

الگوی موجود و مطلوب ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی (بررسی دیدگاه مدیران روابط عمومی)

مه‌دخت بروجردی علوی^۱ / لیلا زرین کفش^۲ / افسانه مظفری^۳

تاریخ پذیرش نهایی: شهریور ۹۷

تاریخ دریافت مقاله: مهر ۹۶

چکیده

این تحقیق با هدف شناخت الگوی موجود و مطلوب ساختار تشکیلاتی روابط عمومی‌های دانشگاه‌های دولتی انجام شده است. تحقیق حاضر به روش پیمایش انجام شده و نمونه‌گیری صورت نگرش و کلیه مدیران روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی به شیوه کل شماری مورد سنجش قرار گرفتند و پرسشنامه محقق ساخته در اختیار پاسخگویان قرار داده شد. بعد از جمع‌آوری پرسشنامه داده‌ها با نرم‌افزار SPSS و با استفاده از آزمون درصد فراوانی و آزمون معنی‌داری کای اسکور تجزیه و تحلیل شدند و نتایج زیر به دست آمد. پس از بررسی مشخصات پاسخگویان به بررسی یافته‌های مرتبط با ارزیابی ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی پرداخته شد. در این بررسی بیشترین ساختار تشکیلاتی را "اداره" و کمترین ساختار تشکیلاتی را "اداره کل" و "مدیریت" تشکیل می‌دهد. درصد قابل توجهی از مسئولان روابط عمومی‌ها زیر نظر مستقیم رئیس دانشگاه فعالیت می‌کنند که این موضوع بر استقلال روابط عمومی تاثیر بسیار مهمی دارد. لازم به ذکر است عنوان پست در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی تابعی از ساختار تشکیلاتی است و شرکت در شوراهای مختلف دانشگاه‌ها نشان از نوعی سردرگمی و بلاتکلیفی در اجرای مسئولیت در روابط عمومی دانشگاه‌ها است. با توجه به این که سخنگویی مؤسسه مسئولیت بسیار سنگینی قلمداد می‌شود ولی بیش از نیمی از مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها این مهم را به عهده دارند. نتایج به دست آمده نشان می‌دهد بین حوزه نظارت و ساختار تشکیلاتی، مدرک تحصیلی و عنوان پست و همچنین بین سخنگو بودن و عنوان پست مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها تفاوت معنی‌داری وجود دارد.

واژه‌گان کلیدی: روابط عمومی، ساختار تشکیلاتی، دانشگاه‌های دولتی.

۱- دانشیار گروه علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: mbalavi36@yahoo.com

۲- دانشجوی کارشناسی‌ارشد رشته علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۳- دانشیار گروه علوم ارتباطات، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

مقدمه

بی‌شک نیروی انسانی با ارزش‌ترین دارایی هر سازمان است، یعنی کارکنانی که در سازمان کار می‌کنند در کنار هم برای رسیدن به اهداف سازمانی کمک می‌کنند. چالش آینده مدیران نه فناوری است و نه اطلاعات، چالش آینده مدیران نیروی انسانی است و آینده از آن‌هایی می‌باشد که استعدادها را پرورش می‌دهند و سپس جذب می‌کنند.

ساختار تشکیلاتی نادرست یک دستگاه موجب بروز ناهنجاری‌هایی در روابط بین کارکنان، اتلاف انرژی و توانایی مدیران و سایر منابع انسانی و در نهایت عدم رسیدن به اهداف و ماموریت‌های از پیش تعیین شده برای سازمان خواهد شد پس می‌توان گفت موفقیت یک سازمان در گرو ساختار و تشکیلات آن است.

هر سازمان با توجه به موقعیت خاص خودش و با توجه به نیروی انسانی باید به تغییر و اصلاح ساختار و تطابق آن با محیط متغیر و رو به رشد موجب ارتقای کمی و کیفی خود در جهت تحقق اهداف گام بردارد. اینجاست که نقش نیروی انسانی پررنگ‌تر می‌شود و از آنان می‌توان به عنوان یک عامل استراتژیک و حیاتی نام برد. وقتی سازمانی با اساسنامه و تشکیلات خاصی به وجود می‌آید و به ثبت می‌رسد، با کمک نیروی انسانی متناسب با ساختار تشکیلاتی طراحی شده تحقق پیدا می‌کند.

عصر ما عصر پویایی و دگرگونی‌های مداوم در سطح جامعه، سازمان‌ها و دستاوردهای علمی، اقتصادی و اجتماعی است و چنین دگرگونی‌هایی در سطح جوامع، سازمان‌ها را ناگزیر از مطالعه، تحقیق و تفحص به منظور اعمال تغییرات مطلوب و اصلاحات در سازمان‌های خود می‌کند، تا در دنیای پرآشفته امروز بتواند رسالت خود را به خوبی ایفا کنند، روابط عمومی نیز به دلیل ارتباط اساسی‌اش با جامعه پیرامون به ناگزیر از پذیرش دگرگونی‌هاست تا بتواند با شناخت تغییرات و عوامل مؤثر آن و تهیه پاسخ و جواب لازم برای محیطش برآید و همچنین مدیران و کارکنان سازمان تابعه را از چنین دگرگونی‌هایی مطلع ساخته و

آنان را به پذیرش اصول و نگرش‌های جدید رهنمون شود.

در سازماندهی روابط عمومی باید اصولی را برای ساختار تشکیلات آن مد نظر داشت از آن جمله روابط عمومی متعلق به کدام سازمان است، مخاطبان سازمان چه کسانی هستند و محیط او را چه عواملی تشکیل می‌دهد و عوامل درونی سازمان از چه حجم و گستره‌ای برخوردارند و خط مشی کلی سازمان چیست. (نورانی آسیابر، ۱۳۸۸، ص ۸۱)

بیان مسئله

روابط عمومی تنها واحدی در سازمان است که می‌تواند تنظیم کننده یک رابطه موثر بین مدیریت، کارکنان و مخاطبان برون سازمانی باشد و حتی تعاملات بین سازمانی را برای توسعه و پیشرفت طرح‌های اجرایی سازمان برنامه‌ریزی و توسعه دهد و به نوعی مدیریت مشارکتی به مفهوم واقعی آن را به منصفه ظهور گذارد، لذا بی‌دلیل نیست که در اکثر تعاریف روابط عمومی این حرفه و فن را یک وظیفه مدیریتی دانسته‌اند و یکی از معیارهای یک سازمان موفق را در نحوه عملکرد ارتباطی و روابط عمومی آن تعریف و تبیین کرده‌اند. (رهنما، ۱۳۹۴: ۵)

در این تحقیق، بررسی وضعیت موجود ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی و شناسایی نقاط افتراق و اشتراک بین دانشگاه‌ها و تعیین نقاط ضعف و قوت ساختار تشکیلاتی موجود و در نهایت رسیدن به یک الگوی مطلوب، جامع و استاندارد تشکیلاتی برای روابط عمومی‌های دانشگاه‌های دولتی کشور مبنا و اساس پژوهش را شامل می‌شود، چرا که در حال حاضر یکی از مشکلات اساسی واحدهای روابط عمومی در دانشگاه‌های دولتی، نبود یک ساختار تشکیلاتی منسجم، استاندارد و یکسان و کارآمد است که این مسئله جایگاه، کارکرد، ماموریت‌ها و وظایف اساسی روابط عمومی‌ها را در سازمان به یک مشکل و معطل تبدیل کرده است.

عدم طراحی مناسب تشکیلات یک سازمان باعث ناهنجاری‌هایی در روابط بین ارکان تصمیم‌گیرنده و در نتیجه عدم توفیق در دستیابی به اهداف و مأموریت‌های پیش‌بینی شده برای آن سازمان خواهد انجامید و شکاف به وجود خواهد آورد.

روابط عمومی‌ها براساس نظریه تعالی یکی از اسباب و ابزارهای تعالی سازمان هستند و متأسفانه در دانشگاه‌هایی که مهد علم و دانش هستند و بنیانگذار روابط عمومی علمی، خودشان از نابسامانی و تشتت رنج می‌برد. حتی دانشگاه‌های سطح یک هم ساختار تشکیلاتی نامناسب دارند که به طور قطع و یقین در توسعه کشور می‌تواند تاثیر منفی داشته باشند.

بنابراین، تدوین الگوی مناسب برای ساختار روابط عمومی دانشگاه‌ها که از نیازها و ضروریات جامعه هدف نشئت گرفته باشد، ضرورتی انکار ناپذیر است.

اهداف تحقیق

اهداف اصلی

- ۱- شناخت الگوی موجود ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی.
- ۲- شناخت الگوی مطلوب ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی از دیدگاه مدیران روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی.

اهداف فرعی

- ۱- شناخت سن، جنس، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت استخدام، سابقه کار، سطح دانشگاه.
- ۲- شناخت وضعیت موجود عملکرد روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی.
- ۳- شناخت وضعیت مطلوب عملکرد روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی.

سوالات تحقیق

- ۱- ساختار تشکیلاتی فعلی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی چگونه است؟

لذا با اصلاح ساختار تشکیلاتی روابط عمومی‌ها و رساندن روابط عمومی به جایگاه واقعی که بتواند زبان علم را برای مردم ساده کند و حاصل دستاوردهای علمی را در اختیار مردم قرار دهد، بویژه در سطح دانشگاه‌ها به عنوان اصلی‌ترین ارکان نظام دولتی و اداری در ایران می‌توان امیدوار بود که شاهد روابط عمومی‌های کارآمد در کشور باشیم. تا زیرساخت‌ها و بسترهای لازم برای ارتقای و توسعه روابط عمومی‌ها که همان جایگاه سازمانی مناسب و نیروی انسانی متخصص به اندازه کافی است، فراهم نشود نمی‌توان نسبت به افزایش کارآمدی و حرفه‌ای عمل کردن روابط عمومی‌ها امیدوار بود.

پژوهش حاضر در پی یافتن پاسخ به این سؤال است که ساختار تشکیلاتی فعلی روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها چگونه است و دیدگاه مدیران روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی درباره الگوی مطلوب ساختار تشکیلاتی روابط عمومی چیست؟

اهمیت و ضرورت انجام تحقیق

با توجه به نقش کارکردی روابط عمومی‌ها در عصر کنونی و ارتباط موثر بین دولت‌ها، سازمان‌ها و مردم و لزوم تعامل فعال، ساختار و تشکیلات روابط عمومی‌ها باید مورد بازنگری جدی قرار گیرد. این مهم در روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها، اهمیت ویژه‌ای می‌یابد زیرا نخبگان و فرهیختگان، جامعه مخاطبان را تشکیل می‌دهند و دانشگاه منبع تولید نیروی انسانی توانمند و متخصص است.

بدیهی است برای تحقق این امر و انجام درست و حرفه‌ای مأموریت و وظایف روابط عمومی‌ها در دانشگاه‌ها و ارتباط با مخاطبان خاص، دارا بودن جایگاه، ساختار تشکیلاتی متناسب با وظایف یک ضرورت است که اگر این زیر ساخت‌ها در واحدهای روابط عمومی فراهم نباشد مشکلات و کاستی‌های بسیاری در انجام وظایف و مسئولیت‌های سازمانی به وجود خواهد آمد.

عبارت دیگر حجم نمونه با جامعه آماری مساوی است. در این پژوهش ابزار گردآوری داده‌ها پرسشنامه محقق ساخته است که اطلاعات این پرسشنامه‌ها توسط نرم‌افزار SPSS تجزیه و تحلیل شده است.

چارچوب نظری:

نظریه تعالی: تئوری تعالی حاصل یافته‌های یک پروژه مطالعاتی بین‌المللی ده ساله (با مطالعه ۲۳۷ سازمان) است که توسط جیمز گرانیک و با حمایت مالی "بنیاد تحقیقات انجمن بین‌المللی ارتباطات تجاری" انجام شد. این تئوری در مورد اینکه روابط عمومی چگونه باید هدایت، ساختمان‌بندی و به کار گرفته شود، راهنمای استاندارد را فراهم می‌کند و فاکتورهایی را که روابط عمومی را در تعالی کل سازمان سهیم می‌سازد، ارائه می‌کند.

این تئوری می‌گوید که چگونه روابط عمومی می‌تواند به عنوان یک عمل مدیریتی در تأثیرگذاری کلی سازمان سهیم باشد. "لاریسا گرانیک"، "جیمز گرانیک" و "دازیر" (۲۰۰۲) ادعا می‌کنند که «قسمت اصلی تئوری تعالی بیان می‌کند که ارتباطات برای یک سازمان اهمیت دارد، زیرا به برقراری روابط دراز مدت حسنه با مردم در موقعیت راهبردی، کمک می‌کند.»

این پژوهشگران در جستجوی عوامل کلیدی‌ای بودند که روابط عمومی را در انجام نقش آن در مؤثرسازی سازمانی، عملکرد مدیریتی و ترکیب داخلی آن، ساختمان و عملکرد آرمانی بخش روابط عمومی، "عالی" می‌ساخت. فاکتورهای تعالی حاصل این مطالعات، از چند ویژگی تشکیل می‌شود که اندازه و نوع سازمان، فرهنگ سازمانی و دیگر مسائل را در بر می‌گیرد و آنها را اصول "ژنریک" تعالی می‌دانند. این ویژگی‌ها اسکلت اصلی تئوری تعالی را تشکیل داده‌است و راهنمایی استاندارد و در عین حال عملی به شمار می‌رود که مشخص می‌کند چطور روابط عمومی می‌تواند حداکثر امکانات را در اختیار سازمان بگذارد. فاکتور تعالی به ۱۰ اصل عالی بودن محدود و سپس به هشت متغیر وسیع‌تر خلاصه شد:

۲- دیدگاه مدیران روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی درخصوص ساختار تشکیلاتی مطلوب روابط عمومی چیست؟

تعاریف عملیاتی مفاهیم

روابط عمومی: یکی از اولین تعاریف روابط عمومی را ادوارد برنیز به دست می‌دهد: "روابط عمومی عبارت از وظیفه مدیریتی است که نگرش‌ها، تعاریف، سیاست‌ها، طرز عمل و مصالح سازمان را جدول‌بندی می‌کند و متعاقب آن برنامه عملی را اجرا می‌کند تا تفاهم عمومی و پذیرش آنها را به دست آورد." (عدنان، ۱۳۹۰، ص ۲۷۰)

انجمن جهانی روابط عمومی نیز در تعریف خود آورده است: "روابط عمومی بخشی از وظایف مدیریت سازمان است و عملی ممتد، مداوم و طرح‌ریزی شده است که از طریق آن افراد و سازمان‌ها می‌کوشند تا تفاهم و پشتیبانی کسانی را که با آنها سرو کار دارند، به دست آورند." (میرسعید قاضی، ۱۳۷۰، ص ۲۱)

ساختار تشکیلاتی: منظور از ساختار تشکیلاتی در این تحقیق شامل جایگاه واحد روابط عمومی در نمودار کلان سازمانی، نوع ساختار و نمودار اداری و سازمانی واحد روابط عمومی، شرح وظایف و ماموریت‌ها و وضعیت پست‌ها و نیروی انسانی روابط عمومی می‌باشد. (رهنما، ۱۳۹۴، ص ۸)

دانشگاه‌های دولتی: عالی‌ترین نهاد آموزشی است که با هدف تولید و ترویج علم، ارتقای دانش و تربیت نیروی انسانی کارآفرین در زمینه‌های مختلف به ارائه آموزش و انجام پژوهش می‌پردازد. (آیین‌نامه تشکیلات دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی و پژوهشی، ۱۳۹۴، ص ۲)

روش پژوهش

پژوهش حاضر به لحاظ روش، توصیفی و به لحاظ اجرا، پیمایشی است و از نظر هدف، کاربردی است. جامعه آماری این پژوهش را کلیه مدیران روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دولتی تشکیل می‌دهند. تعداد آنها ۱۲۷ نفر است. در این تحقیق حجم نمونه به صورت کل شماری یا تمام شماری است به

یافته‌ها

اطلاعات توصیفی مشارکت‌کنندگان در پژوهش (پاسخگویان) بر حسب جنس، سن، میزان تحصیلات، رشته تحصیلی، وضعیت استخدام، سابقه کار، سطح مؤسسه.

پاسخگویان پژوهش حاضر از نظر جنس ۹۱،۷ درصد مرد و ۸،۳ درصد زن بودند به این ترتیب، به ازای هر ۱۱ مرد، یک زن در روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها به کار مشغول است.

از نظر سن، ۵۳،۷ درصد شاغلان بین ۳۰ تا ۴۰ و ۳۵/۲ درصد آنها بین ۴۰ تا ۵۰ سال سن دارند.

از نظر تحصیلات هم ۴۶،۳ درصد دارای مدرک فوق لیسانس و ۳۱،۵ درصد دارای مدرک دکترا هستند و رشته تحصیلی ۴۹،۱ درصد آنها یکی از رشته‌های علوم انسانی و ۸،۳ درصدشان دارای مدرک روابط عمومی و ارتباطات هستند.

از نظر وضعیت استخدام، ۴۱،۷ درصد آنها در حالت قراردادی به سر می‌برند.

سابقه کار ۴۲،۶ درصد آنها زیر ۱۰ سال و ۳۹،۸ درصد آنها بین ۱۰ تا ۲۰ سال است.

نتیجه آنکه در یک نگاه مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی را مردان بین ۳۰ تا ۴۰ سال دارای تحصیلات فوق لیسانس تشکیل می‌دهند که دانش آموخته یکی از رشته‌های علوم انسانی هستند و با سابقه کار بین ۱۰ تا ۲۰ سال از نظر وضعیت استخدام قراردادی هستند و سطح دانشگاه‌های اکثر آنها هم وضعیت مشخصی ندارد.

نتیجه کلی از پاسخ به پرسش‌های تحقیق؛

نتایج اظهارات پاسخگویان درخصوص ساختار تشکیلاتی موجود در روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نشان می‌دهد که بیشترین ساختار تشکیلاتی را "اداره" و کمترین ساختار تشکیلاتی را "اداره کل" و "مدیریت" تشکیل می‌دهد.

درصد قابل توجهی از مسئولان روابط عمومی‌ها زیر نظر مستقیم رئیس دانشگاه فعالیت می‌کنند که این موضوع بر استقلال روابط عمومی تاثیر بسیار مهمی دارد.

۱- ارزش ارتباطات؛ میزان اهمیت روابط عمومی نزد مدیرعامل و مدیران سطح بالای سازمان. ۲- خدمت به وظایف راهبردی سازمانی؛ سازمان به روابط مؤثر با مردم تکیه دارد و روابط عمومی باید نظر این مردم را در برنامه‌ریزی سازمانی منظور کند. ۳- ایفای نقش مدیریتی؛ فعالان حرفه‌ای روابط عمومی که در درجه اول نقش مدیریتی بازی می‌کنند، در مؤثر بودن و عالی‌بودن سازمان از نظر وظیفه ارتباطی، سهم دارند. ۴- مدل روابط عمومی در نظر گرفته‌شده توسط یک سازمان عاملی مهم در تئوری تعالی است. در اینجا مدل تقارن دوسویه عنوان شاخص عالی‌بودن در نظر گرفته شده‌است. ۵- پتانسیل بخش ارتباطات؛ روابط عمومی در ایجاد مدل دوسویه متقارن و نقش مدیریتی نیاز به دانش روش‌های تحقیق و دانش وظایف مدیریتی دارد. ۶- فشار کنشگران (فعالان) بر یک سازمان، آن را وادار به برقراری ارتباط با مردم خارج می‌کند. این فشار، روابط عمومی را تشویق به حل مشکلات مربوط به سیاست سازمانی، مدیریت پیش‌گیرانه مسائل و ایفای نقش در سطوح بالاتر برنامه‌ریزی راهبردی می‌کند. ۷- فرهنگ سازمانی، ساختمان و دیگر متغیرهای مربوط به کارمندان؛ سازمان‌ها دارای فرهنگ مشارکتی به جای ریاستی و ساختمان اداری طبیعی به جای مکانیکی یا دارای لایه‌های چندگانه، قادرند روابط عمومی مؤثرتری ایجاد کنند. هم‌چنین سیستم‌های ارتباط داخلی متقارن و دیالوگی و وجود رضایت بالا از کار در میان کارمندان، در ایجاد روابط عمومی عالی تأثیر دارند. ۸- پذیرش تنوع و گوناگونی؛ اگر در بخش روابط عمومی، گوناگونی و تنوع در نظر گرفته شود، میزان درک و قابلیت معرفی افراد گوناگون جامعه در محیط سازمان بالا خواهد رفت.

اما تحقیقات کیفی دیگری نشان داد که باید فاکتور "اخلاق" به عنوان فاکتور نهایی به این لیست اضافه شود. این تحقیقات که توسط "شانون باون" انجام شد، تأکید دارد که مقید بودن سازمان به گرفتن تصمیمات اخلاقی، فاکتوری با اهمیت در تعالی روابط عمومی است. (عبدالله‌زاده، ۱۳۹۵، ص ۲۳ به نقل از هیث، جلد ۱، ۱۳۸۸:۴۳۱-۱، ۴۲۸)

ذخیره اطلاعات تاریخی سازمان نیست، به این معنی که براساس تجربیات محقق، داده‌های جمع‌آوری شده از مراسم و مناسبت‌ها به صورت علمی آرشیو نمی‌شود و عملاً در زمان مورد نیاز، دسترسی به آنها چندان ساده نیست. تهیه خبر، گزارش و مصاحبه و نظارت به این امر به منظور ارسال به رسانه‌ها و برنامه‌ریزی جهت اطلاع‌رسانی دستاوردهای دانشگاه از طرق وب سایت اطلاع‌رسانی و شبکه‌های اجتماعی و ایجاد ارتباط با خبرنگاران رسانه‌ها و برگزاری نشست‌های خبری برای رئیس و معاونان دانشگاه به صورت موردی در حوزه فعالیت‌های ارتباط با رسانه‌ها جای می‌گیرد.

ارتباط مستمر و دوسویه با شبکه‌های استانی صدا و سیما، مطبوعات و رسانه‌های جمعی و همچنین مدیریت پایگاه اطلاع‌رسانی و ارتباط مابین رئیس دانشگاه، دانشجویان، استادان و کارکنان و تدوین اجرای نامه‌های ارتباطی نیز از دیگر فعالیت‌های روابط عمومی دانشگاه‌ها است که حاکی از تلاش آنها برای رسیدن به نقطه مطلوب یعنی برقراری ارتباط درون سازمانی و برون سازمانی است.

برگزاری سمینارها و کنفرانس‌ها و نمایشگاه‌ها، استقرار روابط عمومی الکترونیک و حضور فعال در شورای مناطق روابط عمومی وزارت علوم و شورای هماهنگی روابط عمومی استان و برگزاری نمایشگاه دستاوردهای دانشگاه یا مؤسسه در مواقع لزوم از فعالیت اکثر قریب به اتفاق روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها برای معرفی دانشگاه خود به مجامع است.

بسیاری از روابط عمومی‌ها اظهار داشتند که در مشاوره دادن به رئیس دانشگاه خود سهیم هستند اما تا آنجایی که اطلاعات وجود دارد نوع گزاره‌گویی است، زیرا احتمالاً پاسخگویان با توجه به نقش خود در دادن مشاوره پاسخ مثبت داده بودند در حالی که منظور محقق داشتن حکم مشاوره از رئیس است که به نظر نمی‌رسد این حکم در بیش از نیمی از دانشگاه‌ها وجود داشته باشد.

درخصوص پایش اخبار در رسانه‌ها چون بسیاری از دانشگاه‌های کوچک باتوجه به کم بودن پوشش خبری

عنوان پست در دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی تابعی از ساختار تشکیلاتی است، احتمالاً پاسخگویان عنوان پست خود را بنا بر ساختار تشکیلاتی خود تعریف کرده‌اند.

شرکت در شوره‌های مختلف دانشگاه‌ها نشان از نوعی سردرگمی و بلاتکلیفی در اجرای مسئولیت در روابط عمومی دانشگاه‌هاست به گونه‌ای که وقتی ۶۸٫۵ درصد مسئولان روابط عمومی زیر نظر مستقیم رئیس دانشگاه فعالیت می‌کنند، علی‌القاعده باید در همه جلسات هم شرکت کنند ولی این رقم فقط به ۹٫۳ درصد می‌رسد و این احساس ایجاد می‌شود که هر رئیس دانشگاهی به سلیقه خودش تصمیم می‌گیرد که مسئولان روابط عمومی در جلسات مختلف شرکت کنند یا خیر.

با توجه به این که سخنگویی مسئولیت بسیار سنگین قلمداد می‌شود ولی بیش از نیمی از مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها این مهم را به عهده دارند.

درخصوص داشتن برنامه راهبردی توسعه دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی درصد بسیاری از مسئولان روابط عمومی با دارا بودن برنامه راهبردی توسعه، نقطه عطفی برای پیشبرد اهداف دانشگاه خود هستند.

درحالی که سالانه تعداد بسیار زیادی دانش‌آموخته روابط عمومی آماده ورود به بازار کار هستند تقریباً ۲۴/۱ درصد از مسئولان روابط عمومی به تنهایی و بدون هیچ نیرویی در حوزه روابط عمومی با داشتن مسئولیت بسیار بالا مشغول به کار می‌باشند که این موضوع برای حوزه روابط عمومی بسیار نامطلوب است.

اکثریت قریب به اتفاق مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی اظهار داشتند که هرکاری که در چارچوب وظایف روابط عمومی، به دستور مافوق انجام می‌دهند در واقع بالاترین درصد فعالیت روابط عمومی‌ها به گزینه «هرکاری که لازم باشد» اختصاص دارد. دومین فعالیت گسترده مربوط می‌شود به حوزه تبلیغات که شامل ارسال پیام تبریک، تسلیت و ...، تدوین و اجرای برنامه‌های تبلیغاتی و مدیریت تابلوهای اطلاع‌رسانی.

مستندسازی تقریباً در اکثر روابط عمومی‌ها انجام می‌پذیرد اما این مستندسازی به معنای تهیه آرشیو و

نیازی به ارائه بولتن روزانه ندارند ولی این امر دلیل بر نداشتن بولتن‌های ماهانه و یا فصلی نیست. ضعیف‌ترین عملکرد روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی به برگزاری تورهای رسانه‌ای و همچنین مسائل مربوط به تدوین بودجه پیشنهادی و انتشار نشریه درون دانشگاهی ختم می‌شود. در یک جمع‌بندی از فعالیت‌های روابط عمومی در دانشگاه، قسمتی از فعالیت‌های ارتباط با رسانه‌ها، مستندسازی نه‌چندان علمی و قوی و برگزاری مراسم و مناسبت‌ها تقریباً وضعیت خوبی دارند ولی جنبه‌هایی از ارتباط با رسانه‌ها، داشتن نقش مشاور، حضور در نظام پیشنهادات، حضور در جریان سیاست‌گذاری برای سازمان نقش بسیار ضعیف است.

در جدول شماره ۱ با توجه به این که $p\text{-value}$ جدول از ۰/۰۵ کوچکتر است ($p < ۰/۰۵$)، پس نتیجه می‌گیریم که بین تحصیلات و عنوان پست تفاوت معنی‌داری وجود دارد بنابراین، فرض H_1 تایید و فرض H_0 رد می‌شود. (جدول ۳)

داده‌ها نشان می‌دهد ۵۰ درصد از مسئولان روابط عمومی که دارای عنوان پست "مدیر کل" هستند مدرک تحصیلی دکترا دارند و ۷۶/۶ درصد از مسئولان روابط عمومی که دارای مدرک دکترا هستند عنوان پست "مدیر" دارند.

در جدول شماره ۴ با توجه به این که $p\text{-value}$ جدول از ۰/۰۵ کوچکتر است ($p < ۰/۰۵$)، پس نتیجه می‌گیریم که بین سخنگو و عنوان پست تفاوت معنی‌داری وجود دارد بنابراین، فرض H_1 تایید و فرض H_0 رد می‌شود. (جدول ۴)

داده‌های نشان می‌دهد که ۵۰ درصد از مسئولان روابط عمومی که عنوان پست «مدیر کل» و ۷۲/۴ درصد با عنوان پست «مدیر» سخنگوی دانشگاه هستند اما ۶۰ درصد با عنوان پست «کارشناس مسئول» سخنگوی دانشگاه خود نیستند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که عنوان پست و سخنگو بودن مسئولان روابط عمومی در دانشگاه ارتباط مستقیم با هم دارد هرچه عنوان پست مسئولان روابط عمومی بالاتر باشد کار سخنگویی را نیز انجام می‌دهند و هرچه عنوان پست آنها پایین‌تر باشد کار سخنگویی را انجام نمی‌دهند.

براساس داده‌های جدول شماره ۵ با توجه به این که $p\text{-value}$ جدول از ۰/۰۵ بزرگتر است ($p > ۰/۰۵$)، پس نتیجه می‌گیریم که بین ساختار تشکیلاتی و شورا

در جدول شماره ۱ با توجه به این که $p\text{-value}$ جدول از ۰/۰۵ کوچکتر است ($p < ۰/۰۵$)، پس نتیجه می‌گیریم که بین ساختار و حوزه نظارت تفاوت معنی‌داری وجود دارد بنابراین، فرض H_1 تایید و فرض H_0 رد می‌شود. (جدول ۱)

داده‌ها نشان داد که ۱۰۰ درصد از روابط عمومی‌هایی که ساختار آنها "اداره کل" است زیر نظر رئیس دانشگاه فعالیت می‌کنند. همچنین ۵۶/۱ درصد از روابط عمومی‌هایی که ساختار آنها "اداره" است، زیر نظر رئیس دانشگاه هستند

براساس داده‌های جدول شماره ۲ با توجه به این که $p\text{-value}$ جدول از ۰/۰۵ بزرگتر است ($p > ۰/۰۵$)، پس نتیجه می‌گیریم که بین سخنگو و ساختار رابطه معنی‌داری وجود ندارد. به این ترتیب، فرض H_0 تایید و فرض H_1 رد می‌شود. (جدول ۲)

داده‌ها نشان داد ۵۰ درصد از مسئولان روابط عمومی که دارای ساختار تشکیلاتی "اداره کل" هستند به عنوان سخنگوی دانشگاه یا مؤسسه نیز فعالیت می‌کنند و ۶۱/۱ درصد از مسئولان روابط عمومی که ساختار تشکیلاتی "اداره" دارند در عمل و بدون حکم کار سخنگو را انجام می‌دهند.

بنابراین می‌توان نتیجه گرفت مسئولان روابط عمومی که دارای ساختار تشکیلاتی بالاتر هستند الزاماً

۴۰ درصد از مسئولان روابط عمومی که ساختار تشکیلاتی " اداره " دارند در هیچ کدام از جلسات شورا شرکت نمی‌کنند.

عده‌ای از مسئولان روابط عمومی جایگاه تشکیلاتی "مدیرکل" را مطلوب‌ترین جایگاه دانسته‌اند و برخی نیز حیطه مطلوب جایگاه تشکیلاتی روابط عمومی را "مدیر یا رئیس" اعلام کرده‌اند شاید بتوان گفت علت انتخاب این گزینه "مدیر یا رئیس" به عنوان جایگاه تشکیلاتی مطلوب، پایین بودن سطح دانشگاه آنها (سه و چهار) در ارزیابی وزارت علوم باشد به این ترتیب آرمان متعالی که مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌های کوچک دارند، پست "مدیریت" یا "رئیس اداره" است و اصولاً به اهداف بالاتری فکر نمی‌کنند. برخی از مسئولان حضور فعال در تمامی جلسات مهم و تأثیرگذار را پیشنهاد داده بودند و برخی نیز اظهار داشتند که پست "مشاور" برای مسئولان روابط عمومی حتماً در ساختار تشکیلاتی دانشگاه‌ها پیش‌بینی شود که این امر (حضور در جلسات و مشاوره بودن) در ارتباط با ساختار و تشکیلات نیست ولی از مواردی است که بیانگر اهمیت نقش روابط عمومی از مدیریت سازمان است.

عده‌ای از مسئولان روابط عمومی نیز جایگاه ساختار تشکیلاتی را وابسته به دانشگاه دانسته و پیشنهاد داده‌اند که ترجیحاً مسئولان روابط عمومی از اعضای هیات علمی دانشگاه نباشند چرا که حضور دائمی در محیط را مهم دانسته و از دید این تعداد از پاسخگویان اعضای هیات علمی به دلیل عدم حضور دائمی نمی‌توانند گزینه مناسبی برای پست مسئولیت روابط عمومی باشند و چون روابط عمومی به عنوان یک حرفه نیازمند به کارگیری افراد متخصص، حرفه‌ای، علاقه‌مند، واجد شرایط و ترجیحاً دانش‌آموخته این رشته است و صرفاً عضویت در هیات علمی نمی‌تواند متضمن عملکرد مطلوب در حوزه روابط عمومی باشد. (چارت ۱ و ۲)

پیشنهاد‌های منتج از پژوهش

این پژوهش به دنبال بررسی دیدگاه مدیران روابط عمومی درخصوص الگوی موجود و مطلوب ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی است و سعی

رابطه معنی‌داری وجود ندارد. به این ترتیب، فرض H_0 تایید و فرض H_1 رد می‌شود. (جدول ۵)

یافته‌های به دست آمده از این جدول بیانگر آن است که ۶۶/۷ درصد از مسئولان روابط عمومی که در جلسات هیئت رئیسه شرکت می‌کنند دارای ساختار تشکیلاتی " اداره " هستند و ۲۵ درصد از مسئولانی که ساختار تشکیلاتی " اداره کل " دارند به تشخیص رئیس دانشگاه در جلسات شرکت می‌کنند و ۴۰ درصد از مسئولان روابط عمومی که ساختار تشکیلاتی " اداره " دارند در هیچکدام از جلسات شورا شرکت نمی‌کنند.

نتیجه‌گیری

براساس داده‌های جداول استنباطی بین حوزه نظارت و ساختار تشکیلاتی مسئولان روابط عمومی‌ها تفاوت معنی‌داری وجود چرا که ۱۰۰ درصد از روابط عمومی‌هایی که ساختار آنها " اداره کل " است زیر نظر رئیس دانشگاه فعالیت می‌کنند. همچنین ۵۶/۱ درصد از روابط عمومی‌هایی که ساختار آنها " اداره " است، زیر نظر رئیس دانشگاه هستند.

بین سخنگو و ساختار تشکیلاتی رابطه معنی‌داری وجود ندارد در واقع مسئولان روابط عمومی که دارای ساختار تشکیلاتی بالاتر هستند الزاماً سخنگوی سازمان نیستند در این مورد هم می‌توان با احتیاط این نظر را داد که اشتغال روابط عمومی در مقام سخنگویی ارتباط چندانی با ساختار تشکیلاتی روابط عمومی ندارد.

بین مدرک تحصیلی و عنوان پست مسئولان روابط عمومی رابطه معنی‌داری وجود دارد در واقع هرچه مدرک تحصیلی بالاتر باشد عنوان پست نیز بالاتر است.

بین سخنگو و عنوان پست تفاوت معنی‌داری وجود دارد هرچه عنوان پست مسئولان روابط عمومی بالاتر باشد سخنگوی سازمان خود نیز هستند.

بین ساختار تشکیلاتی و شرکت در جلسات شورا رابطه معنی‌داری وجود ندارد بنابر نتایج به دست آمده ۲۵ درصد از مسئولانی که ساختار تشکیلاتی " اداره کل " دارند به تشخیص رئیس دانشگاه در جلسات شرکت می‌کنند و

ضروری است. این امر می‌تواند در ارتقای جایگاه روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها مؤثر باشد.

۵- با توجه به پیشنهادهای دریافتی از مدیران روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی پیشنهاد می‌شود در ساختار تشکیلاتی جامع برای روابط عمومی‌های دانشگاه‌های سراسر کشور ادارات تشریفات و تبلیغات، افکار سنجی، ارتباطات و اطلاع‌رسانی، تولید محتوای روابط عمومی الکترونیک و مستندسازی سمعی و بصری پیش‌بینی شود.

۶- پیشنهاد می‌شود برای همسان‌سازی روابط عمومی دانشگاه‌ها اعم از دانشگاه‌های دولتی، غیردولتی، آزاد اسلامی ساختار تشکیلاتی یکپارچه و منسجمی طراحی و به مورد اجرا درآید.

بدیهی است در کشور ما بالغ بر ۲۸۰۰ دانشگاه و مرکز آموزش عالی اعم از دولتی و غیردولتی فعالیت می‌کنند. و در پایان با در نظر گرفتن ساختار تشکیلاتی مطلوب و جایگاه مناسب سازمانی در بسیاری از روابط عمومی‌های دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی اعم از دولتی و غیردولتی و تامین نیروی انسانی متخصص در زمینه روابط عمومی، می‌توان به کارآمدی این واحدها دلخوش و امیدوار بود.

پیشنهادهایی برای مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی

۱- پیشنهاد می‌شود چنانچه امکان استقرار الگوی مطلوب ساختار تشکیلاتی در روابط عمومی دانشگاه و مراکز آموزش عالی وجود ندارد، مدیران روابط عمومی دانشگاه‌ها کماکان نسبت به انجام ماموریت‌های روابط عمومی در حوزه‌های تشریفات و تبلیغات، افکارسنجی، ارتباطات و اطلاع‌رسانی، مستندسازی و فعالیت‌های سمعی و بصری و تولید محتوا اقدام کنند فارغ از چارت تشکیلاتی.

۲- با توجه به این که مدیران روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی با هماهنگی مدیرکل روابط عمومی دستگاه مربوطه انتصاب و زیر نظر مقام منصوب کننده فعالیت می‌کند لازم است هرگونه اتخاذ تصمیم در خصوص برنامه‌های آتی مؤسسه با هماهنگی مدیرکل روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری انجام شود.

کرده وضع مطلوب و وضع موجود ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های دولتی را مورد بررسی قرار دهد.

۱- پیشنهاد می‌شود وزارت علوم، تحقیقات و فناوری به منظور ساماندهی، انسجام بخشی و تقویت روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی و همچنین فراهم آوردن زمینه بهره‌برداری حداکثری از ظرفیت این روابط عمومی‌ها نسبت به تهیه، تدوین و ابلاغ ساختار تشکیلاتی مناسب برای روابط عمومی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزش عالی با توجه به سطح‌بندی و رتبه‌بندی دانشگاه‌های دولتی کشور به شرح ذیل اقدام کند:

الف- ابلاغ ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های سطح یک کشور در حد "مدیرکل"

ب- ابلاغ ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های سطح دو و سه کشور در حد "مدیر" یا "رئیس"

ج- ابلاغ ساختار تشکیلاتی روابط عمومی دانشگاه‌های سطح چهار کشور در حد "کارشناس مسئول"

برای اجرایی شدن این پیشنهاد، موضوع می‌تواند در هیات امنای وزارت علوم، تحقیقات و فناوری مطرح و در قالب آئین‌نامه‌ای به دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی دولتی ابلاغ شود.

۲- پیشنهاد می‌شود به منظور ایجاد ساختار تشکیلاتی مناسب، روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی نسبت به جذب و به کارگیری نیروهایی با تجربه کاری در زمینه روابط عمومی و ترجیحاً فارغ‌التحصیل رشته‌های علوم انسانی، روابط عمومی و علوم ارتباطات اقدام نمایند.

۳- پیشنهاد می‌شود متولیان امر روابط عمومی در کشور از طریق شورای اطلاع‌رسانی دولت با همکاری سازمان امور اداری و استخدامی کشور اقدام به بازنگری در ساختار تشکیلاتی روابط عمومی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی کنند.

۴- پیشنهاد می‌شود با توجه به آئین نامه نحوه فعالیت وظایف و اختیارات روابط عمومی دستگاه‌های اجرایی، موضوع تصویب نامه شماره ۶۵۳۵۴/ت/۳۷۳۷۴ هـ مورخ ۱۳۸۶/۴/۲۷ و اصلاحیه این آئین نامه به شماره ۱۰۲۴۰/ت/۴۵۷۹۴ هـ مورخ ۱۳۹۱/۱/۲۶ که در آن اداره کل روابط عمومی به مرکز روابط عمومی ارتقاء پیدا کند،

جدول ۱ - بررسی معنی‌داری رابطه بین ساختار تشکیلاتی و حوزه نظارت

جمع	حوزه نظارت		ساختار تشکیلاتی
	زیر نظر مدیر حوزه ریاست	زیر نظر مستقیم رئیس دانشگاه	
4 100.0% 3.7%	0 0.0% 0.0%	4 100.0% 5.4%	اداره کل
57 100.0% 52.8%	25 43.9% 73.5%	32 56.1% 43.2%	اداره
27 100.0% 25.0%	7 25.9% 20.6%	20 74.1% 27.0%	دفتر
20 100.0% 18.5%	2 10.0% 5.9%	18 90.0% 24.3%	کارشناسی
108 100.0% 100.0%	34 31.5% 100.0%	74 68.5% 100.0%	جمع

$$\chi^2 = 10/551$$

$$df = 3$$

$$P = 0/014$$

جدول ۲ - بررسی معنی‌داری رابطه بین ساختار تشکیلاتی و سخنگو

جمع	سخنگوی دانشگاه			ساختار تشکیلاتی
	درعمل و بدون حکم کار سخنگو را انجام می‌دهم	خیر	بله	
4 100.0% 3.7%	1 25.0% 2.8%	1 25.0% 2.3%	2 50.0% 6.9%	اداره کل
57 100.0% 52.8%	22 38.6% 61.1%	22 38.6% 51.2%	13 22.8% 44.8%	اداره
27 100.0% 25.0%	8 29.6% 22.2%	9 33.3% 20.9%	10 37.0% 34.5%	دفتر
20 100.0% 18.5%	5 25.0% 13.9%	11 55.0% 25.6%	4 20.0% 13.8%	کارشناسی
108 100.0% 100.0%	36 33.3% 100.0%	43 39.8% 100.0%	29 26.9% 100.0%	جمع

$$\chi^2 = 5/308$$

$$df = 6$$

$$P = 0/505$$

جدول ۳ - بررسی معنی‌داری رابطه بین تحصیلات و عنوان پست

جمع	تحصیلات			عنوان پست
	لیسانس	فوق لیسانس	دکتر	
4 100.0% 3.7%	1 25.0% 4.2%	1 %25.0 2.0%	2 50.0% 5.9%	مدیرکل
47 100.0% 43.5%	7 14.9% 29.2%	17 36.2% 34.0%	23 48.9% 67.6%	مدیر
27 100.0% 25.0%	5 18.5% 20.8%	15 55.6% 30.0%	7 25.9% 20.6%	رئیس اداره
30 100.0% 27.8%	11 36.7% 45.8%	17 56.7% 34.0%	2 6.7% 5.9%	کارشناس مسئول
108 100.0% 100.0%	24 22.2% 100.0%	50 46.3% 100.0%	34 31.5% 100.0%	جمع

$\chi^2 = 17/880$ $df = 6$ $P = 0/007$

جدول ۴ - بررسی معنی‌داری رابطه بین عنوان پست و سخنگو

جمع	سخنگوی دانشگاه			عنوان پست
	درعمل و بدون حکم کار سخنگو را انجام می‌دهم	خیر	بله	
4 100.0% 3.7%	1 25.0% 2.8%	1 25.0% 2.3%	2 50.0% 6.9%	مدیرکل
47 100.0% 43.5%	13 27.7% 36.1%	13 27.7% 30.2%	21 44.7% 72.4%	مدیر
27 100.0% 25.0%	12 44.4% 33.3%	11 40.7% 25.6%	4 14.8% 13.8%	رئیس اداره
30 100.0% 27.8%	10 33.3% 27.8%	18 60.0% 41.9%	2 6.7% 6.9%	کارشناس مسئول
108 100.0% 100.0%	36 33.3% 100.0%	43 39.8% 100.0%	29 26.9% 100.0%	جمع

$\chi^2 = 18/949$ $df = 6$ $P = 0/004$

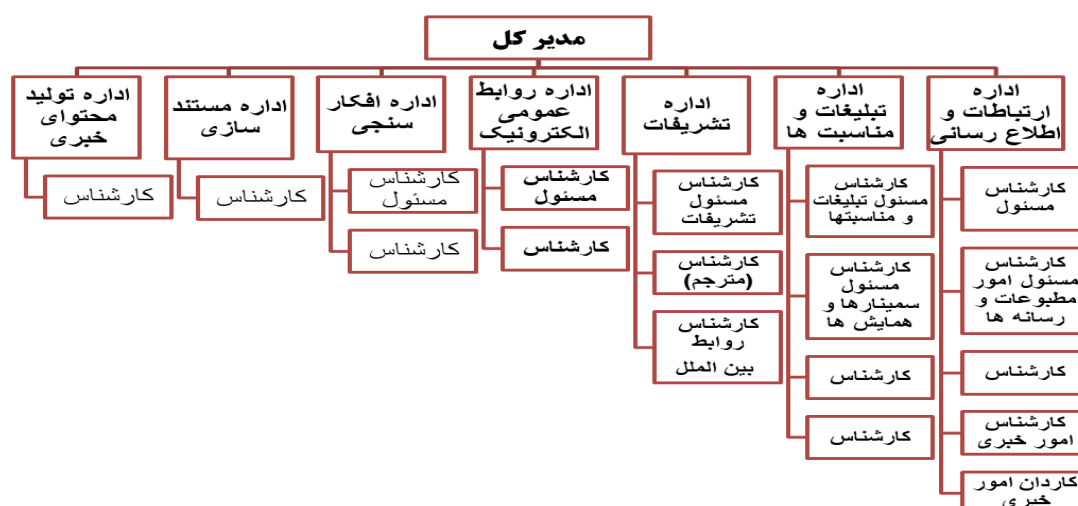
جدول ۵ - بررسی معنی‌داری رابطه بین شرکت در شورا و ساختار تشکیلاتی

جمع	ساختار تشکیلاتی				شرکت در شورا
	کارشناسی	دفتر	اداره	اداره کل	
6 100.0% 5.6%	0 0.0% 0.0%	2 33.3% 7.4%	4 66.7% 7.8%	0 0.0% 0.0%	هیئت رئیسه
10 100.0% 9.3%	2 20.0% 7.7%	1 10.0% 3.7%	7 70.0% 13.7%	0 0.0% 0.0%	شورای دانشگاه
18 100.0% 16.7%	3 16.7% 11.5%	5 27.8% 18.5%	10 55.6% 19.6%	0 0.0% 0.0%	شورای فرهنگی
47 100.0% 43.5%	16 34.0% 61.5%	11 23.4% 40.7%	19 40.4% 37.3%	1 2.1% 25.0%	به تشخیص رئیس دانشگاه
5 100.0% 4.6%	2 40.0% 7.7%	1 20.0% 3.7%	2 40.0% 3.9%	0 0.0% 0.0%	هیچکدام
22 100.0% 20.4%	3 13.6% 11.5%	7 31.8% 25.9%	9 40.9% 17.6%	3 13.6% 75.0%	همه موارد
108 100.0% 100.0%	26 24.1% 100.0%	27 25.0% 100.0%	51 47.2% 100.0%	4 3.7% 100.0%	جمع

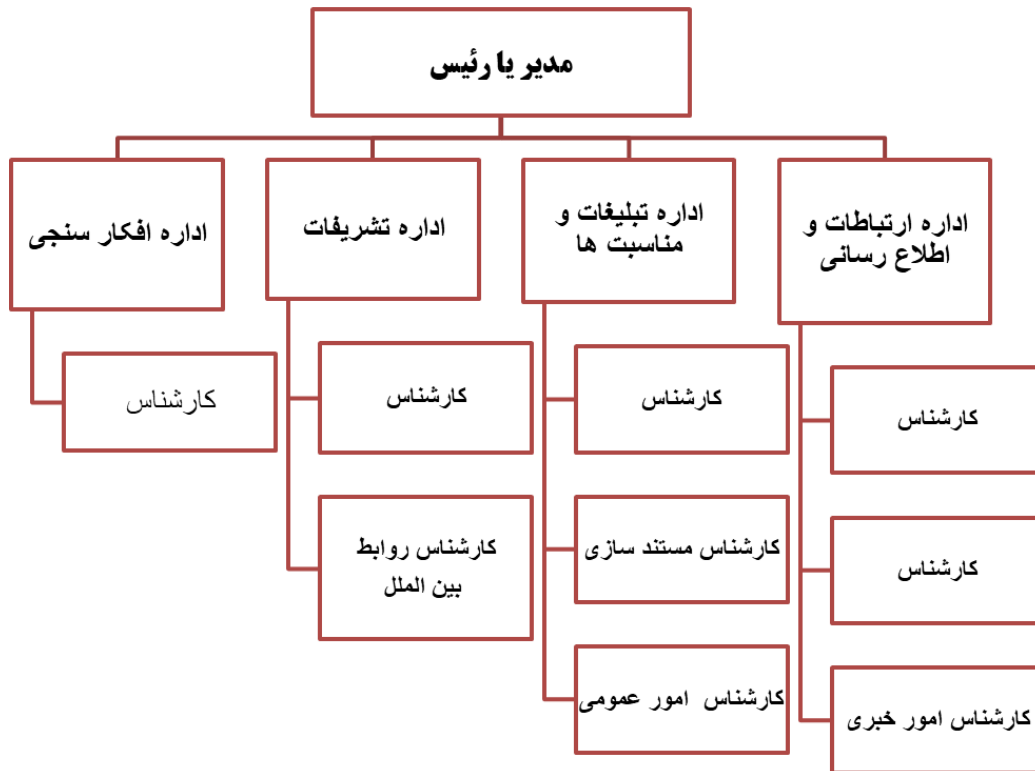
x² = 17/180

df = 15

P = 0/308



چارت ۱ - ساختار تشکیلاتی پیشنهادی مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی (برای دانشگاه‌های سطح یک و دو)



چارت ۲ - ساختار تشکیلاتی پیشنهادی مسئولان روابط عمومی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی (برای دانشگاه‌های سطح سه و چهار)

فهرست منابع

- (۱۳۹۴). آئین نامه تشکیلات دانشگاه‌ها و موسسات آموزش عالی و پژوهشی، دفتر بودجه و تشکیلات وزارت علوم، تحقیقات و فناوری.
- بن حاجی عدنان، محمد حمدان. (۱۳۹۰). فرهنگ جامع واژگان روابط عمومی، ویراستار علمی حسینعلی افخمی، تهران: انتشارات کارگزار روابط عمومی.
- رهنما، شهریار. (۱۳۹۴). بررسی ساختار تشکیلاتی روابط عمومی‌ها در ایران و ارائه یک طرح جدید و کارکرد ساختاری برای روابط عمومی‌های کشور مورد مطالعه: (روابط عمومی‌های وزارتخانه‌ها). پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شرق، دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی.
- عبدالله زاده، مهدی. (۱۳۹۵). نقش روابط عمومی در ارتباطات درون سازمانی از نظر کارکنان ادارات مرکزی بانکها. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم ارتباطات، دانشگاه علامه طباطبایی.
- میرسعید قاضی، علی. (۱۳۷۰). تئوری عمل در روابط عمومی و ارتباطات، تهران: نشر مبتکران.
- نورانی آسیاب، پروین. (۱۳۸۸). سرپرستی در روابط عمومی، چاپ اول، تهران: نشر مرشد.
- هیث، رابرت ال. (۱۳۸۸). دایره‌المعارف روابط عمومی، چاپ دوم، جلد (۱)، ترجمه سیدعزیز معصومی، تهران: کارگذار روابط عمومی.