

ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΠΟΝΗΣΗ ΕΝΟΣ
ΠΕΝΤΑΕΤΟΥΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
(2005 – 2010) ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:

κα. Έλσα Καστρινού-Πιτιλάκη

ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ:

ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ ΟΥΖΟΥΝΗ
ΙΩΑΝΝΑ – ΈΡΣΗ ΠΕΡΒΟΛΑΡΑΚΗ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 2005



ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ
ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ:

ΠΡΟΤΑΣΗ ΓΙΑ ΤΗΝ ΕΚΠΙΟΝΗΣΗ ΕΝΟΣ
ΠΕΝΤΑΕΤΟΥΣ ΣΧΕΔΙΟΥ ΑΝΑΠΤΥΞΗΣ
(2005 – 2010) ΓΙΑ ΤΗΝ ΚΕΝΤΡΙΚΗ
ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

ΕΙΣΗΓΗΤΡΙΑ:

κα. Έλσα Καστρινού-Πιτιλάκη

ΦΟΙΤΗΤΡΙΕΣ:

ΙΦΙΓΕΝΕΙΑ ΟΥΖΟΥΝΗ
ΙΩΑΝΝΑ – ΈΡΣΗ ΠΕΡΒΟΛΑΡΑΚΗ

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 2005



Ευχαριστίες

ΠΡΟΛΟΓΟΣ.....

3

Θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε όλους τους συναδέλφους βιβλιοθηκονόμους που εργάζονται στην κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη της Θεσσαλονίκης για την πολύτιμη βοήθεια τους, όποτε αυτή χρειάστηκε. Επίσης, ευχαριστούμε ιδιαίτερα την επόπτρια καθηγήτρια κ. Έλσα Καστρινού – Πιπιλάκη για την πολύτιμη συμβολή της, χωρίς την οποία η εργασία αυτή δεν θα είχε ολοκληρωθεί.

Τέλος θα θέλαμε να ευχαριστήσουμε τις οικογένειες μας οι οποίες παρέμειναν όλο αυτό το διάστημα στο πλευρό μας στηρίζοντάς και ενθαρρύνοντας μας ψυχικά και ηθικά.

14

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ.....

16

ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ.....

18

ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ.....

19

ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ.....

20

ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ.....

23

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ.....

24

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ.....

26

ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ.....

26

ΠΡΟΠΟΙΗ ΦΡΟΦΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ.....



ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

| | |
|---|----|
| ΠΡΟΛΟΓΟΣ..... | 3 |
| ΕΙΣΑΓΩΓΗ..... | 5 |
| ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ..... | 9 |
| ΠΑΡΟΥΣΑ ΚΑΤΑΣΤΑΣΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ | 11 |
| ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 11 |
| ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ..... | 14 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ | 16 |
| ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ..... | 18 |
| ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ..... | 19 |
| ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ..... | 20 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 23 |
| ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ..... | 24 |
| ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ..... | 26 |
| ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 28 |
| ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ..... | 30 |



| | |
|--|----|
| ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 34 |
| ΕΞΟΔΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 36 |
| ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 37 |
| ΚΟΙΝΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 40 |
| ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 41 |
| ΠΛΑΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ..... | 43 |
| ΠΛΑΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 48 |
| ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 50 |
| ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ..... | 52 |
| ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΠΗΓΩΝ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 54 |
| ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 56 |
| ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 58 |
| ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ..... | 59 |
| ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ..... | 62 |
| ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ..... | 65 |
| ΤΟ ΜΕΛΛΟΝ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ..... | 67 |
| ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ..... | 69 |



ΠΡΟΛΟΓΟΣ

1.

Η εργασία αυτή εκπονήθηκε από τις φοιτήτριες της σχολής βιβλιοθηκονομίας και συστημάτων πληροφόρησης Ιφιγένεια Ουζούνη και Ιωάννα – Έρση Περβολαράκη και έχει σαν σκοπό την δημιουργία ενός πενταετούς σχεδίου ανάπτυξης (2005 – 2010) για την κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη της Θεσσαλονίκης. Προσδοκά να βοηθήσει τη βιβλιοθήκη να διευρύνει το κοινό και τους χρήστες της, να αναπτύξει τη συλλογή της, να βελτιώσει τις υπηρεσίες και κυρίως να καταφέρει να εξοικονομήσει περισσότερους αλλά και νέους χρηματικούς πόρους έτσι ώστε να μπορέσει να εκσυγχρονιστεί τόσο σε ηλεκτρονικό εξοπλισμό, όσο και στην κτιριακή της υποδομή.

Αρχικά δίνονται πληροφορίες για τις δημοτικές βιβλιοθήκες γενικότερα, και στη συνέχεια δίνεται αναλυτική περιγραφή της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης της Θεσσαλονίκης. Παρουσιάζεται η ιστορική ανάπτυξη της βιβλιοθήκης, οι χώροι της και η συλλογή της, η οικονομική της κατάσταση (έσοδα – έξοδα), οι τρόποι προώθησης που χρησιμοποιεί και τέλος το κοινό της. Στη συνέχεια και αφού πρώτα έχουν δοθεί οι ορισμοί του μάρκετινγκ, των δημοσίων σχέσεων και του πλάνου προγραμματισμού παρατίθενται συγκεκριμένες προτάσεις που πρέπει να ακολουθήσει η βιβλιοθήκη προκειμένου να καταφέρει μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια να αλλάξει την απαρχαιωμένη της εικόνα και να εκσυγχρονιστεί. Ακολουθεί ερωτηματολόγιο που απαντήθηκε από τους χρήστες της βιβλιοθήκης και η ανάλυση του έτσι ώστε να υπάρχουν επιπλέον συμπεράσματα για τις αλλαγές που πρέπει να γίνουν στη βιβλιοθήκη σύμφωνα με τις απαιτήσεις των χρηστών της. Τέλος δίνονται κάποιες προβλέψεις για το μέλλον των βιβλιοθηκών.

Ποικίλα ήταν τα προβλήματα που αντιμετωπίστηκαν κατά τη διάρκεια της εργασίας. Το σημαντικότερο εκ των οποίων ήταν το να συλλέγει το υλικό για τη βιβλιογραφία και στη συνέχεια ότι το μεγαλύτερο μέρος του υλικού που χρησιμοποιήθηκε για την εργασία ήταν ξενόγλωσσο. Επίσης υπήρξε μία δυσκολία που ξεπεράστηκε ευτυχώς γρήγορα όσον αφορά τη συνεργασία με το προσωπικό της βιβλιοθήκης για την συλλογή απαραίτητων πληροφοριών για την παρούσα κατάσταση της βιβλιοθήκης αλλά και το τι επιθυμούν οι ίδιοι οι εργαζόμενοι της για το μέλλον της. Όσον αφορά τους χρήστες υπήρξε αρχικά μία δυσπιστία για την συμπλήρωση του ερωτηματολογίου αλλά τελικά συγκεντρώθηκε ένας ικανοποιητικός αριθμός χρηστών οι οποίοι δέχτηκαν να απαντήσουν στα ερωτήματα που τους τέθηκαν.



Η εργασία αυτή αποσκοπεί στο να αποτελέσει εφαλτήριο για τη δημοτική βιβλιοθήκη της Θεσσαλονίκης ώστε να αναπτυχθεί και να εκσυγχρονιστεί για να μπορέσει πολύ σύντομα να φτάσει τα ευρωπαϊκά επίπεδα. Επειδή στη βιβλιοθήκη δεν υπάρχει κάποιο άλλο πλάνο προγραμματισμού προτάθηκε και συμφωνήθηκε με τον προϊστάμενο της βιβλιοθήκης να χρησιμοποιηθεί η εργασία για τη δημιουργία σχεδίου ανάπτυξης της βιβλιοθήκης.

Η από κοινού άλλο οργανισμό, εντεταλμένη να ενεργεί για λογαριασμό του, στη διάθεση όλων, όσοι επιθυμούν να τη χρησιμοποιήσουν χωρίς καμία προκατάληψη ή διάκριση.

Σκοπός των δημοτικών βιβλιοθηκών σύμφωνα με τη διακήρυξη του εκπαιδευτικού, επαγγελματικού και πολιτιστικού οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO), είναι να συμβάλλουν στη δια βίου σφαιρική εκπαίδευση, να διευκολύνουν την καινοτομία των επιτευγμάτων της ανθρωπότητας στους τομείς της γνώσης και του πολιτισμού, να αποτελούν το κύριο μέσο με το οποίο γίνεται προσιτή σε όλους η καταγραφή των σκέψεων και των ιδεών του ανθρώπου και η έκφραση της δημιουργικής του φαντασίας, να ζωογονούν το ανθρώπινο πνεύμα με την παροχή βιβλίων και άλλων μέσων για εκούραση και ψυχαγωγία, να παρέχουν βοήθεια στους σπουδαστές, να παρέχουν πληροφορίες για τις τελευταίες τεχνικές, επιστημονικές και κοινωνικές εξελίξεις.

Οι δημοτικές βιβλιοθήκες υπάρχουν για να ικανοποιούν τις ανάγκες κοινοτήτων που διαφέρουν πολύ ως προς τις συνθήκες και τη σύνθεση τους και ως προς τα οικονομικά μέσα που έχουν στη διάθεσή τους. Μερικές συνίσταται κατά κύριο λόγο από ηλικιωμένους και συνταξιούχους, άλλες από οικογένειες με υψηλό ποσοστό μικρών παιδιών. Μερικοί άνθρωποι απασχολούνται κυρίως με τη γεωργία σε αρθροκατοικημένες περιοχές, άλλοι εργάζονται στο εμπόριο ή τη βιομηχανία σε πολυπληθείς μεγαλοκλιμάκεις, μερικοί ευημερούν και άλλοι ζουν σε συνθήκες φτώχειας.

Όλοι χρειάζονται πρόσβαση σε βιβλία και άλλα μέσα για εκπαίδευση ή ψυχαγωγία ή για να βοηθηθούν στις καθημερινές τους δραστηριότητες. Όλοι χρειάζονται πληροφόρηση και συνήθως η δημοτική βιβλιοθήκη είναι η πιο προσιτή πηγή. Ακόμα και στις πιο εύπορες περιοχές τα υπάρχοντα μέσα σπάνια επαρκούν για να καλύψουν απόλυτα καθενιά από αυτές τις ανάγκες. Επομένως μέσα σε κάθε δημοτική βιβλιοθήκη πρέπει να σκοπούν προτεραιότητες που να υπηρετούν άμεσους και μακροπρόθεσμους στόχους σύμφωνα με τις τοπικές ανάγκες.

Δημοτική βιβλιοθήκη σύμφωνα με την International Federation of Library Associations and Institutions (IFLA), ορίζεται η βιβλιοθήκη που έχει ιδρυθεί και χρηματοδοτηθεί από μια τοπική αρχή (Δήμο ή κοινότητα) ή σε μερικές περιπτώσεις από ένα κεντρικό κυβερνητικό σώμα ή από κάποιον άλλο οργανισμό, εντεταλμένη να ενεργεί για λογαριασμό του, στη διάθεση όλων όσοι επιθυμούν να τη χρησιμοποιήσουν χωρίς καμιά προκατάληψη ή διάκριση.

Σκοπός των δημοτικών βιβλιοθηκών σύμφωνα με τη διακήρυξη του εκπαιδευτικού, επιστημονικού και πολιτιστικού οργανισμού των Ηνωμένων Εθνών (UNESCO), είναι να συμβάλλουν στη δια βίου σφαιρική εκπαίδευση, να διευκολύνουν την κατανόηση των επιτευγμάτων της ανθρωπότητας στους τομείς της γνώσης και του πολιτισμού, να αποτελούν το κύριο μέσο με το οποίο γίνεται προσιτή σε όλους η καταγραφή των σκέψεων και των ιδεών του ανθρώπου και η έκφραση της δημιουργικής του φαντασίας, να ζωογονούν το ανθρώπινο πνεύμα με την παροχή βιβλίων και άλλων μέσων για ξεκούραση και ψυχαγωγία, να παρέχουν βοήθεια στους σπουδαστές, να παρέχουν πληροφορίες για τις τελευταίες τεχνικές, επιστημονικές και κοινωνικές εξελίξεις.

Οι δημοτικές βιβλιοθήκες υπάρχουν για να ικανοποιούν τις ανάγκες κοινοτήτων που διαφέρουν πολύ ως προς τις συνθήκες και τη σύνθεση τους και ως προς τα οικονομικά μέσα που έχουν στη διάθεσή τους. Μερικές συνίσταται κατά κύριο λόγο από ηλικιωμένους και συνταξιούχους, άλλες από οικογένειες με υψηλό ποσοστό μικρών παιδιών. Μερικοί άνθρωποι απασχολούνται κυρίως με τη γεωργία σε αραιοκατοικημένες περιοχές, άλλοι εργάζονται στο εμπόριο ή τη βιομηχανία σε πολυπληθείς μεγαλουπόλεις, μερικοί ευημερούν και άλλοι ζουν σε συνθήκες φτώχειας.

Όλοι χρειάζονται πρόσβαση σε βιβλία και άλλα μέσα για εκπαίδευση ή ψυχαγωγία ή για να βοηθηθούν στις καθημερινές τους δραστηριότητες. Όλοι χρειάζονται πληροφόρηση και συνήθως η δημοτική βιβλιοθήκη είναι η πιο προσιτή πηγή. Ακόμα και στις πιο εύπορες περιοχές τα υπάρχοντα μέσα σπάνια επαρκούν για να καλύψουν απόλυτα καθεμιά από αυτές τις ανάγκες. Επομένως μέσα σε κάθε δημοτική βιβλιοθήκη πρέπει να οριστούν προτεραιότητες που να υπηρετούν άμεσους και μακροπρόθεσμους στόχους σύμφωνα με τις τοπικές ανάγκες.



Οι δημοτικές βιβλιοθήκες θα πρέπει να είναι εξίσου στη διάθεση όλων των μελών της κοινότητας, χωρίς διάκριση φυλής, χρώματος, εθνικότητας, ηλικίας, φύλου, θρησκείας, γλώσσας, κοινωνικής θέσης και εκπαιδευτικού επιπέδου. Ο τόπος κατοικίας ή ύπαρξη φυσικών αναπηριών δεν θα πρέπει να είναι φραγμός σε οποιονδήποτε επιθυμεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης : όταν οι αναγνώστες δεν μπορούν να έρθουν στη βιβλιοθήκη, ίσως είναι ανάγκη να φέρουμε τη βιβλιοθήκη κοντά τους. Επειδή όμως οι πόροι δεν είναι ποτέ απεριόριστοι, η διαχείριση τους πρέπει να γίνεται προσεκτικά ώστε να αποδίδουν το μέγιστο όφελος στις κοινότητες τους. Κάθε βιβλιοθήκη επομένως θα πρέπει να παρέχει μια σειρά υπηρεσιών, η ποικιλία και το βάθος των οποίων να ταιριάζει απόλυτα στις τοπικές ανάγκες : η κατανομή των πόρων θα πρέπει να βασίζεται στις ανάγκες του τοπικού πληθυσμού στο σύνολό του και όχι μόνο στις απαιτήσεις των καθημερινών χρηστών της βιβλιοθήκης.

Οι κοινότητες οι οποίες εξυπηρετούνται από δημοτικές βιβλιοθήκες περιλαμβάνουν πολλούς ανθρώπους που δεν είναι χρήστες της βιβλιοθήκης και που ίσως να μη γίνουν ποτέ χρήστες, αν δεν εντοπιστούν οι ανάγκες τους και δεν υπάρξει πρόβλεψη για την ικανοποίησή τους. Οι προσφερόμενες υπηρεσίες πρέπει να προωθηθούν θετικά και να διαφημιστούν έτσι ώστε οι άνθρωποι να αρχίσουν να αντιλαμβάνονται με ποιους τρόπους οι βιβλιοθήκες μπορούν να ικανοποιήσουν τις ανάγκες τους. Οι στενοί δεσμοί με τον τοπικό τύπο, το ραδιόφωνο και την τηλεόραση, με ομάδες κάθε είδους ενδιαφερόντων, και ιδιαίτερα με τα σχολεία, θα συμβάλουν σε αυτό. Έτσι η έρευνα αγοράς και η τεχνική της αγοράς, είναι δύο σημαντικές υπηρεσίες που βοηθούν τη βιβλιοθήκη να συνάψει στενούς δεσμούς με το κοινό της. Χωρίς αυτές, οι άλλες υπηρεσίες δεν θα καταφέρουν να αποδώσουν το μέγιστο βαθμό των δυνατοτήτων τους.

Η αρχική λειτουργία της δημοτικής βιβλιοθήκης, το να παρέχει δηλαδή μια συλλογή βιβλίων και περιοδικών για χρήση μέσα στο χώρο της βιβλιοθήκης και αλλού, έχει γίνει ο πυρήνας μιας μεγάλης ποικιλίας από δυνατότητες. Ποικίλλει από τόπο σε τόπο και συχνά υποστηρίζει ή συμπεριλαμβάνει υπηρεσίες που παρέχονται από άλλες πολιτιστικές, ψυχαγωγικές, εκπαιδευτικές και κοινωνικές υπηρεσίες και φορείς. Παράγοντες που έχουν παίξει ρόλο στην εισαγωγή πρόσθετων υπηρεσιών από τη δημοτική βιβλιοθήκη είναι : 1. η αυξανόμενη ποικιλία των μέσων επικοινωνίας και των μεθόδων παρουσίασης και αναπαραγωγής, 2. η επιθυμία να αξιοποιούνται οι συλλογές της βιβλιοθήκης και να ικανοποιούνται τα ενδιαφέροντα των χρηστών μέσα

από διαλέξεις, εκθέσεις και εκδόσεις, 3. η λογική επέκταση της ενημέρωσης, που αποτελεί λειτουργία της βιβλιοθήκης, σε ενιαία υπηρεσία πληροφοριών για την κοινότητα, 4. η μεγαλύτερη κατανόηση των αναγκών διαφόρων ομάδων και ατόμων και η πιο δημιουργική αξιολόγηση της συνεισφοράς των δημοτικών βιβλιοθηκών για την ικανοποίηση αυτών των αναγκών, 5. η αναγνώριση της σημασίας που έχει η ανάπτυξη στενότερων δεσμών μεταξύ της βιβλιοθήκης και της κοινότητας. 6. η σημασία της μέγιστης δυνατής χρήσης των κτιρίων της βιβλιοθήκης για την κάλυψη πολλών δραστηριοτήτων μέσα στην κοινότητα.

Οι δημοτικές βιβλιοθήκες δεν μπορούν να αποποιηθούν τις ευθύνες τους παρέχοντας μόνο πρόσβαση σε βιβλία και άλλο έντυπο υλικό. Αν και αυτά παραμένουν τα περισσότερα σε αριθμό και τα πιο προφανή μέσα επικοινωνίας, πρέπει να συμπληρωθούν όλο και περισσότερο από άλλα οπτικοακουστικά μέσα και από πηγές πληροφοριών στις οποίες η πρόσβαση απαιτεί ηλεκτρονικά μέσα. Σε μερικούς τομείς είναι πράγματι πιο σημαντικά από τα βιβλία. Δεν πρέπει να υπάρχει περιορισμός στις πηγές όπου η δημοτική βιβλιοθήκη μπορεί να στραφεί για να ικανοποιήσει την ανάγκη για πληροφορίες : χειρόγραφες σημειώσεις και οι προσωπικές γνώσεις των εμπειρογνώμων ίσως μερικές φορές να είναι πιο χρήσιμες από το έντυπο υλικό και τις αυτοματοποιημένες βάσεις δεδομένων πληροφοριών. Κανένα υλικό, εκτός εκείνου που απαγορεύεται από το νόμο, δεν πρέπει να αποκλείεται από τις συλλογές των βιβλιοθηκών και πρέπει να προσφέρεται μεγάλη ποικιλία απόψεων σε επίμαχα θέματα.

Οι υπηρεσίες των δημοτικών βιβλιοθηκών ποικίλλουν ανάλογα με τις ανάγκες του κοινού τους και τους διαθέσιμους πόρους. Κάθε σύστημα βιβλιοθήκης και κάθε σημείο εξυπηρέτησης παρέχει ένα μοναδικό συνδυασμό υλικού, εξοπλισμού και υπηρεσιών. Το προσωπικό της βιβλιοθήκης πρέπει να διαφέρει κατά παρόμοιο τρόπο στις προσωπικές ικανότητες και στα προσόντα. Το προσωπικό αυτό γενικά μπορεί να κατανεμηθεί ως εξής : επαγγελματίες βιβλιοθηκάριοι : εφοδιασμένοι με εξειδικευμένη εκπαίδευση, συνήθως σε πτυχιακό ή μεταπτυχιακό επίπεδο. Υπεύθυνοι για το σχεδιασμό και τη διαχείριση υπηρεσιών ώστε να ανταποκρίνονται στις ανάγκες του κοινού, την υποβοήθηση των χρηστών της βιβλιοθήκης και τη διατήρηση αποτελεσματικής σύνδεσης μεταξύ της βιβλιοθήκης και του κοινού. Διοικητικό προσωπικό : στα γραφεία και τα τμήματα εξυπηρέτησης του κοινού, σε μία ευρεία κλίμακα εργασιών που δεν απαιτούν επαγγελματικά προσόντα ως προς τη βιβλιοθηκονομία. Το προσωπικό αυτό όμως χρειάζεται οπωσδήποτε να κατέχει



ποικιλία δεξιοτήτων και κατά συνέπεια πρέπει να παρακολουθεί σεμινάρια κατάρτισης κάθε είδους. Άλλο προσωπικό : επαγγελματίες που σχετίζονται με την οργάνωση, τη συντήρηση και την εξερεύνηση των μέσων επικοινωνίας σε συγκεκριμένους τομείς, διοικητικούς προϊσταμένους πολλοί από τους οποίους μπορεί να είναι πτυχιούχοι βιβλιοθηκάριοι, τεχνικούς υπεύθυνους για το οπτικοακουστικό ή το ηλεκτρονικό υλικό και τον εξοπλισμό. Το προσωπικό πρέπει να είναι επαρκές όχι μόνο ως προς το συνολικό του αριθμό αλλά και για καθεμιά από αυτές τις κατηγορίες. Ιδιαίτερα πρέπει να υπάρχει επάρκεια επαγγελματιών βιβλιοθηκάριων για την εκτέλεση των εργασιών που απαιτούν την κατάρτιση και τις δεξιότητες τους.

Η παρούσα μελέτη είναι ενδεικτική, όπως και οι προτάσεις που προκύπτουν, καθώς να λειτουργεί και τα όργανα της πόλης να έχουν σε διάφορες αποθήκες.

Μετά την καταγραφή της, το 1945 επαναστατούργησε στην οδό Αγίας Σοφίας και το 1947 μεταφέρθηκε στο 2^ο όροφο του κτιρίου της ΚΑΝΘ όπου λειτουργούσε ως τότε μέχρι το Μάιο του 2000.

Το 1984, έτος κατά το οποίο γιορτάστηκε το 50 χρόνια λειτουργίας του βιβλιοθηκείου της πόλης, έγινε η πρώτη δωρεά από τον κοσμήτορα Γεώργιο Βασιλόπουλο, ο οποίος ανέλαβε το ποσό των 120.000.000 δραχμών για την ανέγερση 4^{ης} κτιριακής επιφάνειας, πρόταση που σγκαλιόστηκε από τον τότε δήμαρχο Κωνσταντίνο Κουμαλιώτη, ο οποίος προώθησε το έργο μέσω του μεγάλου προγράμματος του Δήμου Θεσσαλονίκης και με ενέργειες του το ενέταξε και το χρηματοδότησε από το τεχνικό πρόγραμμα του Οργανισμού Πολιτιστικής Πρωτοβουλίας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1987. Το έργο ολοκληρώθηκε επί Δημάρχου Βασίλη Παπαγεωργίου, ο οποίος έδειξε ιδιαίτερο ενδιαφέρον του για την αντιμετώπιση του θέματος, η επίσταση του κοσμήτορα ολοκληρώθηκε με τη δωρεά του κοσμήτορα Δημήτρη της Εθνικής Επιτελικής της μήνας του εκπαίδευσης, ο οποίος καθιέρωσε το Α.Π.Θ. (Πολιτιστική Επιτελική).

Το έργο Πολιτιστική Επιτελική Επιτελική διαθέτει το πλαισίο ελληνικό και βιβλιοθηκών το οποίο προσφέρει στην κεντρική βιβλιοθήκη 7 τμήματα, 7 παραρτήματα, την Εθνική Σχολή Βιβλιοθήκη, την Παιδαγωγική Επιτελική και προσφέρει τις υπηρεσίες της στο σύνολο των κατοίκων της πόλης.

Η συλλογή της Δημοτικής Βιβλιοθήκης εδράζεται από τη πύλη χρησιμοποιούμενες ελληνικές συλλογές και περιλαμβάνουν έντυπο υλικό (βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, κάρτες, σφίδια, πύλες και διοικητικές μοναχικές, cd-rom, slides).



ΙΣΤΟΡΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ

Η δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης ιδρύθηκε το 1932, οι εργασίες όμως για τη συγκρότηση της άρχισαν το 1938 από το Γεώργιο Βαφόπουλο, που υπήρξε ουσιαστικά ο πρώτος διευθυντής της και τα εγκαίνια της λειτουργίας της έγιναν την άνοιξη του 1939 σε μια αίθουσα του μεγάρου της ΧΑΝΘ με 2500 περίπου βιβλία. Κατά τον Ελληνοϊταλικό πόλεμο 1940 – 41 η δημοτική βιβλιοθήκη αναγκάστηκε να κλείσει το αναγνωστήριό της, οργάνωσε όμως ένα σύστημα δανεισμού βιβλίων στους τραυματίες της πόλης. Στη διάρκεια της κατοχής σταμάτησε εντελώς να λειτουργεί και τα βιβλία της περιώθηκαν σε διάφορες αποθήκες.

Μετά την απελευθέρωση, το 1945 επαναλειτούργησε στην οδό Αγίας Σοφίας και το 1947 μεταφέρθηκε στο 2^ο όροφο του μεγάρου της ΧΑΝΘ, όπου λειτουργούσε συνεχώς μέχρι το Μάιο του 2000.

Το 1989, έτος κατά το οποίο εορτάστηκαν τα 50 χρόνια λειτουργίας της Δημοτικής Βιβλιοθήκης, έγινε η πρώτη δωρεά από τον ποιητή Γεώργιο Βαφόπουλο, η οποία έφτασε το ποσό των 120.000.000 δραχμών για την ανέγερση Νέας Κεντρικής Βιβλιοθήκης, πρόταση που αγκαλιάστηκε από τον τότε δήμαρχο Κωνσταντίνο Κοσμόπουλο, ο οποίος προώθησε το έργο μέσω του τεχνικού προγράμματος του Δήμου Θεσσαλονίκης και με ενέργειες του το ενέταξε και το χρηματοδότησε από το τεχνικό πρόγραμμα του Οργανισμού Πολιτιστικής Πρωτεύουσας της Ευρώπης Θεσσαλονίκη 1997. Το έργο ολοκληρώθηκε επί δημαρχίας Βασίλη Παπαγεωργόπουλου, ο οποίος έδειξε εξ αρχής το ενδιαφέρον του για την αποπεράτωση του. Τέλος, η επίπλωση του κτιρίου ολοκληρώθηκε με τη δωρεά 100.000.000 δραχμών της Ευθυμίας Επιβατιανού εις μνήμην του εκλιπόντος συζύγου της, καθηγητή του Α.Π.Θ., Παναγιώτη Επιβατιανού.

Σήμερα η Δημοτική Βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης διαθέτει το πυκνότερο ελληνικό δίκτυο βιβλιοθηκών το οποίο αποτελείται από την Κεντρική Βιβλιοθήκη, 7 παιδικές βιβλιοθήκες, 7 παραρτήματα, την Πρότυπη Σχολική Βιβλιοθήκη, την Παιδαγωγική Βιβλιοθήκη και προσφέρει τις υπηρεσίες της στο σύνολο των κατοίκων της πόλης.

Η συλλογή της Δημοτικής Βιβλιοθήκης είναι μία από τις πλέον χρησιμοποιούμενες ελληνικές συλλογές και περιλαμβάνουν έντυπο υλικό (βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, χάρτες, αφίσες), αλλά και δίσκους μουσικής, cd, cd-rom, slides.



Η μεταφορά της Κεντρικής Βιβλιοθήκης στο νέο ιδιόκτητο κτίριο επί της οδού Εθνικής Αμύνης 27, αποτελεί το τέλος μιας εποχής και την αρχή μιας καινούργιας. Ένας κύκλος 60 χρόνων κλείνει και αρχίζει ένα νέο ξεκίνημα για τη Βιβλιοθήκη του 21^{ου} αιώνα.

Η μεταφορά της κεντρικής βιβλιοθήκης στο νέο κτίριο συνδυάστηκε με αλλαγές στον τρόπο οργάνωσης και λειτουργίας της. Καταργήθηκε ο διαχωρισμός σε Δανειστικό τμήμα και αναγνωστήριο. Η συλλογή είναι ενιαία, σε ανοιχτά ράφια, όπου το κοινό μπορεί να αναζητήσει και να ξεφυλλίσει όλο το διαθέσιμο υλικό. Ο αριθμός των βιβλίων που μπορούν να δανειστούν διπλασιάστηκε.

Υπάρχει δυνατότητα αναζήτησης στον ηλεκτρονικό υπολογιστή από τα τερματικά τα οποία βρίσκονται σε όλους τους ορόφους. Η μικρή συλλογή παιδικών βιβλίων έγινε αυτόνομη παιδική βιβλιοθήκη. Το ωράριο λειτουργίας είναι πλέον συνεχές, 9π.μ. – 8μ.μ.

Μουσικά cd, βίντεο και cd – rom έχουν προστεθεί στη συλλογή της βιβλιοθήκης. Υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης στο διαδίκτυο. Υπάρχουν χώροι για τη διοργάνωση πολιτιστικών εκδηλώσεων, διαλέξεων, ημερίδων, εκθέσεων βιβλίου και εικαστικών.

4.1 ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Στο υπόγειο του νέου κτιρίου της βιβλιοθήκης βρίσκεται η συλλογή που έχει η βιβλιοθήκη με εφημερίδες. Συγκεκριμένα υπάρχουν τα φύλλα της εφημερίδας της κυβέρνησης (Φ.Ε.Κ.), τα οποία διατίθενται σε πλήρη αρχεία από το 1945 και μετά. Υπάρχει και ελλιπής σειρά πολύ παλαιότερων ετών με παλαιότερο το πρώτο τεύχος του 1833. Επίσης υπάρχουν πλήρεις σειρές των τοπικών εφημερίδων Ελληνικός Βορράς (από το 1945 και μετά), Θεσσαλονίκη (από το 1963), Μακεδονία (από το 1945) και των αθηναϊκών εφημερίδων Αυγή (1956 με 1967), Βήμα (από το 1945 ως και σήμερα), Τα Νέα (1951 με 1968), αλλά και παλαιότερων εφημερίδων όπως τις « Εφημερίς των Βαλκανίων » και « Ελευθέρια ». Η παλαιότερη εφημερίδα της συλλογής είναι ο « Αιών ». Τέλος η βιβλιοθήκη διαθέτει πλήρες αρχείο των ημερησίων και εβδομαδιαίων πολιτικών εφημερίδων που εκδόθηκαν στην Αθήνα και τη Θεσσαλονίκη μετά το 1947. Υπάρχει έντυπος αλφαβητικός και χρονολογικός κατάλογος των εφημερίδων της συλλογής.

Για λόγους προστασίας και διατήρησης της συλλογής επιτρέπεται να φωτοτυπηθούν μόνο άδετα φύλλα εφημερίδων και τόμοι Φ.Ε.Κ. Δεμένοι τόμοι εφημερίδων είναι δυνατόν να φωτογραφηθούν στο χώρο της βιβλιοθήκης, ύστερα από προφορική συνεννόηση με τον προϊστάμενο της βιβλιοθήκης.

Μια νέα υπηρεσία της βιβλιοθήκης πιο προσφιλής για τους χρήστες είναι η ψηφιοποίηση των εφημερίδων σε DVD .

Στο ισόγειο του κτιρίου βρίσκεται μια συλλογή περίπου 23.000 τόμων με θέματα λογοτεχνίας, γλώσσας, επικαιρότητας και ψυχαγωγίας. Επίσης, στο ισόγειο σε κατάλληλα διαμορφωμένο χώρο έχει αναπτυχθεί συλλογή 8.000 τόμων παιδικών και εφηβικών βιβλίων και συλλογή επιτραπέζιων ψυχαγωγικών και μορφωτικών παιχνιδιών. Σε εβδομαδιαία βάση προγραμματίζονται από τη βιβλιοθήκη οργανωμένες δραστηριότητες για παιδιά.

Στον πρώτο όροφο βρίσκεται το τμήμα οπτικοακουστικού υλικού, στο οποίο περιέχονται οι συλλογές από βιντεοκασέτες, cd-rom, και cd μουσικής. Η συλλογή των cd-rom περιλαμβάνει μεθόδους εκμάθησης ξένων γλωσσών (από αγγλικά μέχρι γιαπωνέζικα), εγκυκλοπαίδειες και λεξικά, αλλά και θέματα ιστορίας, φυσικής και χημείας που απευθύνονται περισσότερο στους μαθητές Γυμνασίου και Λυκείου.



βιντεοκασέτες περιέχουν θέματα από τον κόσμο των ζώων και φυτών αλλά και θέματα γενικής παιδείας όπως, γεωγραφία ή ιστορία. Η συλλογή των μουσικών cd καλύπτει κάθε είδος μουσικής ελληνικής και ξένης. Οι καλύτεροι Έλληνες και ξένοι ερμηνευτές και συνθέτες από το κλασικό ρεπερτόριο, εθνικών διαδρομών ή ροκ και τζαζ αποχρώσεων είναι στη διάθεση του κοινού για μελέτη εργασία ή και απλή ακρόαση. Με ιδιαίτερη ευαισθησία έχει αντιμετωπιστεί η ιστορία, η λαογραφία και η μουσική της Θεσσαλονίκης και της Μακεδονίας γενικότερα, και το τμήμα φιλοδοξεί σταδιακά να αποκτήσει οποιοδήποτε οπτικοακουστικό υλικό αφορά την πόλη. Επίσης στον ίδιο όροφο, υπάρχει η δυνατότητα πρόσβασης των χρηστών στο διαδίκτυο, αλλά και με μία μικρή χρέωση η χρησιμοποίηση των υπολογιστών για την καλύτερη και πληρέστερη βιβλιογραφική τους ενημέρωση.

Στο δεύτερο όροφο βρίσκεται η αίθουσα των εκδηλώσεων που στεγάζει εκδηλώσεις και δραστηριότητες όπως, εκπαιδευτικές, μορφωτικές, ψυχαγωγικές δραστηριότητες, διαλέξεις, συνέδρια, ημερίδες, εκθέσεις βιβλίων και έργων τέχνης.

Στον τρίτο όροφο βρίσκονται όλες οι νέες εκδόσεις, δηλαδή υπάρχει συλλογή 29.127 τόμων η οποία εμπλουτίζεται με τακτικές αγορές νέου υλικού. Περιλαμβάνει υλικό για επιστήμες, τεχνολογία, τέχνες, φιλοσοφία και ιστορία (22.032). Σ' αυτόν τον όροφο βρίσκονται και 7.095 τόμοι με τις παλαιότερες εκδόσεις Ελληνικής Ιστορίας.

Στον τέταρτο όροφο βρίσκεται η παλαιά συλλογή, στεγάζονται 27.500 τόμοι από παλαιότερες εκδόσεις και αγορές της βιβλιοθήκης, έως το 1938, σε θέματα λογοτεχνίας, φιλοσοφίας, κοινωνικών επιστημών τεχνών και τεχνολογίας. Ένα μικρό μέρος της συλλογής αυτής έχει καταχωρηθεί στον ηλεκτρονικό υπολογιστή. Τα βιβλία της συλλογής αυτής δεν δανείζονται. Στον ίδιο όροφο υπάρχουν και σπάνια βιβλία, η συλλογή περιλαμβάνει 116 τίτλους. Ο παλαιότερος τίτλος της συλλογής είναι το αρχέτυπο γραμματικής εισαγωγή, ενώ παλαιότερα βιβλία είναι τέσσερα βιβλία του Θεόδωρου Γαζή : « Δεξιότητα Άλδου Μανουτίου, 1945 ». Υπάρχει αλφαβητικός και χρονολογικός κατάλογος. Η πρόσβαση στο υλικό της συλλογής είναι περιορισμένη και κατόπιν συνεννοήσεως με τον προϊστάμενο της βιβλιοθήκης.

Τέλος στον πέμπτο όροφο βρίσκονται τα περιοδικά. Η συλλογή των περιοδικών αποτελείται από 9.453 τόμους και 1.808 τίτλους, ενώ οι τρέχουσες συνδρομές για το 2005 είναι 245 τίτλοι. Τα περιοδικά μπορούν να χρησιμοποιηθούν μόνο στο χώρο της βιβλιοθήκης.



Η εξυπηρέτηση του κοινού γίνεται από το προσωπικό της βιβλιοθήκης τις ώρες λειτουργίας της που είναι από Δευτέρα έως Παρασκευή, 9π.μ. – 8μ.μ. Το προσωπικό της βιβλιοθήκης είναι πρόθυμο και ικανό να διευκολύνει το κοινό σε οτιδήποτε έχει σχέση με τη λειτουργία της βιβλιοθήκης, την αποτελεσματική χρήση της συλλογής και του εξοπλισμού, τον εντοπισμό υλικού και πληροφοριών. Επίσης, παρέχεται τηλεφωνική εξυπηρέτηση για ερωτήσεις σχετικά με το ωράριο λειτουργίας και τις διευθύνσεις των βιβλιοθηκών όλου του δικτύου, για ερωτήσεις σχετικά με συγκεκριμένους τίτλους βιβλίων, για κρατήσεις βιβλίων, εκδηλώσεις και δραστηριότητες της βιβλιοθήκης.

Η βιβλιοθήκη προσφέρει τη δυνατότητα δανεισμού όλων των σύγχρονων εκδόσεων, ενώ ταινίες βίντεο, cd μουσικής, cd-rom και σλαϊτς δανείζονται μόνο σε συλλόγους και σχολεία. Οι εγκυκλοπαίδειες, τα λεξικά, οι εφημερίδες και τα περιοδικά δεν δανείζονται. Για κάθε δανεισμό είναι απαραίτητη η κάρτα μέλους της κεντρικής βιβλιοθήκης. Η έκδοση της κάρτας μέλους γίνεται δωρεάν και προϋποθέτει την καταγραφή των προσωπικών στοιχείων από την αστυνομική ταυτότητα ή το διαβατήριο. Για την έκδοση κάρτα μέλους σε παιδιά που δεν έχουν ταυτότητα απαιτείται η παρουσία των γονέων τους. Ο δανειζόμενος, μπορεί να δανειστεί έως τρία βιβλία κάθε φορά για χρονικό διάστημα δεκαπέντε ημερών και αναλαμβάνει την υποχρέωση να επιστρέφει έγκαιρα και σε καλή κατάσταση το υλικό που δανείζεται. Σε περίπτωση καθυστέρησης χάνει το δικαίωμα δανεισμού για ορισμένες ημέρες ή έπ' αόριστον. Ο δανεισμός είναι δυνατόν να ανανεωθεί αν το συγκεκριμένο υλικό δεν έχει ήδη ζητηθεί από άλλο μέλος της βιβλιοθήκης.

Αν το υλικό για το οποίο ενδιαφέρεται κάποιος χρήστης είναι ήδη δανεισμένο, μπορεί να γίνει κράτηση, να αναλάβει δηλαδή η βιβλιοθήκη την υποχρέωση να ειδοποιήσει τηλεφωνικά τον ενδιαφερόμενο μόλις αυτό επιστραφεί. Αν υπάρχουν περισσότερες από μία κρατήσεις για το ίδιο βιβλίο, τηρείται χρονολογική σειρά. Ο ενδιαφερόμενος πρέπει να παραλάβει το βιβλίο έως δύο ημέρες μετά την τηλεφωνική ειδοποίηση, μετά απ' αυτό το διάστημα η συγκεκριμένη κράτηση ακυρώνεται.

Το έντυπο υλικό, εκτός των σπάνιων εκδόσεων μπορεί να χρησιμοποιηθεί χωρίς περιορισμούς στα αναγνωστήρια της βιβλιοθήκης, με τρόπο και συνθήκες οι οποίες δεν δημιουργούν φθορές σ' αυτό. Η χρήση των τερματικών είναι ελεύθερη και χωρίς χρέωση, για τη χρήση των υπολογιστών υπάρχει μικρή χρέωση. Τις ώρες αιχμής η χρήση τους είναι δυνατό να περιορίζεται χρονικά και να ακολουθεί ένα προκαθορισμένο πρόγραμμα.

Στη βιβλιοθήκη υπάρχει φωτοτυπικό μηχάνημα το οποίο λειτουργεί με χρέωση 0,05 Ευρώ ανά σελίδα A4 και 0,10 Ευρώ ανά σελίδα A3. Επιτρέπεται να φωτοτυπηθούν βιβλία, περιοδικά, Φ.Ε.Κ. και λυτά φύλλα εφημερίδων. Δεν επιτρέπεται να φωτοτυπηθούν ολόκληρα βιβλία. Για όλο το υλικό της βιβλιοθήκης επιτρέπεται η φωτογράφιση ή βιντεοσκόπηση σε χώρους της βιβλιοθήκης με εξοπλισμό του ενδιαφερόμενου, ύστερα από προφορική ενημέρωση του προϊστάμενου της Κεντρικής βιβλιοθήκης.

4.2 ΣΧΕΣΕΙΣ ΜΕ ΑΛΛΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

Η κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη της Θεσσαλονίκης δεν έχει ιδιαίτερα αναπτυγμένες σχέσεις με άλλες βιβλιοθήκες. Αυτό απορρέει από το ότι η βιβλιοθήκη δεν χρησιμοποιεί κάποιο βιβλιοθηκονομικό σύστημα που να είναι συμβατό με άλλες βιβλιοθήκες. Εξαιτίας του δημοτικού συστήματος που χρησιμοποιεί η βιβλιοθήκη, το οποίο χρησιμοποιείται από όλες τις υπηρεσίες του δήμου Θεσσαλονίκης οι σχέσεις της περιορίζονται σε αυτές των παραρτημάτων της, του κέντρου ιστορίας της Θεσσαλονίκης και του Βαφοπουλείου ιδρύματος.

Η δυνατότητα που έχει η βιβλιοθήκη μέσω αυτού του συστήματος είναι απλά να δει και στη συνέχεια να ενημερώσει τους χρήστες για το αν κάποιο υλικό που δεν υπάρχει στη συλλογή της βιβλιοθήκης βρίσκεται στη συλλογή κάποιας από τις συνεργαζόμενες βιβλιοθήκες. Δεν έχει όμως τη δυνατότητα ο βιβλιοθηκονόμος να ελέγξει εάν το υλικό αυτό είναι διαθέσιμο για το κοινό, δηλαδή εάν είναι δανεισμένο ή όχι ή εάν ανήκει στην πληροφοριακή συλλογή. Με εξαίρεση τη βιβλιοθήκη του Βαφοπουλείου ιδρύματος όπου το σύστημα ενημερώνει για το αν το υλικό βρίσκεται στο αναγνωστήριο, δηλαδή δεν δανείζεται, ή εάν βρίσκεται στο δανειστικό τμήμα. Το σύστημα αυτό δεν επιτρέπει στη βιβλιοθήκη να έχει τις εγγραφές της περασμένες στο διαδίκτυο με αποτέλεσμα οι χρήστες να μην μπορούν να κάνουν αναζήτηση στο υλικό.

Το σύστημα αυτό είναι απαρχαιωμένο και δεν συμβαδίζει με τα διεθνή βιβλιοθηκονομικά συστήματα που χρησιμοποιούνται από τις βιβλιοθήκες παγκοσμίως αλλά και από τις περισσότερες βιβλιοθήκες στην Ελλάδα. Με αποτέλεσμα η κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη να μην μπορεί να συνεργάζεται με τις πανεπιστημιακές και τεχνολογικές βιβλιοθήκες της Ελλάδος αλλά ούτε και με

δημοτικές βιβλιοθήκες άλλων πόλεων. Αυτό οφείλεται και στο γεγονός ότι η βιβλιοθήκη δεν διαθέτει ιστοσελίδα στο διαδίκτυο όπως οι περισσότερες βιβλιοθήκες.

Εκτός όμως από τα προβλήματα που υπάρχουν λόγω του συστήματος και η ίδια η βιβλιοθήκη δεν έχει επιδιώξει με κανένα άλλο τρόπο δημόσιες σχέσεις με άλλες βιβλιοθήκες. Έτσι δεν ενημερώνεται για κάποιες ενδιαφέρουσες εκδηλώσεις, σεμινάρια και άλλες δραστηριότητες που πραγματοποιούνται υπό την αιγίδα των βιβλιοθηκών αυτών. Επίσης δεν μπορεί και η ίδια να ενημερώσει για τις δικές της δραστηριότητες.

Δεν δικαιολογείται όμως μια από της μεγαλύτερες δημοτικές βιβλιοθήκες της χώρας με μία τόσο μεγάλη συλλογή να μην χρησιμοποιεί βιβλιοθηκονομικό σύστημα και να μην έχει δική της ιστοσελίδα. Δυστυχώς όλων αυτών των παραγόντων η κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη της Θεσσαλονίκης βρίσκεται στο περιθώριο.

Δημόσιες σχέσεις είναι οι σχέσεις μεταξύ, μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού με το κοινό. (Πιπερόπουλος, 1991) Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν μια διοικητική λειτουργία η οποία βοηθά στον καθορισμό της επιχειρησιακής φιλοσοφίας και στόχων και διευκολύνει την επιχειρησιακή αλλαγή. Οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων επικοινωνούν με ομάδες κοινού τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό περιβάλλον της επιχείρησης, στην προσπάθειά τους να δημιουργήσουν συνοχή ανάμεσα στους επιχειρησιακούς στόχους και στις κοινωνικές προσδοκίες. Επίσης, αναπτύσσουν, εκτελούν και αξιολογούν τα επιχειρησιακά προγράμματα που προωθούν την ανταλλαγή επιρροής και κατανόησης ανάμεσα στα συστατικά μέρη της επιχείρησης και στις ομάδες κοινού.

Οι ασκούντες δημόσιες σχέσεις αναπτύσσουν, εκτελούν και αξιολογούν τα επιχειρησιακά προγράμματα. Ο τελικός σκοπός τους είναι να προωθήσουν την ανταλλαγή επιρροής και κατανόησης μεταξύ των συστατικών μερών της επιχείρησης και των ομάδων κοινού της.

Έχουν γίνει πολλές προσπάθειες καθορισμού της φύσης των δημοσίων σχέσεων, προσπάθειες που έχουν καταλήξει σε αντικρουόμενες απόψεις για τις δημόσιες σχέσεις ως επιστημονικό πεδίο. Είναι πολύ δύσκολο να συνοψιστεί το περιεχόμενο των δημοσίων σχέσεων σε ένα σύντομο ορισμό. Η ίδια η φύση του επαγγέλματος και η σταθερή προσαρμογή του στις ανάγκες της κοινωνίας το καθιστούν έναν κινούμενο στόχο, που είναι δύσκολο να καθοριστεί επακριβώς.

Οι δημόσιες σχέσεις ασκούνται σε επιχειρήσεις που καλύπτουν μια ευρεία γκάμα αντικειμένων και μεγεθών, από τις γιγαντιαίες πολυεθνικές έως τις μικρές επιχειρήσεις παροχής υπηρεσιών. Αντιστοίχως, ποικίλλουν και οι ρόλοι που καλούνται να αναλάβουν οι υπεύθυνοι δημοσίων σχέσεων.

Οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων είναι άτομα που βοηθούν άλλους να εγκαθιδρύσουν και να συντηρήσουν αποτελεσματικές σχέσεις με τρίτα μέρη. Το έργο τους συνήθως πραγματοποιείται σε επιχειρησιακά περιβάλλοντα, ακόμα και αν δεν είναι υπάλληλοι της επιχείρησης ή του οργανισμού. Μερικοί είναι ανεξάρτητοι σύμβουλοι, άλλοι εργάζονται για εταιρείες δημοσίων σχέσεων και κάποιοι άλλοι έχουν προσληφθεί άμεσα από ατομικές επιχειρήσεις.

Είναι απαραίτητο να αναγνωρίσουμε ότι οι δημόσιες σχέσεις είναι μια διευθυντική λειτουργία. Παρά το γεγονός ότι μπορεί να υποστηρίζουν ή να



διευκολύνουν την παραγωγή ή τις πωλήσεις, οι δημόσιες σχέσεις δεν αποτελούν απλώς και μόνο συνακόλουθη και παρακείμενη στο μάρκετινγκ και στη διαφήμιση λειτουργία. Στη ιδανική περίπτωση, οι δημόσιες σχέσεις βοηθούν την επιχείρηση ή τον οργανισμό να εγκαθιδρύσει φιλοσοφία, να πετύχει τους στόχους που έχει θέσει, να προσαρμοστεί σε ένα διαρκώς μεταβαλλόμενο περιβάλλον και να ανταγωνιστεί επιτυχώς στις σύγχρονες αγορές.

Οι διευθυντικές ικανότητες που απορρέουν από τη λειτουργία των δημοσίων σχέσεων είναι γενικές και ειδικές. Για παράδειγμα, ορισμένα καθήκοντα δημοσίων σχέσεων είναι κοινά για πολλούς διευθυντές. Έτσι, όλοι οι διευθυντές καταναλώνουν πολύ από το χρόνο τους για να επικοινωνήσουν με τις διάφορες εσωτερικές και εξωτερικές ομάδες κοινού. Οι δημόσιες σχέσεις συνεισφέρουν επιπλέον στο γενικό μάνατζμεντ. Υπάρχουν και οι λειτουργίες, όπως οι εσωτερικές εκδόσεις, οι σχέσεις με τον τύπο ή τους καταναλωτές και οι χρηματοοικονομικές σχέσεις που επιτελούνται από τους «ειδικούς» των δημοσίων σχέσεων γιατί αποτελούν ειδικές περιοχές των δημοσίων σχέσεων στις οποίες μπορούν να αντεπεξέλθουν μόνο ειδικά εκπαιδευμένοι επαγγελματίες.

Οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να συμβάλλουν ουσιαστικά στην προσπάθεια της επιχείρησης να μορφοποιήσει την εικόνα για τον εαυτό της, για το τι πρέπει να κάνει και για το τι η κοινωνία θέλει και προσδοκά από αυτήν. Αποτελεί πλέον μια πραγματικότητα το γεγονός ότι ο σημερινός καταναλωτής, εκτός από την ικανοποίηση των αναγκών του, επιθυμεί να δει και το κοινωνικό πρόσωπο της επιχείρησης, να αισθανθεί την κοινωνική της ευθύνη. Οι δημόσιες σχέσεις σαν επάγγελμα, είναι υποχρεωμένες να συμβουλεύουν τη διοίκηση ως προς την ανάπτυξη πολιτικών που εξυπηρετούν τόσο τα συμφέροντα του κοινού όσο και εκείνα της εταιρείας.

Ο ρόλος των δημοσίων σχέσεων είναι εξαιρετικά καθοριστικός, ειδικότερα σε καταστάσεις κρίσεων, για δύο λόγους. Πρώτον, επειδή οι δημόσιες σχέσεις ρυθμίζουν την κοινή γνώμη. Οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων μπορούν να αντιπροσωπεύουν το κοινό συμφέρον και να προβλέπουν τη δημόσια αντίδραση σε θεσμικές αποφάσεις. Δεύτερον, επειδή οι δημόσιες σχέσεις ανακοινώνουν τις επιχειρηματικές αποφάσεις στο κοινό. Κατ' επέκταση, η δέσμευση και η κατανόηση που έχει επιτευχθεί μέσω της συνεισφοράς στη λήψη αποφάσεων αποτελούν πολύ σημαντικά εφόδια για να ανταποκριθούν οι δημόσιες σχέσεις αποτελεσματικά σε αυτήν την αρμοδιότητα.



5.1 ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΩΣ ΜΕΣΟ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Η άσκηση επιρροής στην κοινή γνώμη θεωρείται ένα από τα σημαντικότερα μέρη της αποστολής των δημοσίων σχέσεων. Για αυτό και ο τρόπος που οφείλουν να χειρίζονται την κοινή γνώμη πρέπει να είναι πολύ προσεγμένος και συγκεκριμένος. Έτσι οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων πολύ συχνά λαμβάνουν υπόψη τους τρία κύρια αντικείμενα πειθούς όταν αναπτύσσουν τις στρατηγικές τους:

- Να διατηρούν την ευνοϊκή κοινή γνώμη.
- Να προκαλούν τη δημιουργία κοινής γνώμης όταν δεν υπάρχει ή όταν είναι λανθάνουσα ή άδηλη.
- Να ουδετεροποιούν την αρνητική κοινή γνώμη.

Μια επιχείρηση οφείλει να μην αμελεί να κάνει θετικά βήματα για να κρατά τις ευνοϊκά διακείμενες ομάδες κοινού στο πλευρό της. Αυτός είναι ένας λόγος για τον οποίο καταβάλλεται τόση προσπάθεια στις δημόσιες σχέσεις για τη βελτίωση των σχέσεων με τους υπαλλήλους και με την περιβάλλουσα την επιχείρηση κοινότητα. Οι υπάλληλοι πρέπει να διατηρούν μια καλή γνώμη για την επιχείρηση ή τον οργανισμό που εργάζονται, ώστε να βοηθούν όλοι μαζί και ο καθένας χωριστά στην επιτυχία των εξωτερικών δημοσίων σχέσεων. Αντίστοιχα, η κοινότητα της οποίας η επιχείρηση αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα πρέπει να διάκειται ευνοϊκά, εάν η επιχείρηση ή οργανισμός θέλει να συνεχίζουν το έργο τους με επιτυχία.

Οι επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων έχουν την ευκαιρία να προκαλούν τη δημιουργία κοινής γνώμης, όπου δεν υπάρχει. Πολλές φορές οι χρηματοδότες απλώς δεν γνωρίζουν το θέμα για το οποίο πρέπει να πεισθούν να αναλάβουν δράση. Γι αυτό αναλαμβάνουν δράση οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να ενημερώσουν το κοινό για το θέμα το κοινό και κάνοντας τις σωστές κινήσεις να κάνουν την εκδήλωση προσιτή και ενδιαφέρουσα στο κοινό που είτε δεν είχε κανένα ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο θέμα είτε η άποψη που είχε ήταν λανθασμένη. Το να γίνουν τα άτομα γνώστες του θέματος μπορεί να δημιουργήσει μια θετική λανθάνουσα γνώμη.

Σε περίπτωση που ένα τμήμα του κοινού έχει αρνητικά έως εχθρική γνώμη για την επιχείρηση ή τον οργανισμό, το καλύτερο που μπορεί να κάνει ο υπεύθυνος δημοσίων σχέσεων είναι να ουδετεροποιήσει την εχθρική αυτή γνώμη. Σε μια τέτοια περίπτωση θα πρέπει να καταβληθεί σημαντική και αξιόλογη προσπάθεια, ώστε να ουδετεροποιηθεί ή ακόμα και να μεταστραφεί η εχθρική γνώμη. Ακόμη και αν οι



αντιτιθέμενοι δεν γίνουν υποστηρικτές των σχεδίων, είναι σημαντικό να λάβουν γνώση της θετικής δράσης της επιχείρησης ή του οργανισμού. Ίσως ο πιο βασικός τρόπος με τον οποίο οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να επηρεάζουν την κοινή γνώμη είναι η αναβάθμιση του κύρους της επιχείρησης ή του οργανισμού.

Η αποτελεσματική επιρροή, δηλαδή η πειθώ των δημοσίων σχέσεων αναπόφευκτα έχει να κάνει με την κατανόηση αυτών προς τους οποίους απευθύνεται η προσπάθεια. Γι' αυτό η επικοινωνία δεν πρέπει να πραγματοποιείται μόνο προς μια κατεύθυνση αλλά αντίθετα διπλής κατεύθυνσης. Έτσι αφού η επικοινωνία διπλής κατεύθυνσης θεωρείται η βασική παράμετρος για την άσκηση θετικής επιρροής, οι δημόσιες σχέσεις μπορούν να καθοριστούν σε κυριολεκτικούς όρους, δηλαδή σε όρους «σχέσεων με ομάδες κοινού».

5.2 ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΕ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Η επικοινωνία με μέλη, κυβέρνηση και άλλες ομάδες κοινού αποτελεί τη σημαντικότερη επιδίωξη για πολλούς οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα. Η διατήρηση μιας θετικής δημόσιας εικόνας, εξεύρεση πόρων και ο περιορισμός του κόστους λειτουργίας αποτελούν κρίσιμα θέματα δημοσίων σχέσεων που αντιμετωπίζουν οι οργανισμοί μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα γενικά.

Στην πρωτοβάθμια και δευτεροβάθμια εκπαίδευση, οι γονείς, οι μαθητές και τα μέλη των συμβουλίων αντιπροσωπεύουν τόσο εσωτερικές όσο και εξωτερικές ομάδες κοινού. Η προάσπιση της ποιότητας της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης είναι συνήθως το μόνο και πλέον σημαντικό ζήτημα δημοσίων σχέσεων που αντιμετωπίζουν κολέγια και πανεπιστήμια. Η εξεύρεση πόρων αποτελεί πρωταρχική δραστηριότητα των δημοσίων σχέσεων στους περισσότερους οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

Η επίτευξη των στόχων που θέτουν οι διάφοροι μη κερδοσκοπικοί οργανισμοί, εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από την ποιότητα των σχέσεων που διατηρούν με τις ομάδες κοινού τους. Η εξεύρεση πόρων αποτελεί μια κοινή ανησυχία που μοιράζονται όλοι αυτοί οι οργανισμοί και συχνά αποτελεί προτεραιότητα για την άσκηση δημοσίων σχέσεων.

Η επικοινωνία είναι το πρώτο βήμα για την επιβίωση αυτών των οργανισμών. Ακόμη και εκείνοι που αποστολή τους δεν είναι η διάχυση πληροφόρησης θεωρούν



την επικοινωνία απαραίτητη προϋπόθεση για την επίτευξη των στόχων που έχουν αναγγελθεί. Νοσοκομεία, φιλανθρωπικά και εκπαιδευτικά ιδρύματα αφιερώνουν ένα μεγάλο μέρος χρόνου και ενέργειας για να μεταδώσουν ιδέες και να προσελκύσουν εθελοντές και κεφάλαια.

Οι οργανισμοί μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα βασίζονται πολύ περισσότερο απ' ό,τι, οι εταιρείες στην εκδοτική δραστηριότητα και στις προσπάθειες δημοσίων σχέσεων που πραγματοποιούνται σε προσωπικό επίπεδο. Αν και υπάρχει τάση για χρήση νέων τεχνολογιών επικοινωνίας, όπως δορυφορικές συνεντεύξεις, φαξ και ιστοσελίδες, οι οργανισμοί μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα δεν έχουν επεκταθεί σε αυτές τις περιοχές όπως οι επιχειρήσεις.

Μια ευκρινής διαφορά μεταξύ οργανισμών κερδοσκοπικού και μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα ως προς τα θέματα γύρω από τα οποία πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να κινηθούν τα προγράμματα επικοινωνίας. Έτσι για τους οργανισμούς κερδοσκοπικού χαρακτήρα τα θέματα κλειδιά αποτελούν ο πληθωρισμός, οι αποζημιώσεις, οι κυβερνητικοί κανονισμοί και οι ίσες ευκαιρίες. Αντίθετα για τους οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, αντίστοιχα θέματα είναι η διατήρηση μιας θετικής δημόσιας εικόνας, η εξεύρεση πόρων και ο περιορισμός του κόστους λειτουργίας. Παρά τις διαφορές στην εφαρμογή, οι δημόσιες σχέσεις υπάρχουν και λειτουργούν καλά στους οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα.

5.2.1. ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Από τότε, που εμφανίστηκε ο όρος «δημόσιες σχέσεις βιβλιοθηκών» παρουσιάστηκε ιδιαίτερο ενδιαφέρον στην εξέταση των βιβλιοθηκών και σημειώθηκαν λογοτεχνικές αποκαλύψεις με έμφαση στις δημόσιες σχέσεις: αρχικά αυτό ονομάστηκε διαφήμιση και αργότερα δημοσιότητα. Με μια γρήγορη ανάλυση στα πρώτα πενήντα χρόνια τονίζεται η γέννηση περιοδικών λογοτεχνικών βιβλιοθηκών, που δείχνουν το πλάνο των ενδιαφερόντων.

Την πρώτη χρονιά, δηλαδή το 1876, που ιδρύθηκε η American Library Association (ALA) και το πρώτο επιστημονικό περιοδικό για βιβλιοθηκονόμους Library Journal, εμφανίστηκε ένα άρθρο απ' αυτό το περιοδικό του Samuel Swet Green. Το συγκεκριμένο άρθρο ανέφερε τις διαπροσωπικές σχέσεις, που πρέπει να έχουν οι βιβλιοθηκονόμοι με τους αναγνώστες και ο Green επισήμανε ότι οι προσωπικές υπηρεσίες του κοινού και των αναγνωστών θα πρέπει να περιέχονται

ως ένα κομμάτι στη συλλογή της βιβλιοθήκης. Αυτό σήμαινε ότι και οι δύο πλευρές καλό θα ήταν να συνεργάζονται, ώστε να κατορθώσουν κοινές κατευθυντήριες γραμμές, δηλαδή κοινούς στόχους και να υπάρχει μία σωστή και ισορροπημένη δομή στη λειτουργία της βιβλιοθήκης. Ο Green υποστήριζε επομένως, κάποιες στρατηγικές, που βασίζονται: στην εμπιστοσύνη των αναγνωστών για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα, στην εύρεση βιβλίων των χρηστών της βιβλιοθήκης για την καλύτερη συλλογή των βιβλίων, στην κατάλληλη επικοινωνία των βιβλιοθηκονόμων προς τους χρήστες και για να γίνει πιο δημοφιλής η βιβλιοθήκη, αλλά και για να υπάρχει μεγάλη προσέλευση από καινούριους χρήστες εφόσον οι παλιοί έχουν μείνει ικανοποιημένοι και τέλος στις υπηρεσίες που παρέχονται προκειμένου να χρησιμοποιούνται από το ευρύ κοινό. Το συμπέρασμα που βγάζει ο Green είναι ότι με τις παραπάνω τεχνικές δημιουργούνται άψογες διαπροσωπικές σχέσεις ανάμεσα στους βιβλιοθηκονόμους και στους απαιτητικούς αναγνώστες. Αυτό φυσικά αποτελεί και ένα πολύ καλό παράδειγμα για τη λογική του μάρκετινγκ.

Την αμέσως επόμενη χρονιά, δηλαδή το 1877 κάποιες ιδέες που διατυπώθηκαν από το κοινό υιοθετήθηκαν από τις βιβλιοθήκες και χρησιμοποιούνται μέχρι και σήμερα. Η καινοτομία σημειώθηκε στο Λιντς στην Αγγλία και για πενήντα χρόνια ακολουθούσαν τη συγκεκριμένη τακτική. Αργότερα το 1885 ο Frederic Perkins από τη δημόσια βιβλιοθήκη του Σαν Φρανσίσκο έδωσε βοήθεια στις εθνικές βιβλιοθήκες παρέχοντάς τις άρθρα και συστατικές επιστολές με την υποστήριξή του. Έπειτα το 1891 ο πλέον πρόεδρος της American Library Association (ALA), Green διεύθυνε τα μέλη της ένωσης και έδωσε καθορισμένες δραστηριότητες στη δημόσια βιβλιοθήκη της Μασαχουσέτης με απόλυτη επιτυχία σ' αυτή τη δοκιμαστική του κίνηση. Έκπληξη προκαλεί, που το 1893 το Library Journal εμπιστεύθηκε δοκιμαστικά βέβαια στη βιβλιοθήκη της Ρόδου λίστες σημειώσεων από νέα βιβλία, για να τακτοποιηθούν από τη βιβλιοθήκη, ταχυδρομικά γραφεία και τράπεζες για την κοινότητα.

Την τελευταία δεκαετία του 19^{ου} αιώνα μέρος των βιβλιοθηκών αποτελούσαν οι τεχνικές που χρησιμοποιούνται ακόμα και σήμερα. Το 1895 στη Βοστώνη φτιάχτηκε ένα εγχειρίδιο για τις δημόσιες βιβλιοθήκες. Ένα θέμα που παρέμενε συνεχώς στο προσκήνιο ήταν η διαφήμιση και συνεπώς η προβολή των βιβλιοθηκών. Το 1905 λοιπόν, ο John Cotton Dana, εκάστοτε πρόεδρος της American Library Association (ALA) υποστήριξε μέσω της ένωσής του ότι επειδή δεν ίδρυσε τη διαφημιστική κοινότητα θα έπρεπε να συμβαδίζει τουλάχιστο με τη

στρατηγική των εθνικών βιβλιοθηκών. Από το 1911 και μετά γράφονται αρκετά άρθρα για τις βιβλιοθήκες με στόχο έναν επιτυχημένο προγραμματισμό και με αποτελέσματα τις εκθέσεις, που θα πραγματοποιούνταν στον χώρο της.

Κατά τη διάρκεια του πρώτου παγκοσμίου πολέμου η American Library Association (ALA) και οι βιβλιοθηκονόμοι έστρεψαν την προσοχή τους στον πόλεμο, γιατί έκαναν καμπάνια προκειμένου να συγκεντρωθούν τα βιβλία στα στρατόπεδα και στους υπεύθυνους, που δούλευαν σ' αυτά. Η βιβλιοθήκη περιλαμβάνει κάποια παραδείγματα προώθησης αυτής της ενέργειας, αφού οι πολίτες ήταν υποχρεωμένοι να φέρνουν τα βιβλία στα στρατόπεδα και να τα παραδίδουν στους στρατιώτες. Αυτή η εκστρατεία υπήρξε επιτυχημένη και γι' αυτή δημιουργήθηκε η πιο δημοφιλής αφίσα της τότε εποχής από τον Charles Buckles Fall. Μετά το 1920 τα πράγματα έφτιαξαν και άρχισαν κάποια σημαντικά γεγονότα, όπως το να γιορτάζεται στη Νέα Υόρκη κάθε βδομάδα και να ονομάζεται «η εβδομάδα του παιδικού βιβλίου». Επίσης, κάποιες τεχνικές για την προβολή των δημόσιων βιβλιοθηκών εμφανίστηκαν σ' αυτές και τα άρθρα βοήθησαν σημαντικά στην ευρύτερη διαφήμισή τους.

Τα τελευταία χρόνια εμφανίστηκαν σε διαφορετικά διαστήματα άρθρα για τις δημόσιες σχέσεις των βιβλιοθηκών. Υπήρχαν κάποιες μονογραφίες που εξηγούσαν το θέμα τους, αλλά οι τίτλοι τους δημοσιεύθηκαν κατά τη δεκαετία του 1930, 1940 και 1950 από την Marie Loizeaux και την Sarah Wallace. Το 1950 παρουσιάστηκε ένα έντονο ενδιαφέρον στις δημόσιες σχέσεις των βιβλιοθηκών, που οφειλόταν στην ίδρυση της «εβδομαδιαίας εθνικής βιβλιοθήκης» από την «κοινότητα του εθνικού βιβλίου» σε συνεργασία με την American Library Association (ALA). Αυτή η βιβλιοθήκη στηριζόταν κυρίως στη δημοσιότητα, που με ταχύτατο ρυθμό θα αποκτούσε και στις εργασίες, που ανατέθηκαν στους βιβλιοθηκονόμους με πιο σημαντική αυτήν της προώθησης και της διαφήμισης. Δυστυχώς, όμως το 1974 η «κοινότητα του εθνικού βιβλίου» κατηγορήθηκε από την American Library Association (ALA) ότι αδυνατούσε πλέον να συνεχίσει τη διαφημιστική της κοινότητα και ότι επομένως η «εβδομαδιαία εθνική βιβλιοθήκη» δεν κατάφερε να ολοκληρώσει τον αρχικό σωστό της προγραμματισμό. Την τελευταία δεκαετία ευτυχώς η ανάπτυξη της προώθησης της βιβλιοθήκης και των δημοσίων σχέσεων υπήρξε σημαντική, καθώς και η προβολή του μάρκετινγκ συνέβαλε στην καλύτερη διαχείριση της βιβλιοθήκης. Ο μοναδικός κίνδυνος σ' αυτό το σημείο είναι η συνολική εγκατάλειψη των δημοσίων σχέσεων από αυτούς, που δεν τους ενδιαφέρουν οι βιβλιοθήκες

5.2.2 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Στις δημοτικές βιβλιοθήκες πρέπει να υπάρχει ποικιλία δημιουργικών δημοσίων σχέσεων και τρόποι διαφήμισης που να στηρίζουν τη βιβλιοθήκη, τη λογοτεχνία και το διάβασμα. Οι βιβλιοθήκες θα πρέπει να μεταχειρίζονται τα παιδιά και τους ενηλίκους το ίδιο να ενημερώνουν δηλαδή, και τις δύο κατηγορίες χρηστών εξίσου καλά για τις καινούργιες κυκλοφορίες. Επίσης θα πρέπει να προσφέρουν δωρεάν πρόσβαση στο διαδίκτυο. Με το να διαβάζουν οι βιβλιοθηκονόμοι βιβλία στα παιδιά τα ενισχύουν με ένα ενδιαφέρον τρόπο για να επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη συχνότερα. Με διάφορους τρόπους θα μπορούσαν να επικροτούν τα παιδιά που τελειώνουν το διάβασμα ενός βιβλίου. Επίσης καλό είναι η βιβλιοθήκη να αποστέλλει ευχαριστήριες κάρτες στους χρήστες για το χρόνο ή το χρήμα τους. Κατά την εθνική εβδομάδα βιβλιοθήκης θα πρέπει να ανακοινώνει η βιβλιοθήκη ειδικές εκδηλώσεις, προγράμματα διαβάσματος και σχετικές εκδηλώσεις στην βιβλιοθήκη.

Εκτός από κάποιες συγκεκριμένες προτάσεις από τις αρχές των δημοσίων σχέσεων των βιβλιοθηκών θα πρέπει η κάθε βιβλιοθήκη ξεχωριστά σύμφωνα με το κοινό στο οποίο απευθύνεται να ανάπτυξη και δικούς της τρόπους προσέγγισης των χρηστών. Οι δημόσιες σχέσεις λειτουργούν σαν ομπρέλα που καλύπτει όλα τα δημόσια προγράμματα της βιβλιοθήκης.

Ένα πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων θα πρέπει να είναι πολύ καλά οργανωμένο για παράδειγμα θα πρέπει οι δημοτικές βιβλιοθήκες να έχουν καταγράψει όλες εκείνες τις εργασίες δημοσίων σχέσεων που θα πρέπει να πραγματοποιηθούν σε διάστημα ενός χρόνου. Οι βιβλιοθήκες θα πρέπει να προωθούν τα βιβλία και γενικότερα το υλικό και τις υπηρεσίες που προσφέρουν με τον καλύτερο δυνατό τρόπο. Οι ιδέες προώθησης μπορεί να προέρχεται από πολλές πηγές. Για παράδειγμα η τέχνη, audio ή visual, ακόμα και κάποια βιβλία αλλά και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης

Η ιδέα και στη συνέχεια η φιλοσοφία του μάρκετινγκ, εμφανίστηκε κάπου στη δεκαετία του 1960, σύμφωνα με τη νέα αυτή φιλοσοφία οι επιχειρήσεις θα έπρεπε πρώτα να εντοπίσουν τι επιθυμεί ο καταναλωτής και μετά να προσπαθήσουν να το παράγουν.

Το μάρκετινγκ σήμερα, είναι μια ιδιαίτερα δημοφιλής λέξη. Δύσκολα θα βρει κανείς δημοσιεύσεις σχετικές με τις επιχειρήσεις, που να μην αναφέρονται στο μάρκετινγκ. Για πολλούς λοιπόν, είναι η διαδικασία της πώλησης, για άλλους είναι η διαφήμιση και προώθηση και για ορισμένους άλλους είναι η έρευνα της αγοράς για τον εντοπισμό των αναγκών των καταναλωτών. Όλα αυτά, όμως αποτελούν γενικές έννοιες και εφόσον δε μπορεί να διατυπωθεί ορισμός με μία μόνο λέξη το βρετανικό ινστιτούτο μάρκετινγκ χρησιμοποιεί τον ακόλουθο καθιερωμένο ορισμό: μάρκετινγκ ονομάζονται οι δραστηριότητες της διεύθυνσης μιας επιχείρησης, που σκοπό έχουν να διακρίνουν, να προβλέψουν και να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των καταναλωτών κατά τρόπο αποδοτικό και επωφελή.

Ένας άλλος ορισμός του μάρκετινγκ, σύμφωνα με την American Marketing Association είναι αυτός που το ορίζει ως τη διαδικασία που συνδυάζει τα μέσα της επιχείρησης με τις ανάγκες του καταναλωτή: το μάρκετινγκ είναι η διαδικασία του σχεδιασμού και της εκτέλεσης της σύλληψης, της προώθησης και της διανομής ιδεών, αγαθών και υπηρεσιών για την εξασφάλιση ανταλλαγών που ικανοποιούν τόσο τους καταναλωτές όσο και τους στόχους των επιχειρήσεων. Με άλλα λόγια ασχολείται με την ικανοποίηση των αναγκών του καταναλωτή, με ταυτόχρονη επίτευξη των στόχων της επιχείρησης, κατευθύνει τα μέσα της επιχείρησης και επιβεβαιώνει συνεχώς ότι ο καταναλωτής είναι ικανοποιημένος. Αυτή η ιδέα της ικανοποίησης του καταναλωτή αποτελεί και το βασικότερο σύμβολο πίστης του μάρκετινγκ. Επιχείρηση που οδηγείται από το μάρκετινγκ είναι εκείνη, η οποία τοποθετεί τον καταναλωτή στο επίκεντρο της όλης επιχειρηματικής δραστηριότητάς της και θέτει ως αποστολή της να έχει πάντα ικανοποιημένους πελάτες.

Οι πωλήσεις της επιχείρησης για κάθε περίοδο προέρχονται από δύο ομάδες: τους καινούριους πελάτες και τους παλιούς πελάτες. Κοστίζει πάντα περισσότερο η προσέλκυση καινούριων πελατών παρά η διατήρηση των παλιών πελατών. Συνεπώς, η διατήρηση των πελατών έχει πιο μεγάλη σημασία από την προσέλκυση νέων πελατών. Το μυστικό για τη διατήρηση των πελατών είναι να μένουν

ικανοποιημένοι. Ο ικανοποιημένος πελάτης, λοιπόν: αγοράζει ξανά, λέει καλά λόγια στους άλλους για το προϊόν, δίνει λιγότερη σημασία στις ανταγωνιστικές μάρκες και τη διαφήμιση και τέλος αγοράζει κι άλλα προϊόντα από την ίδια επιχείρηση.

Τα στελέχη μάρκετινγκ έχουν δύο παράλληλες ευθύνες. Πρέπει να παίρνουν αποφάσεις για τη λειτουργία, όταν εφαρμόζονται βραχυπρόθεσμα προγράμματα μάρκετινγκ και πρέπει να συνεισφέρουν κατά μεγάλο ποσοστό στις στρατηγικές αποφάσεις που θα οδηγήσουν την εταιρεία στο μέλλον και οι οποίες εξασφαλίζουν τη μακροπρόθεσμη επιβίωση απέναντι στις κοινωνικές, τεχνολογικές, περιβαλλοντικές και ιδιαίτερα, απέναντι στις ανταγωνιστικές αλλαγές. Μια καλή οργάνωση μάρκετινγκ πρέπει να εξυπηρετεί και να ανταποκρίνεται στις ανάγκες και της λειτουργικής και της στρατηγικής λήψης αποφάσεων.

Ο διευθυντής μάρκετινγκ έχει ευθύνη να οδηγήσει την εταιρεία του σε προσανατολισμό της αγοράς. Είναι υπεύθυνος για την εξυπηρέτηση των αναγκών των καθιερωμένων αγορών, για την εξυπηρέτηση των καινούριων αναγκών στις καθιερωμένες αγορές και για την ανακάλυψη καινούριων ευκαιριών σε καινούριες αγορές. Πρέπει τέλος να ανακαλύψει ποιο είδος μάρκετινγκ θα εξυπηρετήσει καλύτερα τις ανάγκες του.

Το εξωτερικό περιβάλλον

Οι επιχειρήσεις επηρεάζονται ιδιαίτερα από το εξωτερικό περιβάλλον από το οποίο περιβάλλεται. Έτσι οι αγορές, το περιβάλλον της επιχείρησης και οι απαιτήσεις του πελάτη είναι μερικά στοιχεία που επηρεάζουν την οργάνωση της επιχείρησης. Η φύση των αγορών μιας εταιρείας βοηθά πάρα πολύ στον προσδιορισμό της φύσης της εταιρείας. Όπου υπάρχουν σχετικά λίγες αγορές, είναι κατάλληλη μια οργάνωση με προσανατολισμό στην αγορά, προσανατολισμό στη λειτουργική ή αγοραστική διοίκηση. Όπου ο αριθμός των ομάδων αγοράς είναι μεγάλος και καμία ομάδα δεν είναι ισχυρή, είναι κατάλληλη μια οργάνωση με προσανατολισμό στο προϊόν ή στο σύστημα διαχείρισης προϊόντος. Μια γεωγραφικά διασκορπισμένη αγορά, ιδιαίτερα κάποια που αφορά αγορές του εξωτερικού, θα απαιτεί κάποια μορφή γεωγραφικής οργάνωσης σε συνδυασμό με τη διαχείριση του προϊόντος ή της αγοράς.

Το είδος της επιχείρησης στο οποίο γίνεται αυτή η οργάνωση επηρεάζει τις αποφάσεις για την κατάλληλη οργάνωση του μάρκετινγκ. Μια εταιρεία που παράγει αναλώσιμα καταναλωτικά αγαθά δε θα μοιάζει σε οργάνωση με μια εταιρεία που



πουλά προϊόντα υψηλής τεχνολογίας σ' ένα μικρό αριθμό βιομηχανικών καταναλωτών.

Οι πρακτικές αγοράς των πελατών αποτελούν πολύ σημαντική επιρροή για την οργάνωση του μάρκετινγκ. Εκεί που μεγάλοι πελάτες αγοράζουν μέσω ενός κεντρικού γραφείου πώλησης, εκεί που μεγάλες αλυσίδες χονδρικής και λιανικής διαπραγματεύονται συμφωνίες και εκεί όπου η κυβέρνηση είναι ο βασικός πελάτης, τότε απαιτείται προσανατολισμός της αγοράς, καθότι ο πελάτης είναι η αγορά.

Το εσωτερικό περιβάλλον

Το σημαντικότερο για μια επιχείρηση, αυτό που καθορίζει τη μορφή και τις λειτουργίες της είναι το εσωτερικό της περιβάλλον, το οποίο χωρίζεται: στο στυλ της διοίκησης, την πολιτική του προϊόντος, και τους ανθρώπους.

Το στυλ της διοίκησης επηρεάζει το σχεδιασμό και τη δομή της οργάνωσης και σε περιπτώσεις ανασχεδιασμού θα πρέπει να δίνεται ιδιαίτερη έμφαση στην ιστορία της οργάνωσης. Η σιωπηρή και η σαφής συμπεριφορά της κορυφής της διοίκησης καθορίζει μέχρι ένα σημείο το σχέδιο δράσης του μεμονωμένου ατόμου και της ομάδας, της κεντροποίησης και της αποκεντροποίησης.

Οι οργανώσεις είναι ζωντανές και η ανθρώπινη συμπεριφορά βοηθά να καθορίσουμε τι κάνει μια οργάνωση. Οι άνθρωποι είναι αυτοί που δίνουν ζωή σε μια οργάνωση και όχι οι χάρτες οργάνωσης. Οι αλλαγές στην οργάνωση δεν πρέπει να αγνοούν τους ανθρώπους αλλά πρέπει να μπορούν να επιτύχουν τους στόχους τους μέσω αποτελεσματικής διοίκησης των ανθρώπων, όπου μερικές φορές απαιτούν αλλαγές με δραματικά αποτελέσματα ή απομάκρυνση των ανθρώπων αν η αλλαγή της οργάνωσης είναι σημαντική.

6.1 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΚΑΙ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

Το μάρκετινγκ αποτελεί μία από τις σημαντικότερες εργασίες στη διαδικασία του προγραμματισμού. Για να υπάρχει αποτελεσματικότητα από το μάρκετινγκ που ακολουθείται θα πρέπει πρώτα να διευκρινιστούν οι δυνατότητες της βιβλιοθήκης, τα προϊόντα της και οι απαιτήσεις της. Η διαδικασία του μάρκετινγκ βασίζεται στο που και γιατί βρίσκεται ο οργανισμός τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο. Μπορεί να προτείνει κατευθύνσεις για την επίτευξη των στόχων της βιβλιοθήκης ή απλά να



βελτιώσει τη χρησιμότητα και τις υπηρεσίες της. Οι αποτελεσματικές στρατηγικές μάρκετινγκ θα πρέπει να βασίζονται σε εσωτερικές δυνατότητες, σε ρεαλιστικές εκτιμήσεις του τι μπορεί να κάνει η βιβλιοθήκη και όχι σε μη ρεαλιστικούς ή αυθαίρετους στόχους.

Επίσης κατά τη διαδικασία του μάρκετινγκ δίνεται ιδιαίτερη έμφαση σε τέσσερα σημεία:

Προϊόν, δηλαδή οι υπηρεσίες της βιβλιοθήκης που είναι διαθέσιμες στους χρήστες, όπως ο διαδανεισμός μεταξύ των βιβλιοθηκών.

Κόστος των υπηρεσιών, δηλαδή τα καθαρά και μη, έξοδα για την παραγωγή και παράδοση του προϊόντος, ή οι φόροι αν υπάρχουν.

Τόπος, δηλαδή το μέρος όπου παρέχονται οι υπηρεσίες/ γεωγραφική τοποθεσία της βιβλιοθήκης.

Πρωώθηση, δηλαδή οι μέθοδοι που χρησιμοποιούνται για την προώθηση των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης.

Το σχέδιο του μάρκετινγκ βασίζεται σε αντικειμενικούς στόχους, οι οποίοι βασίζονται στη αποστολή και τα αποτελέσματα που επιθυμεί ο οργανισμός και σε εκτεταμένες έρευνες σχετικά με το τι επιθυμεί το κοινό. Οι στόχοι πρέπει να είναι συγκεκριμένοι και μετρήσιμοι. Για παράδειγμα ένας αντικειμενικός στόχος μπορεί να είναι το να πεισθούν όλοι οι επισκέπτες της βιβλιοθήκης να αποκτήσουν κάρτα για τη βιβλιοθήκη.

Το σχέδιο καθορίζει στρατηγικές μάρκετινγκ, τις προωθητικές μεθόδους που έχουν επιλεγεί για να ταιριάζουν στο κοινό που απευθύνονται. Οι στρατηγικές στο σχέδιο εξαρτώνται από τους χρήστες και από τις υπηρεσίες που προσφέρονται. Επιλέγεται η έρευνα που χρειάζεται, χρησιμοποιείται το μέρος ή η μέθοδος παροχής υπηρεσιών που επιθυμούν οι χρήστες, υπολογίζεται το κόστος που χρειάζεται για την ανάπτυξη και την προώθηση των υπηρεσιών και τέλος επιλέγονται οι μέθοδοι προώθησης που έχουν στόχο τους χρήστες της βιβλιοθήκης. Οι μέθοδοι αυτοί περιλαμβάνουν τις δημόσιες σχέσεις, τη διαφήμιση, το απευθείας μήνυμα, το διαδίκτυο, τα διαφημιστικά τρέιλερ στην τηλεόραση, το ραδιόφωνο, τις εφημερίδες και τα περιοδικά. Οι μέθοδοι βασίζονται στην εκτίμηση των χρηστών και τη φύση των υπηρεσιών. Κάθε στόχος που θέτεται θα πρέπει να διαθέτει ένα λεπτομερές χρονοδιαγραμμαμάτων καθημερινών θεμάτων και υποχρεώσεων, συμπεριλαμβανομένου κάθε οικονομικού περιορισμού.



6.1.2 ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Το μάρκετινγκ δεν είναι απλώς θέμα προώθησης μιας υπηρεσίας. Αντίθετα, αποτελεί μια πιο ουσιώδης δραστηριότητα τόσο για τις δημόσιες όσο και για τις υπόλοιπες βιβλιοθήκες. Η στρατηγική του μάρκετινγκ πρέπει να αναπτυχθεί σε συνδυασμό με το αντικείμενο του οργανισμού. Οι βιβλιοθήκες είναι γνωστό ότι είχαν ανάγκη να προωθήσουν τις υπηρεσίες τους σε μια περίοδο όπου οι χρηματικοί πόροι ήταν ελάχιστοι, οι απαιτήσεις είχαν αυξηθεί και οι νέες τεχνολογίες γινόντουσαν ευρέως γνωστές.

Όσον αφορά τις δημοτικές βιβλιοθήκες οι κυριότεροι λόγοι για να υπάρχει στρατηγική μάρκετινγκ στη βιβλιοθήκη είναι : α) Οι συνεχείς μεταβολές της αγοράς, οι οποίες επιφέρουν αλλαγές τόσο στις βιβλιοθήκες, όσο και στο κοινό των βιβλιοθηκών. Πολλοί από τους χρήστες είναι απλά περιστασιακοί και σε αυτούς θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη έμφαση η βιβλιοθήκη, έτσι ώστε να μπορέσει να τους κάνει μόνιμους χρήστες. Β) Η αγορά των πληροφοριών είναι πολύ μεγάλη αλλά μόνο ένα μέρος από αυτές τις πληροφορίες χρησιμοποιούνται από τις βιβλιοθήκες. Γ) Υπάρχει ανάγκη ενημέρωσης των ήδη υπάρχοντων χρηστών αλλά και των περιστασιακών χρηστών για το σύνολο των πληροφοριών που είναι διαθέσιμες. Δ) Ο ανταγωνισμός της αγοράς είναι πολύ μεγάλος γι' αυτό θα πρέπει να δοθεί βαρύτητα στους περιστασιακούς χρήστες της βιβλιοθήκης και στην προσέλκυση νέων χρηστών.

Ο κυριότερος στόχος του μάρκετινγκ είναι να προωθηθούν οι πληροφορίες με το να επικεντρωθεί προσπάθεια στο να έλκουν τους ανθρώπους που δεν χρησιμοποιούν τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης. Ο σκοπός είναι να αυξηθεί το ποσοστό των χρηστών. Οποιαδήποτε προσπάθεια μάρκετινγκ είναι το κλειδί για την ανάπτυξη της βιβλιοθήκης. Πρέπει δηλαδή να πείσει περισσότερους ανθρώπους να επισκεφθούν την βιβλιοθήκη, για να βρουν πληροφορίες από μόνοι τους μέσα στον ίδιο το χώρο της, παρά να ενθαρρύνουν τη μέθοδο των τηλεφωνικών πληροφοριών γεγονός το οποίο απαιτεί περισσότερο προσωπικό και ίσως οι πληροφορίες να μην είναι αυτό που χρειάζεται πραγματικά ο χρήστης. Η άμεση επαφή με το χρήστη βοηθάει ακόμα περισσότερο στο να βρει καλύτερες και πιο σχετικές με την ερευνά του πληροφορίες.

Για να βρεθεί η στρατηγική μάρκετινγκ που θα χρησιμοποιήσει η δημόσια βιβλιοθήκη πρέπει οι διαχειριστές να απευθυνθούν :



- 1) στις υπηρεσίες
- 2) την τιμή
- 3) το κοινό
- 4) την προώθηση
- 5) την τοποθεσία
- 6) στην παραγωγή.

Σαν υπηρεσίες ορίζονται οι πηγές που είναι διαθέσιμες μέσα στη βιβλιοθήκη όπως βιβλία ,περιοδικά ,οπτικοακουστικό υλικό αλλά και το υλικό που είναι διαθέσιμο μέσω του διαδανεισμού των βιβλιοθηκών καθώς επίσης και η ηλεκτρονική πρόσβαση στην πληροφορία. Τα προϊόντα επίσης περιλαμβάνουν υπηρεσίες που προσφέρονται από τους βιβλιοθηκονόμους.

Σαν τιμή μέσα στη βιβλιοθήκη ορίζεται το κόστος που χρειάζεται για να παραχθεί μία υπηρεσία ή ένα πρόγραμμα. Το να υπολογιστεί το κόστος των υλικών είναι εύκολο ,το να οριστεί όμως το κόστος των προγραμμάτων είναι περίπλοκο αφού απαιτεί χρόνο από τους βιβλιοθηκονόμους, έξοδα για τις κτιριακές εγκαταστάσεις και να υπάρχει η δυνατότητα να μπορέσει η βιβλιοθήκη αργότερα να αγοράσει επιπλέον υλικό. Οι υπεύθυνοι πρέπει να υπολογίσουν και τα δύο είδη εξόδων στον προϋπολογισμό τους για τα σχέδια μάρκετινγκ που έχουν.

Το κοινό στις δημόσιες βιβλιοθήκες περιλαμβάνει παιδιά, ενήλικες, τους μεγαλύτερους σε ηλικία χρήστες, τοπικές επιχειρήσεις ,επιστήμονες ,ενήλικες με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο, μετανάστες. Το κάθε κοινό έχει και διαφορετικές απαιτήσεις και είναι πρόκληση για την βιβλιοθήκη να μπορέσει να εξασφαλίσει πληροφορίες και υπηρεσίες κατάλληλες για όλους. Η βιβλιοθήκη πέρα από τα γενικά χαρακτηριστικά που έχει η κάθε κατηγορία θα πρέπει να καταλάβει και άλλες διαστάσεις του χαρακτήρα τους. Πως δηλαδή εκμεταλλεύονται των ελεύθερο χρόνο τους, πόσο συχνά επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη και φυσικά το ρόλο που έχει η βιβλιοθήκη στη ζωή τους.

Η προώθηση της βιβλιοθήκης σημαίνει πολλά περισσότερα από το να διαφημίζεται μέσω κάποιων φυλλαδίων ή της τοπικής εφημερίδας. Σημαίνει επίσης να καλλιεργηθούν σχέσεις με τους φορείς της κοινότητας ,να ενημερωθούν οι χρήστες για τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης ,να δημιουργηθεί ιστοσελίδα της βιβλιοθήκης στο διαδίκτυο, να υπάρχει κάλυψη και υποστήριξη από τα τοπικά κανάλια, να οργανώνονται εκδηλώσεις σε πάρκα και σε κέντρα της κοινότητας. Τέλος θα πρέπει να δημιουργηθούν συνεργασίες με άλλες τοπικές

υπηρεσίες όπως διάφορα πολιτιστικά κέντρα. Λόγω της πολυμορφικότητας των χρηστών η δημόσια βιβλιοθήκη θα πρέπει να κατηγοριοποιήσει τους χρήστες με σκοπό να πετύχει τα καλύτερα διαφημιστικά μέσα για τη βιβλιοθήκη. Θα μπορέσει δηλαδή με αυτό τον τρόπο να δώσει την καλύτερη δυνατή διαφήμιση με το σωστό ύφος και περιεχόμενο.

Η τοποθεσία για τις δημόσιες βιβλιοθήκες είναι η εξάπλωση του συστήματος ώστε τα προϊόντα και οι υπηρεσίες της βιβλιοθήκης να είναι διαθέσιμα με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και στους απομακρυσμένους χρήστες. Στηριζόμενη στην κοινότητα η βιβλιοθήκη θα πρέπει να διαθέτει επαρκή χώρο στάθμευσης, να δίνει πληροφορίες μέσω τηλεφώνου για τις αγροτικές περιοχές και τα αποτελέσματα να αποστέλλονται ταχυδρομικώς. Ακόμα σημαίνει τη δημιουργία ευκολοπροσβάσιμου ηλεκτρονικού καταλόγου από τους προσωπικούς υπολογιστές των χρηστών και να δίνονται ηλεκτρονικές απαντήσεις.

Τέλος η παραγωγή ή η γνωριμία με τις υπηρεσίες είναι ουσιώδης. Η δημόσια βιβλιοθήκη πρέπει ότι υπόσχεται να το διεξάγει σε σύντομο χρονικό διάστημα. Ο διαδανεισμός για παράδειγμα αν είναι περίπλοκος για τους χρήστες, οι υπεύθυνοι θα πρέπει είτε να κάνουν την υπηρεσία ευκολότερη είτε να την καταργήσουν.

6.2.1 ΤΡΟΠΟΙ ΠΡΟΩΘΗΣΗΣ ΠΟΥ ΧΡΗΣΙΜΟΠΟΙΕΙ Η ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗ

Η δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης, έχοντας καταλάβει τη σπουδαιότητα που έχει η προώθηση της βιβλιοθήκης και των υπηρεσιών που αυτή προσφέρει στο κοινό της, ακολουθεί κάποια μέσα για την προώθηση της. Έτσι, πολύ συχνά πραγματοποιούνται στους χώρους της βιβλιοθήκης εκδηλώσεις, οι οποίες έχουν σκοπό να προσελκύσουν το κοινό.

Μία από τις συχνότερες εκδηλώσεις της βιβλιοθήκης είναι οι διάφορες ομιλίες ή διαλέξεις που πραγματοποιούνται στους χώρους της. Κατά τη διάρκεια αυτών των ομιλιών και των διαλέξεων επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη άτομα από διάφορους χώρους και ειδικότητες, καθώς κάθε φορά οι ομιλίες απευθύνονται και σε διαφορετικό κοινό. Οι ομιλίες και οι διαλέξεις πραγματοποιούνται συνήθως από σημαντικά άτομα της πόλης που έχουν με τον ένα ή άλλο τρόπο προσφέρει στο κοινωνικό σύνολο. Ακόμη μπορεί να είναι σπουδαία άτομα των τεχνών και των γραμμάτων που έχουν γράψει και συνεχίζουν να γράφουν ιστορία στο χώρο τους εντός και εκτός των συνόρων της πόλης ή ακόμα και εκτός των ελληνικών συνόρων. Τέτοια άτομα είναι

σπουδαίοι συγγραφείς, καλλιτέχνες, επιστήμονες. Οπότε η συγκεκριμένη εκδήλωση προσελκύει πολύ μεγάλη μερίδα του κοινού που ενδιαφέρεται να γνωρίσει σημαντικές προσωπικότητες, να συζητήσει μαζί τους και να ανταλλάξουν απόψεις. Σε ορισμένες ομιλίες, οι ομιλητές είναι άνθρωποι της πόλης που ασχολούνται με τα κοινά, όπως ο δήμαρχος ή ο νομάρχης και άλλα μέλη του δημοτικού και νομαρχιακού συμβουλίου. Σε αυτές τις περιπτώσεις το κοινό έχει τη δυνατότητα να ακούσει για τα μελλοντικά σχέδια τους και να ενημερωθεί για τα μέτρα που πρόκειται να παρθούν για την αντιμετώπιση των προβλημάτων της πόλης, καθώς επίσης μπορούν να κάνουν τα δικά τους παράπονα για την πολιτική που ακολουθείται, να αναφέρουν τα προσωπικά τους προβλήματα και να ζητήσουν τη γνώμη και τη βοήθεια των ειδικών. Γενικότερα οι ομιλίες και οι διαλέξεις που γίνονται στους χώρους της βιβλιοθήκης έχουν πολύ μεγάλο ενδιαφέρον και προσφέρουν πολλά στο κοινό που τις παρακολουθεί.

Βέβαια υπάρχουν και οι περιπτώσεις που μια διάλεξη ή μια ομιλία είναι πολύ συγκεκριμένη και απευθύνεται μόνο σε ορισμένο κοινό, όπως επιστήμονες, ερευνητές, καλλιτέχνες, συγγραφείς. Σ' αυτές τις περιπτώσεις έχουμε την προσέλευση στη βιβλιοθήκη ειδικού κοινού, το οποίο υπό διαφορετικές συνθήκες δύσκολα θα επισκέπτονταν τη βιβλιοθήκη.

Μία άλλη συνηθισμένη εκδήλωση της βιβλιοθήκης στα πλαίσια της προώθησης της είναι η οργάνωση βιβλιοπαρουσιάσεων. Οι βιβλιοπαρουσιάσεις είναι αρκετά συχνές και τα θέματά τους είναι ποικίλα. Μπορεί να περιλαμβάνουν από την παρουσίαση μιας ποιητικής συλλογής ή ενός έργου με επιστημονικό χαρακτήρα έως και την παρουσίαση παιδικών βιβλίων. Η ευρεία γκάμα των βιβλιοπαρουσιάσεων σχετίζεται με την ιδιαίτερα ανεπτυγμένη συλλογή της βιβλιοθήκης, αλλά και με την πολυμορφία του κοινού της. Οι βιβλιοπαρουσιάσεις διακρίνονται από ποικιλία για να προσελκύουν κάθε φορά και διαφορετικό κοινό. Είναι ένας πολύ καλός τρόπος για την προσέλευση παιδιών, καθώς έχει γι' αυτά ιδιαίτερο ενδιαφέρον η ανάγνωση παραμυθιών ή άλλων εφηβικών έργων και έτσι αυξάνεται η επιθυμία τους για την ανάγνωση βιβλίων γενικότερα. Επίσης γίνεται σταδιακά η βιβλιοθήκη πιο φιλική και ευχάριστη και δεν αποτελεί απλά ένα μέρος που πρέπει να πηγαίνουν τα παιδιά αναγκαστικά μετά από την παρότρυνση των γονιών ή των δασκάλων τους για να διαβάσουν βιβλία που δεν τα ενδιαφέρει. Ακόμη η παρουσίαση ενός βιβλίου από τον ίδιο το δημιουργό του ή από κάποιον άλλο σπουδαίο συγγραφέα ή καλλιτέχνη αποτελεί αρκετά ελκυστικό μέσο για την προσέλευση ανθρώπων που διαφορετικά

δεν θα επισκέπτονταν τη βιβλιοθήκη ή μπορεί ακόμα και να μην διάβαζαν το βιβλίο. Με την παρουσίαση του βιβλίου από κάποιον ειδικό το ενδιαφέρον για το συγκεκριμένο βιβλίο ή ακόμα και για τον συγγραφέα του, μπορεί να εκτιναχθεί και έτσι πολλά από τα άτομα που παρευρέθηκαν στην παρουσίαση να θέλουν να αποκτήσουν κάρτα της βιβλιοθήκης, αν δεν διαθέτουν ήδη, προκειμένου να δανειστούν το βιβλίο. Όπως επίσης, να αυξηθεί το ενδιαφέρον τους και για άλλα έργα του ίδιου συγγραφέα ή του συγκεκριμένου στυλ γραφής και έκφρασης και έτσι να επισκέπτονται πιο συχνά τη βιβλιοθήκη για να δανειστούν επιπλέον βιβλία. Αυτοί που ήδη έχουν κάρτα της βιβλιοθήκης και είναι χρήστες της θα μπορέσουν να ανακαλύψουν μια επιπλέον πολύ ενδιαφέρουσα υπηρεσία της βιβλιοθήκης και να μιλήσουν για την εκδήλωση επαινετικά σε φίλους και γνωστούς που δεν γνωρίζουν τη βιβλιοθήκη και τις υπηρεσίες της.

Τα σεμινάρια και τα συνέδρια είναι πολύ προσφιλή στη βιβλιοθήκη, καθώς υπάρχει και ειδικά διαμορφωμένος χώρος στο δεύτερο όροφο του κτιρίου για αυτό το σκοπό. Έτσι σε αρκετά τακτά χρονικά διαστήματα πραγματοποιούνται κάποια από τα σημαντικότερα σεμινάρια και συνέδρια της πόλης. Στη διάρκεια διεξαγωγής τους επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη εκτός από το κοινό της πόλης και κάποια άτομα από την υπόλοιπη Βόρεια Ελλάδα που επιθυμούν να συμμετάσχουν στο σεμινάριο ή το συνέδριο αλλά δεν τους δίνεται η δυνατότητα να το κάνουν αυτό στη πόλη τους. Οπότε ο αριθμός των επισκεπτών της βιβλιοθήκης αυξάνεται ραγδαία. Τα σεμινάρια και τα συνέδρια απευθύνονται βέβαια, σε συγκεκριμένο κοινό και όχι σε όλους τους χρήστες της βιβλιοθήκης ή τους δημότες της πόλης. Αλλά είναι μια πολύ καλή ευκαιρία για τα συγκεκριμένα άτομα που υπό διαφορετικές συνθήκες, λόγω υπερβολικού φόρτου εργασίας ή έλλειψης χρόνου, δεν θα την επισκέπτονταν να γνωρίσουν τη βιβλιοθήκη και τη μεγάλη της συλλογή.

Μια άλλη εκδήλωση παρόμοια μ' αυτήν των σεμιναρίων είναι η διοργάνωση ημερίδων. Οι ημερίδες απευθύνονται στο ίδιο κοινό μ' αυτό των σεμιναρίων και τα θέματά τους είναι παρόμοια. Διαφέρουν στη διάρκεια, αφού οι ημερίδες πραγματοποιούνται μόνο για μια ημέρα. Στις ημερίδες διευκολύνεται η προσέλευση ατόμων που διαθέτουν ελάχιστο χρόνο, λόγω της μονοήμερης διάρκειας τους.

Τα επετειακά αφιερώματα είναι μια πολύ ενδιαφέρουσα εκδήλωση και πραγματοποιούνται κατά τη διάρκεια εορτασμού σημαντικών επετείων. Απαγγέλλονται ποιήματα και λόγοι ειδικά γραμμένοι για την συγκεκριμένη επέτειο. Στα επετειακά αφιερώματα παρευρίσκονται συνήθως σπουδαία άτομα της πόλης,

όπως ο δήμαρχος ή ο νομάρχης. Συνήθως σ' αυτά συμμετέχουν σχολεία και μαθητικοί σύλλογοι, με τη συνοδεία των καθηγητών τους. Πολλές φορές μάλιστα απαγγέλλονται ποιήματα από τους μαθητές. Τα επετειακά αφιερώματα αποτελούν ένα ακόμα πολύ καλό τρόπο προσέλευσης κοινού και βοηθούν στο να αναδειχθεί και μια άλλη πλευρά της βιβλιοθήκης. Η μελετημένη και οργανωμένη διεξαγωγή των αφιερωμάτων κάνουν το κοινό που τα παρακολούθησε να διαφημίσει τη βιβλιοθήκη και να παρευρίσκεται σε επόμενα αφιερώματα.

Στα πλαίσια των εκδηλώσεων που πραγματοποιούνται στη βιβλιοθήκη εντάσσονται και κάποιες εκθέσεις, αλλά και θεατρικές παραστάσεις. Αν και δεν είναι ιδιαίτερα μεγάλος ο αριθμός αυτών των εκδηλώσεων η προσέλευση του κοινού είναι μεγάλη. Γιατί δίνεται η δυνατότητα στο κοινό να παρακολουθήσει σπάνιες εκθέσεις που υπό διαφορετικές συνθήκες κάτι τέτοιο θα ήταν αδύνατο. Συχνότερες είναι οι εκθέσεις ζωγραφικής σημαντικών ζωγράφων, αλλά και κάποιων νέων δημιουργών. Επίσης γίνονται και εκθέσεις, όπως σύγχρονης τέχνης ή αφηρημένης. Φυσικά, πολύ οικείες και συχνές είναι οι εκθέσεις βιβλίου, οι οποίες κάθε φορά έχουν και διαφορετικό αντικείμενο, όπως εκθέσεις παιδικού βιβλίου, εκθέσεις ιστορικών έργων ή ποιητικές εκθέσεις. Το κοινό μέσα απ' αυτές τις εκθέσεις ενημερώνεται για νέες κυκλοφορίες βιβλίων και μπορεί να απολαμβάνει έργα τέχνης.

Πόλο έλξης στη βιβλιοθήκη αποτελούν οι θεατρικές παραστάσεις που ανεβαίνουν σ' αυτή. Οι περισσότερες βέβαια, είναι παιδικές θεατρικές παραστάσεις και είναι βασισμένες σε γνωστά παραμύθια, με ηθοποιούς που είναι γνωστοί και οικείοι στα παιδιά. Τα παιδιά λατρεύουν τις θεατρικές παραστάσεις, οπότε είναι πολύ μεγάλος ο αριθμός των σχολείων, αλλά και μεμονωμένων παιδιών που επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη κατά τη διάρκεια των παραστάσεων. Οι θεατρικές παραστάσεις είναι πολύ σημαντικό βοήθημα για τη βιβλιοθήκη, καθώς όχι μόνο προσελκύουν την περίοδο των παραστάσεων παιδιά, αλλά παράλληλα τα κάνουν να αγαπούν τη βιβλιοθήκη και να μη διστάζουν να την επισκέπτονται. Επίσης, δίνουν τη δυνατότητα στους γονείς και τους δασκάλους να διαπιστώσουν τις επιπλέον υπηρεσίες της βιβλιοθήκης, να την εκτιμήσουν περισσότερο σαν οργανισμό και έπειτα να παροτρύνουν ακόμη περισσότερο τα παιδιά και τους μαθητές τους να πηγαίνουν στη βιβλιοθήκη. Όμως εκτός από τις παιδικές παραστάσεις πραγματοποιούνται και παραστάσεις για ενήλικες. Οι οποίες είναι πολύ ενδιαφέρουσες, αφού παρουσιάζονται από οργανωμένες θεατρικές ομάδες της πόλης και τα θέματά τους είναι γνωστά θεατρικά έργα. Έτσι, η βιβλιοθήκη



επιτυγχάνει μέσα από αυτές τις παραστάσεις να συγκεντρώσει μεγάλο ποσοστό από το φιλότεχνό κοινό της πόλης που αγαπά ιδιαίτερα το θέατρο, αλλά και άτομα που δεν έχουν την οικονομική δυνατότητα να παρακολουθήσουν άλλες θεατρικές παραστάσεις.

Μέσα από όλες αυτές τις εκδηλώσεις η βιβλιοθήκη έχει καταφέρει να αυξήσει κατά πολύ σημαντικό ποσοστό τους επισκέπτες της, αλλά και τους χρήστες της. Έχει καταφέρει να το ενδιαφέρον του κοινού και να αυξήσει τους νέους χρήστες της. Βέβαια για τη πραγματοποίηση των εκδηλώσεων χρειάζεται μεγάλη προσπάθεια και οργάνωση, όπως και συνεργασία μεταξύ των εργαζομένων της βιβλιοθήκης. Επίσης χρειάζεται πολύς χρόνος και αυτός είναι ένας ανασταλτικός παράγοντας γιατί λόγω έλλειψης προσωπικού παραμελούνται άλλες εργασίες. Γι' αυτό και οι εκδηλώσεις αυτή τη στιγμή βρίσκονται σε πρωταρχικό στάδιο και δεν είναι τόσο συχνές.

6.3 ΕΣΟΔΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η Κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη του δήμου Θεσσαλονίκης, όπως και όλες σχεδόν οι δημοτικές βιβλιοθήκες αντλεί το μεγαλύτερο μέρος των οικονομικών της πόρων από κονδύλια του δήμου. Όλες οι δημοτικές βιβλιοθήκες δημιουργούνται και υποστηρίζονται από τους δήμους στους οποίους ανήκουν και τα έσοδα τους προέρχονται από δημοτικούς παράγοντες και δημοτικές κατανομές, σε κάθε ετήσιο προϋπολογισμό του δήμου περιλαμβάνεται και η οικονομική στήριξη της δημοτικής βιβλιοθήκης. Έτσι κάθε χρόνο ψηφίζονται κάποια κονδύλια που έχουν σαν σκοπό την οικονομική ενίσχυση της βιβλιοθήκης. Αυτά τα κονδύλια, συνήθως προέρχονται από κάποιους δημοτικούς φόρους ή από τα χρήματα που διαθέτει το κράτος στο δήμο για την πολιτιστική ανάπτυξη της πόλης. Σαν αποτέλεσμα αυτών, οι προτεραιότητες και οι υπηρεσίες που προσφέρει η βιβλιοθήκη στους χρήστες της εξαρτώνται από τα χρήματα που διαθέτει ο δήμος στη βιβλιοθήκη, αν τα χρήματα είναι ικανοποιητικά θα μπορεί η βιβλιοθήκη να διευρύνει τη συλλογή ή τις υπηρεσίες της, ενώ αν τα χρήματα είναι ελάχιστα η βιβλιοθήκη δεν μπορεί παρά να προσφέρει τις ίδιες υπηρεσίες και να αναπτύξει ελάχιστα τη συλλογή της.

Η Κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης αποτελείται από επτά παραρτήματα που βρίσκονται σε διάφορους δήμους της πόλης όπως, η βιβλιοθήκη Κάτω Τούμπας, Άνω Πόλης, Ξηροκρήνης, Κωνσταντινουπόλεως, Χαριλάου, Άνω Τούμπας και η περιφερειακή και παιδική βιβλιοθήκη 40 Εκκλησιών. Επίσης στα

πλαίσια της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης εντάσσονται και επτά παιδικές βιβλιοθήκες, Άνω Πόλης, Δελφών, Καλλιθέας, Ξηροκρήνης, Ορέστου, Σιδηροδρομικού Σταθμού, καθώς και η πρότυπη σχολική βιβλιοθήκη στην Κασσάνδρου. Όλα αυτά τα παραρτήματα και οι παιδικές βιβλιοθήκες, είναι υπό την επίβλεψη και τη φροντίδα της κεντρικής βιβλιοθήκης. Αυτό σημαίνει πως τα χρήματα που δίνονται από το δήμο για τη βιβλιοθήκη συμπεριλαμβάνουν και τα παραρτήματα της. Οι υπεύθυνοι διαχείρισης χρημάτων της βιβλιοθήκης θα πρέπει στη συνέχεια, συμβουλευόμενοι τα παραρτήματα να κατανεύμουν τα χρήματα, σύμφωνα με τις ανάγκες που έχει κάθε βιβλιοθήκη. Φυσικά τα περισσότερα χρήματα μένουν στην κεντρική βιβλιοθήκη, αφού είναι η μεγαλύτερη και έχει τους περισσότερους χρήστες και άρα και τις μεγαλύτερες οικονομικές απαιτήσεις για την κάλυψη των πάγιων αναγκών της. Επειδή τα χρήματα τα διαχειρίζεται η κεντρική βιβλιοθήκη θα πρέπει οι υπεύθυνοι να είναι πολύ προσεκτικοί για να μην γίνουν λάθη και να είναι ευχαριστημένοι με την κατανομή οι περισσότεροι.

Ο δήμος Θεσσαλονίκης ενδιαφέρεται πολύ για τη δημοτική βιβλιοθήκη, αλλά δυστυχώς τα χρήματα που διαθέτει γι' αυτήν δεν είναι τα απαιτούμενα για την πλήρη κάλυψη των αναγκών της βιβλιοθήκης και των παραρτημάτων της, αλλά ούτε δίνουν τη δυνατότητα στη βιβλιοθήκη να μπορέσει να ακολουθήσει τις νέες τάσεις της τεχνολογικής ανάπτυξης που επικρατούν διεθνώς. Έτσι αναπόφευκτά, οι υπηρεσίες της βιβλιοθήκης παραμένουν πρωτόγονες και οι χρήστες δεν είναι πολλές φορές ικανοποιημένοι. Καθώς, οι βιβλιοθήκες είναι υποχρεωμένες να διατηρούν τις συλλογές τους σύγχρονες και παράλληλα να επενδύουν σε νέες τεχνολογίες, οι οποίες όμως απαιτούν μεγάλες οικονομικές επενδύσεις.

Μια ακόμα πηγή ελάχιστων εσόδων της βιβλιοθήκης είναι το φωτοτυπικό μηχάνημα που διαθέτει η βιβλιοθήκη, το οποίο για να το χρησιμοποιήσουν οι χρήστες θα πρέπει να πληρώσουν για κάθε φωτοτυπία που βγάζουν. Το θετικό είναι πως υπάρχει πολύ υλικό στη βιβλιοθήκη το οποίο δεν δανείζεται, όπως περιοδικά ή εφημερίδες και άλλο πληροφοριακό υλικό ή βιβλία που δεν δανείζονται, όπως αυτά της παλαιάς συλλογής, και αναγκαστικά οι χρήστες πρέπει να βγάλουν φωτοτυπίες προκειμένου να μπορούν να χρησιμοποιήσουν αποσπάσματά τους. Δυστυχώς όμως, και τα χρήματα που συγκεντρώνει η βιβλιοθήκη από τη χρήση του φωτοτυπικού μηχανήματος δεν επαρκούν ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν για την κάλυψη όλων των αναγκών της βιβλιοθήκης.



Γενικότερα, τα έσοδα τη βιβλιοθήκης είναι πολύ λίγα αναλογικά με τις ανάγκες της και τις απαιτήσεις των χρηστών της που είναι αναγκασμένη να καλύψει, για να μπορεί να θεωρείται σύγχρονη και πλούσια σε υλικό βιβλιοθήκη. Έτσι η βιβλιοθήκη λόγω σημαντικής έλλειψης χρημάτων έχει μείνει πολύ πίσω όσον αφορά την τεχνολογία και τους τρόπους εξυπηρέτησης και επικοινωνίας με τους χρήστες της.

6.4 ΕΞΟΔΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η δημοτική βιβλιοθήκη, όπως και κάθε βιβλιοθήκη, αλλά και γενικότερα κάθε οργανισμός για τη διαχείριση και σωστή κατανομή των εσόδων της συντάσσει κάθε χρόνο έναν προϋπολογισμό λαμβάνοντας υπόψη τους τομείς δραστηριότητας της. Ο προϋπολογισμός χωρίζεται σε κάποιους τομείς, οι οποίοι είναι:

1. Οι μισθοί, δηλαδή οι εργοδοτικές εισφορές, η ασφάλεια, η συνταξιοδότηση, οι έκτατες αμοιβές, η συνεχής εκπαίδευση και κατάρτιση του προσωπικού. Οι δαπάνες για τους μισθούς καταλαμβάνουν το μεγαλύτερο μέρος του προϋπολογισμού.

2. Διοικητικά κόστη, στα οποία περιλαμβάνονται τα έξοδα για τη γραφική ύλη και τον εξοπλισμό γραφείου, τα τηλέφωνα, τη θέρμανση, την καθαριότητα, το υγειονομικό και φαρμακευτικό υλικό, τον φωτισμό, το φωτοτυπικό, το υλικό εκτυπώσεων και βιβλιοδετήσεων.

3. Υπηρεσίες υπολογιστών, που είναι η αγορά και η στήριξη μηχανημάτων, λογισμικού και δικτύων. Εκτός από την τρέχουσα δαπάνη για την αγορά αυτών των μηχανημάτων, κάθε χρόνο υπάρχει μια επαναλαμβανόμενη δαπάνη για τη συντήρηση και την καλή τους λειτουργία για τα επόμενα χρόνια.

4. Βιβλία, η βιβλιοθήκη, όπως και όλες οι βιβλιοθήκες, έχει υιοθετήσει κάποιους κανόνες κατάρτισης συλλογής και κριτήρια αξιολόγησης, ώστε να επιτυγχάνει την ισόρροπη ανάπτυξη των θεματικών κατηγοριών και των μορφών πληροφόρησης. Έτσι η επιλογή και προμήθεια νέων τίτλων βιβλίων γίνεται σύμφωνα, μ' αυτούς τους κανόνες και τα κριτήρια και φυσικά σύμφωνα με την οικονομική δυνατότητα της βιβλιοθήκης, ώστε να γίνει μια προσέγγιση ανάπτυξης της συλλογής που να αγγίζει το ιδανικό.

5. Οπτικοακουστικό υλικό, που αποτελείται από δίσκους, κασέτες – βιντεοκασέτες, CD, CD-ROM, DVD.

6. Περιοδικά – Σειρές, οι συνδρομές σε εφημερίδες, περιοδικά, βάσεις δεδομένων. Κάθε χρόνο το ποσό του προϋπολογισμού για τα περιοδικά αυξάνεται,



αφού σ' αυτό συμπεριλαμβάνονται η περσινή τιμή και επιπλέον ο πληθωρισμός αυτού του έτους.

7. Αποθέματα για απρόοπτες ανάγκες ,όπως πλημμύρα, φωτιά. Είναι απαραίτητο να υπάρχει ένα τέτοιο ποσό στον ετήσιο προϋπολογισμό, έστω και αν δεν χρησιμοποιείται κάθε χρόνο.

Λοιπές δαπάνες, είναι κάποιες επιπλέον δαπάνες και προμήθειες που κάνει η βιβλιοθήκη. Όπως οι προμήθειες βιβλιοθηκονομικού υλικού, αντικλεπτικών ταινιών, παιδαγωγικού και ψυχαγωγικού υλικού. Καθώς και δαπάνες που γίνονται κάθε χρόνο για την πραγματοποίηση κάποιων εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων. Όπως επίσης οι δαπάνες δημοσίων σχέσεων που γίνονται από τη διεύθυνση της βιβλιοθήκης. Τέλος στις λοιπές δαπάνες της βιβλιοθήκης συμπεριλαμβάνονται και η οικονομική στήριξη που προσφέρει η βιβλιοθήκη στα υπόλοιπα παραρτήματά της για την κάλυψη των βασικών τους αναγκών, την πραγματοποίηση κάποιων εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων και τη σήμανση των βιβλιοθηκών με πινακίδες.

Συγκεντρωτικά τα έξοδα της βιβλιοθήκης καταμερίζονται στις εξής κατηγορίες:

1. Κόστη προσωπικού, 2. Το κόστος του υλικού, δηλαδή η ανάπτυξη και συντήρηση της συλλογής, 3. Κόστη αυτοματισμού της βιβλιοθήκης, 4. Λειτουργικά έξοδα / συντήρηση του κτιρίου, 5. Κόστη διοίκησης.

6.5 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Το προσωπικό κάθε βιβλιοθήκης αποτελεί ένα από τα σημαντικότερα συστατικά για την ομαλή λειτουργία της βιβλιοθήκης και της σωστής προβολής της στο κοινό. Το προσωπικό της βιβλιοθήκης είναι υπεύθυνο για την εξυπηρέτηση του κοινού, τη συγκρότηση της συλλογής, την έρευνα αγοράς των αναγκών του κοινού και αξιολόγησης της, τη σύνταξη οδηγών χρήσης του εξοπλισμού και των πηγών πληροφόρησης σε έντυπη και ηλεκτρονική μορφή, τη διατήρηση και μελέτη στατιστικών, την εξέλιξη των υπηρεσιών και την υιοθέτηση νέων, την προβολή και προώθηση της βιβλιοθήκης και των υπηρεσιών της. Επίσης, είναι υπεύθυνο για την παρακολούθηση της αγοράς για νέα προϊόντα, τη συντήρηση της συλλογής και τη δημιουργία ιστοσελίδας, όπου αυτό είναι εφικτό.

Για την διεκπεραίωση όλων αυτών των καθηκόντων θα πρέπει τα άτομα που αποτελούν το προσωπικό της βιβλιοθήκης να είναι σε θέση να κάνουν ταχεία διεκπεραίωση των αιτημάτων, να δίνουν σωστή και πλήρη απάντηση στα



ερωτήματα, να κάνουν τριμηνιαία ενημέρωση για τα προϊόντα της αγοράς, ετήσια έρευνα αγοράς και ανάλυσης των αναγκών του κοινού, μηνιαία παραγγελία έντυπου πληροφοριακού υλικού, αποτελεσματική εκπαίδευση του κοινού και να επινοεί συνεχώς νέους τρόπους προσέλκυσης των μη χρηστών της βιβλιοθήκης.

Η ευφράδεια, η κρίση, η κοινωνικότητα και η συγκέντρωση της προσοχής είναι από τα χαρακτηριστικά που ο εργαζόμενος πρέπει να διαθέτει προκειμένου να ικανοποιεί με επιτυχία τα αιτήματα του κοινού. Επίσης, η μνήμη, η οξύτητα ακοής και οράσεως και η παρατηρητικότητα τον διευκολύνουν πολύ στην επικοινωνία του με το κοινό, ενώ τον απαλλάσσουν από τυχόν αστοχίες και επαναλήψεις. Η κρίση και η πρωτοβουλία είναι αναγκαία χαρακτηριστικά για την, όσο το δυνατόν, πληρέστερη, σωστή και έγκυρη εξυπηρέτηση, αλλά και για την βέλτιστη εκτίμηση των αναγκών των χρηστών και αξιολόγηση των διαθέσιμων στην αγορά πηγών. Η λήψη αποφάσεων είναι έργο βέβαια που αφορά τον προϊστάμενο, όμως η ικανότητα εξαγωγής ασφαλών και τεκμηριωμένων συμπερασμάτων βοηθούν στο έργο του.

Το προσωπικό της Κεντρικής Δημοτικής Βιβλιοθήκης αποτελείται από 35 άτομα τα οποία εργάζονται σε διαφορετικό πόστο και με διαφορετικά καθήκοντα στους χώρους της, ώστε να λειτουργεί όσο το δυνατόν καλύτερα η βιβλιοθήκη.

Συγκεκριμένα, το προσωπικό που είναι υπεύθυνο για την εξυπηρέτηση του κοινού, αποτελείται από 6 άτομα και τον προϊστάμενο του τμήματος, μεταξύ των βασικών καθηκόντων τους συμπεριλαμβάνονται η ζεστή και επαγγελματική συμπεριφορά. Πιο αναλυτικά τα καθήκοντα τους περιγράφονται ως εξής: δέχονται ερωτήματα και αιτήματα : τηλεφωνικά, με φαξ, παραγγελίας, έντυπες φόρμες παραγγελίας, έγγραφα και επίσκεψη στη βιβλιοθήκη. Ακούνε με προσοχή, κάνουν ερωτήσεις όταν είναι αναγκαίο για τη σαφή κατανόηση της ερώτησης ή του αιτήματος. Εμπνέουν εμπιστοσύνη στους χρήστες που εκφράζουν αισθήματα αμφισβήτησης, αποφεύγουν τις προσωπικές συζητήσεις, προσεγγίζουν αναγνώστες που δείχνουν πως χρειάζονται βοήθεια, συνοδεύουν τον χρήστη στην πηγή για να του δείξουν πώς να τη χρησιμοποιήσει και τον αφήνουν μόνο αφού βεβαιωθούν ότι μπορεί να εξυπηρετηθεί μόνος του, χρησιμοποιούν όλες τις διαθέσιμες πηγές της βιβλιοθήκης.

Τα καθήκοντα του προσωπικού της συγκρότησης της συλλογής πληροφοριακού υλικού της βιβλιοθήκης είναι: η συλλογή κάθε δεδομένου, κυρίως κριτικές και άλλα εργαλεία επιλογής, που αφορά υλικό σχετικό με τις ανάγκες του τμήματος και που μπορεί να προστεθεί στη συλλογή, να ακολουθούν τα διεθνή



πρότυπα και την πολιτική της βιβλιοθήκης, να ενημερώνουν τους χρήστες για την άφιξη του νέου υλικού, καθώς και για συνδέσεις με πηγές πληροφόρησης, να ερευνούν την περίπτωση της πρόσβασης έναντι της ιδιοκτησίας των πηγών, να μελετούν την περίπτωση ηλεκτρονικής ή έντυπης μορφής των πηγών, να υποστηρίζουν τις πληροφοριακές πηγές από το δίκτυο ώστε να είναι πάντοτε επίκαιρες και οι συνδέσεις έγκυρες, να εκδίδουν οδηγούς χρήσης των πηγών και του εξοπλισμού που αυτές απαιτούν, να ενημερώνουν για τον κανονισμό χρήσης των πηγών και για τυχόν χρεώσεις κατά τη χρήση τους.

Οι υπευθυνότητες που υπάγονται στο καθήκον της εκπαίδευσης των χρηστών μεταξύ άλλων είναι: να ετοιμάζει επιβοηθητικά και συγκροτημένα καθοδηγητικά εργαλεία, να είναι ακριβής στην ώρα του και να τελειώνει την εκπαίδευση χωρίς καθυστερήσεις, να δημιουργεί εργαλεία εξάσκησης για τις ανάγκες του μαθήματος, να ετοιμάζει ερωτηματολόγια που θα συμπληρωθούν από τους χρήστες, ώστε να αποτελέσουν τη βάση της βελτίωσης των μαθημάτων και τέλος να συμπεριφέρεται κατά τρόπο ανάλογο με εκείνο της εξυπηρέτησης των χρηστών, να έχει δηλαδή ζεστή και επαγγελματική συμπεριφορά.

Το προσωπικό της Κεντρικής Βιβλιοθήκης, είναι αρκετά ικανό στη δουλειά του, αλλά δεν δίνει τα μέγιστα για την καλύτερη εξυπηρέτηση των χρηστών και για την προώθηση της βιβλιοθήκης. Τα μεγαλύτερα προβλήματα συναντώνται στο προσωπικό που είναι υπεύθυνο για την εξυπηρέτηση του κοινού. Συγκεκριμένα, το προσωπικό δεν είναι όσο ευγενικό θα έπρεπε, είναι πολύ αργό στην εξυπηρέτηση των χρηστών και δεν ακούει προσεκτικά τα ερωτήματα και τα αιτήματα των χρηστών και έτσι πολλές φορές δίνονται αναπόφευκτα, λάθος οδηγίες ή πληροφορίες. Επίσης πολλά προβλήματα εξυπηρέτησης υπάρχουν και από το προσωπικό που είναι υπεύθυνο για τη συγκρότηση της συλλογής, δεν γίνεται άμεση ενημέρωση των χρηστών για την άφιξη του νέου υλικού, δεν είναι ευγενικοί με τους χρήστες και δεν δείχνουν ενδιαφέρον για τις ερωτήσεις και τα αιτήματα τους. Συχνά δίνουν την εντύπωση πως δεν τους ενδιαφέρει καθόλου το αντικείμενο εργασίας τους. Ένα άλλο πολύ μεγάλο πρόβλημα με μεγάλη μερίδα του προσωπικού της βιβλιοθήκης, είναι πως δεν ακολουθεί ακριβώς το ωράριο εργασίας του με αποτέλεσμα να είναι δύσκολο για κάποιον χρήστη να βρει κάποιον υπεύθυνο αν τον χρειάζεται για πληροφορίες τις οποίες δεν μπορούν να απαντηθούν από το προσωπικό της εξυπηρέτησης του κοινού. Ο προϊστάμενος και οι υπεύθυνοι τμημάτων δεν ενδιαφέρονται όσο θα έπρεπε για την καλύτερη λειτουργία της βιβλιοθήκης και για



την προώθησή της. Τέλος, το σημαντικότερο πρόβλημα είναι το ότι το κλίμα που επικρατεί ανάμεσα στο προσωπικό είναι πολύ αρνητικό και έτσι η συνεργασία μεταξύ των συναδέλφων και συνεργατών για την επίτευξη των επαγγελματικών στόχων είναι πολύ δύσκολη.

Δυστυχώς η βιβλιοθήκη δεν απαρτίζεται από το κατάλληλο προσωπικό και έτσι δεν αποδίδονται τα μέγιστα και υποβιβάζονται οι υπηρεσίες της βιβλιοθήκης και η εξυπηρέτηση των χρηστών. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα τη δυσαρέσκεια των χρηστών και τη μείωση των νέων μελών, αλλά και το άσχημο επαγγελματικό κλίμα μεταξύ των συναδέλφων.

6.6 ΚΟΙΝΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η δημοτική βιβλιοθήκη αποτελεί ένα ευχάριστο και ασφαλές μέρος που έχει ανοιχτές τις πόρτες της, προκειμένου να καλωσορίσει και να εξυπηρετήσει όποιο πολίτη της πόλης επιθυμεί να την επισκεφτεί, χωρίς διάκριση φυλής, χρώματος, εθνικότητας, ηλικίας, φύλου, θρησκείας, γλώσσας, κοινωνικής θέσης και εκπαιδευτικού επιπέδου. Ο τόπος κατοικίας ή η ύπαρξη φυσικών αναπηριών δεν θα πρέπει να είναι φραγμός σε όποιον επιθυμεί να χρησιμοποιήσει τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης. Για το λόγο αυτό το κτίριο που στεγάζεται η βιβλιοθήκη βρίσκεται σ' ένα πολύ κεντρικό σημείο της πόλης για να μπορούν όλοι γρήγορα και εύκολα να έχουν πρόσβαση σε αυτή, αλλά και οι χώροι στο εσωτερικό του κτιρίου είναι διαμορφωμένοι έτσι ώστε να είναι πολύ εύκολη η περιήγηση σ' αυτό. Κάθε όροφος αποτελείται από διαφορετική συλλογή και τα ράφια είναι κατασκευασμένα ώστε το υλικό που βρίσκεται σε αυτά να είναι ευκολοπροσβάσιμο για να μπορούν οι χρήστες να κάνουν έρευνα και να βρίσκουν μόνοι τους το υλικό που επιθυμούν.

Έτσι τη δημοτική βιβλιοθήκη του δήμου Θεσσαλονίκης επισκέπτεται καθημερινά ένας πολύ μεγάλος αριθμός ατόμων που ζει και εργάζεται στην πόλη. Πιο συχνά η βιβλιοθήκη κατακλύζεται από φοιτητές που επιθυμούν να μελετήσουν στους χώρους της ή να προμηθευτούν υλικό για κάποια εργασία τους, καθηγητές και επιστήμονες οι οποίοι θέλουν να ενημερωθούν για κυκλοφορίες νέων βιβλίων ή να δανειστούν βιβλία και υλικό που θα τους φανούν χρήσιμα στην εργασία τους, μαθητές και παιδιά μόνα τους ή υπό την επίβλεψη των γονιών τους ή των καθηγητών τους, που χρησιμοποιούν τους χώρους της βιβλιοθήκης, ως μέσο ψυχαγωγίας (παίζοντας και διασκεδάζοντας στους ειδικά διαμορφωμένους χώρους της), όπως

επίσης και για να διαβάσουν ή να δανειστούν κάποιο ενδιαφέρον παιδικό βιβλίο της συλλογής της. Εκτός από τους νέους που επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη πολλοί είναι και οι μεγαλύτεροι σε ηλικία χρήστες, συνταξιούχοι

Από την άλλη μεριά, τα άτομα με ειδικές ανάγκες, συμπεριλαμβάνοντας όλους όσους ανήκουν σ' αυτή την κατηγορία, ανεξαρτήτως ηλικίας, επισκέπτονται σπάνια τη βιβλιοθήκη αν και η βιβλιοθήκη είναι πρόθυμη να τους φιλοξενήσει στους χώρους της και να τους εξυπηρετήσει με τις υπηρεσίες της. Τα άτομα αυτά συναντούν συνεχώς μπροστά τους φράγματα και εμπόδια όσον αφορά τη χρήση της βιβλιοθήκης. Τα εμπόδια αυτά μπορεί να είναι ψυχικά, όπως τα άτομα με προβλήματα ανάπτυξης ή πνευματικής δυσλειτουργίας, τους άστεγους ή τους φυλακισμένους ή αυτούς που ζουν σε ιδρύματα. Επίσης τα εμπόδια είναι και ψυχολογικά, για παράδειγμα κάποια άτομα με χαμηλό εισόδημα πιστεύουν πως για να χρησιμοποιήσουν τη βιβλιοθήκη θα πρέπει να πληρώσουν κάποιο χρηματικό αντίτιμο ή άλλοι φοβούνται τα πρόστιμα που έχει η βιβλιοθήκη για κάθε υπέρβαση του επιτρεπτού χρόνου δανεισμού των βιβλίων. Άλλα άτομα που αντιμετωπίζουν ψυχολογικούς φραγμούς όσον αφορά τη χρήση της βιβλιοθήκης, είναι άτομα με νοητικά προβλήματα, αναλφάβητοι, μετανάστες που δεν γνωρίζουν καλά την ελληνική γλώσσα. Τα άτομα με ειδικές ανάγκες είναι συνήθως αόρατα μέλη της πόλης και δυστυχώς και φανταστικοί χρήστες της βιβλιοθήκης.

6.7 ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η βιβλιοθήκη λόγω έλλειψης επαρκών οικονομικών πόρων δεν μπορεί να υποστηρίξει τις απαιτήσεις της νέας γενιάς και να ακολουθήσει τη ραγδαία εξέλιξη της τεχνολογίας, με αποτέλεσμα οι υπηρεσίες που προσφέρει να είναι αρκετά πρωτόγονες, όσον αφορά τον τομέα αυτό.

Πιο συγκεκριμένα, η βιβλιοθήκη χρησιμοποιεί ένα δικό της σύστημα το οποίο κατασκευάστηκε και οργανώθηκε από κάποιο άτομο άσχετο με τη βιβλιοθηκονομία και άρα και με τα βιβλιοθηκονομικά συστήματα που επικρατούν παγκοσμίως. Το συγκεκριμένο σύστημα είναι ένα σύστημα που κατασκευάστηκε προκειμένου να χρησιμοποιείται από όλες τις υπηρεσίες του δήμου Θεσσαλονίκης, για παράδειγμα το ίδιο σύστημα χρησιμοποιείται από τις υπηρεσίες του δήμου που είναι υπεύθυνες για τη δειγματοληψία. Το σύστημα αυτό είναι αρκετά δύσχρηστο και καθυστερεί την εξυπηρέτηση των χρηστών. Πολύ συχνά το σύστημα ή οι υπολογιστές που

χρησιμοποιούνται από το προσωπικό κολλάνε ή σταματούν να λειτουργούν και το προσωπικό αναγκάζεται να κάνει δανεισμούς καταγράφοντας το υλικό που δανείζει σε μια κόλλα χαρτί. Φυσικά αυτό συνεπάγεται τη μεγάλη δυσφορία τόσο του προσωπικού όσο και του κοινού.

Ο αριθμός των ηλεκτρονικών υπολογιστών που διαθέτει η βιβλιοθήκη και μπορούν να χρησιμοποιήσουν οι χρήστες είναι πολύ μικρός και αυτό συνεπάγεται πως τις ώρες αιχμής είναι αδύνατον να εξυπηρετηθούν όλοι οι χρήστες που επιθυμούν να έχουν πρόσβαση στους ηλεκτρονικούς υπολογιστές. Εκτός όμως του μικρού αριθμού των υπολογιστών ένα άλλο πολύ συχνό πρόβλημα για τους χρήστες είναι η πρόσβαση σε υπηρεσίες του διαδικτύου μέσω των υπολογιστών της βιβλιοθήκης και αυτό γιατί οι συνδέσεις δεν είναι σύγχρονες και γρήγορες και πολύ συχνά οι υπολογιστές κολλάνε και η πρόσβαση στο διαδίκτυο είναι ανέφικτη ή όταν αυτή επιτυγχάνεται να γίνεται με πολλή μεγάλη καθυστέρηση. Επίσης είναι πολύ δύσκολο, σχεδόν ανέφικτο για τους χρήστες να κάνουν προσωπική έρευνα για την εύρεση υλικού από τη συλλογή της βιβλιοθήκης μέσω ηλεκτρονικών υπολογιστών καθώς γι' αυτό το σκοπό διατίθενται μόνο δυο υπολογιστές ένας στον πρώτο και ο άλλος στο δεύτερο όροφο της βιβλιοθήκης. Ένα επιπρόσθετο πρόβλημα είναι ότι λόγω έλλειψης προσωπικού τα απογεύματα δεν λειτουργεί η ηλεκτρονική βιβλιοθήκη.

Το φωτοτυπικό μηχάνημα της βιβλιοθήκης λειτουργεί μόνο μέχρι το μεσημέρι και οι χρήστες έχουν δικαίωμα να φωτοτυπήσουν συγκεκριμένο αριθμό σελίδων που φτάνει τις 15 σελίδες κάθε φορά, το μηχάνημα δεν προσφέρει τη δυνατότητα εκτύπωσης έγχρωμων φωτοτυπιών. Τέλος η επικοινωνία του κοινού με τη βιβλιοθήκη γίνεται μόνο με προσωπική επίσκεψη των χρηστών στη βιβλιοθήκη και τηλεφωνικά, καθώς κανένα άλλο μέσω επικοινωνίας, όπως φαξ ή ηλεκτρονικά μηνύματα δεν είναι διαθέσιμα



ΠΛΑΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ

7.

Προγραμματισμός είναι μια αναλυτική διαδικασία η οποία περιλαμβάνει την εκτίμηση του μέλλοντος, τον καθορισμό των αντικειμενικών στόχων στα πλαίσια αυτού του χρόνου, την ανάπτυξη εναλλακτικών σχεδίων δράσης για να επιτευχθούν οι αντικειμενικοί στόχοι και η επιλογή κατεύθυνσης, ή κατευθύνσεων δράσης ανάμεσα σ' αυτές τις εναλλακτικές. (Casell, 1991)

Ο προγραμματισμός δεν είναι μόνο συμπεριφορά αλλά και μια διαδικασία η οποία μπορεί και οδηγεί έναν οργανισμό από το σημείο στο οποίο βρίσκεται σε αυτό που θέλει να φτάσει, μέσα σε συγκεκριμένο χρονικό πλαίσιο. Ίσως οι σημαντικότεροι λόγοι προγραμματισμού είναι να εξαγνιστεί η αβεβαιότητα και να προετοιμαστεί για αλλαγή, να επικεντρώσει την προσοχή σε μία συγκεκριμένη κατεύθυνση για το μέλλον, να αποκτήσει τον οικονομικό έλεγχο της επιχείρησης και να τον εδραιώσει. Είναι φυσικά αδύνατο και μη πρακτικό ο σχεδιασμός της κάθε πράξης. Το εύρος του προγραμματισμού εξαρτάται από την κάθε περίπτωση που καλείται να αντιμετωπίσει, μπορεί να έχει να καταστρώσει ένα σχέδιο για το μέλλον της βιβλιοθήκης ή ακόμα να διαπραγματευτεί το προσωπικό από το οποίο θα απαρτίζεται το πληροφοριακό τμήμα. Μια επιτυχημένη προσέγγιση του προγραμματισμού θα πρέπει να βασίζεται στις υπάρχουσες ανάγκες και δυνατότητες της βιβλιοθήκης σαν απαραίτητα συστατικά για τον καθορισμό της μελλοντικής πορείας.

Για τη δημιουργία αυτού του πλάνου θα πρέπει να ακολουθηθεί μια διαδοχική διαδικασία φιλτραρίσματος, μέσω συγκεκριμένων στρατηγικών, λειτουργιών, σχεδίων και προγραμμάτων. Το πλάνο σχεδιάζεται σήμερα προκειμένου να χρησιμοποιηθεί για τις απαιτήσεις του μέλλοντος. Μπορεί αν κάποιος το επιθυμεί να αποτελέσει έναν κατευθυντήριο χάρτη για τα βήματα που πρέπει να γίνουν στο παρόν και να συνεχιστούν στο μέλλον ώστε να υπάρξουν τα επιθυμητά αποτελέσματα. Για τη δημιουργία και στη συνέχεια την εφαρμογή του σχεδίου θα πρέπει να ληφθεί υπόψη η άποψη και οι απαιτήσεις αυτών που ενδιαφέρονται και θα επηρεασθούν άμεσα από την εφαρμογή του σχεδίου (τα άτομα που απασχολεί ο οργανισμός για τον οποίο γίνεται το πλάνο προγραμματισμού.) Βέβαια αυτή είναι ιδανική πρόταση γιατί δεν είναι πάντα εφικτό για όλους όσους ενδιαφέρονται να συμμετάσχουν σε όλα τα επίπεδα που ακολουθούνται για την ολοκλήρωση του προγραμματισμού.



Επειδή ο προγραμματισμός είναι μια λεπτή, περίπλοκη και χρονοβόρα διαδικασία δεν μπορεί να εξαναγκάσει έναν οργανισμό ο οποίος δεν είναι έτοιμος για την αυτοανάλυση του και για την αλλαγή που θα προέλθει από αυτή τη διαδικασία να την υιοθετήσει. Θα πρέπει να τηρείται διακριτικότητα ώστε η εμπλοκή του προσωπικού στη διαδικασία του προγραμματισμού να μην επηρεάζει καθοριστικά την αποστολή του οργανισμού. Περιστασιακά οι υπηρεσίες παραγκωνίζονται γιατί όλες οι υπηρεσίες της βιβλιοθήκης απορροφούνται από τη διαδικασία του προγραμματισμού και το προσωπικό προσκολλάται τόσο πολύ στον προγραμματισμό με αποτέλεσμα βασικοί τομείς της βιβλιοθήκης να παραμελούνται. Από την άλλη πλευρά δεν είναι ασυνήθιστο σε έναν τομέα όπου κατανέμονται τεράστιες ποσότητες ενέργειας και πηγών να προσδοκούνται θεαματικά αποτελέσματα και σπουδαία αλλαγή.

Ο βαθμός στον οποίο συμβάλλει το προσωπικό στον προγραμματισμό εξαρτάται από το κόστος, το χρόνο και τη σπουδαιότητα του σχεδίου και την υπάρχουσα γνώση και ενδιαφέρον των συμμετεχόντων. Είναι σημαντικό ο καθένας να γνωρίζει ακριβώς το σκοπό του σχεδίου, τα αναμενόμενα αποτελέσματα και το ρόλο του καθένα ξεχωριστά κατά τη διάρκεια της διαδικασίας. Τουλάχιστον ολόκληρος ο οργανισμός να έχει ενημερωθεί για τα σχέδια που θα υλοποιηθούν. Όταν όλα αυτά εφαρμοστούν θα έχουμε το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα. Στον οργανισμό θα πρέπει να έχει καλλιεργηθεί ένα θετικό κλίμα ακόμα πριν ξεκινήσει η διαδικασία έτσι ώστε να ενθαρρύνει την επιτυχία του σχεδίου. Αν σε αυτό το σημείο το προσωπικό και οι υπεύθυνοι χρηματοδότησης έχουν κοινούς στόχους τότε είναι πολύ φυσικό να αναμένεται ότι τα μέλη της βιβλιοθήκης θα χρησιμοποιήσουν συστηματικά το πλάνο σαν οδηγό.

Τα μέλη του οργανισμού πρέπει να το εκτιμήσουν και να θέσουν νέους στόχους. Το πλάνο προγραμματισμού θα πρέπει να χρησιμοποιείται καθημερινά και όχι περιστασιακά όποτε ο διευθυντής αποφασίζει πως πρέπει να χρησιμοποιηθεί. Χωρίς τον καθημερινό προγραμματισμό οι αποφάσεις λαμβάνονται με μεγάλη δυσκολία και οι δραστηριότητες πραγματοποιούνται σπάνια και γενικότερα συχνά επικρατεί σύγχυση και χάος.



Υπάρχουν δύο κατηγορίες σχεδιασμού : οι μακροπρόθεσμοι, ή οι στρατηγικοί σχεδιασμοί, και οι βραχυπρόθεσμοι, ή πειραματικοί σχεδιασμοί. Αυτές οι κατηγορίες αναφέρονται στο χρονικό περιθώριο στο οποίο ο σχεδιασμός της βιβλιοθήκης θα είναι αποτελεσματικός, από τότε δηλαδή που αρχίζει να εφαρμόζεται το πλάνο έως και το τέλος του όταν πλέον οι στόχοι του έχουν επιτευχθεί.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός, είναι ένας τύπος σχεδιασμού ο οποίος έχει γίνει ευρέως γνωστός τις τελευταίες δεκαετίες. Ο στρατηγικός σχεδιασμός βρίσκεται στο επίκεντρο του στρατηγικού μάνατζμεντ. Ερέθισμα σε αυτή την ανάπτυξη έδωσε η τεχνολογική ανάπτυξη σε συνδυασμό με τις συνθήκες που επικρατούν εντός και εκτός της βιβλιοθήκης, αλλά και με τον έλεγχο. Αυτές οι δυνάμεις υπέδειξαν μία οργανωμένη και μακροπρόθεσμη προοπτική στον σχεδιασμό της βιβλιοθήκης. Ο μακροπρόθεσμος σχεδιασμός, στρατηγικός ή κυρίαρχος απαιτεί να εστιάσουμε στις ανάγκες της βιβλιοθήκης με ένα κριτικό τρόπο αλλά και κατανόηση για δημιουργηθεί ένα πλάνο με χρονικά περιθώρια που συνδυάζει τα σχέδια των ξεχωριστών μονάδων, τμημάτων και μεραρχιών της βιβλιοθήκης σε ένα μεγάλο πλάνο, που καθοδηγεί ολόκληρο τον οργανισμό για το μέλλον. Πιθανόν τα πιο διαδεδομένα στρατηγικά σχέδια είναι εκείνα που δημιουργήθηκαν από πολλές πολυεθνικές κοινότητες.

Από την άλλη πλευρά, οι βραχυπρόθεσμοι, επιχειρηματικοί, ή τακτικοί σχεδιασμοί συμπεριλαμβάνουν τον καθημερινό σχεδιασμό που λαμβάνει χώρα στον κάθε οργανισμό. Αυτός ο τύπος σχεδιασμού είναι πιο δύσκολος από το στρατηγικό σχεδιασμό. Έχει μικρά χρονικά περιθώρια και αποσκοπεί στην επίλυση συγκεκριμένων προβλημάτων, συνήθως εσωτερικής φύσεως. Αυτά τα σχέδια συχνά έχουν να κάνουν με τον προϋπολογισμό ή τις αγορές των βιβλίων του έτους. Ο βραχυπρόθεσμος σχεδιασμός προσφέρει τις κατευθυντήριες γραμμές για τις καθημερινές απαιτήσεις. Αυτά τα σχέδια είναι πολύ περισσότερο λεπτομερή και άμεσα από τα στρατηγικά και οι στόχοι είναι πιο συγκεκριμένοι. Συνδυάζουν περισσότερους παράγοντες και μπορούν να είναι περισσότερο ποιοτικοί. Οι βραχυπρόθεσμοι σχεδιασμοί αποτελούν τους γενικούς οδηγούς που αναπτύσσονται σε ένα μακροπρόθεσμο πλάνο σε ένα επιχειρηματικό στάδιο. Επειδή τα βραχυπρόθεσμα σχέδια είναι συγκεκριμένα και περιορισμένα, δεν έχουν την



αβεβαιότητα των στρατηγικών σχεδίων. Τέλος, και οι δύο τύποι σχεδιασμού είναι δραστικοί, κοντινοί και εφικτοί.

Ελαστικότητα

Ελαστικότητα, ή εναλλακτικές λύσεις, είναι το νόημα του καλού σχεδιασμού. Η ελαστικότητα αφορά και τις δύο μορφές σχεδιασμού, τόσο τους βραχυπρόθεσμους όσο και τους μακροπρόθεσμους. Οποιοδήποτε πλάνο είναι πολύ αυστηρό και δεν επιδέχεται αλλαγές είναι ένα εγχείρημα στην αποτυχία. Για αυτό ακριβώς το λόγο είναι σημαντικό να ανακεφαλαιώνουμε το πλάνο σε τακτά χρονικά διαστήματα έτσι ώστε να μπορεί να γίνει αλλαγή προτεραιοτήτων εάν αυτό κριθεί απαραίτητο. Σε αυτό το σημείο θα πρέπει να βεβαιωθεί ότι τα σχέδια της βιβλιοθήκης παραμένουν σύμφωνα με αυτά του οργανισμού στον οποίο η βιβλιοθήκη υπάγεται.

Για αυτό το λόγο το πλάνο της δημοτικής βιβλιοθήκης όπως φαίνεται στη συνέχεια είναι αρκετά ελαστικό με πολλές εναλλακτικές λύσεις που δεν απαιτούν πολύ χρόνο αλλά και χρήματα για την εφαρμογή τους.

Προϋπολογισμός

Ο προϋπολογισμός είναι κλειδί αποτελεί τη βασική προϋπόθεση για να επιτευχθούν τα σχέδια. Για τους μάνατζερ αυτό σημαίνει να αναλαμβάνουν ατομική υπευθυνότητα για την επίτευξη των στόχων του σχεδίου.

Οι απαιτήσεις ενός εναλλακτικού περιβάλλοντος προϋποθέτει τη χρήση των συστημάτων, των μεθόδων, και επιλογών που πραγματοποιούνται γρήγορα και μερικές φορές με αναπάντεχες αλλαγές. Ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι το κορυφαίο εργαλείο αυτής της προσπάθειας. Έγινε γνωστό στο χώρο των επιχειρήσεων τη δεκαετία του 1960 για να καθορίσει το αγοραστικό κοινό. Αυτή η μέθοδος είναι σχετικά καινούργια όσον αφορά τις βιβλιοθήκες και τα κέντρα πληροφόρησης. Οι περισσότερες βιβλιοθήκες στις μέρες μας ασχολούνται με κάποια μορφή του στρατηγικού σχεδιασμού.

Σύμφωνα με τον Dewe (1995) ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι η συνεχής πρόοδος για τη λήψη επιχειρηματικών αποφάσεων συστηματικά και με την καλύτερη γνώση για τις μελλοντικές συνέπειες. Η συστηματική οργάνωση των προσπαθειών είναι απαραίτητη για την λήψη των αποφάσεων, και για να συγκριθούν τα



αποτελέσματα αυτών των αποφάσεων με τις προσδοκίες μέσω της οργάνωσης, και της συστηματικής ανατροφοδότησης. Ο Dewe τονίζει ότι η επιχείρηση δεν καθορίζεται από τον παραγωγό, αλλά από τον πελάτη. Το κοινό είναι αυτό που καθορίζει την αγορά. Οι υπηρεσίες που προσφέρονται πρέπει να αναπτύσσονται ώστε να κατατάσσει το κοινό, για αυτό το λόγο ο στρατηγικός σχεδιασμός πρέπει αρχικά να εστιάζει στην πελατεία. Ο τρόπος αυτός είναι διαδεδομένος σε όλους τους τύπους βιβλιοθηκών και κέντρων πληροφόρησης στις μέρες μας, αφού οι βιβλιοθηκονόμοι επικεντρώνουν την προσοχή τους και τις υπηρεσίες στους χρήστες περιστασιακούς και μη.

Παρόλα αυτά ο στρατηγικός σχεδιασμός αυτομάτως έχει συνδεθεί με την ανάπτυξη και τις νέες πηγές του μάντζμεντ, που είναι εξίσου σημαντικό για την επιτυχή περικοπή εξόδων ή την ανάπτυξη των εσόδων. Ο στρατηγικός σχεδιασμός, όπως και άλλες συμβουλευτικές μέθοδοι σχεδιασμού, απαιτεί να εξακριβωθεί η αποστολή του οργανισμού, θέτοντας πραγματικούς σκοπούς, εδραιώνοντας εφικτούς στόχους και να αναπτύσσει μεθόδους που οδηγούν στην επίτευξη αυτών των σκοπών και στόχων. Αυτή η προσέγγιση γίνεται όλο και περισσότερο αποδεκτή από τους οργανισμούς που έχουν αναγνωρίσει την ανάγκη για αλλαγή και είναι έτοιμοι για μία επιτυχημένη μετάβαση, όχι μόνο από το σημείο στο οποίο βρίσκονται και στο σημείο όπου θέλουν να φτάσουν, αλλά επίσης και από την τωρινή κατάσταση σε αυτή του επόμενου αιώνα. Η αλλαγή των σχεδίων είναι ο μόνος τρόπος για την αποτελεσματική παροχή νέων υπηρεσιών και την παρουσίαση των ήδη υπαρχόντων. Αλλά η αλλαγή σχεδίων απαιτεί μία οργανωτική συμφωνία που πραγματοποιεί μεθοδικά την αλλαγή μέσα σε συγκεκριμένα χρονικά πλαίσια.

Οι περισσότεροι ειδικοί συμφωνούν ότι τα στρατηγικά σχέδια πρέπει να ασχολούνται τουλάχιστον με τα επόμενα πέντε χρόνια και θα πρέπει να γίνουν κομμάτι ενός αναπτυσσόμενου οργανισμού. Η ανάπτυξη είναι για το στρατηγικό σχεδιασμό από τα δυσκολότερα σημεία εφόσον πρέπει να δώσει τις απαντήσεις στα εσωτερικά και εξωτερικά προβλήματα του οργανισμού.

Ο στρατηγικός σχεδιασμός της βιβλιοθήκης θα πρέπει να περάσει τη διαδικασία της αυτό-ανάλυσης έτσι ώστε ο οργανισμός να κατανοήσει τις αδυναμίες του και τις δυνατότητες του για να μπορέσει να θέσει τα απαραίτητα χρονικά περιθώρια για να πετύχει το στόχο του. Στην έρευνα αυτή φυσικά θα πρέπει να ληφθεί υπόψη το είδος, οι αξίες και η φιλοσοφία της βιβλιοθήκης. Από αυτή την ανάλυση θα πρέπει να προκύψει το τι ακριβώς είναι η βιβλιοθήκη, τι σκοπούς



εξυπηρετεί και πως θα αντεπεξέλθει σε αυτή την αποστολή. Σε αυτή την αποστολή πρέπει να λάβουν μέρος όλα τα μέλη του οργανισμού, έτσι ώστε όλοι να την κατανοούν και να είναι προσηλωμένοι στις αρχές της.

Ο αυτό-έλεγχος επιτρέπει στη βιβλιοθήκη να κατανοήσει στο τι ακριβώς θα ήθελε να είναι, με πιο τρόπο θα μπορέσει να το πετύχει. Ο στρατηγικός σχεδιασμός είναι παρόμοιος με άλλες μορφές σχεδιασμού στο να αναλύει δυνατότητες, στο να θέτει στόχους, να εξετάζει εναλλακτικές λύσεις και στο να προτείνει την καλύτερη. Ωστόσο, ο στρατηγικός σχεδιασμός διαφέρει στο ότι σκόπιμα προσπαθεί να συγκεντρώσει πηγές σε αυτές τις περιοχές που μπορούν να κάνουν την διαφορά στο μέλλον.

7.1 ΠΛΑΝΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑΤΙΣΜΟΥ ΤΗΣ ΔΗΜΟΤΙΚΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Τα τελευταία χρόνια ενθαρρύνονται συνεχώς οι προσπάθειες για να υιοθετήσουν οι δημοτικές βιβλιοθήκες την ιδέα του προγραμματισμού και να οργανώνουν καλύτερα τις μελλοντικές τους ενέργειες για την τελειοποίηση της λειτουργίας τους. Η Public Library Association (PLA) και η American Library Association (ALA) έχουν εκδώσει εγχειρίδια και βοηθήματα τα οποία καθοδηγούν τις βιβλιοθήκες, ώστε να εκτιμήσουν τις ανάγκες της κοινότητας τους και να σχεδιάσουν στη συνέχεια τη μελλοντική ανάπτυξη της βιβλιοθήκης.

Όπως προτείνεται από τα πρότυπα προγραμματισμού της American Library Association (ALA), το πλάνο προγραμματισμού απαιτεί την αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης της βιβλιοθήκης (προηγούμενη ενότητα) και στη συνέχεια τις προτάσεις για την αλλαγή αυτής της κατάστασης και την προσαρμογή της βιβλιοθήκης στις απαιτήσεις του μέλλοντος. Δεν υπάρχει ένας και μοναδικός τρόπος που θα πρέπει να ακολουθείται από όλες τις βιβλιοθήκες για τη δημιουργία του πλάνου προγραμματισμού, αντίθετα η κάθε βιβλιοθήκη έχει διαφορετικές απαιτήσεις και στόχους και σύμφωνα με αυτούς σχεδιάζει το πλάνο της. Στο συγκεκριμένο πλάνο οι προτάσεις για αλλαγές στη βιβλιοθήκη βασίζονται τόσο στις προσδοκίες και τις απαιτήσεις του προσωπικού της βιβλιοθήκης όσο και των πολιτών της Θεσσαλονίκης, αλλά και με βάση τις απαιτήσεις της τεχνολογίας και τις διεθνείς τάσεις στο χώρο των βιβλιοθηκών. Το πλάνο αυτό έχει σαν σκοπό να βοηθήσει την κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης να προχωρήσει ένα βήμα μπροστά και να μπορέσει να προσφέρει στους χρήστες της όλες τις νέες υπηρεσίες, αλλά και να



βελτιώσει τις ήδη υπάρχουσες. Επίσης, έχει σκοπό να αναζωογονήσει τη βιβλιοθήκη, ώστε να δημιουργήσει ένα νέο πιο σύγχρονο προφίλ το οποίο θα ανταποκρίνεται στις απαιτήσεις του εικοστού πρώτου αιώνα, του αιώνα της πληροφόρησης.

Ο προγραμματισμός θα είναι για την κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη η διαδικασία της αντίληψης του μέλλοντος τόσο για την ίδια τη βιβλιοθήκη, όσο και για τον δήμο Θεσσαλονίκης στον οποίο υπάγεται, και θα θέσει τους κανόνες της πορείας που πρέπει να ακολουθήσει η βιβλιοθήκη για να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις του μέλλοντος. Ο προγραμματισμός θα βοηθήσει το προσωπικό της βιβλιοθήκης να καταλάβει την κατάσταση στην οποία βρίσκεται η κοινότητά τους, να θέσει προτεραιότητες και να ανακαλύψει μεθόδους για την επίτευξη αυτών των προτεραιοτήτων. Υπάρχουν πολλές προσεγγίσεις και στρατηγικές που μπορεί να ακολουθήσει η βιβλιοθήκη στη διάρκεια του προγραμματισμού. Το σημαντικότερο είναι να αποφασίσει η βιβλιοθήκη να προβεί στη δημιουργία ενός πλάνου προγραμματισμού.

Ο πρωταρχικός, αλλά και βασικότερος σκοπός του πλάνου προγραμματισμού της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης της Θεσσαλονίκης είναι η επίτευξη της μέγιστης ικανοποίησης του κοινού της. Για αυτό οι ιδέες και οι προτάσεις του πλάνου βασίζονται στις ανάγκες των κατοίκων της πόλης, συμπεριλαμβανομένου των χρηστών της βιβλιοθήκης αλλά και των κατοίκων που θα επιθυμούν να χρησιμοποιήσουν την βιβλιοθήκη αλλά δεν το κάνουν. Βέβαια υπάρχουν προτάσεις οι οποίες βασίζονται στις απαιτήσεις της νέας τεχνολογίας τις οποίες η βιβλιοθήκη οφείλει να ακολουθήσει. Οι προτάσεις που αφορούν το κοινό της βιβλιοθήκης έχουν επιλεχθεί σύμφωνα με το μορφωτικό τους επίπεδο, τις απαιτήσεις αλλά και τις προσδοκίες τους.

Ένας άλλος πολύ βασικός αλλά και αναγκαίος σκοπός του πλάνου είναι η δημιουργία μιας θετικής εικόνας τόσο της βιβλιοθήκης όσο και των υπηρεσιών που μπορεί να προσφέρει, ώστε να καταφέρει να προσελκύσει περισσότερους χρήστες αλλά και να αποδείξει στις δημοτικές αρχές ότι χρειάζεται να επενδύσουν περισσότερα χρήματα. Με τους κατάλληλους τρόπους προώθησης που προτείνονται στο πλάνο η βιβλιοθήκη θα καταφέρει να κινήσει το ενδιαφέρον των δημοτικών αρχών για την επιπλέον χρηματική ενίσχυση της, αλλά και να εξασφαλίσει νέους οικονομικούς πόρους από εταιρίες και οργανισμούς οι οποίοι θα γίνουν σπόνσορες της, όπως και επιφανείς ανθρώπους της Θεσσαλονίκης οι οποίοι μέσω της προώθησης θα θελήσουν να γίνουν δωρητές.



Οι προτάσεις που δίνονται στο πλάνο στοχεύουν στην ολοκληρωτική ανανέωση της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης, και περιλαμβάνουν όλους τους τομείς οργάνωσης και λειτουργίας της. Προτείνουν την διεύρυνση των ήδη υπάρχουσων υπηρεσιών αλλά και την υιοθέτηση νέων πιο σύγχρονων υπηρεσιών. Την αύξηση των πόρων της με την εύρεση νέων πηγών εσόδων και αναπτύσσοντας σταθερές σχέσεις με τους σπόνσορες. Επίσης θα βοηθήσουν το προσωπικό να αναπτύξει νέα προσόντα και εναλλακτικούς τρόπους αντιμετώπισης των χρηστών.

7.1.1 ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΠΡΩΘΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Οι δημόσιες σχέσεις στη δημοτική βιβλιοθήκη αποτελούν τη συντονισμένη προσπάθεια επικοινωνίας με τους δημότες της πόλης, τη δημιουργία μιας καλής εικόνας της βιβλιοθήκης και την προώθηση των διαθέσιμων υπηρεσιών, της συλλογής και των προγραμμάτων της βιβλιοθήκης. Γι' αυτό το λόγο η βιβλιοθήκη θα πρέπει να ακολουθήσει κάποιες βασικές αρχές :

- Όλα τα μέλη του προσωπικού της βιβλιοθήκης θα πρέπει να διακρίνονται από προθυμία και φιλική συμπεριφορά.
- Θα πρέπει να προσλάβει η βιβλιοθήκη επαγγελματίες δημοσίων σχέσεων, προκειμένου να συντονίσει τις δραστηριότητες δημοσίων σχέσεων εντός της βιβλιοθήκης, αλλά και την ανάπτυξη σχέσεων της βιβλιοθήκης με άλλες βιβλιοθήκες και άλλους οργανισμούς και υπηρεσίες της πόλης.
- Θα πρέπει να υπάρχει ανά τακτά χρονικά διαστήματα σχέδιο με προκαθορισμένες δραστηριότητες, οι οποίες θα στοχεύουν στην προώθηση της βιβλιοθήκης και την προσέλευση ευρύτερου κοινού.
- Στον ετήσιο προϋπολογισμό της βιβλιοθήκης θα πρέπει να υπάρχει ένα καθορισμένο χρηματικό ποσό που θα χρησιμοποιείται αποκλειστικά και μόνο για την ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων της βιβλιοθήκης.
- Οι αρχές της βιβλιοθήκης θα πρέπει να δημιουργούνται και να ανανεώνονται δίνοντας ιδιαίτερη βάση στις δημόσιες σχέσεις που θα πρέπει να ακολουθεί.
- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να χρησιμοποιεί για την προβολή της κάποια από τα αποδεκτά μέσα μαζικής ενημέρωσης (τηλεόραση, ραδιόφωνο και εφημερίδες), λαμβάνοντας υπόψη της όλους τους δημότες της πόλης, τα

άτομα με ειδικές ανάγκες, τους ηλικιωμένους, τους νέους χρήστες και τα άτομα με χαμηλό μορφωτικό επίπεδο.

- Να προβάλλεται με αφίσες και άλλα μέσα προβολής στις διάφορες εκθέσεις βιβλίων. (Διεθνής έκθεση βιβλίου)
- Θα πρέπει το προσωπικό της βιβλιοθήκης να έρχεται συχνά σε επαφή με σχολεία, επιχειρήσεις και άλλες υπηρεσίες του δήμου για να τους προσκαλεί στη βιβλιοθήκη, για ξενάγηση ή για τη διοργάνωση εκδηλώσεων.
- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να αναπτύξει συγκεκριμένες στρατηγικές για να ενημερώνει τα άτομα με ειδικές ανάγκες, τους αναλφάβητους και τους μετανάστες που ζουν στην πόλη και δεν μιλούν ελληνικά, για το υλικό, τα προγράμματα και τις υπηρεσίες της, περιλαμβάνοντας τη διάδοση τους με εναλλακτικούς τρόπους, όπως χρησιμοποιώντας το βασικό λεξιλόγιο ή ακόμα και χρησιμοποιώντας άλλες γλώσσες εκτός της ελληνικής.
- Θα πρέπει να προβληθεί από τα μέσα μαζικής ενημέρωσης η κινητή βιβλιοθήκη για να γίνει γνωστό πως η βιβλιοθήκη προσφέρει μέσω αυτής της υπηρεσίας πρόσβαση στην πληροφορία και τη γνώση σε άτομα που δεν μπορούν να έχουν πρόσβαση στη βιβλιοθήκη.
- Θα πρέπει να στέλνονται σε περιόδους γιορτών ευχετήριες κάρτες στους σπόνσορες αλλά και στους δωρητές της βιβλιοθήκης. Να τους ευχαριστούν δηλαδή για τις προσφορές τους.
- Θα πρέπει να αποστέλλει προσκλήσεις στους δωρητές και τους σπόνσορες της μέσω του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της για να τους ενημερώνει για τις εκδηλώσεις αλλά και τις υπηρεσίες που προσφέρει η βιβλιοθήκη. Αυτό αποσκοπεί στο να μπορέσει η βιβλιοθήκη να διατηρήσει τους οικονομικούς της πόρους.

Με τις συγκεκριμένες στρατηγικές προώθησης η βιβλιοθήκη θα καταφέρει να διαφημίσει με τον καλύτερο δυνατό τρόπο το υλικό και τις υπηρεσίες της, να προσελκύσει επιπλέον κοινό, δωρητές και σπόνσορες αλλά και να χτίσει και να διατηρήσει μία αμοιβαία σχέση εμπιστοσύνης. Οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν το βασικότερο εργαλείο για μπορέσουν να υλοποιηθούν οι σκοποί και οι στόχοι της βιβλιοθήκης.



7.1.2 ΠΡΟΣΕΛΚΥΣΗ ΚΟΙΝΟΥ

Το σημαντικότερο συστατικό μίας βιβλιοθήκης είναι το κοινό της χωρίς κοινό η βιβλιοθήκη δεν μπορεί να θεωρηθεί ζωντανός οργανισμός. Για αυτό το λόγο και η δημοτική βιβλιοθήκη θα πρέπει να δώσει ιδιαίτερη βαρύτητα στην ικανοποίηση των χρηστών της αλλά και να επιδιώξει όχι μόνο να διατηρήσει τους ήδη υπάρχοντες χρήστες αλλά και να καταφέρει να αυξήσει το κοινό που την επισκέπτεται και τους χρήστες της. Οι προτάσεις για την επίτευξη αυτών των στόχων είναι οι εξής :

- Να δημιουργήσει μια ομοσπονδία διαβάσματος. Να καλέσει δηλαδή οργανισμούς για να συνεργαστούν με σκοπό να προωθήσουν το διάβασμα. Αυτοί οι οργανισμοί μπορεί να είναι κάποια κολέγια και βιβλιοπωλεία.
- Να προσφέρει στους χρήστες μαθήματα λογοτεχνίας σαν τρόπο να τους υπενθυμίσει ότι η βιβλιοθήκη είναι πηγή ζωής και το διάβασμα τρόπος ζωής.
- Να προσφέρει η βιβλιοθήκη μαθήματα στους χρήστες για τη χρήση των ηλεκτρονικών πηγών και με αυτό τον τρόπο να τους κινεί το ενδιαφέρον.
- Να δείξει ότι αποδέχεται τη διαφορετικότητα των ατόμων με βιβλία από όλο τον κόσμο και με την προβολή ταινιών που δείχνουν τις διαφορετικές κουλτούρες.
- Να διοργανώνονται βραδιές με προβολή ταινιών στη νοηματική γλώσσα για βαρήκοα άτομα.
- Να ενθαρρύνει τη μάθηση. Αυτό μπορεί να το καταφέρει στέλνοντας σε εφημερίδες άρθρα για τον ρόλο της βιβλιοθήκης στην εκμάθηση της γλώσσας.
- Να δημιουργηθεί ιστοσελίδα με πλούσια χρώματα ώστε να προσελκύει τους χρήστες και έχοντας ένα ευχαριστήριο μήνυμα προς αυτούς που την επισκέφτηκαν.
- Να δημιουργήσει χρήσιμες σελίδες στο διαδίκτυο ώστε να μπορούν οι χρήστες της βιβλιοθήκης να ενημερώνονται για διάφορα θέματα όπως για τα πανεπιστήμια.
- Να οργανώνει σεμινάρια για τους φοιτητές ώστε να τους ενημερώνει για τα πανεπιστήμια, υποτροφίες, αλλά και τον τρόπο διεξαγωγής των αιτήσεων στα πανεπιστήμια του εξωτερικού.
- Να οργανωθεί μία σειρά συζητήσεων για φοιτητές από τη βιβλιοθήκη σε συνεργασία με καθηγητές ή από τοπικούς φορείς για την εύρεση των θεμάτων.



- Να πραγματοποιούνται εκθέσεις με το σπάνιο υλικό της βιβλιοθήκης.
- Να δημιουργηθούν εργαστήρια ζωγραφικής, κεραμικής, βιτρό.
- Να γίνει σπόνσορας για μια βραδιά οικογενειακού διαβάσματος. Να δημιουργήσει δηλαδή ένα ειδικά διαμορφωμένο χώρο στη βιβλιοθήκη ώστε οι γονείς να μπορούν να ενθαρρύνουν το διάβασμα μέσα στην οικογένεια.
- Να οργανώσει παιχνίδια για τα παιδιά που έχουν στόχο την διεύρυνση των γνώσεων των παιδιών. Βάση αυτών των παιχνιδιών θα πρέπει να αποτελούν οι πηγές της βιβλιοθήκης.
- Στις περιόδους γιορτών να δημιουργούνται ομάδες παιδιών στη βιβλιοθήκη που μαζί με τη βοήθεια του προσωπικού να δημιουργούν κατασκευές όπως ευχετήριες κάρτες, κόμικς. Με σκοπό να ενθαρρύνουν την δημιουργικότητα και τη φαντασία των παιδιών.
- Μετά το καλοκαίρι να επιβραβεύεται το παιδί που έχει διαβάσει τα περισσότερα βιβλία. Σκοπός είναι να ενθαρρύνουν τα παιδιά να αγαπήσουν το διάβασμα. Η επιβράβευση είναι ένα κίνητρο.
- Να πραγματοποιούνται προβολές παραμυθιού με τη βοήθεια εποπτικού υλικού, που δίνουν σε πολλές περιπτώσεις την αφορμή για ζωγραφική και δραματοποιήσεις στα παιδιά.
- Αφιερώματα με θέματα εκπαιδευτικού περιεχομένου, που γίνονται με βοήθεια εποπτικών μέσων όπως προβολές διαφανειών, βίντεο, έκθεση φωτογραφιών, παρουσίαση βιβλίων και αφισών.
- Να υπάρχουν συγκεκριμένες ώρες κάθε εβδομάδα όπου θα μπορούν τα παιδιά να επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη για να παίζουν επιτραπέζια παιχνίδια.
- Να οργανωθούν ημέρες διαγωνισμού με παιχνιδογραμματικές και σταυρόλεξα γνώσεων για συγγραφείς και βιβλία.
- Να συγκροτούνται ομάδες μαθητών για διαγωνισμό σκακιού. Σκοπός αυτού του διαγωνισμού είναι η καλλιέργεια και η όξυνση του πνεύματος του παιδιού.

Για την υλοποίηση αυτών των προτάσεων απαιτείται συντονισμένη και οργανωμένη προσπάθεια από όλο το προσωπικό της βιβλιοθήκης. Επίσης χρειάζεται πολύτιμος χρόνος και το απαραίτητο ενδιαφέρον από τους εργαζόμενους της βιβλιοθήκης. Βέβαια για την διοργάνωση όλων αυτών των εκδηλώσεων και δραστηριοτήτων στους χώρους της βιβλιοθήκης είναι απαραίτητη η υποστήριξη και η προσοδοφόρα συνεργασία με τις δημοτικές αρχές, οργανισμούς και τις υπηρεσίες



της πόλης. Μεγάλη βαρύτητα πρέπει να δοθεί στην ανάπτυξη υγιούς κλίματος συνεργασίας και επικοινωνίας με σχολεία, πανεπιστήμια και άλλα εκπαιδευτικά ιδρύματα της πόλης.

7.1.3 ΑΝΑΠΤΥΞΗ ΣΥΛΛΟΓΗΣ ΚΑΙ ΠΗΓΩΝ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η βιβλιοθήκη διαθέτει ήδη μια αρκετά ανεπτυγμένη συλλογή όσον αφορά τα βιβλία και γενικότερα το έντυπο υλικό, αλλά η συλλογή της σε ηλεκτρονικό υλικό και ηλεκτρονικές πηγές είναι περιορισμένη. Για να ικανοποιήσει όμως τις ανάγκες όλων των χρηστών θα πρέπει να έχει ιδιαίτερα ανεπτυγμένη συλλογή ευρείας θεματολογίας. Έντυπου και ηλεκτρονικού υλικού και σε ποικίλες μορφές. Για τη σωστή ανάπτυξη της συλλογής της βιβλιοθήκης θα πρέπει η βιβλιοθήκη να ακολουθήσει κάποιες συγκεκριμένες αρχές :

- Η συλλογή της βιβλιοθήκης και όλη η στρατηγική ανάπτυξης της θα πρέπει να βασίζεται στις απαιτήσεις και τις ανάγκες των κατοίκων της πόλης.
- Η βιβλιοθήκη θα πρέπει να καταναίμει τα χρήματά της για την απόκτηση υλικού σε ποικίλες μορφές και για την πρόσβαση σε ηλεκτρονικές πηγές, βασισμένες στη συλλογή της.
- Ο προϋπολογισμός της θα πρέπει να είναι ικανός να χειριστεί, αναβαθμίσει και να αντικαταστήσει τον εξοπλισμό και το λογισμικό της σε συνεχή βάση.
- Για την ανάπτυξη της συλλογής της η βιβλιοθήκη θα πρέπει να συνεργάζεται με άλλες βιβλιοθήκες της πόλης και της χώρας για να αποκτήσει ένα ευρύ φάσμα πηγών σε όλες τις μορφές για την πλήρης ικανοποίηση των αναγκών της πόλης.
- Η πρόσβαση στη συλλογή της θα πρέπει να είναι εφικτή σε όλες τις διαθέσιμες μορφές, για την εξασφάλιση της ισότιμης πρόσβασης στη συλλογή από όλους τους πολίτες, όλων των ηλικιών. Η συλλογή της θα πρέπει να περιλαμβάνει βιβλία σε κασέτες και μπράϊλ, λεζάντες, ή βίντεο με νοηματική γλώσσα.
- Να δείξει ότι αποδέχεται τη διαφορετικότητα των ατόμων με βιβλία από όλο τον κόσμο και με την προβολή ταινιών που δείχνουν τις διαφορετικές κουλτούρες.

- Η συλλογή θα πρέπει να είναι προσαρμοσμένη ώστε, να είναι προσβάσιμη σε αναλφάβητους και μεγαλύτερους σε ηλικία χρήστες οι οποίοι έχουν προβλήματα ανάγνωσης και χρήσης της ελληνικής γλώσσας.
- Η βιβλιοθήκη θα πρέπει να προσφέρει πρόσβαση σε ηλεκτρονικές πηγές πληροφοριών τόσο στο προσωπικό της όσο και στους χρήστες της, συμπεριλαμβανομένου και αυτών με ειδικές ικανότητες. Τέτοιες πηγές μπορούν να είναι :
 - Πρόσβαση στο διαδίκτυο
 - Online βάσεις δεδομένων
 - Βάσεις δεδομένων σε cd – rom
 - Ψηφιοποιημένο υλικό
 - Remote full text databases
 - Locally mounted databases
- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να κατασκευάσει το δικό της δικτυακό τόπο, με οργανωμένες σελίδες που θα οδηγούν σε πληροφορίες σχετικές με τη βιβλιοθήκη, υπηρεσίες του δήμου και πηγές του διαδικτύου.
- Η συλλογή και τα βιβλιογραφικά στοιχεία της βιβλιοθήκης θα πρέπει να οργανωθούν σε ηλεκτρονική μορφή MARC και να είναι διαθέσιμα στους χρήστες μέσω της ιστοσελίδας της βιβλιοθήκης.
- Να υπάρξει η δυνατότητα διαδανεισμού μεταξύ της βιβλιοθήκης και άλλων βιβλιοθηκών.
- Θα πρέπει να η βιβλιοθήκη να δημιουργήσει online κατάλογο για τη δυνατότητα έρευνας των χρηστών στη συλλογή, ακόμα και όταν αυτοί δεν βρίσκονται στη βιβλιοθήκη.

- Ο ηλεκτρονικός κατάλογος θα πρέπει να κατασκευαστεί έτσι ώστε να έχουν δυνατότητα πρόσβασης και άτομα με ειδικές ικανότητες. Όπως σταθμούς εργασίας για τυφλούς (accelerate).
- Να αγοράσει περισσότερους ηλεκτρονικούς υπολογιστές.
- Να αγοράσει η βιβλιοθήκη περισσότερα φωτοτυπικά μηχανήματα έτσι ώστε κάθε όροφος να έχει το δικό του μηχάνημα.
- Να δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να φωτοτυπούν έγχρωμο υλικό.
- Θα πρέπει να εξοπλιστεί η βιβλιοθήκη με σύγχρονα μηχανήματα όπως σαρωτές και εκτυπωτές.
- Η βιβλιοθήκη θα πρέπει να πραγματοποιεί ετήσιες αναφορές με στατιστικά στοιχεία για τη διαθεσιμότητα και τη χρησιμοποίηση του υλικού της.
- Η ανάπτυξη της συλλογής της βιβλιοθήκης θα πρέπει να γίνεται με βάση οδηγούς πληροφοριακών έργων και επιλεγμένες πηγές από προτεινόμενες λίστες και εναλλακτικές πηγές για την ικανοποίηση των πληροφοριακών αναγκών της βιβλιοθήκης.
- Κάθε υλικό της συλλογής της βιβλιοθήκης πρέπει να εκτιμάται για ανανέωση, αντικατάσταση ή απόσυρση τουλάχιστον κάθε πέντε χρόνια. Το απαρχαιωμένο, άχρηστο και κατεστραμμένο υλικό αποσύρεται από τη συλλογή.

Οι παραπάνω προτάσεις αποσκοπούν στο να δώσουν λύση στο σημαντικό πρόβλημα που αντιμετωπίζει η βιβλιοθήκη όσον αφορά τις ηλεκτρονικές της πηγές και τους τρόπους πρόσβασης των χρηστών της στο υλικό και με ηλεκτρονικά μέσα. Με αυτούς τους τρόπους η βιβλιοθήκη θα οδηγηθεί σε ένα υψηλότερο επίπεδο και θα να μπορέσει να συμβαδίσει με τη νέα τεχνολογία.

7.1.4 ΠΡΟΣΒΑΣΗ ΣΤΟΥΣ ΧΩΡΟΥΣ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Η βιβλιοθήκη έχει κατασκευαστεί με σκοπό την εξυπηρέτηση όλων των κατοίκων του δήμου της Θεσσαλονίκης, ανεξαρτήτως ηλικίας, φύλου, οικονομικού και μορφωτικού επιπέδου. Παρόλα αυτά το κτίριο της βιβλιοθήκης και οι χώροι της δεν ενδείκνυνται για την εύκολη πρόσβαση όλων των κατοίκων. Για το λόγο αυτό θα μπορούσαν να γίνουν κάποιες αλλαγές ώστε όλοι να έχουν τις ίδιες δυνατότητες



πρόσβασης στη βιβλιοθήκη. Μερικές από τις προτεινόμενες αλλαγές μικρές και λίγο μεγαλύτερες, είναι οι εξής :

- Θα μπορούσε η βιβλιοθήκη να δημιουργήσει ειδικά διαμορφωμένους χώρους στο εξωτερικό του κτιρίου για την εξυπηρέτηση των χρηστών τις ώρες που δεν λειτουργεί η βιβλιοθήκη. Για παράδειγμα θα μπορούσε να υπάρχει Ο διαμορφωμένος χώρος για τα παιδιά θα μπορούσε να γίνει αποκλειστικά χώρος για χρήση από παιδιά και οικογένειες με επιλεγμένο υλικό, έπιπλα και εξοπλισμό ειδικά σχεδιασμένο για παιδιά.
- Θα πρέπει να διαμορφωθεί η είσοδος της βιβλιοθήκης, ώστε να μπορούν να έχουν πρόσβαση στο κτίριο άτομα με κινητικές αναπηρίες.
- Το εσωτερικό της βιβλιοθήκης θα μπορούσε να ανακαινιστεί και να διακοσμηθεί με ειδικά έπιπλα που θα διευκολύνουν τα άτομα με προβλήματα όρασης ή κινητικές και άλλες αναπηρίες.
- Οι οδηγίες για τη χρήση της συλλογής και των χώρων της βιβλιοθήκης θα μπορούσαν να γίνουν πιο ευκρινείς και να βρίσκονται σε πιο ευδιάκριτα σημεία.
- Θα μπορούσε να εκδώσει η βιβλιοθήκη έναν οδηγό με την περιγραφή του εσωτερικού της βιβλιοθήκης και με πληροφορίες για τους τρόπους πρόσβασης στη συλλογή σε γλώσσα μπραϊλ, ή σε κασέτες ώστε άτομα με προβλήματα όρασης ή ακοής να μπορούν να κινηθούν με την ίδια ευκολία στους χώρους της βιβλιοθήκης, με τους υπόλοιπους χρήστες.
- Ο χώρος της βιβλιοθήκης θα πρέπει να διαμορφωθεί, ώστε να μπορεί να καλύπτει τις ανάγκες της τεχνολογίας. Να υπάρχει ικανοποιητικός χώρος για την εγκατάσταση επιπλέον ηλεκτρονικών υπολογιστών και άλλων μηχανημάτων νέας τεχνολογίας.
- Μια καλή πρόταση είναι η εξασφάλιση θέσεων πάρκινγκ, γύρω από το κτίριο αποκλειστικά για τους χρήστες της βιβλιοθήκης. Για την επίτευξη αυτής της πρότασης θα πρέπει προηγουμένως οι υπεύθυνοι της βιβλιοθήκης να ζητήσουν την άδεια και τη συμβολή του δήμου.
- Καλό θα ήταν να τοποθετηθούν επιπλέον πινακίδες και σύμβολα σε κεντρικά σημεία της πόλης που να υποδεικνύουν το δρόμο προς τη βιβλιοθήκη.

- στο εξωτερικό του κτιρίου ένα κιβώτιο στο οποίο θα είχαν τη δυνατότητα οι χρήστες να επιστρέφουν βιβλία που έχουν δανειστεί από τη βιβλιοθήκη ακόμα και όταν αυτή δεν λειτουργεί.

Μπορεί μερικές από τις προτάσεις να είναι δύσκολο να πραγματοποιηθούν λόγω του υψηλού κόστους κατασκευής τους αλλά είναι αναγκαίες αλλαγές που πρέπει να γίνουν στη βιβλιοθήκη μέσα στα επόμενα πέντε χρόνια. Για να μην υπάρχει κανένας περιορισμός για κανένα κάτοικο της πόλης να έχει πρόσβαση στους χώρους και συνεπώς στο υλικό της βιβλιοθήκης.

7.1.5 ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Όπως αναφέρθηκε και σε προηγούμενη ενότητα η βιβλιοθήκη δεν απαρτίζεται από το κατάλληλο προσωπικό, αλλά ούτε και από τον απαιτούμενο αριθμό υπαλλήλων για την κάλυψη με τον καλύτερο δυνατό τρόπο όλων των αναγκών της. Η δημοτική βιβλιοθήκη οφείλει να απαρτίζεται από τακτικό προσωπικό το οποίο θα διαθέτει τις απαραίτητες γνώσεις γύρω από το αντικείμενο της βιβλιοθηκονομίας και των συστημάτων πληροφόρησης αλλά και τα κατάλληλα εφόδια για την εξυπηρέτηση του κοινού.

Το προσωπικό θα πρέπει να διακρίνεται από φιλική διάθεση και προθυμία ίσης εξυπηρέτησης προς όλους τους χρήστες. Όλα τα άτομα που αποτελούν το προσωπικό της βιβλιοθήκης θα πρέπει, ανεξαρτήτως του επιπέδου της εκπαίδευσης τους να ενημερώνονται και να διευρύνουν τις γνώσεις τους, γύρω από τις νέες βιβλιοθηκονομικές τάσεις και τις απαιτήσεις της τεχνολογίας και να τελειοποιούν τις επικοινωνιακές τους ικανότητες, λαμβάνοντας μέρος σε συνέδρια, σεμινάρια και άλλες παρόμοιες δραστηριότητες που προσφέρουν επιπλέον εκπαίδευση. Η βιβλιοθήκη θα πρέπει να ακολουθήσει τα εξής :

- Οι ώρες εργασίας και ο μισθός των υπαλλήλων θα καθορίζεται από το συμβούλιο της βιβλιοθήκης, σύμφωνα με τις υπηρεσίες που προσφέρει ο κάθε υπάλληλος, τις οικονομικές δυνατότητες, αλλά και συγκρίνοντας τους μισθούς άλλων δημοτικών βιβλιοθηκών για τις ίδιες υπηρεσίες.
- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να υποστηρίζει τη συνεχή εκπαίδευση του προϊσταμένου της (μέσα από σεμινάρια, συνέδρια και άλλες παρόμοιες δραστηριότητες), για τουλάχιστον 20 ώρες το χρόνο.

- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να υποστηρίζει τη συνεχή εκπαίδευση όλου του προσωπικού, πληρώνοντας τους τις ώρες δουλειάς, τα έξοδα μεταφοράς και παραμονής που χρειάζονται για κάθε τέτοια εκδήλωση.
- Θα πρέπει να υπάρχει στη βιβλιοθήκη μόνιμο προσωπικό το οποίο θα είναι σε θέση να αντιμετωπίσει οποιαδήποτε τεχνολογικά προβλήματα παρουσιάζονται στη βιβλιοθήκη. Όπως για παράδειγμα είναι οι πληροφορικοί.
- Θα πρέπει η βιβλιοθήκη να προσφέρει ειδική εκπαίδευση αν όχι σε όλο το προσωπικό σε ένα μέρος του, για την σωστή αντιμετώπιση και μεταχείριση ατόμων με ειδικές ικανότητες ή ατόμων με διαταραγμένη προσωπικότητα.
- Όλα τα άτομα του προσωπικού που βρίσκονται σε θέσεις κλειδιά (όπως, προϊστάμενοι τμημάτων) θα πρέπει να έχουν το προσωπικό τους ηλεκτρονικό ταχυδρομείο για την επικοινωνία τους με τους χρήστες, αλλά και τη διευκόλυνση άλλων επαγγελματικών σκοπών.

Αν το προσωπικό πλήρη αυτές τις προϋποθέσεις τότε σίγουρα όλες οι λειτουργίες και οι προσφερόμενες υπηρεσίες της βιβλιοθήκης θα πραγματοποιούνται με τον καλύτερο δυνατό τρόπο και οι εργαζόμενοι θα αποτελούν το συνδεδετικό κρίκο ανάμεσα στο κοινό και τη βιβλιοθήκη.

7.1.6 ΧΡΗΜΑΤΟΔΟΤΗΣΗ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΗΣ

Μία από τις μεγαλύτερες προτεραιότητες της βιβλιοθήκης θα πρέπει να είναι η αύξηση των εσόδων της, χρησιμοποιώντας ποικίλους τρόπους προσεγγίζοντας και άλλες πηγές εσόδων εκτός από τα χρήματα που δίνει ο δήμος για τη βιβλιοθήκη.

Η βιβλιοθήκη για να επιβιώσει και να αντεπεξέλθει στις απαιτήσεις τόσο του κοινού όσο και της νέας τεχνολογίας θα πρέπει να ανανεώνει συνεχώς το υλικό της προσθέτοντας σε αυτό σύγχρονες εκδόσεις και οπτικοακουστικό υλικό. Επειδή οι υπάρχοντες οικονομικοί πόροι που έχει η βιβλιοθήκη από το δήμο δεν είναι επαρκείς για τις απαιτήσεις της θα πρέπει η βιβλιοθήκη με κάθε μέσο να πείσει τις δημοτικές αρχές που είναι υπεύθυνες για τη χρηματοδότηση της να αυξήσουν τα έσοδα για τον προϋπολογισμό της.

Επειδή όμως οι οικονομικές δυνατότητες του δήμου δεν είναι πολλές με αποτέλεσμα να μην μπορεί να ενισχύσει οικονομικά τη βιβλιοθήκη όσο θα έπρεπε και επιθυμούσε η βιβλιοθήκη είναι αναγκασμένη να αναζητά και περαιτέρω οικονομικούς



πόρους από μεγάλες εταιρίες και οργανισμούς που θα χρηματοδοτούν τη βιβλιοθήκη. Μερικές προτάσεις για της επίτευξη αυτού του στόχου είναι οι εξής :

- Η εύρεση δωρητών, που έχουν σκοπό να διαθέσουν αρκετά μεγάλο κεφάλαιο για την ανάπτυξη της βιβλιοθήκης. Αυτοί μπορεί να είναι είτε μεμονωμένα άτομα με μεγάλη οικονομική επιφάνεια, είτε άλλα ιδρύματα και επιχειρήσεις που ενδιαφέρονται για την βιβλιοθήκη και την πολιτιστικής της αξία στο δήμο.
- Η βιβλιοθήκη να συνεργάζεται με συγκεκριμένες εταιρίες για την αγορά εξοπλισμού της ώστε να επιτυγχάνει καλύτερες προσφορές. Για παράδειγμα συνεργασία με συγκεκριμένη εταιρία ηλεκτρονικών υπολογιστών.
- Η αλλαγή στρατηγικής όσον αφορά τις καθυστερήσεις στην επιστροφή δανειζόμενου υλικού. Να επιβληθεί ένα συγκεκριμένο πρόστιμο για κάθε επιπλέον μέρα που κρατάει ο δανειζόμενος το υλικό που έχει δανειστεί.
- Σε περίπτωση απώλειας ή καταστροφής κάποιου τεκμηρίου ο δανειζόμενος θα είναι υποχρεωμένος να αντικαταστήσει το υλικό ή να καταβάλλει το αντίστοιχο χρηματικό ποσό.
- Για την αγορά υλικού συγκεκριμένου θέματος π.χ. αγορά θρησκευτικών βιβλίων, η βιβλιοθήκη θα πρέπει να ζητάει προσφορές από τους σχετικούς εκδοτικούς οίκους και να επιλέγει την καλύτερη.
- Η αγορά των αθηναϊκών εφημερίδων να γίνεται μέσω διαγωνισμού εταιριών για να επιλέξει η βιβλιοθήκη την καλύτερη προσφορά και να χρησιμοποιήσει το κέδρος της για την ικανοποίηση άλλων αναγκών.
- Να δημιουργηθεί ένωση φίλων της βιβλιοθήκης όπου θα μπορεί να εγγραφεί ο οποιοσδήποτε. Σκοπός της ένωσης θα είναι να βρίσκει νέους χρηματικούς πόρους για τη βιβλιοθήκη μέσω εκδηλώσεων και άλλων δραστηριοτήτων.
- Για τη χρήση των φωτοτυπικών μηχανημάτων θα πρέπει να αγοράζεται από τους χρήστες της βιβλιοθήκης ειδική κάρτα φωτοτύπισης που δίνει δυνατότητα φωτοτύπισης συγκεκριμένου αριθμού σελίδων.
- Να λειτουργήσει καφετέρια εντός του κτιρίου και τα έσοδα να χρησιμοποιούνται για της ανάγκες της βιβλιοθήκης.
- Να γίνεται ετήσιο παζάρι στο οποίο θα πουλάει η βιβλιοθήκη υλικό που πλέον δεν χρησιμοποιεί. Για να γίνει αυτό θα πρέπει να έχει δοθεί προηγουμένως άδεια από το δήμο.



- Σε ειδικό χώρο μέσα στη βιβλιοθήκη να πωλούνται προϊόντα που διαφημίζουν τη βιβλιοθήκη. Όπως για παράδειγμα καπέλα με το λογότυπο της βιβλιοθήκης.
- Να συσταθεί μία ομάδα εργαζομένων της βιβλιοθήκης με σκοπό την συγγραφή και την έκδοση έντυπου υλικού με ποικίλα θέματα. Την έκδοση αυτού του υλικού θα αναλαμβάνει εκδοτικός οίκος μετά από τη σχετική έρευνα της ομάδας και τα έσοδα από τις πωλήσεις θα χρησιμοποιούνται για την ενίσχυση του προϋπολογισμού της βιβλιοθήκης.
- Τουλάχιστον σε έναν από τους χώρους όπου βρίσκονται τα φωτοτυπικά μηχανήματα, να πωλείται και χαρτογραφικό υλικό για την εξυπηρέτηση των αναγκών των χρηστών της βιβλιοθήκης.

Με τη σωστή αξιοποίηση αυτών των προτάσεων η βιβλιοθήκη θα καταφέρει αφενός να αυξήσει κατά ένα μεγάλο ποσοστό τα έσοδα της και αφετέρου να αναπτυχθεί και η ίδια σαν οργανισμός.



ΑΝΩΤΑΤΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ
ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ

Έρευνα για το βαθμό ικανοποίησης των χρηστών της Κεντρικής Δημοτικής Βιβλιοθήκης της Θεσσαλονίκης από τις φοιτήτριες της σχολής βιβλιοθηκονομίας και συστημάτων πληροφόρησης : Ιφιγένεια Ουζούνη και Ιωάννα – Έρση Περβολαράκη.

ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ :

1. Σημειώστε με χ την ηλικία σας :

- 18 – 25 26 – 35
36 – 50 51 και άνω

2. Σημειώστε με χ το επίπεδο σπουδών σας :

- Στοιχειώδης εκπαίδευση
Πανεπιστημιακή / τεχνολογική εκπαίδευση
Μεταπτυχιακές σπουδές
Άλλες σπουδές

3. Πόσο συχνά επισκέπτεστε τη βιβλιοθήκη ;

- Κάθε μέρα
Κάθε εβδομάδα
1 φορά το μήνα
Κανένα από τα παραπάνω



4. Για ποιο / ους λόγο / ους επισκέπτεστε συχνότερα τη βιβλιοθήκη;

Εργασίες

Έρευνα

Προσωπική ευχαρίστηση

Άλλο

5. Πόσο ευχαριστημένος / η είστε από τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης ;

Πάρα πολύ

Πολύ

Αρκετά

Καθόλου

6. Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από το προσωπικό ;

Πάρα πολύ

Πολύ

Αρκετά

Καθόλου

7. Πιστεύετε ότι το προσωπικό διαθέτει την απαραίτητη εκπαίδευση;

Ναι Όχι

8. Πόσο ικανοποιημένος / η είστε από το περιβάλλον της βιβλιοθήκης;
(κυκλώστε το βαθμό ικανοποίησης όπου 1 = πάρα πολύ και
5 = καθόλου)

1 2 3 4 5

—|—|—|—|—|—

9. Πιστεύετε ότι η συλλογή της βιβλιοθήκης είναι επαρκής ;

Ναι Όχι

Αν όχι τι παραπάνω θα θέλατε να περιέχει :

Λογοτεχνία

Πληροφοριακή συλλογή

Περιοδικά / εφημερίδες

Οπτικοακουστικό υλικό

Άλλο

10. Είστε ευχαριστημένος / η από τη χρήση Η / Υ , διαδίκτυο ;

Ναι Όχι

Θα επιθυμούσατε κάτι περισσότερο ;

11. Πιστεύετε ότι γίνεται επαρκής ενημέρωση των χρηστών για τη χρήση των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης ;

Ναι Όχι

12. Πως αξιολογείται τη βιβλιοθήκη στους παρακάτω τομείς :
(σημειώστε με ✓ την απάντησή σας)

| | Εξαιρετικό | Καλό | Αδιάφορο | Ανεπαρκές | Απαραδέκτο |
|-----------------------|------------|------|----------|-----------|------------|
| 1. Ωράριο λειτουργίας | | | | | |
| 2. Κτίριο | | | | | |

13. Έχετε να προτείνετε κάποια αλλαγή ;

ΑΝΑΛΥΣΗ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

8.

Σκοπός αυτού του ερωτηματολογίου ήταν το να τεθούν κάποιες ερωτήσεις στους χρήστες της βιβλιοθήκης για βασικές της λειτουργίες και υπηρεσίες. Αλλά και να μας βοηθήσει να κατανοήσουμε τα χαρακτηριστικά των χρηστών, δηλαδή την ηλικία τους, το μορφωτικό τους επίπεδο, και τις ανάγκες τους. Οι απαντήσεις που δόθηκαν από τους ερωτηθέντες είχαν συμβουλευτικό ρόλο για το σχεδιασμό και την καταγραφή των προτάσεων του πλάνου.

Το μεγαλύτερο ποσοστό των χρηστών της βιβλιοθήκης ανήκει στην κατηγορία των 18 – 25 ετών. Αυτοί οι χρήστες είναι συνήθως φοιτητές και άρα διαθέτουν πανεπιστημιακή ή τεχνολογική εκπαίδευση, λίγοι είναι αυτοί που ανήκουν στην κατηγορία των μεταπτυχιακών σπουδών. Χρησιμοποιούν τη βιβλιοθήκη κυρίως για εργασίες και έρευνες, ενώ σπάνια την επισκέπτονται για προσωπική ευχαρίστηση. Γι αυτό το λόγο οι περισσότεροι πηγαίνουν στη βιβλιοθήκη μία φορά το μήνα, ενώ είναι πολλοί λίγοι αυτοί που πηγαίνουν καθημερινά. Όλοι οι χρήστες πιστεύουν πως το προσωπικό της βιβλιοθήκης διαθέτει την κατάλληλη εκπαίδευση, αλλά είναι ελάχιστοι αυτοί που είναι ικανοποιημένοι από την εξυπηρέτηση του προσωπικού και από τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης καθώς και την ενημέρωση που τους γίνεται για αυτές. Πολλοί παραπονέθηκαν πως η συλλογή της δεν είναι όσο ανεπτυγμένη θα έπρεπε και ιδιαίτερα όσον αφορά το οπτικοακουστικό υλικό. Κανείς από αυτή την ομάδα δείγματος δεν δήλωσε ευχαριστημένος από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου. Τέλος όσον αφορά το ωράριο λειτουργίας ελάχιστοι απάντησαν πως δεν τους ικανοποιεί απόλυτα. Ιδιαίτερες αλλαγές δεν προτάθηκαν από αυτή την ομάδα ερωτηθέντων, καθώς ήταν πολλοί λίγοι αυτοί που απάντησαν στην τελευταία ερώτηση. Οι δύο αλλαγές που προτάθηκαν ήταν η αύξηση του αναγνωστηρίου και η αγορά περισσότερων ηλεκτρονικών υπολογιστών από τη βιβλιοθήκη.

Οι ηλικίες 26 – 35, δεν χρησιμοποιούν πολύ συχνά τη βιβλιοθήκη, οι περισσότεροι από αυτούς έχουν πανεπιστημιακή ή μεταπτυχιακή εκπαίδευση. Οι επισκέψεις τους στη βιβλιοθήκη κυμαίνονται από τουλάχιστον μία φορά το μήνα έως κάθε εβδομάδα. Οι συχνότεροι λόγοι χρήσης της βιβλιοθήκης είναι η έρευνα ή απλώς η προσωπική τους ευχαρίστηση. Δεν είναι σχεδόν καθόλου ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης και από το προσωπικό της. Βρίσκουν το περιβάλλον της βιβλιοθήκης αρκετά καλό. Εν αντιθέσει με τη συλλογή της που τη θεωρούν φτωχή σε



λογοτεχνία, οπτικοακουστικό υλικό και περιοδικά. Επίσης είναι δυσαρεστημένοι από τη χρήση των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου. Το ωράριο λειτουργίας είναι για αυτούς λειτουργικό.

Το κοινό ηλικίας 36 – 50 ετών αποτελεί το μικρότερο ποσοστό χρήσης των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης. Το μορφωτικό τους επίπεδο ποικίλει και επισκέπτονται τη βιβλιοθήκη τουλάχιστον μία φορά το μήνα συνήθως για την προσωπική τους ευχαρίστηση. Δηλώνουν πολύ ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες της βιβλιοθήκης, αλλά και από το προσωπικό της και πιστεύουν ότι διαθέτει την απαραίτητη εκπαίδευση. Βρίσκουν το περιβάλλον πολύ φιλικό και θεωρούν τη συλλογή της επαρκή. Το ωράριο λειτουργίας όπως και οι κτιριακές εγκαταστάσεις τους καλύπτει απόλυτα.

Η τελευταία ηλικιακή ομάδα δηλαδή άτομα 51 ετών και άνω επισκέπτονται σχεδόν κάθε εβδομάδα τους χώρους της βιβλιοθήκης. Η εκπαίδευση τους ποικίλει από στοιχειώδη έως πανεπιστημιακή ή τεχνολογική εκπαίδευση. Ο λόγος που τους οδηγεί στη βιβλιοθήκη είναι η προσωπική τους ευχαρίστηση. Είναι αρκετά ευχαριστημένοι από τις υπηρεσίες, τη συλλογή και το προσωπικό της βιβλιοθήκης. Επίσης είναι ικανοποιημένοι από το περιβάλλον, το κτίριο και το ωράριο λειτουργίας της.

Τα δείγματα αυτής της έρευνας θεωρούνται αντιπροσωπευτικά και βοήθησαν στη διεξαγωγή συμπερασμάτων. Δυστυχώς όμως διαπιστώθηκε ότι οι περισσότεροι χρήστες είναι δυσαρεστημένοι από τη βιβλιοθήκη όσον αφορά τους τομείς της τεχνολογικής της ανάπτυξης και της συλλογής της. Πολλοί ήταν εκείνοι που δήλωσαν πως δεν είναι ικανοποιημένοι από το προσωπικό της βιβλιοθήκης όσον αφορά την εξυπηρέτησή τους. Παρόλο που στις απαντήσεις του ερωτηματολογίου κυριάρχησε η δυσαρέσκεια ήταν πολλοί λίγοι εκείνοι οι οποίοι έδωσαν τις δικές τους λύσεις και προτάσεις.



Η δουλειά του βιβλιοθηκονόμου σήμερα δεν είναι η απλή καταλογογράφηση υλικού και η σωστή τοποθέτηση του στα ράφια, αλλά το να παρέχει στους χρήστες της βιβλιοθήκης πρόσβαση στην πληροφορία σε όλες τις μορφές που αυτή είναι διαθέσιμη. Πλέον όλες οι λειτουργίες, οι υπηρεσίες και οι πληροφορίες προσφέρονται σε ψηφιακή μορφή, έτσι και οι βιβλιοθήκες θα πρέπει να προσφέρουν στους χρήστες όλα εκείνα τα απαραίτητα εφόδια για να μπορέσουν να ακολουθήσουν τις σύγχρονες αυτές τάσεις.

Τα αποτελέσματα αυτών των αλλαγών είναι εμφανή. Σαφώς μειώνεται το κόστος και ο χρόνος που απαιτείται για την κάλυψη βασικών λειτουργιών της βιβλιοθήκης από το προσωπικό, αλλά από την άλλη πλευρά οι χρήστες λόγω έλλειψης των απαραίτητων γνώσεων πολύ σπάνια καταφέρνουν να έχουν τα επιθυμητά αποτελέσματα από μία εξειδικευμένη έρευνα. Παράλληλα και το προσωπικό που είναι υπεύθυνο για την εξυπηρέτηση του κοινού επωμίζεται με επιπλέον ευθύνες αφού οφείλει να δώσει τις κατευθυντήριες γραμμές στους χρήστες για να μπορέσουν να κάνουν εξειδικευμένη έρευνα με το σωστό τρόπο ή ακόμα και να κάνουν πολλές φορές και οι ίδιοι την έρευνα. Ένα μεγάλο ποσοστό των χρηστών, κυρίως άτομα μεγαλύτερης ηλικίας δεν έχει χρησιμοποιήσει ποτέ ηλεκτρονικούς υπολογιστές και οι περισσότεροι χρήστες δεν γνωρίζουν τον τρόπο λειτουργίας και έρευνας στις ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων.

Η ανάπτυξη των βιβλιοθηκών στη χώρα μας δεν έχει την εξέλιξη που θα προσδοκούσε κάποιος σύμφωνα με αυτή των βιβλιοθηκών παγκοσμίως. Συγκεκριμένα σε πολλές βιβλιοθήκες της Ελλάδας και κυρίως στις δημοτικές το υλικό δεν έχει αυτοματοποιηθεί και δεν είναι διαθέσιμο για έρευνα μέσω του διαδικτύου. Αυτό οφείλεται από τη μια πλευρά στο προβληματικό διοικητικό τους καθεστώς και από την άλλη στην απουσία μιας σύγχρονης φιλοσοφίας για το ρόλο, τους στόχους και τις υπηρεσίες που προσφέρουν. Η νέα εποχή είναι προφανές ότι προσφέρει μια ευκαιρία να γίνουν βήματα μπροστά και αρκετά γρήγορα, αλλά υπάρχει και ο κίνδυνος οι βιβλιοθήκες να περιθωριοποιηθούν ακόμα περισσότερο. Αυτό θα γίνει εάν οι βιβλιοθήκες δεν αντιληφθούν τα νέα δεδομένα και συνεχίσουν να λειτουργούν με τον παραδοσιακό τρόπο. Η χρόνια υστέρηση των βιβλιοθηκών σε υψηλής ποιότητα διοίκηση, η έλλειψη στρατηγικού σχεδιασμού, η έλλειψη εξειδικευμένου προσωπικού και άλλα παρόμοια προβλήματα έχουν δημιουργήσει ένα περιβάλλον

κάθε άλλο παρά βοηθητικού στην εύρεση πρωτοβουλιών για την ανάπτυξη των βιβλιοθηκών. Χρειάζονται λοιπόν γενναίες αποφάσεις για να δημιουργηθεί ένα πλάνο που να θέτει τους βασικούς άξονες ανάπτυξης και από την άλλη να προσδιορίζει συγκεκριμένες δράσεις για τη δημιουργία αξιόπιστων βιβλιοθηκών που θα συμβάλλουν δυναμικά στη βελτίωση της ποιότητας της ζωής πολιτών. Όμως εάν οι βιβλιοθήκες ακολουθήσουν πιστά αυτή την ανάπτυξη υπάρχει και ένας επιπλέον κίνδυνος που είναι το να αυτονομηθούν οι χρήστες και συνεπώς να μην τους είναι πλέον χρήσιμες οι βιβλιοθήκες και οι υπηρεσίες που αυτές προσφέρουν, αφού όλες οι πληροφορίες που χρειάζονται θα μπορούν να είναι διαθέσιμες σε αυτούς μέσω της χρήσης των ηλεκτρονικών υπολογιστών και του διαδικτύου.

Βασιλάκης Γ. (1992). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 15(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

Βασιλάκης Γ. (1991). "Από την βιβλιοθήκη στην ηλεκτρονική βιβλιοθήκη". *Βιβλιοθήκη & Παιδεία*, 14(1), 1-10.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Διεθνής ομοσπονδία ενώσεων βιβλιοθηκών και ινστιτούτων, (IFLA) (2000), *Λαϊκές βιβλιοθήκες: κατευθυντήριες οδηγίες*, Σπάρτη, Υπουργείο Εθνικής Παιδείας και Θρησκευμάτων, Δημόσια βιβλιοθήκη Σπάρτης.

Κατσιρίμου, Α. Ε. (2000), *Σύγχρονες τάσεις στην οργάνωση και διοίκηση των βιβλιοθηκών*, Αθήνα, Παπασωτηρίου.

Παλαμιώτη, Σ. (1998), *Λαϊκές βιβλιοθήκες, οδηγός για την οργάνωση τους*, Αθήνα, Μορφωτικό Ίδρυμα Εθνικής Τραπέζης.

Παπαδημητρίου – Γεωργάκη, Δ. (2001), "Marketing και βιβλιοθήκες ένας γάμος από συμφέρον", *Σύγχρονη βιβλιοθήκη και υπηρεσίες πληροφόρησης*, 7, σελ. 14 – 16.

Πιπερόπουλος, Γ. (1991), *Δημόσιες σχέσεις*, Θεσσαλονίκη, University Studio Press.

Σερμετζάκη, Ε. (2004), *Κατευθυντήριες οδηγίες για βιβλιοθήκες, αρχεία, μουσεία*, Βέροια, Δημοτική Βιβλιοθήκη Βέροιας.

Φίλιος, Β. Φ. (1991), *Στρατηγική διοίκηση των επιχειρήσεων*, Αθήνα, Interbooks.

Brown, R. (1987), *Μάρκετινγκ μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων*, Αθήνα, Γαλαΐος.

Ole W. P., Anderson D.& Wood U. B. (1995), *Βιβλιοθηκονομική εκπαίδευση και μανάτζμεντ βιβλιοθηκών: νέες τάσεις*, Θεσσαλονίκη, Ανώτατο Τεχνολογικό Ίδρυμα Θεσσαλονίκης. Τμήμα Βιβλιοθηκονομίας.

Raphael, M. E. (2002), "Βιβλιοθήκες και η διαδικασία μάθησης στον 21ο αιώνα στις Η.Π.Α.: πολυπολιτισμικότητα, διαφορετικότητα, εξελισσόμενες υπηρεσίες", *Σύγχρονη βιβλιοθήκη και υπηρεσίες πληροφόρησης*, 12, σελ. 21 – 29.

Ridgway, J. (1994), *Επιτυχημένες σχέσεις με τα media*, Αθήνα, Anubis.



Sigopolis, N. (2001), *Διοίκηση μικρών και μεσαίων επιχειρήσεων*, 6η έκδ., Αθήνα, Παπαζήσης.

Thomas, M. J., ed. (1998), *Μάρκετινγκ*, 4η εκδ., Αθήνα, Ελλην.

ALA@your library (2001), American library association, τελευταία πρόσβαση 11 Μαρτ. 2005, διαθέσιμο στο < URL: <http://cs.ala.org/@yourlibrary>>.

Bloch, H. R. & Hesse C., eds. (1995), *Future libraries*, University of California Press.

Cassell, K. A. (1991), *Developing public library collections, policies and procedures: A how – to do – it manual for small and medium sized public libraries*, New York, Neal – Schuman Publishers.

Complete bibliography for library and information center management (2002), τελευταία πρόσβαση 12 Απρ. 2005, διαθέσιμο στο <URL: <http://lu.com/management/bibcomplete.htm>>.

Crawford, W. & Gorman, M. (1995), *Future libraries : dream madness and reality*, Chigago, American Library Association.

Dewe, M. (1995), *Planning and desining libraries for children and young people*, London, Library Association Publishing.

Garvey, M. (1980), *Library public relations, a practical handbook*, New York, H.W. Wilson company.

Harvard (author – date) style examples (2005), Monash University, Australia, τελευταία πρόσβαση 27 Μαί. 2005, διαθέσιμο στο <URL: <http://www.lib.monash.edu.au/tutorials/citing/harvard.htm>>.

Kies, C. (1987), *Marketing and public relations for libraries*, London, Scarecrow Press, Inc.



Long range plan 1999-2003 (2004), Marshall public library, τελευταία πρόσβαση 3 Μαί. 2005, διαθέσιμο στο <URL: http://www.lili.org/marshall/gen_longrange.html#marshall>.

Long range plan 2000 – 2004 (1999), Appleton public library, τελευταία πρόσβαση 3 Μαί. 2005, διαθέσιμο στο <URL: <http://www.apl.org/policies/plan99.html>>.

Lushington, N. & Willis, W. N. (1980), *Libraries designed for users, a planning handbook*, Library Professional publications.

Lushington, N. (2002), *Libraries designed for users, a 21st century guide*, New York, Neal – Schuman Publishers, Inc.

Marketing the library (2004), Ohio library foundation, τελευταία πρόσβαση 17 Μαρτ. 2005, διαθέσιμο στο <URL: <http://www.olc.org/marketing/index.html>>.

McCook, K. (2004), *Introduction to public librarianship*, New York, Neal – Schuman Publishers, Inc.

Public and school libraries (2005), Thomson Gale, τελευταία πρόσβαση 25 Μαρτ. 2005, διαθέσιμο στο <URL: http://www.galegroup.com/free_resources/marketing/find_yourself/index.htm>.

Qvortrup, L. (2002), "The roles of libraries in the learning society and in times of hypercomplexity and knowledge", εργασία που παρουσιάστηκε στο συνέδριο με θέμα *Public libraries as part of the democratic process*, 28 – 29 November, Copenhagen, Denmark.

Redmond, K. M. (1990), *Library planning and policy making : the legacy of the public and private sectors*, London, Scarecrow Press, Inc.

Riggs, D. E. (1984), *Strategic planning for library managers*, ORYX PRESS.



Rubin, R. E. (2004), *Foundations of library and information science*, 2nd. ed., New York, Neal – Schuman Publishers, Inc.

Sample library policies for the small public library (1998), τελευταία πρόσβαση 20 Απρ. 2005, διαθέσιμο στο <URL: http://www.owls.lib.wi.us/info/3ps/policies/sample_policies.htm>.

Scammell, A., ed. (2001), *Handbook of information management*, 8th. ed., Asbil – IMI Information Management.

Support your library (2004), Los Angeles public library, Los Angeles, τελευταία πρόσβαση 25 Μαρτ. 2005, διαθέσιμο στο <URL: <http://www.lapl.org/resources/inet/education.html>>.

Thorhauge, J. (2002), “European public libraries and democracy development in the information society, Keynote speech”, εργασία που παρουσιάστηκε στο συνέδριο με θέμα *Public libraries as part of the democratic process*, 28 – 29 November, Copenhagen, Denmark.

Usherwood, B. (1996), *Rediscovering public library management*, London, Library Association publishing.

Westbrook, L. (2001), *Identifying and analyzing user needs, A complete handbook and ready – to – use assessment workbook with disk*, New York, Neal – Schuman Publishers, Inc.

Whitesides, W. L., ed. (1998), *Reinvention of the public library for the 21st century*, Englewood, Sr. Libraries Unlimited, Inc.

