل چهارم: تجزیه و تحلیل یافته ها	
۵۹	۴-۱- بررسی سؤالات پژوهش.....
فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری	
۸۳	۵-۱- مقدمه.....
۸۳	۵-۲- خلاصه ی موضوع و روش ها.....
۸۵	۵-۳- بحث و نتیجه گیری.....
۸۸	۵-۴- محدودیت های پژوهش.....
۸۸	۵-۵- پیشنهادهای کاربردی.....
۸۹	۵-۶- پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی.....
۹۱	پیوست ۱.....
۹۲	منابع و مأخذ.....

فهرست شکل‌ها

صفحه	عنوان
۶۱	شکل ۴-۱- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب دانشگاه
۶۲	شکل ۴-۲- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت
۶۳	شکل ۴-۳- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب نوع کتابخانه
۶۴	شکل ۴-۴- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب نوع کار در کتابخانه
۶۵	شکل ۴-۵- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب رشته تحصیلی
۶۶	شکل ۴-۶- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سابقه ی اشتغال
۶۷	شکل ۴-۷- توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب میزان تحصیلات

فهرست جدول‌ها

صفحه	عنوان
۲۸	جدول ۱-۲ آمیخته‌های بازاریابی مختلف در کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع رسانی
۵۵	جدول ۱-۳ جامعه آماری کارکنان کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان
۵۶	جدول ۲-۳ تعداد جامعه، حجم نمونه و بازگشت پاسخ نامه‌ها
۵۷	جدول ۳-۳ تناظر سؤالات پرسشنامه با معیارهای مارشال
۵۸	جدول ۴-۳ ضریب پایایی متغیرهای پرسشنامه بر حسب معیارهای مارشال
۶۱	جدول ۱-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب دانشگاه
۶۲	جدول ۲-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت
۶۳	جدول ۳-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب نوع کتابخانه
۶۴	جدول ۴-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب نوع کار در کتابخانه
۶۵	جدول ۵-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب رشته تحصیلی
۶۶	جدول ۶-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب سابقه اشتغال
۶۷	جدول ۷-۴ توزیع و درصد فراوانی آزمودنی‌ها بر حسب میزان تحصیلات
۶۸	جدول ۸-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال اول
۶۹	جدول ۹-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=15$)
۶۹	جدول ۱۰-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال دوم
۷۰	جدول ۱۱-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=15$)
۷۰	جدول ۱۲-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال سوم
۷۱	جدول ۱۳-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=18$)
۷۱	جدول ۱۴-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال چهارم
۷۲	جدول ۱۵-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=24$)
۷۲	جدول ۱۶-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال پنجم
۷۳	جدول ۱۷-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=18$)
۷۳	جدول ۱۸-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال ششم
۷۴	جدول ۱۹-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=18$)
۷۴	جدول ۲۰-۴ فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سؤال هفتم
۷۵	جدول ۲۱-۴ نتایج آزمون t تک متغیره، مقایسه میانگین با میانگین فرضی ($\bar{X}=12$)
۷۶	جدول ۲۲-۴ آماره آزمودنی‌ها بر حسب جنسیت با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)

عنوان

صفحه

- جدول ۴-۲۳ آماره بر حسب جنس با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۷۶
- جدول ۴-۲۴ آماره آزمودنی‌ها بر حسب نوع کتابخانه با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۷۷
- جدول ۴-۲۵ آماره بر حسب نوع کتابخانه با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (مانوا)..... ۷۷
- جدول ۴-۲۶ آماره آزمودنی‌ها بر حسب نوع کار با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۷۸
- جدول ۴-۲۷ آماره بر حسب نوع کار با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (مانوا)..... ۷۸
- جدول ۴-۲۸ آماره آزمودنی‌ها بر حسب رشته تحصیلی با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۷۹
- جدول ۴-۲۹ آماره بر حسب رشته تحصیلی با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (مانوا)..... ۷۹
- جدول ۴-۳۰ آماره آزمودنی‌ها بر حسب سابقه اشتغال در کتابخانه با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۸۰
- جدول ۴-۳۱ آماره بر حسب سابقه اشتغال با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (مانوا)..... ۸۰
- جدول ۴-۳۲ آماره آزمودنی‌ها بر حسب میزان تحصیلات با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (تحلیل مانوا)..... ۸۱
- جدول ۴-۳۳ آماره بر حسب میزان تحصیلات با توجه به مؤلفه‌های پژوهش (مانوا)..... ۸۲

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه

کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی به عنوان نهادهای اجتماعی، یکی از سازمان‌های مهم گردآوری، ذخیره و سازماندهی دانش به‌شمار رفته که در ارتقای علمی، و پیشرفت جامعه نقشی مؤثر ایفا می‌نمایند. از قرن بیستم، این تصور وجود داشته که کتابخانه‌ها جزئی ضروری از فرهنگ هر جامعه‌ای هستند، همانگونه که سایر نهادها و سازمان‌ها با زندگی مدرن دستخوش تغییر می‌شوند، کتابخانه‌ها نیز از این امر مستثنی نیستند؛ این در حالی است که طی سال‌های اخیر، این مراکز بیش از پیش با کمبود بودجه و امکانات مواجه بوده و بهترین راه برای اینکه چنین سازمان‌هایی بتوانند به حیات خود ادامه دهند، مناسب بودن شرایط اقتصادی آن‌هاست (بوث^۱، ۱۹۹۳). امروزه همگام با تحولات فناوری و دگرگونی‌های روزافزون، نهادهای اجتماعی برای حفظ و بقای خود نیازمند بکارگیری شیوه‌های نوین ارتباطی و راهکارهای مؤثرتری هستند. کتابخانه‌ها نیز باید به میزان کافی و به شکل مؤثر، خدماتی را که افراد جامعه نیاز دارند، فراهم سازند (هاوکرافت^۲، ۱۹۹۹). به عقیده وینگاند^۳ (۱۹۹۹) مسأله اساسی در عصر حاضر این است که کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی چگونه با موفقیت، موقعیت خود را در جامعه حفظ نموده و خود را با شرایط جدید تطبیق دهند.

1- Booth
2- Hawcroft
3- Weingand

به باور عده‌ای، در گذشته کتابخانه‌ها تنها محلی برای گردآوری و ارائه اطلاعات بوده و کتابداران و مدیران کتابخانه‌ها به معرفی خدمات و محصولات کتابخانه چندان توجهی نداشتند، اما امروزه کتابخانه‌ها سعی دارند تا موجودیت خود را با ارائه خدمات با کیفیت به کاربران توجیه نمایند (لیزنر^۱، ۱۹۹۵).

هر چند کتابخانه‌ها نهادهای غیرانتفاعی محسوب شده اما این نهادها نیز می‌توانند از اصول روابط عمومی به عنوان راهکارهای مورد استفاده در بخش خدمات عمومی برای پیشبرد اهداف خود استفاده نمایند.

حریری (۱۳۷۸) روابط عمومی را بخشی سازمان یافته از کتابخانه تلقی کرده و بکارگیری فنون روابط عمومی در کتابخانه‌ها را موجب برقراری ارتباط مطلوب با کلیه کاربران می‌داند. این ارتباط یک ارتباط دو جانبه است، یعنی رساندن این پیام که کتابخانه به وظایف خود عمل کرده و به چه چیزهایی نیازمند است تا خدمات خود را به نحو شایسته انجام دهد، و اخذ بازخورد از گروه‌های ذینفع در مورد خواسته‌ها و نظرات آن‌ها در باب خدمات کتابخانه؛ به عبارتی بکارگیری فنون روابط عمومی در کتابخانه‌ها، موجب گذر کتابخانه از وضعیت محافظه کارانه در ارائه خدمات و رسیدن به نقش فعال و اثرگذار می‌شود و اینکه با تحلیل شیوه‌های ارتباطی، حداکثر رضایت‌مندی جامعه استفاده‌کننده و گروه‌های دخیل در فعالیت‌های کتابخانه حاصل می‌شود (حریری، ۱۳۷۸، ص ۴۵).

روابط عمومی فرصتی را برای کتابخانه‌ها فراهم می‌سازد تا به تغییر در امکانات فیزیکی، مواد و خدمات، و نیز کیفیت ارائه خدمات حرفه‌ای پردازد. به علاوه، کتابخانه‌ها با استفاده از راهبردهای روابط عمومی، استفاده-کنندگان بالقوه را به استفاده‌کنندگان بالفعل تبدیل می‌نمایند. همچنین روابط عمومی کارآمد و اثربخش، موجب افزایش استفاده و در نهایت بهره‌وری بیشتر کتابخانه‌ها خواهد شد.

کتابخانه‌ها با بهره‌گیری از اصول و فنون روابط عمومی، قادر خواهند بود تا اهداف خود را بهتر شناخته، با کاربران مورد نظر و نیازهای آن‌ها به نحو مؤثری آشنا شوند و بر اساس این شناخت به توسعه محصولات و خدمات خود پردازند. با چنین رویکردی کتابخانه، سازمانی کاربرمدار خواهد بود که در آن تمام فعالیت‌های گردآوری، پردازش، ذخیره‌سازی، سازماندهی و عرضه اطلاعات بر مبنای نیازهای کاربران صورت می‌گیرد و در این راه نه تنها به ارضای نیازهای موجود توجه دارد، بلکه در پی ایجاد تقاضاهای جدید نیز هست (عماد خراسانی، ۱۳۷۹، ص ۴۰-۵۳).

بولر^۱ (۱۹۸۸) خاطر نشان می‌سازد، روابط عمومی یکی از وظایف مدیریت است که رئیس کتابخانه نمی‌تواند به کلی از این مسئولیت بری باشد، اما هیچ کس مانند کتابدار به نیازهای کتابخانه آگاه نیست، بنابراین بهتر است یک بخش دایمی در کتابخانه به روابط عمومی اختصاص داده شود و کارشناس مربوط به آن نیز به عنوان مشاور، اجرای بعضی از طرح‌های کتابخانه را به عهده بگیرد (سلطانی شیرازی، ۱۳۵۴).

مارشال^۲ (۲۰۰۱) با بیان این مطلب که، روابط عمومی در کتابخانه‌ها عمل مهم انتقال اطلاعات ضروری به عموم جامعه را انجام می‌دهد خاطر نشان ساخته که این صرفاً یک اتفاق نیست بلکه یک الزام به حساب می‌آید. دنیایی که کتابخانه‌ها در آن زندگی می‌کنند به سرعت در حال تغییر است: در دنیا سرعت تغییر و تحول بیشتر شده، اتکا به فناوری افزایش یافته، و سطح رقابت‌ها برای جذب هر چه بیشتر منابع و کاربران بالا رفته است. از آنجا که چنین تغییرات سریعی می‌تواند موجودیت کتابخانه‌ها را به مخاطره بیندازد، کتابداران بایستی به روابط عمومی به عنوان ابزاری جهت کمک به مدیریت هر چه بهتر کتابخانه‌ها بنگرند (مارشال، ۲۰۰۱، ص ۱۱۶).

۱-۱- شرح و بیان مسأله پژوهش

با توجه به این که میزان بهره‌مندی و استفاده از کتابخانه‌های دانشگاهی می‌تواند به عنوان شاخصی از توسعه و پیشرفت به شمار آید، بایستی تلاش نمود تا میزان استفاده از این نهادها را در دانشگاه‌های کشور افزایش داد. از راهکارهای قابل توجه در این زمینه، افزایش کمی این مراکز و همچنین اعمال راهبردها و اصول روابط عمومی آنهاست. از آنجا که مؤسسات آموزشی و از آن جمله کتابخانه‌ها، نیاز به ایجاد روابط مثبت با گروه‌های مختلف مخاطب را به عنوان تضمینی برای جلب حمایت‌های مالی و معنوی در جهت رشد و توسعه قلمداد می‌کنند، و با توجه به این دیدگاه که اکثر سازمان‌های دانشگاهی، کسب وجهه مثبت در نظر عموم افراد جامعه را امری حیاتی در راه موفقیت خود به شمار آورده، بر این قرار جنبه‌های مورد بررسی در روابط عمومی مبتنی بر اصول این تکنیک و فنون دانشگاهی در کتابخانه‌های مورد حصول است (مارشال، ۲۰۰۱، ص ۱۱۶).

نانسی مارشال بر این عقیده است تا زمینه‌های مادی و معنوی ارتباطات را مبتنی بر سیری از عملکرد روابط عمومی در چارچوب چند معیار نشان دهد. این زمینه‌ها از دیدگاه نامبرده مبتنی بر الگوهای تئوریک خردگرا^۳ تلقی می‌شود، از ویژگی‌های این نگرش، توجه به اطلاع‌یابی است که ابتکار عمل در دست سازمان بوده، و عدم تناسب در رابطه سازمان و مخاطب مشهود است (فقیه، ۱۳۸۳، ص ۹۹). که این طرح - آن گونه که مارشال مطرح

1- Buler

2- Marshall

3- Rationalist

می‌سازد- مبتنی بر متغیرهایی شامل بودجه کتابخانه، منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه، آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان، افزایش استفاده جامعه دانشگاهی از کتابخانه، ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه، آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی، و افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه می‌باشد.

به نظر می‌رسد تا کنون بررسی منسجم و قابل توجهی در کشور، در زمینه روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام نشده؛ این در حالی است که فورد^۱ (۱۹۸۵) در زمینه روابط عمومی برای خدمات کتابخانه‌ها - به ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی - تصریح نموده که " روابط عمومی یکی از نخستین و حیاتی‌ترین فعالیت‌های مدیران کتابخانه‌هاست و حقیقتاً روابط عمومی قوی برای کتابخانه‌ها ملزم و ضروری است" (زارع، ۱۳۸۴، ص ۲۱۵). علاوه بر این مارشال (۲۰۰۱) در پایان نامه کارشناسی ارشد خود در باب لزوم روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی بیان می‌دارد که " نیاز به روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی اغلب ناشناخته مانده است و با توجه به این که مدیران کتابخانه‌ها به اهمیت روابط عمومی قوی اعتقاد دارند بسیاری از آن‌ها ایجاد واحد روابط عمومی را به طور جدی و سازماندهی شده پی‌گیری نکرده‌اند" (زارع، ۱۳۸۴، ص ۲۱۱).

با توجه به این امر، بررسی دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی و امکان‌سنجی جهت اجرایی شدن معیارهای مارشال در روابط عمومی در کتابخانه‌های مرکزی، دانشکده‌ای، و بیمارستانی دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مشخص می‌سازد که تا چه میزان در کتابخانه‌های دانشگاهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، شرایط و بستر لازم جهت بکارگیری اصول روابط عمومی فراهم است.

۱-۲- اهداف تحقیق

هدف از انجام این پژوهش، امکان‌سنجی بکارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی کتابخانه‌های دانشکده‌ای دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دیدگاه کتابداران این کتابخانه‌هاست. به‌علاوه با ارزیابی دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی در مورد اصول روابط عمومی می‌توان اهداف ویژه ذیل را برای این تحقیق در نظر گرفت.

اهداف ویژه

اهداف ویژه این تحقیق عبارتند از:

۱. تعیین میزان امکان‌سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور جذب بودجه کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛

۲. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور مؤلفه منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۳. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۴. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور افزایش استفاده جامعه دانشگاهی از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۵. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۶. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
- ۷- تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۸. تعیین میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان با توجه به عوامل جمعیت‌شناختی (جنسیت، نوع کتابخانه، نوع کار، رشته تحصیلی، سابقه اشتغال، میزان تحصیلات).

۱-۳- اهمیت و ارزش تحقیق

از نظر اکثر سازمان‌ها - اعم از دولتی و غیردولتی - احراز وجهه مناسب در نظر عموم افراد جامعه امری حیاتی در راه موفقیت به شمار می‌رود. مؤسسات آموزشی به ویژه کتابخانه‌ها نیاز به ایجاد روابط مثبت با گروه‌های مختلف جامعه را به عنوان تضمینی برای جلب حمایت‌های مالی و معنوی در جهت رشد و توسعه قلمداد می‌کنند (زارع، ۱۳۸۴، ص ۲۱۲). روابط عمومی به عنوان فن و هنر، نقش شایسته‌ای در برقراری و تسهیل ارتباط دو سویه بین مدیران سازمان‌ها و آحاد مردم دارد، به طوری که امروزه کمتر سازمانی را می‌توان یافت که خود را بی‌نیاز از روابط عمومی دانسته و در عین حال موفقیت‌های چشمگیری در زمینه‌های مورد نظر و تحقق اهداف از پیش تعیین شده به دست آورده باشد. امروزه کتابخانه موفق کتابخانه‌ای است که روابط عمومی مؤید و کارآمد و قوی داشته و روابط عمومی موفق بخشی است که در جایگاه شایسته و بایسته خود قرار گیرد. لذا با توجه به خلاء موجود در روابط عمومی کتابخانه‌ها باید صریحاً به این نکته توجه داشته که چنانچه در تمامی ابعاد

به روابط عمومی توجه جدی نشود، روزه‌هایی از تحرک و تعالی و پیشرفت در کتابخانه ایجاد نخواهد شد (باقریان، ۱۳۸۷، ص ۲).

حقیقت این است که هنوز هم روابط عمومی در همه کتابخانه‌ها یک امر ضروری تشخیص داده نشده و به فعالیت روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی بی‌اعتنایی می‌شود و آن را نوعی تظاهر بی‌معنی دانسته و معتقدند که وجوهی که صرف فعالیت‌های روابط عمومی می‌شود بایستی در زمینه‌های دیگری هزینه شود. در حالی که فقدان روابط عمومی به مراتب از هزینه‌ای که برای راه اندازی روابط عمومی اختصاص می‌یابد بیشتر است و اکثر مدیران کتابخانه‌های دانشگاهی معتقدند که روابط عمومی قوی برای کتابخانه‌ها ضروری است، اما دلیل این فقدان توجه و بی‌میلی را ناشی از درک نادرست از این پدیده می‌دانند. از دلایل دیگر این بی‌توجهی آن است که کتابخانه‌های دانشگاهی کاربرانی دارد که ناچار و ناگزیر به استفاده از کتابخانه هستند تا بتوانند امور آموزشی و پژوهشی خود را با موفقیت انجام دهند و اعتقاد به این که تأمین بودجه کتابخانه مسئله‌ای مهم و قابل توجه نیست، زیرا بودجه کتابخانه با بودجه کل مؤسسه مادر در ارتباط است، این که تبلیغ جزو اهداف کتابخانه نیست، این که ارتقاء کتابخانه و خدمات آن باعث ایجاد توقعات و نیازهایی خواهد شد که فراتر از توان کتابخانه است و این که اعتماد و تکیه بر "واحد ارتباطات دانشگاه" یا "اداره توسعه دانشگاه" برای ایفای نقش روابط عمومی کافی است، بیشتر اوقات این نگرش‌ها باعث ایجاد اشکال در برنامه‌ریزی خلاق در زمینه روابط عمومی شده و با توجه به دلایل مزبور نیاز به روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی اغلب ناشناخته مانده است (زارع، ۱۳۸۴، ص ۲۱۴).

در حالی که روابط عمومی بخشی از یک کتابخانه است که در جهت برقراری ارتباط مطلوب با کلیه گروه‌ها فعالیت می‌کند این ارتباط یک ارتباط دو جانبه است، یعنی ارسال این پیام که کتابخانه به وظایف خود عمل کرده و به چه چیزهایی نیازمند است تا خدمات خود را به نحو شایسته انجام دهد و اخذ بازخورد از گروه‌های ذینفع در مورد خواسته‌ها و نظرات آنها در باب خدمات کتابخانه‌ها است. با این حال هنوز این سؤال که چرا سازمانی مانند کتابخانه به روابط عمومی نیاز دارد در ذهن مدیران کتابخانه‌ها پابرجاست. دلیل این امر تا حد زیادی ناشی از این سنت دیرپاست که کتابخانه‌ها فارغ از نظرات عموم به مجموعه سازی پرداخته و در این مجموعه سازی بیش از این که به زمان حال توجه داشته باشند، آینده را در نظر می‌گرفتند، یعنی هدف اصلی آنها توجه به حفظ آثار مکتوب برای آیندگان بود. امروزه این هدف در مقابل سایر اهداف کتابخانه‌ها که در رأس آن دسترس‌پذیری اطلاعات و استفاده هر چه بیشتر از مجموعه هاست، کم رنگ جلوه گر می‌شود. آنچه که شاخص بهره‌وری کتابخانه قلمداد شده، میزان استفاده از مجموعه‌های کتابخانه هاست و مسلماً با روابط عمومی کارآمد و

ثمر بخش منجر به افزایش استفاده و در نهایت بهره‌وری بیشتر کتابخانه‌ها خواهد شد. بنابراین از نظر ضرورت اقدام به روابط عمومی و ایجاد رابطه با جامعه استفاده‌کننده، تفاوتی میان کتابخانه‌ها و سایر سازمان‌ها خواه انتفاعی و غیرانتفاعی وجود ندارد.

۱-۴- کاربرد نتایج تحقیق

۱. استفاده کاربردی کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان؛
۲. توجه مدیران محترم سازمانهای مزبور به بهره‌جویی از فواید روابط عمومی؛
۳. توجه به شواهد موجود در زمینه روابط عمومی و تأثیر آن بر هفت معیار ارائه شده.

۱-۵- سؤالات تحقیق

۱. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور مؤلفه جذب بودجه کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۲. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور مؤلفه منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۳. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۴. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور افزایش استفاده جامعه دانشگاهی از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۵. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۶. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۷. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی به منظور افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۸. میزان امکان سنجی بکارگیری روابط عمومی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان با توجه به عوامل جمعیت‌شناختی (جنسیت، نوع کتابخانه، نوع کار، رشته تحصیلی، سابقه اشتغال، میزان تحصیلات) تا چه حد است؟