

امکان‌سنجی به کارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی توسط کتابداران دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان

احمد شعبانی^۱

دانشیار،

کتابداری و اطلاع‌رسانی دانشگاه اصفهان

اکرم مسلمی^۲

کارشناس ارشد،

کتابداری و اطلاع‌رسانی

رسول سعادت*

کارشناس ارشد،

کتابداری و اطلاع‌رسانی پژوهشگاه علوم و فرهنگ اسلامی

دریافت: ۱۳۹۱/۰۱/۲۱ | پذیرش: ۱۳۹۱/۰۳/۰۶

فصلنامه علمی پژوهشی
پژوهشگاه علوم و فناوری اطلاعات ایران
شاپا(چاپی) ۲۲۵۱-۸۲۲۳
شاپا(الکترونیکی) ۲۲۵۱-۸۲۳۱
نمایه در SCOPUS، LISA و ISC
http://jipm.irandoc.ac.ir
دوره ۲۸ | شماره ۳ | صص ۷۱۶-۷۰۱
بهار ۱۳۹۲
نوع مقاله: پژوهشی

چکیده: هدف این پژوهش، بررسی میزان به کارگیری معیارهای مارشال در روابط عمومی توسط کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان بود. روش پژوهش، توصیفی از نوع پیمایشی بود. برای گردآوری داده‌ها از پرسشنامه محقق ساخته جهت بررسی میزان به کارگیری ۷ معیار مارشال (شامل جذب بودجه، منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه، آگاهی‌رسانی به استادان و دانشجویان، افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی، ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه، آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی، و افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه غیردانشگاهی) در روابط عمومی استفاده شد. برای تعیین روایی پرسشنامه از نظر متخصصان بهره‌جویی شد و برای تعیین پایایی آن مبادرت به محاسبه ضریب آلفای کرونباخ گردید که مقدار آن ۰/۹۸۷ به دست آمد. جامعه آماری شامل تمام کتابداران شاغل در کتابخانه‌های دانشگاه‌های اشاره شده بود که پس از نمونه‌گیری تعداد ۸۶ نفر انتخاب شد. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها نرم‌افزار SPSS16 مورد استفاده قرار گرفت. یافته‌های پژوهش نشان داد که به کارگیری روابط عمومی بر هر ۷ معیار مارشال در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دید کتابداران در وضعیت به نسبت مناسبی قرار دارد. به منظور بهبود وضعیت موجود، چنانچه دوره‌های آموزشی از سوی متخصصان و صاحب‌نظران حوزه روابط عمومی برگزار گردد، تأثیر مطلوبی دارد.

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

1. shabania@edu.ui.ac.ir
 2. Akram7raha@yahoo.com
- *saadat.rasul@gmail.com

۱. مقدمه و بیان مسأله

کتابخانه‌ها برای حضور فعال در دنیای پرقاب‌ت اطلاعات، به بازنگری در شیوه‌های سنتی ارائه خدمات و معرفی محصولات خویش به کاربران بالفعل و بالقوه نیاز دارند (علیزاده ۱۳۸۵). این باور که مراجعه‌کنندگان بایستی به صورت خودجوش جذب کتابخانه‌ها شوند و محصولات و خدمات آنها را مورد استفاده قرار دهند، به قسمی گسترده در میان متخصصان رایج بود؛ تفکری که امروزه به نظر برخی صاحب‌نظران به طور کامل منسوخ شده به حساب می‌آید (Weingand 1999). طی سال‌های اخیر، این نهاد- یعنی کتابخانه- همچون دیگر سازمان‌های غیرانتفاعی^۱ به ضرورت و اهمیت وجود روابط عمومی برای خدمات خود پی برده و کسب وجهه مثبت در نظر عموم افراد جامعه را امری حیاتی در راه موفقیت به شمار آورده است. در واقع، کتابخانه نیاز به ایجاد روابط عمومی مثبت با گروه‌های مختلف جامعه را به عنوان تضمینی برای جلب حمایت‌های مادی و معنوی در جهت رشد و توسعه کتابخانه‌ها قلمداد می‌کند (Marshall 2001).

از دانش و هنر روابط عمومی به عنوان یک نهاد شبه مدنی در جهت تسهیل ارتباطات دوسویه بین سازمان‌های اجرایی و آحاد مردم یاد شده است که با پیچیده‌تر شدن نظام‌ها و سیستم سازمانی از جمله کتابخانه‌ها و مراکز اطلاع‌رسانی توجه به این گونه مناسبات ضرورتی شایسته پیدا کرده است. در یک سازمان که فاقد نهادینگی ویژه‌ای است، نقش‌ها معلوم و چندجنبه‌ای است؛ لیکن زمینه‌های متعارف نقش‌های اجرایی در سازمان‌های مدون فعلی به تبیین تخصصی جنبه‌های ارتباطی منتهی می‌شود (اشرفی‌ریزی و کاظم پور ۱۳۹۰).

روابط عمومی در کتابخانه‌ها فرایند مهم انتقال اطلاعات ضروری به عموم جامعه را انجام می‌دهد. در حوزه دانشگاه این روند شامل آگاه کردن استادان، دانشجویان و کارکنان از خدمات موجود، خدمات نوین ارائه‌شده، منابع و مواد کتابخانه‌ای است. اگر این فعالیت‌ها توسط کتابخانه‌ها صورت نگیرد، گروه‌های یادشده ممکن است استفاده مؤثری از خدمات عرضه شده نداشته باشند (زارع ۱۳۸۴، ۲۰۱۳). بنابراین، خدماتی که به شکلی مؤثر در معرض آراء مخاطبان واقع نشود، ممکن است به نحو مطلوب مورد اقبال آنها قرار نگیرد. در این صورت سرمایه‌ها تلف می‌شود و سازمان با مشکلات عمده‌ای در زمینه بقا و دوام- در دنیای اطلاعات - مواجه می‌گردد. پژوهش‌ها نشان داده است بخش عظیمی از جامعه، از خدمات کتابخانه‌ها به هیچ عنوان استفاده نمی‌کنند (علیزاده ۱۳۸۵)؛ شاید دلیل عمده آن، وجود این

1. non- profit organization

واقعیت است که بسیاری از مدیران و کتابداران کتابخانه‌ها فاقد دانش و آموزش لازم در زمینه روابط عمومی هستند، به اهمیت آن واقف نیستند و یا حتی نگرش منفی نسبت به آن دارند (Marshall 2001).

نانسی مارشال زمینه‌های مادی و معنوی ارتباطات را مبتنی بر سیری از عملکرد روابط عمومی در چارچوب چند معیار نشان می‌دهد. این زمینه‌ها از دیدگاه او مبتنی بر الگوهای نظری خردگرا^۱ تلقی می‌شود، از ویژگی‌های این نگرش، توجه به اطلاع‌یابی است که ابتکار عمل در دست سازمان، و عدم تناسب در رابطه سازمان و مخاطب مشهود است (فقیه ۱۳۸۳، ۹۹). این طرح مبتنی بر متغیرهایی شامل بودجه کتابخانه، منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه، آگاهی‌رسانی به استادان 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 است.

چنانچه روابط عمومی در کتابخانه را بر حسب معیارهای مارشال تلاش‌های آگاهانه، قانونی، و مطابق با خط‌مشی سازمانی پنداشته که به منظور تفاهم و استمرار اعتماد و شناخت متقابل با جامعه کتابخانه به صورت مداوم امکان‌پذیر می‌شود؛ این معیارها عملکرد سازمانی را از یک سو به معنای عمومی مانند بودجه کتابخانه و منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه و از دیگر سو زمینه‌های فنی و تخصصی کتابداری و اطلاع‌رسانی مانند آگاهی‌رسانی، مورد توجه مارشال واقع شده است. جنبه‌هایی که همواره بر حسب منظر دکستر^۲، ایجاد و حفظ تصور عمومی مثبت از کتابخانه و کارکنان آن است (اشرفی‌ریزی و کاظم‌پور ۱۳۹۰).

فورد در زمینه روابط عمومی برای خدمات کتابخانه‌ها - به‌ویژه کتابخانه‌های دانشگاهی - تصریح نموده است که "روابط عمومی یکی از نخستین و حیاتی‌ترین فعالیت‌های مدیران کتابخانه‌هاست و در حقیقت، روابط عمومی قوی برای کتابخانه‌ها ملزم و ضروری است" (Ford 1958 در زارع ۱۳۸۴، ۲۱۵). بر این مبنا، رولی^۳ خدمات کتابداری و اطلاع‌رسانی را به برقراری رابطه‌ای مناسب با کاربران تبیین نموده، و تعهد خدمات مطلوب به کاربر را ایده‌ای مبتنی بر چشم‌اندازی نوین تلقی می‌کند (رولی ۱۳۸۸). در عین حال، به نظر می‌رسد تاکنون بررسی منسجم و قابل توجهی در کشور، در زمینه روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی انجام نشده است. با توجه به این امر، بررسی دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاهی و امکان‌سنجی جهت اجرایی شدن معیارهای مارشال در روابط عمومی در کتابخانه‌های مرکزی، دانشکده‌ای،

1. rationalist

2. Dexter

3. Rowley

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 به کارگیری اصول روابط عمومی فراهم است.

۲. سؤالات پژوهش

سؤالات مطرح شده در این پژوهش شامل ۷ سؤال بر اساس معیارهای مارشال به شرح زیر است:

۱. میزان به کارگیری روابط عمومی به منظور مؤلفه جذب بودجه کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۲. میزان به کارگیری 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 به کارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به استادان و دانشجویان از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۴. میزان به کارگیری 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 به کارگیری 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 به کارگیری روابط عمومی به منظور آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟
۷. میزان به کارگیری روابط عمومی به منظور افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه از دیدگاه کتابداران کتابخانه‌های دانشگاه علوم پزشکی اراک و اصفهان تا چه حد است؟

۳. پیشینه پژوهش

هر چند توجه به جنبه‌های روابط عمومی از دیرباز و از اواسط نیمه دوم قرن بیستم در کتابخانه‌های کشورهای توسعه‌یافته موضوعی رایج تلقی شده، لیکن این جریان در پژوهش‌های

داخلی با سکوت و غفلت ممتدی رویاروی بوده است. جنبه‌های روابط عمومی در پژوهش‌های داخلی در دهه هشتاد شمسی از تبیین بازاریابی و توجه به مشتری در آثار فارسی همراه بوده است. سلطانی شیرازی (۱۳۵۴) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به تشریح اهمیت و نقش روابط عمومی در پیشبرد برنامه‌ها و اهداف کتابخانه‌ای می‌پردازد و تصریح می‌کند که وجود یک بخش دائمی در کتابخانه به عنوان روابط عمومی لازم و ضروری است، اینکه مسئول واحد روابط عمومی در کتابخانه‌ها می‌تواند به عنوان مشاور، اجرای بعضی از طرح‌ها اعم از تمام کارهای انتشاراتی، ویرایش مقاله‌ها، تزئین نمایشگاه‌ها، طراحی پوسترها را به عهده بگیرد.

شاپوری (۱۳۸۶) در رساله دکتری خود بازاریابی را متشکل از چهار جزء اصلی مکان، قیمت، محصول، و فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی می‌داند و در پایان از معنی‌داری رابطه میان مکان کتابخانه از نظر دسترسی، تعداد منابع، انواع خدمات ارائه‌شده، تعداد کاربران و نیز استفاده از شیوه‌های ترفیعی^۱ مانند تبلیغات و میزان استفاده از کتابخانه سخن به میان می‌آورد. لازم به اشاره است که پژوهشگر رابطه معنی‌داری میان امکانات ارتباطی ارائه خدمات و نیز روابط عمومی با میزان استفاده از کتابخانه‌ها مشاهده نکرده است.

بصیریان (۱۳۸۷) در پایان‌نامه کارشناسی ارشد خود به این نتیجه رسید که میزان آشنایی مدیران با مفهوم بازاریابی در کتابخانه‌های دانشگاهی در حد متوسطی قرار دارد. به علاوه میزان آشنایی آنان با مؤلفه‌های یک طرح بازاریابی در کتابخانه‌ها در حد بالایی ارزیابی شد و در پایان تفاوت معنی‌داری جهت بهره‌جویی از اصول بازاریابی در کتابخانه‌های مرکزی و دانشکده‌ای دانشگاه‌های دولتی شهر تهران در میان مدیران کتابخانه‌ها به دست آمد.

فورد در پژوهشی به بررسی دیدگاه ۴۸ تن از مدیران کتابخانه‌های دانشگاهی در مورد فعالیت‌های انجام‌شده در زمینه روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی و شناسایی نگرش‌های متفاوت آنان پرداخته است که فقط ۴۱ مورد از ۴۸ مدیر کتابخانه‌های مورد بررسی در این پژوهش به پرسش‌های وی پاسخ داده‌اند. اگر چه به تقریب همه مدیران که به پرسش‌ها پاسخ گفته‌اند اذعان داشته‌اند که کتابخانه متبوع آنان یک سلسله فعالیت‌ها در زمینه روابط عمومی انجام داده است، اما کمتر از نیمی از آنان گفته‌اند که یک فرد مشخص به عنوان متصدی برنامه‌های مدون روابط عمومی گماشته‌اند (Ford 1985).

پاستین در پژوهشی به ضرورت روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی اشاره می‌کند و معتقد است که هزینه فقدان روابط عمومی به مراتب از هزینه‌ای که برای راه‌اندازی روابط

1. Promotion

عمومی اختصاص می‌یابد، بیشتر است. وی تأکید می‌نماید که اگر زمان و انرژی کارکنان را به صورت برنامه‌ریزی شده‌ای جهت ندهیم از نظر مالی دچار نقصان می‌شویم و به تبع آن تصویری منفی از خود به جای خواهیم گذاشت (Pastine 1990).

آتیوف در پژوهشی کتابخانه را محلی فراتر از انبار کتاب معرفی می‌نماید و معتقد به روابط عمومی قوی در کتابخانه است و تأکید دارد که برای جلب نظر و پر کردن اوقات دانشجویان و کارکنان باید برنامه‌ای در کتابخانه وجود داشته باشد که از وظایف واحد روابط عمومی در کتابخانه است (Aitufe 1993).

مارشال پژوهشی با عنوان "روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی" ارائه کرد که در این پژوهش به تجزیه و تحلیل نتایج به دست آمده از مصاحبه با ۱۳ تن از مدیران کتابخانه‌ها درباره روابط عمومی می‌پردازد. هر چند بیشتر مصاحبه‌شوندگان به اهمیت روابط عمومی قوی اعتقاد دارند، بسیاری از آنها ایجاد واحد روابط عمومی را به طور جدی و سازماندهی شده پی‌گیری نکرده‌اند. در این پژوهش، جامعه مورد مطالعه مدیران کتابخانه‌های دانشگاهی از مؤسسات آموزشی مختلف در میدوست شمالی^۱ بوده است. از مدیران خواسته شد تا بر اساس مقیاس پنج‌گزینه‌ای لیکرت فواید فعالیت‌های روابط عمومی در کتابخانه‌هایشان را ارزیابی و درجه‌بندی کنند. این ارزیابی و مطالعه نشان داد که از نظر آنان روابط عمومی پر بودجه، اطلاع‌رسانی، و استفاده بیشتر از کتابخانه تأثیر داشته است (Marshall 2001).

آنچه از بررسی پیشینه‌ها حاصل می‌شود اینکه در بیشتر پژوهش‌های مربوط به حوزه روابط عمومی در کتابخانه‌ها از روش پیمایشی و ابزار پرسشنامه و مصاحبه با مدیران و کتابداران استفاده شده است. همچنین، تاکنون عمده پژوهش‌های صورت گرفته در این عرصه حکایت از آن دارند که در کتابخانه‌های مورد مطالعه بیش از همه به فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی توجه نشان داده شده و از سایر جنبه‌ها و جایگاه دسترسی به روابط عمومی متعالی - به‌ویژه در ایران - غفلت شده است.

۴. روش‌شناسی پژوهش

با توجه به ماهیت موضوع و هدف، این پژوهش از نوع توصیفی - پیمایشی است. در واقع، هدف پژوهشگران از انجام پژوهش، توصیف عینی، واقعی و منظم خصوصیات یک موقعیت یا یک موضوع است (نادری و سیف‌نراقی ۱۳۸۸، ۳۹). از سوی دیگر، پیش‌فرض اصلی این است که با به‌کارگیری دقیق روش‌های علمی، می‌توان از طریق مطالعه نمونه پاسخگویان گزیده‌شده از

1. North Midwest

گروهی کوچک‌تر، به استنتاج‌هایی در مورد گروه بزرگ نائل شد (کومار ۱۳۸۱، ۴۸). جامعه آماری پژوهش شامل تمام کتابداران کتابخانه‌های مرکزی، دانشکده‌ای، و بیمارستانی دانشگاه اراک و دانشگاه اصفهان در سال تحصیلی ۱۳۸۹-۱۳۹۰ است. به منظور تعیین حجم نمونه، از فرمول نمونه‌گیری عمومی کوکران^۱ (نادری و سیف نراقی ۱۳۸۸، ۱۱۵) استفاده شده است. بر این اساس، تعداد ۸۶ نفر به عنوان نمونه مورد پژوهش انتخاب گردید. همچنین، به منظور اجتناب از کاهش حجم نمونه به جهت عدم برگشت تعدادی از پاسخنامه‌ها، تعداد ۱۰۰ عدد پرسشنامه در دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و علوم پزشکی اصفهان بین اعضای نمونه آماری پژوهش، در ماه‌های اردیبهشت و خرداد سال ۱۳۸۹ توزیع گردید که از این تعداد ۸۹ پاسخنامه عودت داده شد. بنابراین، ضریب بازگشت پاسخنامه‌ها ۸۹ درصد است. برای نمونه‌گیری از روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای^۲ متناسب با حجم استفاده شده است، زیرا جامعه آماری دارای گروه‌های کوچک‌تری است. در پژوهش حاضر با توجه به ماهیت سؤال‌ها و اهداف آن، از پرسشنامه جهت گردآوری داده‌ها، بهره‌جویی شد. پرسشنامه حاضر از نوع محقق‌ساخته است. سؤالات پرسشنامه بر اساس معیارهای مطالعاتی مارشال و بر حسب مقیاس پنج درجه‌ای لیکرت طرح شده است. این پرسشنامه مشتمل بر جذب بودجه، منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه، آگاهی‌رسانی به استادان و دانشجویان، افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی، ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه، آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی، و افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه است.

برای تعیین روایی ابزار پژوهش، پرسشنامه بین ۷ نفر از متخصصان این حوزه در دانشگاه علوم پزشکی اراک و دانشگاه علوم پزشکی اصفهان توزیع شد. پس از انجام اصلاحات، ۴۰ سؤال مورد تأیید قرار گرفت. به منظور تعیین پایایی پرسشنامه، پس از انجام یک مطالعه مقدماتی بین ۳۰ نفر از اعضای نمونه و جمع‌آوری پاسخنامه‌های آنها، مبادرت به محاسبه واریانس جامعه به منظور تعیین ضریب آلفای کرونباخ^۳ شد، که مقدار آن برابر با ۰/۹۸۷ محاسبه گردید. به منظور تجزیه و تحلیل داده‌های پاسخنامه‌ها، از نرم‌افزار آماری SPSS 16 در دو سطح آمار توصیفی و استنباطی استفاده شد. در سطح آمار توصیفی از فراوانی، درصد فراوانی، میانگین، واریانس، و انحراف معیار در قالب جدول استفاده شد و در سطح آمار استنباطی از آزمون t تک‌متغیره^۴ استفاده شد.

1. W. G. Cochran

2. random stratified sampling

3. Cranach's Alpha Coefficient

4. single- sample t- test

۵. یافته‌های پژوهش

یافته‌های پژوهش در قالب جدول‌های ۱ و ۲ در سطح آمار توصیفی و استنباطی به شرح

زیر است:

جدول ۱۱. فراوانی و درصد پاسخگویان نسبت به گویه‌های سوال‌های پژوهش

میانگین	مجموع	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلا	آماره	گویه	مؤلفه
۳/۷۲۰	۸۶	۸	۴۸	۲۸	۲	۰	فراوانی	تصویر مطلوب سازمان	
	۱۰۰	۹/۳	۵۵/۸	۳۲/۶	۲/۳	۰	درصد	مادر از فعالیت کتابخانه	
۳/۰۴۶	۸۶	۶	۳۳	۲۰	۱۳	۱۴	فراوانی	تدوین جدول هزینه و مخارج به صورت مقایسه‌ای در دوره‌های زمانی از سوی روابط عمومی و توزیع آن	جذب بودجه
	۱۰۰	۷/۰	۳۸/۴	۲۳/۳	۱۵/۱	۱۶/۳	درصد		
۳/۶۶۲	۸۶	۲۵	۲۶	۲۲	۷	۶	فراوانی	بهره جویی از تابلو اعلانات، خبرنامه و وبسایت کتابخانه و روزآمدسازی مداوم آن	منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه
	۱۰۰	۲۹/۱	۳۰/۲	۲۵/۶	۸/۱	۷/۰	درصد		
۳/۰۸۱	۸۶	۱۱	۲۰	۳۴	۷	۱۴	فراوانی	ارائه توضیح درباره کتابخانه به مراجعان خارج از دانشگاه در زمان دریافت خدمات پزشکی و بهداشتی	
	۱۰۰	۱۲/۸	۲۳/۳	۳۹/۵	۸/۱	۱۶/۳	درصد		
۳/۹۱۸	۸۶	۲۳	۴۲	۱۲	۹	۰	فراوانی	پاسخگویی مناسب و محترمانه به سؤالات تلفنی استادان دانشکده‌ها	آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان
	۱۰۰	۲۶/۷	۴۸/۸	۱۴/۰	۱۰/۵	۰	درصد		
۳/۰۹۳	۸۶	۱۱	۲۸	۲۲	۸	۱۷	فراوانی	ارسال فعالیت‌های کتابخانه به صورت الکترونیکی برای استادان و دستیاران پزشکی دانشکده‌ها و بیمارستان‌ها	
	۱۰۰	۱۲/۸	۳۲/۶	۲۵/۶	۹/۳	۱۹/۸	درصد		

←

→

میانگین	مجموع	خیلی زیاد	زیاد	کم	خیلی کم	اصلا	آماره	گونه	مؤلفه
۳/۹۶۵	۸۶	۲۷	۳۹	۱۲	۶	۲	فراوانی	روابط عمومی به منزله یک ایده نو و ترغیب‌کننده برای حوزه ارتباطی جامعه کتابخانه	افزایش استفاده از کتابخانه
	۱۰۰	۳۱/۴	۴۵/۳	۱۴/۰	۷/۰	۲/۳	درصد		
۳/۰۸۱	۸۶	۷	۲۰	۴۲	۷	۱۰	فراوانی	رقابت برای به‌دست آوردن مراجعان	توسط جامعه دانشگاهی
	۱۰۰	۸/۱	۲۳/۳	۴۸/۸	۸/۱	۱۱/۶	درصد		
۳/۵۲۳	۸۶	۱۴	۲۶	۳۹	۵	۲	فراوانی	تثبیت جدی واحد روابط عمومی به منظور تسهیل ارتباطات کتابداران به منظور تغییر نگرش سازمان مادر به کتابخانه	ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه
	۱۰۰	۱۶/۳	۳۰/۲	۴۵/۳	۵/۸	۲/۳	درصد		
۲/۹۸۸	۸۶	۵	۲۴	۲۹	۲۱	۷	فراوانی	برگزاری جلسات مستمر با حضور مسئولان دانشگاه	کتابخانه
	۱۰۰	۵/۸	۲۷/۹	۳۳/۷	۲۴/۴	۸/۱	درصد		
۳/۶۲۷	۸۶	۱۹	۲۹	۳۱	۱	۶	فراوانی	برنامه‌آشنایی با کتابخانه برای دانشجویان جدیدالودرود و نصب راهنما برای بهره‌جویی از نرم‌افزار کتابخانه	آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه
	۱۰۰	۲۲/۱	۳۳/۷	۳۶/۰	۱/۲	۷/۰	درصد		
۳/۶۲۷	۸۶	۲۲	۲۷	۲۴	۹	۴	فراوانی	به‌کارگیری صفحات دوستان کتابخانه در وبسایت سازمان یا کتابخانه	افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه
	۱۰۰	۲۵/۶	۳۱/۴	۲۷/۹	۱۰/۵	۴/۷	درصد		
۳/۰۸۱	۸۶	۱۱	۲۱	۳۲	۸	۱۴	فراوانی	توضیح خدمات کتابخانه برای جامعه استفاده‌کننده از مراکز پزشکی و بهداشتی	افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه
	۱۰۰	۱۲/۸	۲۴/۴	۳۷/۲	۹/۳	۱۶/۳	درصد		
۳/۵۳۴	۸۶	۸	۴۰	۲۹	۸	۱	فراوانی	تدوین بخش پیشنهادات پست الکترونیکی در وبسایت کتابخانه یا سازمان مادر	افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه
	۱۰۰	۹/۳	۴۶/۵	۳۳/۷	۹/۳	۱/۲	درصد		
۳/۱۵۱	۸۶	۱۴	۲۳	۲۷	۶	۱۶	فراوانی		افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه
	۱۰۰	۱۶/۳	۲۶/۷	۳۱/۴	۷/۰	۱۸/۶	درصد		

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "جذب بودجه" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "تصویر مطلوب سازمان مادر از فعالیت کتابخانه" با میانگین ۳/۷۲۰ و کمترین میانگین مربوط به گویه "تدوین جدول هزینه و مخارج به صورت مقایسه‌ای در دوره‌های زمانی از سوی روابط عمومی و توزیع آن" با میانگین ۳/۰۴۶ است. "ارائه اخبار کتابخانه در نشریات سازمان مادر با توجه به مخاطبان ویژه" با میانگین ۳/۳۰۲، "ارسال عملکرد ماهیانه کتابخانه به مسئولان سازمان مادر" با میانگین ۳/۵۳۴، و "تماس مداوم کارکنان و روابط عمومی با مسئولان مالی و اداری در توجیه فعالیت‌های کتابخانه" با میانگین ۳/۳۶۰ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "بهره‌جویی از تابلو اعلانات، خبرنامه و وبسایت کتابخانه و روزآمدسازی مداوم آن" با میانگین ۳/۶۶۲ و کمترین میانگین مربوط به گویه "ارائه توضیح درباره کتابخانه به مراجعان خارج از دانشگاه در زمان دریافت خدمات پزشکی و بهداشتی" با میانگین ۳/۰۸۱ است. "تبلیغات سودمند و توزیع اطلاعات مفید از فعالیت‌های کتابخانه" در سطح محلی با میانگین ۳/۱۷۴، "برگزاری مراسم فرهنگی و جشن‌های کتاب در مناسبت‌های مختلف به منظور بیان عملکرد و نیازهای کتابخانه" با میانگین ۳/۳۶۰، و "برگزاری دوره‌های آموزشی برای توجیه کارکنان از فعالیت‌های انتفاعی روابط عمومی (خبرنامه، وبسایت، نمایشگاه)" با میانگین ۳/۴۴۱ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "آگاهی‌رسانی به استادان و دانشجویان" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "پاسخگویی مناسب و محترمانه به سؤالات تلفنی استادان دانشکده‌ها" با میانگین ۳/۹۱۸ و کمترین میانگین مربوط به گویه "ارسال فعالیت‌های کتابخانه به صورت الکترونیکی برای استادان و دستیاران پزشکی دانشکده‌ها و بیمارستان‌ها" با میانگین ۳/۰۹۳ است. "انتشار فعالیت‌های کتابخانه به صورت خبرنامه چاپی برای استادان دانشگاه با میانگین ۳/۱۰۴، "ارسال فهرست‌گزینی مواد چاپی متناسب با تخصص استادان" با میانگین ۳/۷۶۷، "ارسال فهرست کتاب‌های خریداری‌شده در مجموعه کتابخانه به صورت مستمر برای استادان و دستیاران پزشکی دانشکده و بیمارستان" با میانگین ۳/۸۴۸، و "شناسایی استادان و نیازهای متناسب آنان در ارتباط با مسائل مرتبط با کتابخانه" با میانگین ۳/۸۰۲ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "روابط عمومی به منزله یک ایده نو و ترغیب‌کننده برای حوزه ارتباطی جامعه کتابخانه" با میانگین ۳/۹۶۵ و کمترین میانگین مربوط به گویه "رقابت برای به‌دست آوردن مراجعان" با میانگین ۳/۰۸۱ است. روابط عمومی جنبه‌ای از ارتقاء مهارت‌های ارتباطی جامعه کتابخانه با میانگین ۳/۷۹۰، تأثیر دوجانبه برای ارائه اطلاعات به مراجعه‌کننده با میانگین ۳/۶۸۶، کوشش در همبسته ساختن نگرش کتابخانه با مخاطبان با میانگین ۳/۶۹۷، تلاش مستمر به منظور بیان گرایش‌ها و رفتار مراجعه‌کننده با میانگین ۳/۵۶۹، برنامه‌ریزی برای صرفه‌جویی زمان و انرژی کارکنان با میانگین ۳/۸۲۵، و ایجاد نقش پویا برای همگام شدن با نیازهای مفید کاربران با میانگین ۳/۶۵۱ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "تثبیت جدی واحد روابط عمومی به منظور تسهیل ارتباطات کتابداران به منظور تغییر نگرش سازمان مادر به کتابخانه" با میانگین ۳/۵۲۳ و کمترین میانگین مربوط به گویه "برگزاری جلسات مستمر با حضور مسئولان دانشگاه" با میانگین ۲/۹۸۸ است. "تدوین برنامه‌ریزی ایام سالیانه و ابلاغ آن به بخش‌های مختلف سازمان" با میانگین ۳/۰۴۶، "شرکت کارکنان و کتابداران مسئول در نشست‌های گوناگون سازمانی" با میانگین ۳/۱۶۲، "بهره‌جویی از برنامه‌ای مدون به منظور بازدیدهای برون‌سازمانی از کتابخانه" با میانگین ۳/۰۰۰، و "تعامل رویارو و عملی برای توجیه مسئولان به صورت مستمر" با میانگین ۳/۳۹۵ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه‌های "برنامه‌آشنایی با کتابخانه برای دانشجویان جدیدالورود" و "نصب راهنما برای بهره‌جویی از نرم‌افزار کتابخانه" با میانگین ۳/۶۲۷ و کمترین میانگین مربوط به گویه "به‌کارگیری صفحات دوستان کتابخانه در وب‌سایت سازمان یا کتابخانه" با میانگین ۳/۰۸۱ است. "برگزاری دوره‌آشنایی با مهارت‌های ارتباطی به منظور تقویت ارتباطی کتابداران" با میانگین ۳/۳۰۲، "استفاده از خدمات اطلاعاتی و ارجاعی در بخش‌های مختلف به منظور تقویت ارتباطی کتابداران" با میانگین ۳/۳۷۲، و "تهیه بروشورهای اطلاعاتی و راهنمای استفاده از کتابخانه" با میانگین ۳/۴۸۸ از دیگر موارد این مؤلفه است.

داده‌های جدول ۱ در مورد مؤلفه "افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه" نشان می‌دهد که بیشترین میانگین در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان مربوط به گویه "توضیح خدمات کتابخانه برای جامعه استفاده‌کننده از مراکز پزشکی و بهداشتی" با میانگین ۳/۵۳۴ و کمترین میانگین مربوط به گویه "تدوین بخش پیشنهادات پست الکترونیکی در وبسایت کتابخانه یا سازمان مادر" با میانگین ۳/۱۵۱ است. "استفاده از صندوق پیشنهادات به منظور دریافت نظرات مراجعان متفاوت به کتابخانه‌های بیمارستانی" با میانگین ۳/۳۷۲، و "تماس مداوم کتابداران بیمارستان با مراجعان غیرحرفه‌ای با میانگین ۳/۴۶۵ از دیگر موارد این مؤلفه است.

جدول ۲. نتایج آزمون t تک متغیره

مؤلفه	N	میانگین	اختلاف میانگین	انحراف معیار	t	Df	Sig
جذب بودجه	۸۶	۱۷/۴	۱/۹۶۵	۴/۱۹۹	۴/۳۴	۸۵	۰/۰۰۰
منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه	۸۶	۱۶/۷۲	۱/۷۲	۵/۶۸۱	۲۰/۰۸۱	۸۵	۰/۰۰۶
آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان	۸۶	۲۱/۵۳	۳/۵۳	۴/۴۷۳	۷/۳۳	۸۵	۰/۰۰۰
افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی	۸۶	۲۷/۸۷	۳/۸۷	۴/۶۱۹	۷/۷۷	۸۵	۰/۰۰۰
ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه	۸۶	۱۹/۱۲	۱/۱۲	۵/۴۰۰	۱/۹۲	۸۵	۰/۰۵۹
آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه	۸۶	۲۰/۵	۲/۵	۶/۰۰۱	۳/۸۶	۸۵	۰/۰۰۰
افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه	۸۶	۱۳/۵۲	۱/۵۲	۳/۲۳۸	۴/۳۶	۸۵	۰/۰۰۰

بر اساس جدول ۲ میانگین هر یک از مؤلفه‌ها به ترتیب به شرح زیر است:
 افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی: ۲۷/۸۷؛
 آگاهی‌رسانی به استادان و دانشجویان: ۲۱/۵۳؛
 آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه: ۲۰/۵؛
 ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه: ۱۹/۱۲؛
 جذب بودجه: ۱۷/۴

منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه: ۱۶/۷۲؛

افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه: ۱۳/۵۲؛

همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره حاکی از آن است که در مورد همه مؤلفه‌ها به جز مؤلفه "ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه" مقدار Sig مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ کوچک‌تر است. به عبارت دیگر، Sig مشاهده شده در سطح ۰/۰۵ Sig معنی‌دار است، بنابراین پاسخگویان معتقدند امکان به کارگیری روابط عمومی بر همه مؤلفه‌ها به جز "ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه" بالاتر از حد متوسط است. در مورد مؤلفه "ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه" Sig مشاهده شده از مقدار بحرانی جدول در سطح خطای ۰/۰۵ بزرگ‌تر است. به عبارت دیگر، Sig مشاهده شده در سطح ≥ 0.05 Sig معنی‌دار نیست. در عین حال، این مقدار Sig نشان می‌دهد که پاسخگویان معتقدند، امکان به کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه "ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان" تفاوتی با حد متوسط ندارد.

۶. بحث و نتیجه‌گیری

در بررسی مؤلفه جذب بودجه کتابخانه مشخص شد که میانگین این متغیر ۱۷/۴ است. همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که پاسخگویان معتقدند امکان به کارگیری روابط عمومی در جذب مؤلفه بودجه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش مارشال (Marshall 2001) همخوانی دارد.

در بررسی مؤلفه منابع مالی و هدایای خارج از کتابخانه مشاهده شد که میانگین این متغیر ۱۶/۷۲ است. همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به کارگیری روابط عمومی در جذب مؤلفه بودجه و هدایای خارج از کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش سلطانی شیرازی (۱۳۵۴) و مارشال (Marshall 2001) همخوانی دارد.

در بررسی مؤلفه آگاهی‌رسانی به اساتید و دانشجویان مشخص شد که میانگین این متغیر ۲۱/۵۳ است. همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه آگاهی‌رسانی به استادان در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش مارشال (Marshall 2001) همخوانی دارد.

در بررسی مؤلفه افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی مشخص شد که میانگین این متغیر ۲۷/۸۷ است. نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به‌کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه دانشگاهی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش مارشال (Marshall 2001) همخوانی دارد، ولی با پژوهش شاپوری (۱۳۸۶) همخوانی ندارد.

در بررسی مؤلفه ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه مشخص شد که میانگین این متغیر ۱۹/۱۲ است. همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به‌کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان تفاوتی با حد متوسط ندارد. نتایج پژوهش مارشال نشان داد که مؤلفه ارتقاء دیدگاه کلی دانشگاه نسبت به کتابخانه از حد متوسط بالاتر است (Marshall 2001) که با پژوهش حاضر همخوانی دارد.

در بررسی مؤلفه آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی از کتابخانه مشخص شد که میانگین این متغیر ۲۰/۵ است. نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به‌کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه آگاهی‌رسانی به جامعه غیردانشگاهی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش‌های مارشال (Marshall 2001) همخوانی ندارد، زیرا در این پژوهش مؤلفه اشاره شده پایین‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

در بررسی مؤلفه افزایش استفاده جامعه غیردانشگاهی مشخص شد که میانگین این متغیر ۱۳/۵۲ است. همچنین، نتایج آزمون t تک‌متغیره نشان داد که امکان به‌کارگیری روابط عمومی بر مؤلفه افزایش استفاده از کتابخانه توسط جامعه غیردانشگاهی در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی شهرهای اراک و اصفهان بالاتر از حد متوسط است. بنابراین، متغیر حاضر با پژوهش سلطانی شیرازی (۱۳۵۴) همخوانی دارد و با پژوهش مارشال (Marshall 2001) همخوانی ندارد زیرا در این پژوهش، مؤلفه اشاره شده پایین‌ترین میانگین را به خود اختصاص داده است.

بر این اساس می‌توان ارزیابی نمود که به‌کارگیری روابط عمومی بر هر ۷ معیار مارشال در کتابخانه‌های دانشگاه‌های علوم پزشکی اراک و اصفهان از دید کتابداران در وضعیت به‌نسبت مناسبی قرار دارد.

به هر حال، با توجه به آنکه میزان آشنایی کتابداران با مفهوم روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی در حد متوسطی قرار دارد، پیشنهاد می‌شود به منظور بهبود وضعیت موجود و آشنایی هر چه بیشتر کتابداران با این مفهوم و کاربردهای اساسی آن در ارتقاء کمی و کیفی سطح خدمات کتابخانه، دوره‌های آموزشی از سوی متخصصان و صاحب‌نظران حوزه روابط عمومی - و به‌ویژه متخصصان حوزه روابط عمومی خدمات کتابخانه‌ای - برگزار گردد تا از این طریق، مدیران و کتابداران با شرکت جستن در این دوره‌ها بیش از پیش به ضرورت و اهمیت این موضوع پی‌برند.

پژوهش حاضر نشان داد، با وجود نتایج بیشتر پژوهش‌های پیشین که فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی، جایگاه نخست را در میان متغیرهای آمیخته بازاریابی به خود اختصاص می‌داد، پرداختن به این فعالیت‌ها در سطح کتابخانه‌های مرکزی و دانشکده‌ای دانشگاه‌های علوم پزشکی، در اولویت سوم قرار دارد. پیشنهاد می‌گردد با برگزاری دوره‌هایی لزوم پرداختن به فعالیت‌های تشویقی و ترغیبی - از جمله تبیین زمینه‌های روابط عمومی برای یکی از واحدهای کتابخانه، بهره‌مندی از اصول و شیوه‌های تبلیغاتی مانند درج آگهی و چاپ بروشور مربوط به امکانات کتابخانه، طراحی وب‌سایت مناسب جهت معرفی محصولات و خدمات کتابخانه - برای مدیران این کتابخانه‌ها تشریح گردد.

۷. پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

پیشنهاد می‌شود مشابه همین پژوهش در میان کتابخانه‌های دانشگاه‌های غیرپزشکی نیز انجام گردد و نتایج آن با پژوهش حاضر مقایسه گردد.

توسعه فناوری و توجه کتابخانه‌ها به این حوزه در زمینه خدماتی موجب شده است با بحث‌هایی مانند روابط عمومی الکترونیکی مورد توجه دست‌اندرکاران سازمان‌های دولتی و غیردولتی و از آن جمله کتابخانه‌ها قرار گیرد، بر این اساس پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی در این زمینه مورد توجه پژوهشگران و دانشجویان قرار گیرد.

قدردانی: در پایان از دانشگاه اصفهان به خاطر حمایت‌های مادی و معنوی در به ثمر رسیدن پژوهش حاضر تشکر و قدردانی می‌شود.

۸. منابع

اشرفی‌ریزی، حسن، و زهرا کاظم پور. ۱۳۹۰. هنر هشتم در کتابخانه‌ها. تهران: چاپار.
بصیریان، رضا. ۱۳۸۷. امکان‌سنجی اجرایی شدن اصول بازاریابی در کتابخانه‌های مرکزی و دانشکده‌ای

- دانشگاه‌های دولتی شهر تهران از دید سرپرستان این کتابخانه‌ها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران.
- رولی، جنیفر. ۱۳۸۸. *بازاریابی اطلاعات*. ترجمه مریم اسدی، ویراسته حسن اشرفی ریزی. تهران: چاپار.
- زارع، امین. ۱۳۸۴. روابط عمومی در کتابخانه‌های دانشگاهی. *مجله کتابداری* ۳۹ (۴۳): ۲۱۱-۲۳۱.
- سلطانی شیرازی، شیفته. ۱۳۵۴. روابط عمومی در خدمت کتابخانه‌های عمومی کشور. پایان‌نامه کارشناسی ارشد کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشگاه تهران.
- شاپوری، سودابه. ۱۳۸۶. مطالعه رابطه میان به کارگیری شیوه‌های بازاریابی و استفاده از کتابخانه‌های عمومی کشور و ارائه راهکارهای مناسب. پایان‌نامه دکتری کتابداری و اطلاع‌رسانی، دانشکده علوم تربیتی و روان‌شناسی، دانشگاه آزاد، واحد علوم و تحقیقات.
- علیزاده، حمید. ۱۳۸۵. بررسی کاربرد اصول بازاریابی محصولات و خدمات کتابخانه‌ها. *کتابداری و اطلاع‌رسانی* ۹ (۴): ۱۰۹-۱۲۶.
- فقیه، محمدعلی. ۱۳۸۳. *اثر بخشی در ارتباطات و روابط عمومی: مروری بر مفاهیم و شیوه‌ها*. تهران: نشر شاهد.
- کومار، کریشان. ۱۹۹۹. *روش‌های پژوهش در کتابداری و اطلاع‌رسانی*. ترجمه فاطمه رهادوست. ۱۳۷۴. تهران: کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران.
- نادری، عزت‌الله، و مریم سیف نراقی. ۱۳۸۸. *روش‌های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علوم انسانی (باتأکید بر علوم تربیتی)*. تهران: ارسباران.
- Aitufe, T. A. 1993. Public relation in academic libraries. *Library Review* 42 (2): 39-45.
- Ford, V. 1985. Public relation: the state of public relation in academic libraries. *College & Research Libraries* 46(5): 395-401.
- Marshall, Nancy. 2001. Public relation in academic libraries: a descriptive analysis. *Academic Librarianship* 27 (2): 116- 121.
- Pastine, M. 1990. Justifying your public relations program. *College & Research Libraries* 51 (October): 864-867
- Weingand, Darlene. 1999. *Future driven library marketing*. Chicago: American Library Association. <http://www.answers.com>. (accessed 20 Dec. 2010)

پژوهش‌های علوم انسانی
پرتال جامع علوم انسانی

Feasibility of Using Marshall Criteria into Public Relations by the Librarians of Arak and Isfahan University of Medical Sciences

Akram Moslemi¹

Master in Library & Information Science

Ahmad Shabani²

Associate Professor in Library & Information Science,
University of Isfahan

Rasul Saadat*

Master in Library & Information Science Academy of
Islamic Sciences and Culture

Iranian Journal of
**Information
Processing &
Management**

Abstract: This research aims to survey the use rate of Marshall criteria into public relations by the librarians of Arak and Isfahan University of Medical Sciences. It was used the survey-descriptive method respectively. In order to gathering the research data, it was used a researcher-made questionnaire; this measured the use rate of 7 Marshall criteria (budgeting, financial resources and gifts, informing the faculties and students, the more use of the library by the university people, improving the general viewpoint of academic community to the library, informing the non-academic community, and the more use of the library by the non-academic community) into public relations. The population included the librarians in the above mentioned universities out of which 86 ones sampled. For the validity, the viewpoints of experts were applied into the questionnaire. For the reliability Cronbach's alpha coefficient was calculated .987. In order to data analysis the SPSS 16 was used. The findings showed that in opinion of the librarians, applying of the public relations into 7 Marshall criteria was relatively favorable. In order to improving the conditions, experts should hold the educational courses on public relations..

Keywords: academic libraries, public relations, management of library, marshall Criteria, Arak University of Medical sciences, Isfahan University of Medical Sciences

Iranian Research Institute
For Science and Technology
ISSN 2251-8223
eISSN 2251-8231
Indexed in LISA, SCOPUS & ISC
Vol.28 | No.3 | pp: 701-716
Spring 2013

1. shabania@edu.ui.ac.ir

2. Akram7raha@yahoo.com

*Corresponding author: aadat.rasul@gmail.com