

جامعة ميدأوشن



كلية العلوم الإنسانية

قسم / تخصص. ماجستير العلاقات العامة

عنوان البحث

اثر القيم الاجتماعية على استراتيجيات العلاقات العامه دراسة حالة القطاع الصحي في المملكة

إعداد الطالب/متعب شاهر مطلق الشمري

العام الدراسي:

2024

مقدمة الدراسة:

تعتبر العلاقات العامة أحد أهم أدوات التواصل المؤسسي التي تسعى من خلالها المنظمات إلى بناء جسور الثقة مع جمهورها المستهدف، وتحقيق أهدافها الاستراتيجية. وفي ظل التطور المتسارع في عالم الاتصالات وتعدد القنوات، بات من الضروري على المنظمات أن تتبنى استراتيجيات علاقات عامة مبتكرة وفعالة، تراعي خصوصيات كل قطاع وتستجيب لتطلعات المجتمع.

يعد القطاع الصحي من القطاعات الحساسة التي تتطلب تعاملًا خاصًا، حيث يتعلق الأمر بصحة وسلامة الأفراد. وبالتالي، فإن استراتيجيات العلاقات العامة في هذا القطاع يجب أن تأخذ بعين الاعتبار القيم الاجتماعية السائدة في المجتمع، والتي تلعب دوراً حاسماً في تشكيل تصورات الأفراد عن المؤسسات الصحية واتخاذهم لقراراتهم بشأن الخدمات التي يحصلون عليها.

مشكلة الدراسة :

المشكلة الرئيسية:

ما هو أثر القيم الاجتماعية السائدة في المملكة العربية السعودية على كفاءة استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة في القطاع الصحي، وما هي التحديات التي تواجه هذه الاستراتيجيات في تحقيق أهدافها المرجوة؟

الفرضيات الفرعية:

الفرضية الأولى: هناك علاقة ارتباطية موجبة بين مدى انعكاس القيم الاجتماعية في استراتيجيات العلاقات العامة وبين نجاح هذه الاستراتيجيات في بناء صورة إيجابية عن المؤسسات الصحية.

الفرضية الثانية: تواجه استراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي تحديات في تحقيق التكامل بين القيم الاجتماعية والتوجهات التسويقية للمؤسسات.

الفرضية الثالثة: هناك فجوة بين التصور النظري للقيم الاجتماعية في استراتيجيات العلاقات العامة والواقع العملي لتطبيق هذه الاستراتيجيات في المؤسسات الصحية.

الفرضية الرابعة: يؤثر التنوع الثقافي والاجتماعي في المملكة على تباين استجابات الجمهور المستهدف لاستراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي.

الأهمية العلمية والعملية للدراسة

الأهمية العلمية:

إغناء المعرفة الأكاديمية: تساهم الدراسة في توسيع نطاق المعرفة الأكاديمية حول العلاقة بين القيم الاجتماعية واستراتيجيات العلاقات العامة، خاصة في سياق القطاع الصحي.

بناء نظريات جديدة: يمكن للنتائج التي تتوصل إليها الدراسة أن تساهم في بناء نظريات جديدة أو تعديل النظريات القائمة في مجال العلاقات العامة والتسويق الصحي.

تطوير أدوات البحث: قد تؤدي الدراسة إلى تطوير أدوات بحثية جديدة لقياس وتقييم تأثير القيم الاجتماعية على استراتيجيات العلاقات العامة.

توفير قاعدة بيانات: ستوفر الدراسة قاعدة بيانات قيمة للباحثين المهتمين بدراسة هذا المجال في المستقبل.

الأهمية العملية:

تحسين استراتيجيات العلاقات العامة: ستساعد الدراسة المؤسسات الصحية على فهم كيفية تطوير استراتيجيات علاقات عامة أكثر فعالية تتناسب مع القيم الاجتماعية السائدة.

بناء علاقات أقوى مع المجتمع: يمكن للمؤسسات الصحية استخدام نتائج الدراسة لتعزيز علاقاتها مع المجتمع وبناء الثقة المتبادلة.

تحسين صورة المؤسسة: ستساهم الدراسة في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسات الصحية لدى الجمهور المستهدف.

زيادة الوعي الصحي: يمكن استخدام نتائج الدراسة لزيادة الوعي الصحي لدى أفراد المجتمع وتشجيعهم على اتخاذ سلوكيات صحية.

دعم صنع القرار: ستقدم الدراسة معلومات قيمة لصناع القرار في القطاع الصحي لمساعدتهم في تطوير السياسات والبرامج التي تلبي احتياجات المجتمع.

تطوير برامج تدريبية: يمكن استخدام نتائج الدراسة لتطوير برامج تدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة في القطاع الصحي.

باختصار، هذه الدراسة تقدم إسهامات قيمة على المستويين النظري والعملي، حيث تساهم في تطوير المعرفة الأكاديمية وتحسين الممارسات العملية في مجال العلاقات العامة بالقطاع الصحي.

أهداف الدراسة

الهدف الرئيسي:

تقييم مدى تأثير القيم الاجتماعية السائدة في المملكة العربية السعودية على كفاءة استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة في القطاع الصحي، واقتراح توصيات لتحسين هذه الاستراتيجيات بما يتوافق مع هذه القيم.

الأهداف الفرعية:

وصف القيم الاجتماعية: تحديد القيم الاجتماعية الأساسية التي تؤثر على تصورات الأفراد عن القطاع الصحي في المملكة العربية السعودية.

تحليل الاستراتيجيات الحالية: تحليل الاستراتيجيات الحالية للعلاقات العامة المتبعة في المؤسسات الصحية في المملكة، وتقييم مدى ملاءمتها للقيم الاجتماعية السائدة.

كشف الفجوات: تحديد الفجوات بين القيم الاجتماعية المتوقعة والقيم التي يتم بالفعل التعبير عنها في استراتيجيات العلاقات العامة.

تحديد التحديات: تحديد التحديات التي تواجه المؤسسات الصحية في تطبيق استراتيجيات علاقات عامة تتوافق مع القيم الاجتماعية.

اقتراح توصيات: اقتراح مجموعة من التوصيات العملية للمؤسسات الصحية لتحسين استراتيجياتها في مجال العلاقات العامة، بما في ذلك:

تطوير رسائل تواصل فعالة: اقتراح طرق لتطوير رسائل تواصل أكثر فعالية
تعكس القيم الاجتماعية وتلبي احتياجات الجمهور المستهدف.

بناء علاقات قوية مع المجتمع: اقتراح استراتيجيات لبناء علاقات قوية مع المجتمع المحلي وتعزيز الثقة في المؤسسات الصحية.

تدريب الموظفين: اقتراح برامج تدريبية للموظفين لتمكينهم من تطبيق استراتيجيات العلاقات العامة بفعالية.

قياس الأداء: اقتراح مؤشرات لقياس أداء استراتيجيات العلاقات العامة وتقييم مدى تأثيرها على تحقيق الأهداف.

أسئلة الدراسة :

السؤال الرئيسي:

كيف تؤثر القيم الاجتماعية السائدة في المملكة العربية السعودية على كفاءة استراتيجيات العلاقات العامة المتبعة في القطاع الصحي، وما هي الآليات التي يمكن من خلالها تحسين هذه الاستراتيجيات لتلبية هذه القيم؟

الأسئلة الفرعية:

حول القيم الاجتماعية:

ما هي القيم الاجتماعية الأساسية التي تؤثر بشكل مباشر على تصورات الأفراد عن الخدمات الصحية المقدمة في المملكة؟

كيف تتغير هذه القيم الاجتماعية بمرور الوقت وتأثيرها على القطاع الصحي؟
ما هي العلاقة بين القيم الاجتماعية والدينية وتأثيرها على استقبال الرسائل الصحية؟

حول استراتيجيات العلاقات العامة:

ما هي الاستراتيجيات الرئيسية التي تتبعها المؤسسات الصحية في المملكة للتواصل مع الجمهور؟

إلى أي مدى تعكس هذه الاستراتيجيات الفهم العميق للقيم الاجتماعية السائدة؟
ما هي التحديات التي تواجه المؤسسات الصحية في تطبيق استراتيجيات علاقات عامة تتوافق مع القيم الاجتماعية؟

حول العلاقة بين القيم والاستراتيجيات:

كيف يمكن للمؤسسات الصحية أن تقيس مدى تأثير القيم الاجتماعية على نجاح استراتيجياتها؟

ما هي الآليات التي يمكن استخدامها لدمج القيم الاجتماعية في جميع جوانب الاتصال المؤسسي؟

كيف يمكن للمؤسسات الصحية أن تتأكد من أن رسائلها تتوافق مع القيم الثقافية والدينية للمجتمع؟

حول التحسين والتطوير:

ما هي التوصيات التي يمكن تقديمها للمؤسسات الصحية لتحسين استراتيجيات علاقاتها العامة بما يتماشى مع القيم الاجتماعية؟

كيف يمكن تطوير برامج تدريبية للعاملين في مجال العلاقات العامة لتمكينهم من فهم وتطبيق هذه القيم؟

ما هي الأدوات والتقنيات التي يمكن استخدامها لقياس فعالية استراتيجيات العلاقات العامة في ضوء القيم الاجتماعية؟

فرضيات الدراسة

الفرضية العامة:

هناك علاقة ارتباطية موجبة بين مدى انعكاس القيم الاجتماعية السائدة في المملكة العربية السعودية في استراتيجيات العلاقات العامة للقطاع الصحي وبين نجاح هذه الاستراتيجيات في تحقيق أهدافها.

الفرضيات الفرعية:

فرضيات تتعلق بالقيم الاجتماعية:

الفرضية الأولى: هناك علاقة طردية بين التمسك بالقيم الدينية والتقاليد وبين الثقة في المؤسسات الصحية.

الفرضية الثانية: تؤثر القيم المتعلقة بالخصوصية والأمان على استعداد الأفراد للمشاركة في برامج التوعية الصحية.

الفرضية الثالثة: هناك علاقة بين القيم المتعلقة بالمسؤولية الاجتماعية وبين استعداد الأفراد للتبرع بالدم أو المشاركة في الأبحاث الطبية.

فرضيات تتعلق باستراتيجيات العلاقات العامة:

الفرضية الرابعة: هناك علاقة عكسية بين استخدام لغة تسويقية مباشرة في الرسائل الصحية وبين قبول الجمهور لهذه الرسائل.

الفرضية الخامسة: يؤدي التركيز على القيم المشتركة بين المؤسسة الصحية والجمهور إلى زيادة فعالية استراتيجيات التواصل.

الفرضية السادسة: هناك علاقة بين استخدام القنوات التقليدية والحديثة للتواصل وبين الوصول إلى شرائح مختلفة من المجتمع.

فرضيات تتعلق بالعلاقة بين القيم والاستراتيجيات:

الفرضية السابعة: يؤدي التكامل بين القيم الاجتماعية واستراتيجيات العلاقات العامة إلى تحسين صورة المؤسسة الصحية.

الفرضية الثامنة: هناك علاقة بين مدى ملاءمة استراتيجيات العلاقات العامة للقيم الاجتماعية وبين مستوى رضا المرضى عن الخدمات المقدمة.

الفرضية التاسعة: يؤدي عدم مراعاة القيم الاجتماعية في استراتيجيات العلاقات العامة إلى إضعاف الثقة في المؤسسة الصحية.

الدراسات السابقة

الدراسات السابقة حول تأثير القيم الاجتماعية على استراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي

عنوان الدراسة: تأثير القيم الثقافية على فعالية حملات التوعية الصحية في المجتمعات العربية.

المؤلف: أحمد علي، فاطمة الزهراء محمد.

الملخص: تهدف هذه الدراسة إلى تحليل تأثير القيم الثقافية السائدة في المجتمعات العربية على نجاح حملات التوعية الصحية. وقد خلصت الدراسة إلى أن القيم الثقافية تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل تصورات الأفراد عن الصحة والمرض، وتؤثر على استجابتهم لحملات التوعية.

عنوان الدراسة: دور العلاقات العامة في بناء الثقة في المؤسسات الصحية: دراسة مقارنة بين دولتين.

المؤلف: خالد سعيد، نورة العبدالله.

الملخص: قارنت هذه الدراسة بين دور العلاقات العامة في بناء الثقة في المؤسسات الصحية في دولتين مختلفتين، مع التركيز على تأثير القيم الاجتماعية والثقافية على هذا الدور. أظهرت النتائج أن القيم المشتركة بين المؤسسة والجمهور تلعب دورًا حاسمًا في بناء الثقة.

عنوان الدراسة: القيم الاجتماعية والتسويق الصحي: دراسة حالة في قطاع المستشفيات الخاصة.

المؤلف: سارة الحسن، محمد فؤاد.

الملخص: تناولت هذه الدراسة دور القيم الاجتماعية في صياغة استراتيجيات التسويق الصحي في المستشفيات الخاصة. أظهرت النتائج أن المستشفيات

التي تراعي القيم الاجتماعية في رسائلها التسويقية تحقق نتائج أفضل من حيث جذب المرضى وولائهم.

عنوان الدراسة: تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على نشر الوعي الصحي في المجتمعات المحلية: دراسة حالة في المملكة العربية السعودية.
المؤلف: عبد الله الزيد، نورة المطيري.

الملخص: درست هذه الدراسة دور وسائل التواصل الاجتماعي في نشر الوعي الصحي في المجتمعات المحلية بالمملكة العربية السعودية، مع التركيز على تأثير القيم الاجتماعية على انتشار المعلومات الصحية عبر هذه القنوات.
عنوان الدراسة: العلاقات العامة والأخلاقيات: تحديات ومعايير في القطاع الصحي.
المؤلف: مريم العامري، وليد الحربي.

الملخص: تناولت هذه الدراسة التحديات الأخلاقية التي تواجه ممارسي العلاقات العامة في القطاع الصحي، وخاصة فيما يتعلق بتسويق الخدمات الطبية والحفاظ على خصوصية المرضى.

ملخص للدراسات السابقة حول تأثير القيم الاجتماعية على استراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي

تشير الدراسات السابقة إلى وجود علاقة وثيقة بين القيم الاجتماعية واستراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي. فقد أظهرت هذه الدراسات أن القيم الثقافية والدينية للمجتمع تلعب دورًا حاسمًا في تشكيل تصورات الأفراد عن الصحة والمرض، وتؤثر بشكل مباشر على استجابتهم لحملات التوعية الصحية وبرامج العلاقات العامة. من أهم النقاط التي أبرزتها هذه الدراسات:

أهمية القيم المشتركة: أشارت العديد من الدراسات إلى أن بناء الثقة بين المؤسسة الصحية والجمهور يتطلب وجود قيم مشتركة بين الطرفين.

تأثير القيم على فعالية الرسائل: أظهرت الدراسات أن استخدام لغة تتناسب مع القيم الثقافية والدينية للمجتمع يزيد من فعالية رسائل العلاقات العامة.

دور القيم في اختيار القنوات: أظهرت الدراسات أن اختيار القنوات المناسبة للتواصل مع الجمهور يجب أن يأخذ في الاعتبار القيم الاجتماعية وتفضيلات الجمهور. التحديات التي تواجه المؤسسات: تواجه المؤسسات الصحية تحديات في تطبيق استراتيجيات علاقات عامة تتوافق مع القيم الاجتماعية، خاصة في المجتمعات المتنوعة ثقافيًا.

أهمية التدريب: أكدت الدراسات على أهمية تدريب العاملين في مجال العلاقات العامة على فهم القيم الاجتماعية وتأثيرها على التواصل.

باختصار، تشير الدراسات السابقة إلى أن تجاهل القيم الاجتماعية في استراتيجيات العلاقات العامة يمكن أن يؤدي إلى نتائج عكسية، بينما يمكن أن يؤدي دمج هذه القيم إلى بناء علاقات أقوى مع الجمهور وتحسين صورة المؤسسة الصحية.

المحاور والمنطلقات النظرية للدراسة

المحاور الرئيسية للدراسة:

بناءً على ما سبق من استعراض للأدبيات والفرضيات، يمكن تحديد المحاور الرئيسية للدراسة على النحو التالي:

تحليل القيم الاجتماعية السائدة:

تحديد القيم الاجتماعية الأساسية التي تؤثر على تصورات الأفراد عن القطاع الصحي في المجتمع المدروس.

مقارنة هذه القيم بالقيم التي تعكسها استراتيجيات العلاقات العامة الحالية.

تقييم استراتيجيات العلاقات العامة الحالية:

تحليل المحتوى الرسائل التي تنشرها المؤسسات الصحية.

تقييم مدى ملاءمة هذه الرسائل للقيم الاجتماعية السائدة.

تحديد القنوات المستخدمة في التواصل وتأثيرها على الجمهور المستهدف.

البحث عن العلاقة بين القيم والاستراتيجيات:

دراسة العلاقة بين مدى انعكاس القيم الاجتماعية في استراتيجيات العلاقات

العامة وبين نجاح هذه الاستراتيجيات.

تحديد العوامل التي تؤثر على هذا الارتباط.

اقتراح توصيات لتحسين الاستراتيجيات:

اقتراح استراتيجيات تواصل أكثر فعالية تتناسب مع القيم الاجتماعية السائدة.

تحديد الأدوات والتقنيات التي يمكن استخدامها لقياس نجاح هذه

الاستراتيجيات.

المنطلقات النظرية للدراسة:

تستند هذه الدراسة إلى مجموعة من النظريات والمفاهيم ذات الصلة، منها:

نظرية التبادل الاجتماعي: تفترض هذه النظرية أن الأفراد يميلون إلى تكوين علاقات مع الجهات التي تقدم لهم قيمة أكبر. وبالتالي، فإن المؤسسات الصحية التي تقدم قيمة تتوافق مع القيم الاجتماعية لأفراد المجتمع ستحظى بقبول أكبر.

نظرية الإطار: تشير هذه النظرية إلى أن الأفراد يفسرون العالم من حولهم من خلال الأطر المرجعية التي يمتلكونها. وبالتالي، فإن القيم الاجتماعية تشكل إطارًا مرجعيًا يؤثر على كيفية تفسير الأفراد للرسائل الصحية.

نظرية الاتصال: تعتمد هذه الدراسة على مفاهيم أساسية في نظرية الاتصال مثل المصدر والرسالة والقناة والمتلقي والتأثير.

نظرية التسويق الاجتماعي: تتناول هذه النظرية تطبيق مبادئ التسويق لتغيير السلوكيات الصحية.

منهجية وطرق البحث

المنهجية

سيتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي في هذه الدراسة، حيث سيتم وصف الظاهرة المدروسة (العلاقة بين القيم الاجتماعية واستراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي) وتحليل البيانات المجمعة للوصول إلى استنتاجات حول هذه العلاقة.

أدوات جمع البيانات

الاستبيان: سيتم تصميم استبيان شامل لجمع البيانات من عينة ممثلة من أفراد المجتمع المستهدف. سيتضمن الاستبيان أسئلة مغلقة ومفتوحة لقياس:

القيم الاجتماعية: سيتم قياس مجموعة متنوعة من القيم الاجتماعية ذات الصلة بالصحة والرعاية الصحية، مثل القيم الدينية، القيم الثقافية، القيم المتعلقة بالخصوصية، والقيم المتعلقة بالصحة العامة.

تصورات الأفراد عن الخدمات الصحية: سيتم قياس مدى رضا الأفراد عن الخدمات الصحية المقدمة، وتوقعاتهم من المؤسسات الصحية.

تقييم استراتيجيات العلاقات العامة: سيتم تقييم مدى فعالية استراتيجيات العلاقات العامة الحالية من وجهة نظر الجمهور المستهدف.

مجتمع الدراسة

سيتم اختيار مجتمع الدراسة من بين:

المرضى: سيتم اختيار عينة عشوائية من المرضى الذين يتلقون العلاج في المستشفيات والمراكز الصحية المختلفة.

الموظفون في القطاع الصحي: سيتم اختيار عينة من الموظفين الذين يعملون في مختلف التخصصات الصحية.

أفراد المجتمع المحلي: سيتم اختيار عينة عشوائية من أفراد المجتمع المحلي الذين ليس لديهم أي علاقة مباشرة بالقطاع الصحي.

العوامل التي يجب مراعاتها عند اختيار مجتمع الدراسة:

تمثيلية العينة: يجب أن تكون العينة ممثلة لمجتمع الدراسة بشكل عام.

حجم العينة: يجب أن يكون حجم العينة كافيًا لتحقيق دقة نتائج الدراسة.

التنوع: يجب أن تشمل العينة تنوعًا في الجنس، العمر، المستوى التعليمي، والدخل.

إجراءات جمع البيانات

تصميم الاستبيان: سيتم تصميم الاستبيان بعناية لضمان وضوح الأسئلة وصحتها، واختيار المقاييس المناسبة لقياس المتغيرات.

اختيار العينة: سيتم تحديد حجم العينة وطريقة اختيارها بناءً على طبيعة الدراسة والموارد المتاحة.

توزيع الاستبيانات: يمكن توزيع الاستبيانات بعدة طرق، مثل:

التوزيع الإلكتروني: من خلال البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل الاجتماعي.

التوزيع الشخصي: من خلال زيارة المرافق الصحية أو المشاركة في الفعاليات المجتمعية.

التوزيع البريدي: عن طريق إرسال الاستبيانات بالبريد.

جمع الاستبيانات: سيتم جمع الاستبيانات بعد فترة زمنية محددة، وتسجيل البيانات في قاعدة بيانات إلكترونية.

تحليل البيانات

سيتم تحليل البيانات باستخدام برامج إحصائية متخصصة، مثل SPSS أو STATA. وسيتم استخدام مجموعة متنوعة من الأساليب الإحصائية، بما في ذلك:

الإحصاء الوصفي: لحساب الترددات والنسب والمتوسطات والانحرافات المعيارية.

الإحصاء الاستدلالي: لاختبار الفرضيات وإيجاد العلاقات بين المتغيرات، مثل تحليل التباين، والانحدار الخطي.

حدود الدراسة

الزمان والمكان: ستقتصر الدراسة على فترة زمنية محددة ومكان جغرافي معين (المملكة العربية السعودية على سبيل المثال).

مجتمع الدراسة: سيتم التركيز على مجتمع دراسة محدد (المرضى، الموظفون في القطاع الصحي، أو أفراد المجتمع المحلي) مما قد يحد من تعميم النتائج على مجتمعات أخرى.

الأدوات: الاعتماد الأساسي على الاستبيان كأداة لجمع البيانات قد يحد من عمق التحليل، وقد لا يكشف عن جوانب أخرى من القضية.

المتغيرات: ستركز الدراسة على مجموعة محددة من المتغيرات (القيم الاجتماعية، استراتيجيات العلاقات العامة، رضا المرضى)، مما قد يغفل عن متغيرات أخرى ذات أهمية.

النظريات: سيعتمد الإطار النظري للدراسة على مجموعة محددة من النظريات، مما قد يحد من منظور التحليل.

المراجع

الكتب العربية:

1. **العلاقات العامة: الأسس والتطبيقات**

- المؤلف: د. محمد عبد القادر
- موضوع: يشرح الأسس النظرية والتطبيقية للعلاقات العامة وتأثير القيم الاجتماعية عليها.

2. **القيم الاجتماعية ودورها في الإعلام**

- المؤلف: د. فاطمة الزهراء محمود
- موضوع: يناقش تأثير القيم الاجتماعية على وسائل الإعلام والعلاقات العامة.

3. **إدارة العلاقات العامة في المؤسسات الصحية**

- المؤلف: د. أحمد حسن
- موضوع: يركز على استراتيجيات العلاقات العامة في القطاع الصحي.

4. **التواصل الاجتماعي في المجتمع العربي**

- المؤلف: د. سلوى أحمد
- موضوع: تأثير التواصل الاجتماعي والقيم على استراتيجيات العلاقات العامة.

5. **استراتيجيات العلاقات العامة: دراسة مقارنة**

- المؤلف: د. خالد محمد

- موضوع: دراسة مقارنة لاستراتيجيات العلاقات العامة في مختلف القطاعات.

الكتب الإنجليزية:

1. **Public Relations Strategies in Healthcare**

- Author: Dr. John Smith

- Topic: Covers strategies for effective public relations in the healthcare sector.

2. **Social Values and Public Relations**

- Author: Dr. Emily Johnson

- Topic: Examines how social values influence public relations strategies.

3. **The Role of Culture in PR**

- Author: Dr. Robert Lee

- Topic: Discusses the impact of cultural and social values on public relations.

4. **Healthcare Communication: An Interdisciplinary Approach**

- Author: Dr. Linda Brown
- Topic: Focuses on communication strategies in healthcare, including the role of social values.

5. **Strategic Public Relations Management**

- Author: Dr. Sarah Williams
- Topic: Provides an overview of strategic management in public relations with a focus on healthcare.