

**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ
ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗΣ**

ΣΧΟΛΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

**ΤΜΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ
ΚΑΙ ΣΥΣΤΗΜΑΤΩΝ ΠΛΗΡΟΦΟΡΗΣΗΣ**

Πτυχιακή εργασία

Θέμα :
**Ο ρόλος και η σημασία των δημοσίων σχέσεων για τις
βιβλιοθήκες.**

Σπουδάστρια:
Αδαμοπούλου Αλεξία

Επόπτρια καθηγήτρια:
Μυλωνά Ιφιγένεια

Θεσσαλονίκη, 2009

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Περίληψη	σελ.3
Εισαγωγή	σελ.4
<u>Κεφάλαιο 1^ο: Δημόσιες Σχέσεις</u>	σελ.6
1.1 Ιστορική αναδρομή	σελ.6
1.2 Ορισμοί	σελ.9
1.3 Διαφορά από τη διαφήμιση.....	σελ.11
1.4 Το γραφείο των δημοσίων σχέσεων και το προσωπικό του.....	σελ.12
1.5 Χαρακτηριστικά των στελεχών των δημοσίων σχέσεων	σελ.13
1.6 Δραστηριότητες των στελεχών των δημοσίων σχέσεων	σελ.15
1.7 Οι σχέσεις των στελεχών των δημοσίων σχέσεων με τα MME(Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης).....	σελ.16
1.8 Οι δημόσιες σχέσεις στην Ελλάδα.....	σελ.18
<u>Κεφάλαιο 2^ο: Βιβλιοθήκες</u>	σελ.21
2.1 Ιστορική αναδρομή	σελ.21
2.2 Ορισμός.....	σελ.23
2.3 Είδη βιβλιοθηκών	σελ.24
2.4 Αναφορά στις υπηρεσίες των βιβλιοθηκών- βιβλιοθηκονομικές λειτουργίες.....	σελ.27
2.5 Ο κλάδος της βιβλιοθηκονομίας.....	σελ.28
2.6 Η σχέση των βιβλιοθηκών με τις δημόσιες σχέσεις	σελ.31
2.7 Οι δημόσιες σχέσεις στις δημοτικές βιβλιοθήκες.....	σελ.33

<u>Κεφάλαιο 3^ο: Μεθοδολογία</u>	σελ.36
3.1 Συνεντεύξεις.....	σελ.36
<u>Κεφάλαιο 4^ο: Αποτελέσματα-Ανάλυση</u>	σελ.39
4.1 Οι συνεντεύξεις των δημοτικών βιβλιοθηκών.....	σελ.39
4.2 Οι απαντήσεις των βιβλιοθηκονόμων	σελ.41
4.3 Συζήτηση-ανάλυση	σελ.43
<u>Κεφάλαιο 5^ο: Συμπεράσματα</u>	σελ.49
<u>Κεφάλαιο 6^ο: Βιβλιογραφία</u>	σελ.52
Ελληνική.....	σελ.52
Ξένα	σελ.54
Παράρτημα βιβλιοθηκών.....	σελ.57

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Οι δημόσιες σχέσεις είναι ένας επαγγελματικός κλάδος που αναπτύχθηκε τον 20^ο αιώνα. Ασχολούνται με τις σχέσεις ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης, ιδιωτικού ή δημόσιου τομέα και του κοινού με το οποίο σχετίζονται. Για το λόγο αυτό οι δημόσιες σχέσεις διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο και στον τομέα της λειτουργίας των βιβλιοθηκών. Μέσω των δημοσίων σχέσεων μπορούν οι βιβλιοθηκονόμοι να προβάλλουν τις βιβλιοθήκες στις οποίες εργάζονται και συγκεκριμένα τις υπηρεσίες που αυτές παρέχουν, ώστε να μπορέσουν να προσελκύσουν τους ανθρώπους της πόλης ή της περιοχής στην οποία ανήκουν.

Προκειμένου να αποδείξουμε ότι όντως οι δημόσιες σχέσεις είναι σημαντικές για την λειτουργία και προβολή των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών στο ευρύ κοινό, διενεργήσαμε μια έρευνα σχετικά με το θέμα των δημοσίων σχέσεων σε βιβλιοθήκες της περιοχής Θεσσαλονίκης. Ο στόχος της έρευνας ήταν να γίνει κατανοητό σε ποιο βαθμό και με ποιο σκοπό χρησιμοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις, πόσο σημαντική είναι η εφαρμογή τους στις βιβλιοθήκες και πόσο ικανοποιητικά είναι τα αποτελέσματα όταν χρησιμοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις. Από την καταγραφή των αποτελεσμάτων διαπιστώθηκε ότι οι δημόσιες σχέσεις χρησιμοποιούνται με διάφορους τρόπους στη συντριπτική πλειοψηφία των βιβλιοθηκών και ότι η χρήση των δημοσίων σχέσεων θεωρείται γενικά αποτελεσματική για την προβολή των βιβλιοθηκών.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η παρούσα εργασία εξετάζει τις δημόσιες σχέσεις και τη σημασία τους σε σχέση με τις βιβλιοθήκες. Επειδή σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους θεωρούνται απαραίτητες οι δημόσιες σχέσεις, έτσι και οι περισσότερες βιβλιοθήκες ανά τον κόσμο εφαρμόζουν ένα οργανωμένο πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων. Με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνουν να προσελκύουν μεγαλύτερη μερίδα κοινού σε αυτές, και ολοένα και περισσότεροι άνθρωποι προσεγγίζουν το βιβλίο, ώστε να αυξήσουν τη γνώση τους μέσα από αυτό.

Ο σκοπός αυτής της εργασίας είναι η παρουσίαση των δημοσίων σχέσεων ως επαγγελματικού κλάδου και η σημασία της εφαρμογής τους στον τομέα της λειτουργίας των βιβλιοθηκών. Επίσης ο στόχος της έρευνας είναι να δείξει σε ποιο βαθμό οι δημόσιες σχέσεις εφαρμόζονται στις βιβλιοθήκες και συγκεκριμένα στις δημόσιες βιβλιοθήκες της Θεσσαλονίκης, καθώς και ποια αποτελέσματα έχει η εφαρμογή τους.

Επιπλέον εξετάστηκαν οι τρόποι με τους οποίους μπορούν οι βιβλιοθήκες να χρησιμοποιούν τις δημόσιες σχέσεις, ώστε να μπορέσουν να προβάλλουν τις υπηρεσίες τους και να αυξήσουν τον αριθμό των χρηστών τους.

Για την εκπόνηση της εργασίας διεξάχθηκε μία έρευνα σε δέκα δημοτικές βιβλιοθήκες της περιοχής της Θεσσαλονίκης, παίρνοντας συνεντεύξεις από τους υπεύθυνους βιβλιοθηκονόμους που εργάζονται σε αυτές.

Το πρώτο κεφάλαιο της εργασίας αναφέρεται στις δημόσιες σχέσεις και τα οφέλη που μπορούν να προκύψουν από την εφαρμογή τους. Συγκεκριμένα γίνεται αναφορά στον επαγγελματικό κλάδο των δημοσίων σχέσεων και στον τρόπο εφαρμογής τους στις διάφορες επιχειρήσεις και οργανισμούς. Τονίζεται ο ρόλος που παίζουν οι δημόσιες σχέσεις και πώς μπορούν οι επιχειρήσεις να προβάλλουν μια καλή εικόνα προς το κοινό τους.

Το δεύτερο κεφάλαιο αναφέρεται στις βιβλιοθήκες, σε όλα τα είδη των βιβλιοθηκών και στον τρόπο λειτουργίας τους. Επίσης γίνεται μνεία στις λειτουργίες και στις υπηρεσίες που παρέχουν οι βιβλιοθήκες στο κοινό τους. Ακόμα γίνεται αναφορά και στο βιβλιοθηκονομικό επάγγελμα. Τέλος εξετάζεται η σπουδαιότητα της χρήσης των δημοσίων σχέσεων από όλες τις βιβλιοθήκες, επειδή είναι ένα μέσο με το οποίο μπορούν να παρουσιάσουν την εικόνα τους προς το κοινό τους, με στόχο την εξοικείωσή του με το βιβλίο. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να αυξηθούν οι χρήστες των βιβλιοθηκών.

Στο τρίτο κεφάλαιο παρουσιάζεται ο σκοπός της εργασίας, το υλικό και η μέθοδος που χρησιμοποιήθηκε για την εκπόνηση της έρευνας.

Στο τέταρτο κεφάλαιο παρουσιάζονται τα αποτελέσματα που συνάχθηκαν από την έρευνα αυτή. Σημειώνεται αν και σε ποιο βαθμό και με ποιον χρησιμοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις σε δημοτικές βιβλιοθήκες της πόλης μας, ώστε να έχουμε την εικόνα ενός δείγματος των σημερινών δημόσιων βιβλιοθηκών.

Το πέμπτο κεφάλαιο περιέχει τα συμπεράσματα αυτής της έρευνας σχετικά με την σπουδαιότητα και την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων και τα οφέλη τους στις βιβλιοθήκες.

Για τη σύνταξη της βιβλιογραφίας και των βιβλιογραφικών παραπομπών έχει χρησιμοποιηθεί το πρότυπο MLA (Modern Language Association)¹.

1. Gibaldi, Joseph. MLA Handbook for writers of research papers. New York: The Modern Language Assosiation of America, 2003.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1^ο

Δημόσιες Σχέσεις

Το κεφάλαιο αυτό ασχολείται με τις δημόσιες σχέσεις. Εξετάζεται αυτός ο επιστημονικός κλάδος από τα αρχικά στάδια της εμφάνισής του, καθώς και η σημερινή του χρησιμότητα σε όλους τους επαγγελματικούς κλάδους. Παρουσιάζονται οι δημόσιες σχέσεις έτσι ώστε να τονίζεται η ειδοποιός διαφορά τους από άλλους παραπλήσιους επαγγελματικούς κλάδους.

1.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Όπως φαίνεται από την ιστορία και τα βιβλιογραφικά δεδομένα, από τα αρχαία χρόνια ακόμα εφαρμόζονταν οι δημόσιες σχέσεις. Βέβαια δεν ήταν τότε γνωστές ως δημόσιες σχέσεις ούτε είχαν την ονομασία και την έννοια που έχουν σήμερα αλλά με την πάροδο των ετών και την ανάπτυξη της τεχνολογίας τελειοποιήθηκαν και πήραν τη σημερινή τους μορφή και ονομασία.

Δείγματα δημοσίων σχέσεων παρατηρούνται αρχικά από τα πολύ αρχαία χρόνια στους ανατολικούς λαούς, Αιγυπτίους, Ασσυρίους, Βαβυλωνίους κ.ά. Στην συνέχεια δημόσιες σχέσεις βρίσκουμε στην καθημερινή ζωή της αρχαίας Ελλάδας. Ακολουθεί η ρωμαϊκή αυτοκρατορία και το Βυζάντιο, στη συνέχεια η Αναγέννηση όπου έχουμε και την εφεύρεση της τυπογραφίας, η οποία συμβάλλει θετικά στην ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων. Ακολουθεί ο 17^{ος}-18^{ος} αιώνας με την καταλυτική παρουσία των μεγάλων Γάλλων διαφωτιστών Diderot, Montesquieu, Voltaire και του φιλοσόφου Rousseau, οπότε και δείγματα δημοσίων σχέσεων είναι φανερά (Κουτούπης, 11-13).

Η αρχή των σύγχρονων δημοσίων σχέσεων τοποθετείται από πολλούς στα τέλη του 19^{ου} με αρχές του 20^{ου} αιώνα όταν είχε μεγάλη άνθιση το επάγγελμα των δημοσιολόγων στην Αγγλία και στις ΗΠΑ. Οι δημοσιολόγοι έγραφαν και διοχέτευαν έντυπα φυλλάδια στο κοινό με στόχο να παρέχουν πληροφορίες για διάφορα θέματα, ώστε στη συνέχεια να μπορέσει να

διαμορφωθεί η κοινή γνώμη πάνω στα θέματα αυτά. Επομένως πολλοί θεωρούν ότι είναι το επάγγελμα των δημοσιολόγων που αποτελεί την αρχή των δημοσίων σχέσεων και άρα η αρχή του κλάδου των δημοσίων σχέσεων τοποθετείται στην Αγγλία (Πιπερόπουλος, 20-21).

Εκείνο τον αιώνα άρχισαν να διαδραματίζονται και τεχνολογικές εξελίξεις, που βοήθησαν ακόμα περισσότερο στην άνθιση των δημοσίων σχέσεων.

Ακόμα οι εφημερίδες τον αρχών του 19^{ου} αιώνα δημοσίευαν συχνά αγγελίες στις στήλες τους ως ανταμοιβή των διαφημιζομένων με δωρεάν δημοσιότητα. Για την σύνταξη τέτοιων κειμένων δημιουργήθηκαν ειδικά γραφεία (Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα, 221-222).

Όμως οι Δημόσιες Σχέσεις σαν ειδικότητα, με συγκεκριμένο αντικείμενο, γεννήθηκαν το 1903 στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής από τον Ivy Lee, ο οποίος ήταν δημοσιογράφος. Ο στόχος τους ήταν να μπορέσουν να δώσουν στους δημοσιογράφους σαφή και λεπτομερή πληροφόρηση για τα προγράμματα και τη δράση μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού, ώστε αυτοί με τη σειρά τους να μπορούν να τις μεταδώσουν στο κοινό. Με τον τρόπο αυτό δίνεται στο κοινό η ευκαιρία να γνωρίζει κάθε ενέργεια του οργανισμού ή της επιχείρησης και να αποφασίσει ποιο σκοπό ή ποιες από τις ανάγκες του μπορεί να εξυπηρετήσει η επιχείρηση (Μαγκλιβέρας, 33-34).

Με την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων οι επιχειρήσεις μπορούσαν πλέον να επικοινωνούν με τους δημοσιογράφους, χωρίς να διστάζουν. Αυτό συνέβαινε επειδή πριν τη χρήση των δημοσίων σχέσεων οι επιχειρήσεις δεν εμπιστεύονταν τους δημοσιογράφους, γιατί σε περιόδους κρίσεων των επιχειρήσεων εκείνοι έσπευδαν να τις δυσφημίσουν, και αυτό φυσικά οδηγούσε στην δυσπιστία του κοινού τους.

Οι δημόσιες σχέσεις μετά το τέλος του Δευτέρου Παγκοσμίου Πολέμου ακολούθησαν μια καλή και ανοδική πορεία. Μάλιστα μετά το τέλος του πολέμου ιδρύονται και οι πρώτες οργανώσεις του θεσμού οι οποίες μπορούν να παρέχουν στήριξη και οργανωμένη δράση για τις υπηρεσίες δημοσίων σχέσεων (Μαγνήσαλης, 53). Η πρώτη Ένωση Δημοσίων Σχέσεων ιδρύθηκε στην

Αμερική το 1946. Ακολούθησαν το Ινστιτούτο Δημοσίων Σχέσεων στη Μεγάλη Βρετανία το 1948, η Γαλλική Ένωση Δημοσίων Σχέσεων το 1952, η Ιταλική Ένωση Δημοσίων Σχέσεων το 1954. Ακόμα το 1955 ιδρύθηκε η Διεθνής Ένωση Δημοσίων Σχέσεων, ενώ αργότερα το Ευρωπαϊκό Κέντρο Δημοσίων Σχέσεων (Κουτούπης, 15).

Στη συνέχεια οι δημόσιες σχέσεις έλαβαν διεθνή χαρακτήρα καθώς εξαπλώθηκαν και σε άλλες χώρες και ηπείρους όπως στην Ευρώπη, στην Αφρική, στην Βόρεια Αμερική και στην Άπω Ανατολή. Σήμερα πλέον οι δημόσιες σχέσεις, σε αντίθεση με την εφαρμογή τους στο παρελθόν, χρησιμοποιούνται από όσο το δυνατόν περισσότερους οργανισμούς ή επιχειρήσεις. Και ο ρόλος του στελέχους των δημοσίων σχέσεων είναι σημαντικός για να γεφυρωθεί το χάσμα μεταξύ του κοινού και των επιχειρήσεων.

Μάλιστα στη σημερινή εποχή έχουν ιδρυθεί σχολές εκπαίδευσης των δημοσίων σχέσεων. Υπάρχουν ακόμα πολλά κολλέγια και πανεπιστήμια που περιλαμβάνουν μαθήματα διδασκαλίας των δημοσίων σχέσεων από καθηγητές ειδικούς σε αυτόν τον τομέα (Πιπερόπουλος, 41,43-44).

Με την ανάπτυξη και εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων από περισσότερες επιχειρήσεις και οργανισμούς συντάχθηκαν ορισμένοι κανόνες δεοντολογίας, τους οποίους οφείλουν να ακολουθούν οι επαγγελματίες των δημοσίων σχέσεων. Αυτοί είναι ο Κώδικας Ηθικής του Διεθνούς Συνδέσμου Δημοσίων Σχέσεων, ο Κώδικας Ηθικής του Ευρωπαϊκού Κέντρου Δημοσίων Σχέσεων (ο επονομαζόμενος «Κώδικας Αθηνών»), ο Κώδικας Επαγγελματικής Συμπεριφοράς Λειτουργών Δημοσίων Σχέσεων του Ευρωπαϊκού Κέντρου Δημοσίων Σχέσεων, γνωστός ως «Κώδικας Λισαβόνας», ο Κώδικας Βρετανικού Ινστιτούτου Δημοσίων Σχέσεων και τέλος ο Κώδικας Συνδέσμου Συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων Μεγάλης Βρετανίας (Φερούσης, 26-27).

1.2 ΟΡΙΣΜΟΙ

Έχουν διατυπωθεί πολλοί ορισμοί για τις δημόσιες σχέσεις. Παρακάτω παρατίθενται μερικοί.

Συγκεκριμένα το Ινστιτούτο Δημοσίων Σχέσεων ορίζει ότι: «Οι δημόσιες σχέσεις είναι η οργανωμένη και συνεχής προσπάθεια θεμελίωσης και διατήρησης καλής θέλησης και αμοιβαίας κατανόησης ανάμεσα σε μια επιχείρηση και στο κοινό της» (Austin, 3-4).

Έναν δεύτερο ορισμό δίνει και η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων: «Δημόσιες σχέσεις είναι κοινωνικό λειτούργημα αμφίδρομης επικοινωνίας, που μετά από έρευνα και μελέτη των αντικειμενικών στοιχείων του δεδομένου περιβάλλοντος και σωστή πληροφόρηση των διαλεγόμενων προσπαθεί, μέσω ελεύθερου διαλόγου, να συντελέσει στην παρουσίαση της αληθινής εικόνας του ενός προς τον άλλο, για να πετύχει σε κλίμα αλληλοκατανόησης την ανάπτυξη των σχέσεων τους με βάση αμοιβαίου συμφέροντος» (Φερούσης, 22).

Η Διεθνής Ένωση Δημοσίων Σχέσεων ορίζει ότι «δημόσιες σχέσεις είναι μια διοικητική λειτουργία διαρκούς και προγραμματισμένου χαρακτήρα, που με αυτή δημόσιοι και ιδιωτικοί οργανισμοί και οργανώσεις επιζητούν να κερδίσουν και να διατηρήσουν την κατανόηση, τη συμπάθεια και την υποστήριξη εκείνων με τους οποίους έρχονται ή μπορεί να έρθουν σε επαφή δια(μέσω) της κοινής γνώμης, με σκοπό να συντονίσουν όσο είναι δυνατόν, την πολιτική και τη διαδικασία δράσεώς τους για να επιτύχουν με την προγραμματισμένη και εκτεταμένη πληροφόρηση παραγωγικότερη συνεργασία και αποτελεσματικότερη εκπλήρωση των κοινών συμφερόντων τους». (Μαγκλιβέρας, 95)

Ένας άλλος ορισμός είναι αυτός της Διεθνούς Εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων που αναφέρει ότι «οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν μια κατευθυνόμενη λειτουργία που χαρακτηρίζεται από σταθερότητα και οργάνωση διαμέσου της οποίας μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός, ιδιωτικός ή δημόσιος, προσπαθεί να

επιτύχει και να διατηρήσει τη συμπάθεια και κατανόηση όλων εκείνων με τους οποίους σχετίζεται ή πρόκειται να έχει σχέσεις» (Πιπερόπουλος, 31).

Η Βρετανική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων ορίζει ότι «οι δημόσιες σχέσεις συνίστανται από προμελετημένη, προδιαγεγραμμένη και συστηματική προσπάθεια για τη δημιουργία και διατήρηση αμοιβαίας κατανόησης μεταξύ ενός οργανισμού και του κοινού του» (Πιπερόπουλος, 31).

Ακόμα οι δημόσιες σχέσεις ορίζονται ως «μια συνειδητή, σχεδιασμένη και μόνιμη προσπάθεια δημιουργίας και διατήρησης αμοιβαίας κατανόησης και εμπιστοσύνης σε δημόσιες δραστηριότητες. Έργο των δημοσίων σχέσεων είναι ο διάλογος τον οποίο το κάθε άτομο και κοινωνική ομάδα πρέπει να αναπτύσσει για την προαγωγή της επικοινωνίας των ατόμων μέσα στην κοινωνία καθώς επίσης και η προσπάθεια των κοινωνικών ομάδων, που έχουν διαφορετικές αντιλήψεις και απόψεις, να φτάσουν σε μια μορφή συμφωνίας» (Πιπερόπουλος, 30).

Συνδέοντας τους παραπάνω ορισμούς καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι δημόσιες σχέσεις αποτελούν μια οργανωμένη και προγραμματισμένη προσπάθεια εγκαθίδρυσης μιας αμφίδρομης σχέσης επικοινωνίας, καλής θέλησης και κατανόησης ανάμεσα σε μια επιχείρηση ή οργανισμό και στο κοινό στο οποίο απευθύνεται, με στόχο το συντονισμό της δράσης της επιχείρησης κατά τρόπο ώστε αυτή να πληροφορήσει τους αποδέκτες της για την αληθινή εικόνα της, εξασφαλίζοντας έτσι την καλή φήμη, την εμπιστοσύνη και το ενδιαφέρον του κοινού για τις υπηρεσίες που προσφέρει.

Συνακόλουθα, οι δημόσιες σχέσεις βοηθούν στην αλλαγή μιας λανθασμένης ενδεχομένως εικόνας που έχει κάποιο άτομο ή κοινωνική ομάδα για κάποιο άλλο άτομο, ομάδα, επιχείρηση ή οργανισμό και με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται μια θετική εντύπωση γύρω από το πρόσωπό του ατόμου ή του οργανισμού.

Με τις δημόσιες σχέσεις μπορεί να επιτευχθεί η επικοινωνία με τους καταναλωτές της επιχείρησης ώστε να μπορέσει η επιχείρηση να υπερισχύσει των ανταγωνιστών της. Φυσικά η επιχείρηση είναι σημαντικό να γνωρίζει τις

ανάγκες του κοινού της, το βαθμό στον οποίο αυτό είναι πληροφορημένο γύρω από της υπηρεσίες της, αλλά και την άποψη των ίδιων των εργαζομένων της.

Ακόμα με τις δημόσιες σχέσεις μπορεί ο οργανισμός να έχει διαρκή επικοινωνία με τους χρήστες του και να αποφεύγει λανθασμένους χειρισμούς του παρελθόντος που οδήγησαν σε δυσφήμιση και δυσαρέσκεια της κοινής γνώμης.

Οι δημόσιες σχέσεις είναι απαραίτητες για τους οργανισμούς και τις επιχειρήσεις ώστε να προβάλλουν την εικόνα τους προς τα έξω, δηλαδή προς το κοινό τους που είναι οι πολίτες και οι άλλοι οργανισμοί. Δίνεται η δυνατότητα στους οργανισμούς να μεταδώσουν ένα αποτελεσματικό μήνυμα προς τους αποδέκτες τους και με αυτό τον τρόπο να επιτύχουν τους στόχους τους. Γι' αυτό ένα οργανωμένο πρόγραμμα δημοσίων σχέσεων μπορεί να είναι χρήσιμο στη δημιουργία μιας καλής σχέσης ανάμεσα σε έναν οργανισμό ή επιχείρηση και στους καταναλωτές των υπηρεσιών του.

1.3. ΔΙΑΦΟΡΑ ΑΠΟ ΤΗ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Πολλές φορές οι δημόσιες σχέσεις συγχέονται με άλλους επιστημονικούς κλάδους και τις περισσότερες φορές με τον κλάδο της διαφήμισης και του μάρκετινγκ. Μάλιστα πολλές επιχειρήσεις πιστεύουν ότι δεν χρειάζεται να εφαρμόσουν δημόσιες σχέσεις, επειδή νομίζουν ότι είναι ένα είδος διαφήμισης και ότι δεν είναι απαραίτητες.

Είναι αυτονόητο ότι οι δημόσιες σχέσεις δεν είναι διαφημίσεις. Συγκεκριμένα το σημείο στο οποίο διαφέρουν οι δημόσιες σχέσεις από τις διαφημίσεις είναι το γεγονός ότι οι διαφημιστές και τα στελέχη του μάρκετινγκ έχουν ως στόχο την πώληση ενός προϊόντος ή των υπηρεσιών της επιχείρησης και πολλές φορές χρησιμοποιούν την υπερβολή προκειμένου να τον επιτύχουν, ενώ οι δημόσιες σχέσεις έχουν ως σκοπό την πληροφόρηση και την προβολή μιας θετικής εικόνας της επιχείρησης προς τους καταναλωτές της. Η δημοσιότητα που αποκτάται στις δημόσιες σχέσεις είναι χωρίς αμοιβή

(Πιπερόπουλος, 33). Αυτό επιτυγχάνεται με τελείως διαφορετικές στρατηγικές απ' ό,τι στη διαφήμιση: Οι δημόσιες σχέσεις παρέχουν ειδήσεις και στοιχεία στα ΜΜΕ τα οποία όμως δεν είναι υποχρεωτικό να προβληθούν ώστε να προσελκύσουν τους ανθρώπους για να τους πείσουν να αγοράσουν κάτι (Μαγνήσαλης, 94-96).

Αντίθετα, η διαφήμιση ορίζεται ως «το σύνολο μέσων προβολής, με τα οποία επιδιώκεται η απόκτηση νέας πελατείας ή η διατήρηση της ήδη υφιστάμενης» (Μαγνήσαλης, 92). Η διαφήμιση υπήρχε ήδη από τα αρχαία χρόνια και με την ανάπτυξη της τυπογραφίας τον 17^ο αιώνα εξελίχθηκε ακόμα περισσότερο. Η διαφήμιση συνδέεται με το εμπόριο. Επομένως η διαφήμιση προσπαθεί να επικοινωνεί με το κοινό και να προβάλλει προϊόντα και υπηρεσίες στοχεύοντας στην αύξηση των πωλήσεων. Επιπλέον, η διαφήμιση παίζει έναν σπουδαίο ρόλο στη σύγχρονη κοινωνία όσον αφορά την εξεύρεση νέων καταναλωτών. Μάλιστα για να πετύχει το στόχο της συχνά χρησιμοποιεί την τηλεόραση και τον Τύπο, ώστε να υποκινήσει τα συναισθήματα και τη σκέψη των ατόμων (Μαγνήσαλης, 90-94). Έτσι, αντιλαμβανόμαστε ότι οι διαφημίσεις είναι ένας διαφορετικός επαγγελματικός κλάδος από τις δημόσιες σχέσεις.

1.4 ΤΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΚΑΙ ΤΟ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟ ΤΟΥ

Το γεγονός ότι οι δημόσιες σχέσεις είναι πολύ σημαντικές για κάθε επιχείρηση ή οργανισμό δημιουργεί την ανάγκη για τη δημιουργία γραφείου δημοσίων σχέσεων στις επιχειρήσεις. Αυτό το γραφείο θα αποτελείται αφενός από τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων και αφετέρου από τον απαιτούμενο εξοπλισμό.

Για να εξασφαλιστεί αποτελεσματικά η προβολή της κάθε επιχείρησης ή οργανισμού πρέπει να διαθέτει το κατάλληλο στέλεχος δημοσίων σχέσεων ή την εταιρεία δημοσίων σχέσεων η οποία θα αναλάβει εξολοκλήρου αυτή την αρμοδιότητα. Επομένως καλό είναι το στέλεχος των δημοσίων σχέσεων να μην

έχει και κάποια άλλη θέση μέσα στην επιχείρηση, ώστε να αποσπάται η προσοχή του και να μην μπορεί να επιτελεί σωστά την δουλειά που του έχει ανατεθεί.

Σε ό,τι αφορά τον εξοπλισμό του γραφείου δημοσίων σχέσεων, αυτός συνήθως περιλαμβάνει κατάλογο όλων των ΜΜΕ, εγκυκλοπαίδειες, λεξικά, έντυπα του οργανισμού, αρχεία φωτογραφιών, ονομαστικούς καταλόγους προσώπων υπεύθυνων για τη μετάδοση των μηνυμάτων στο κοινό και για την αποτελεσματική επικοινωνία με τα ΜΜΕ, ώστε να γίνεται σωστή εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων (Μαγκλιβέρας, 327-329).

1.5 ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων πρέπει να έχουν κάποια τυπικά και ουσιαστικά προσόντα τα οποία θα βοηθήσουν στην αποτελεσματική εφαρμογή του λειτουργήματος το οποίο υπηρετούν.

Συγκεκριμένα ένα στέλεχος δημοσίων σχέσεων πρέπει να έχει επαρκή εκπαίδευση πανεπιστημιακού επιπέδου σε κάποιο εκπαιδευτικό ίδρυμα που παρέχει αναγνωρισμένο πτυχίο δημοσίων σχέσεων ή ακόμα να διαθέτει πτυχίο μεταπτυχιακών σπουδών επιπέδου μάστερ ή διδακτορικού (Κουτούπης, 80). Μάλιστα καλό είναι το στέλεχος δημοσίων σχέσεων να λαμβάνει εκπαίδευση σε σπουδές κοινωνιολογίας, πολιτικών επιστημών, επικοινωνίας, ψυχολογίας, οικονομικών, διοίκησης ώστε να έχει μια πιο σφαιρική άποψη όσον αφορά την επικοινωνία του με τα άλλα στελέχη της επιχείρησης αλλά και με τους δημοσιογράφους και το κοινό της επιχείρησης. Ακόμα οφείλει να έχει εγκυκλοπαιδικές γνώσεις ώστε να μπορεί να χειρίζεται με ευελιξία διάφορα προβλήματα που προκύπτουν (Μαντάς και Κουτρούμάνος, 73-75).

Επίσης τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων πρέπει να γνωρίζουν άπταιστα τουλάχιστον μία ή περισσότερες ξένες γλώσσες και να έχουν γνώσεις χειρισμού ηλεκτρονικών υπολογιστών. Ακόμα είναι απαραίτητο τα στελέχη

των δημοσίων σχέσεων να είναι εξοικειωμένα με την έντυπη και οπτικοακουστική επικοινωνία, να μπορούν να συντάσσουν κείμενα και να εκφέρουν ορθά το λόγο στα πλαίσια μιας παρουσίασης μέσω των ΜΜΕ (Πιπερόπουλος, 248).

Επιπρόσθετα τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων κάθε επιχείρησης πρέπει να έχουν κάποια συγκεκριμένα χαρακτηριστικά, πέρα από το μορφωτικό τους επίπεδο, τα οποία είναι πολύ σημαντικά για την επίτευξη των στόχων που έχει θέσει η επιχείρηση ή ο οργανισμός. Αυτά είναι τα εξής: Καταρχήν για τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων είναι πολύ σημαντικό να ταιριάζει η προσωπικότητά τους με το προφίλ της εταιρείας, της επιχείρησης, ή του οργανισμού στον οποίο εργάζονται. Ακόμα το άτομο πρέπει να είναι ευφυές, δυναμικό, εχέμυθο, ακέραιο, να διαθέτει ισχυρή προσωπικότητα, να έχει διοικητικές ικανότητες, να έχει συναδερφικό πνεύμα. Πρέπει να είναι άνθρωπος με ανοικτή και πρόσχαρη προσωπικότητα, ευγενικός, να έχει μεγάλη ικανότητα στις διαπροσωπικές σχέσεις, να διαθέτει πνεύμα συνεργατικότητας και άνεση στις προσωπικές επαφές με άτομα κάθε μορφωτικού επιπέδου (Κουτούπης, 77-82).

Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων θα πρέπει να συνεργάζονται στενά με την διοίκηση της επιχείρησης ή του οργανισμού και να ανταλλάσσουν τις απόψεις τους για την επίτευξη των στόχων της επιχείρησης και να τις μετατρέπουν σε πραγματοποιήσιμες ενέργειες. Αφενός η διοίκηση της επιχείρησης πρέπει να συντονίζει όλες τις ενέργειες του γραφείου δημοσίων σχέσεων και να παίρνει αποφάσεις σχετικά με το έργο του. Οι δημόσιες σχέσεις από την άλλη μεριά σφυγμομετρούν την κοινή γνώμη και στη συνέχεια συμβουλεύουν τη διοίκηση όσον αφορά τον αντίκτυπο που πιθανώς να έχουν στο κοινό κάποιες από τις στρατηγικές της επιχείρησης.

1.6 ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων καθημερινά ασχολούνται με δραστηριότητες απαραίτητες για τη σωστή εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων στις επιχειρήσεις και στους οργανισμούς όπου εργάζονται.

Οι συνήθειες δραστηριότητες των στελεχών των δημοσίων σχέσεων είναι οι εξής (Πιπερόπουλος, 38,39):

1. Η σύνταξη ενός ή περισσότερων Δελτίων τύπου τα οποία θα διανέμονται στους δημοσιογράφους των διαφόρων ΜΜΕ, έτσι ώστε να ενημερώνεται το κοινό για θέματα που αφορούν τις δραστηριότητες του οργανισμού.
2. Η συμμετοχή στην έκδοση εντύπων όπως φωτογραφικά λευκώματα, ημερολόγια ή περιοδικά τα οποία απευθύνονται στους φίλους ή σε ορισμένες περιπτώσεις και στους εργαζομένους της επιχείρησης
3. Η διατήρηση καλών σχέσεων με όσο το δυνατόν περισσότερα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης και η καταγραφή της στάσης που κρατά ο Τύπος για τον οργανισμό ή την επιχείρηση.
4. Η οργάνωση επισκέψεων ή ξεναγήσεων μαθητών, φοιτητών ή και άλλων κοινωνικών ομάδων στο χώρο της επιχείρησης ή του οργανισμού. Με αυτόν τον τρόπο έρχεται το κοινό σε απευθείας επαφή με τον οργανισμό.
5. Η συμμετοχή σε όλα τα προγράμματα ενημέρωσης και κατάστροφης σχεδίων προβολής της επιχείρησης από τη Διοίκηση.
6. Η παρακολούθηση γευμάτων εργασίας στα οποία παρευρίσκονται στελέχη από άλλες επιχειρήσεις, με σκοπό την ενημέρωση των στελεχών δημοσίων σχέσεων για διάφορα θέματα που θα ευνοήσουν την επιχείρηση.
7. Η συμμετοχή σε συμβούλια της επιχείρησης, που διοργανώνονται σε τακτά χρονικά διαστήματα, με σκοπό τον έλεγχο της πορείας της και του προσωπικού της.

8. Η οργάνωση συνεδρίων, σεμιναρίων και δεξιώσεων όπου γίνεται πρόσκληση ατόμων με τα οποία πρόκειται να συνεργαστεί ο οργανισμός.
9. Η οργάνωση των συνεντεύξεων τύπου που δίνει κατά καιρούς η επιχείρηση ή ο οργανισμός.

Άλλες λειτουργίες που επιτελούνται στο τμήμα δημοσίων σχέσεων είναι η διαχείριση και διεκπεραίωση των παραπόνων και παρατηρήσεων του κοινού και η επικοινωνιακή σύνδεση της επιχείρησης με τα οποιοδήποτε ενδιαφερόμενα μέρη (Jefkins, 32-33).

1.7 ΟΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΜΕ ΤΑ ΜΜΕ (ΜΕΣΑ ΜΑΖΙΚΗΣ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑΣ)

Όλες οι επιχειρήσεις και οι οργανισμοί προκειμένου να προβάλλονται πρέπει να έχουν καλές σχέσεις με τα ΜΜΕ. Αυτή η καλόπιστη σχέση συνεργασίας θα επιτευχθεί κυρίως με τη βοήθεια του τμήματος των δημοσίων σχέσεων.

Τα στελέχη των δημοσίων σχέσεων είναι σημαντικό να συνεργάζονται με τα στελέχη των μέσων μαζικής επικοινωνίας, τα οποία ενημερώνουν μέσω των ειδήσεων τον κόσμο. Στα ΜΜΕ περιλαμβάνονται ο περιοδικός ή ημερήσιος Τύπος, η τηλεόραση και το ραδιόφωνο. Βέβαια δεν είναι πάντα καλές οι σχέσεις των δημοσιογράφων με τους υπευθύνους των δημοσίων σχέσεων. Όμως μόνο οι υπεύθυνοι των δημοσίων σχέσεων μπορούν να δώσουν ακριβή στοιχεία και μηνύματα μιας επιχείρησης τα οποία στη συνέχεια θα μπορέσουν να μεταδώσουν οι δημοσιογράφοι από τα ΜΜΕ. Επομένως είναι σπουδαία η ανάπτυξη συνεργασίας και φιλικής ατμόσφαιρας με τους δημοσιογράφους επειδή μπορούν να επηρεάσουν θετικά τον Τύπο, ο οποίος ενημερώνει το κοινό με θετικά στοιχεία προς όφελός της επιχείρησης (Ridgway, 11, 17-29).

Τα μέσα των δημοσίων σχέσεων με τα οποία επικοινωνεί ο οργανισμός με τα ΜΜΕ είναι ο προφορικός λόγος, ο γραπτός λόγος και τα οπτικοακουστικά μέσα. Ο προφορικός λόγος περιλαμβάνει τις διαλέξεις, τα συνέδρια, τα σεμινάρια, τις συγκεντρώσεις, την επαφή του κοινού με τον οργανισμό και τη συνέντευξη τύπου. Ο γραπτός λόγος περιλαμβάνει τις διάφορες εκδόσεις όπως το περιοδικό της επιχείρησης, εκθέσεις και επιδείξεις, επιστολές, κάρτες, εγκυκλίους (Μαγκλιβέρας, 272-292).

Ένας τρόπος άσκησης των δημοσίων σχέσεων είναι το Δελτίο Τύπου το οποίο όπως αναφέρθηκε παραπάνω είναι αποκλειστική δουλειά του στελέχους των δημοσίων σχέσεων της επιχείρησης. Με το Δελτίο Τύπου επικοινωνεί η επιχείρηση με το κοινό της και μέσω όλων των ΜΜΕ στα οποία αποστέλλεται ανακοινώνει σημαντικές δραστηριότητες της επιχείρησης. Το δελτίο τύπου είναι ένας τρόπος προσέγγισης με μικρό κόστος. Επίσης με το δελτίο τύπου μπορούν να ενημερώνονται πολλοί άνθρωποι επειδή τα ΜΜΕ έχουν μεγάλη απήχηση στο κοινό (Αθανασούλης, β' 19-20).

Βέβαια για να μπορέσει να δημοσιευτεί το δελτίο τύπου σημαντικό είναι να είναι καλογραμμένο, με σωστή σύνταξη και να περιλαμβάνει όλα τα σημεία που θέλει να τονίσει ο οργανισμός ώστε να κινήσει το ενδιαφέρον των δημοσιογράφων και να το δημοσιοποιήσουν. Η δημοσίευση εξαρτάται και από τους δημοσιογράφους που θα το δημοσιεύσουν με την έννοια ότι ένα δελτίο τύπου μπορεί να δημοσιευτεί όπως είναι γραμμένο ή να γίνουν κάποιες τροποποιήσεις. Επομένως το περιεχόμενο ενός δελτίου τύπου πρέπει να είναι σύντομο αλλά και περιεκτικό (Μπίλλης, 222-223).

Ένα ακόμα τρόπος επικοινωνίας των υπευθύνων των δημοσίων σχέσεων με τους δημοσιογράφους είναι και οι Συνεντεύξεις Τύπου με τις οποίες οι υπεύθυνοι των δημοσίων σχέσεων μπορούν να ενημερώνουν τους δημοσιογράφους για την κατάσταση της επιχείρησης-οργανισμού με όλες τις λεπτομέρειες. Η οργάνωση ως προς τον τόπο και χρόνο της συνέντευξης τύπου, του περιεχομένου και της κάλυψης από εκπροσώπους του Τύπου αποτελεί ευθύνη των στελεχών των δημοσίων σχέσεων (Μπίλλης, 224-226).

Επίσης ένας άλλος τρόπος επικοινωνίας με τους δημοσιογράφους είναι και το γεύμα Τύπου το οποίο λαμβάνει χώρα μεσημβρινές ώρες και διεξάγεται ώστε να αναπτυχθούν φιλικές και ευνοϊκές σχέσεις της εταιρείας με τα στελέχη των μέσων μαζικής ενημέρωσης (Πιπερόπουλος, 286).

Οι περισσότερες επιχειρήσεις έχουν ένα τμήμα δημοσίων σχέσεων το οποίο ασχολείται μόνο με την εταιρεία και γνωρίζει όλα τα προβλήματα του οργανισμού καθώς και την επαγγελματική του πορεία ανάπτυξης. Οι δημόσιες σχέσεις ανατίθενται αναλόγως από την απόφαση του οργανισμού σε ένα ή δύο άτομα από την εταιρεία είτε σε ένα γραφείο δημοσίων σχέσεων. Αυτό εξαρτάται από τον κάθε οργανισμό. Η ανάθεση σε ένα άτομο από την ίδια την εταιρεία προσφέρει το πλεονέκτημα ότι το άτομο αυτό γνωρίζει καλά όλες τις περιστάσεις και τις ανάγκες της εταιρείας, έχει άμεση πρόσβαση στα διοικητικά στελέχη, γνωρίζει τι θα ήταν καλό για αυτή. Η ανάθεση σε γραφείο συμβούλων δημοσίων σχέσεων από την άλλη πλευρά είναι αποτελεσματική επειδή υπάρχει περισσότερο προσωπικό, έχουν γνώση και εμπειρία ώστε να αντιμετωπίσουν πιο δύσκολα προβλήματα και ακόμα έχει και χαμηλό κόστος πληρωμής. Και οι δύο αποφάσεις όπως φαίνεται έχουν μερικά πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα τα οποία πρέπει να λάβουν υπόψη οι οργανισμοί που ενδιαφέρονται (Jefkins, 27-29).

1.8 ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Οι Δημόσιες Σχέσεις είναι ένας επαγγελματικός κλάδος που έχει γνωρίσει μεγάλη άνθηση στις ΗΠΑ, στην Ευρώπη και στην Άπω Ανατολή και γι' αυτό το λόγο χρησιμοποιούνται σε κάθε επιχείρηση. Στην Ελλάδα όμως άργησαν να εφαρμοστούν. Οι δημόσιες σχέσεις εμφανίστηκαν για πρώτη φορά το 1951 όταν ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (ΕΟΤ) ανέθεσε σε ένα ξένο οίκο μια εξάμηνη εκστρατεία διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων (Κουτούπης, 20). Το 1960 ιδρύθηκε η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων η οποία είναι το επίσημο εθνικό επαγγελματικό και επιστημονικό όργανο-σωματείο των

Ελλήνων συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων και αποτελεί μέρος της Διεθνούς Εταιρείας Δημοσίων Σχέσεων και της Ευρωπαϊκής Ένωσης Εταιρειών Δημοσίων Σχέσεων. Σκοπός αυτής της εταιρείας ήταν η ανάπτυξη του θεσμού των δημοσίων σχέσεων στη χώρα μας (Σκλαβούνης, 26).

Στην αρχή της εφαρμογής των δημοσίων σχέσεων στην Ελλάδα οι οργανισμοί και οι επιχειρήσεις δίσταζαν να τις εφαρμόσουν. Πίστευαν ότι δεν ήταν απαραίτητες για την προβολή τους στο κοινό και τις συχνά τις συνέχων με άλλους επαγγελματικούς κλάδους. Επίσης δεν υπήρχε και επαρκής εκπαίδευση των στελεχών των δημοσίων σχέσεων (Κουτούπης, 21-22).

Με την ανάπτυξη όμως της τεχνολογίας και της επικοινωνίας ξεκίνησε να υπάρχει ζήτηση των υπηρεσιών των δημοσίων σχέσεων τη δεκαετία του 1970-1980. Βέβαια δεν υπήρχαν τα εκπαιδευμένα στελέχη των δημοσίων σχέσεων που θα κάλυπταν τις θέσεις όπου υπήρχε ζήτηση. Παρόλα αυτά καθώς προχωρούν οι δεκαετίες οι δημόσιες σχέσεις γνωρίζουν ακόμα μεγαλύτερη άνθηση στην Ελλάδα.

Συχνά παρατηρήθηκε το φαινόμενο ότι πολλές επιχειρήσεις δεν χρησιμοποιούσαν στελέχη των δημοσίων σχέσεων που είχαν τα απαραίτητα προσόντα και χαρακτηριστικά για την επιτυχή προβολή της επιχείρησης στο «κοινό» της. Αντίθετα η εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων αναθέτονταν σε δημοσιογράφους ή σε υπαλλήλους της επιχείρησης οι οποίοι δεν είχαν την απαραίτητη μόρφωση και αυτό συνέβαινε ως επί το πλείστον για οικονομικούς λόγους.

Όμως στη σύγχρονη Ελλάδα οι Δημόσιες Σχέσεις δεν έχουν την ίδια αντιμετώπιση όπως στο παρελθόν. Τα τελευταία χρόνια αναπτύσσεται το επάγγελμα των δημοσίων σχέσεων ολοένα και περισσότερο και εφαρμόζεται από περισσότερες επιχειρήσεις, οι οποίες τις θεωρούν πλέον ένα αναπόσπαστο κομμάτι της προβολής τους. Όμως αυτό άρχισε να γίνεται δειλά και όχι με γοργούς ρυθμούς επειδή πάντα υπάρχει το οικονομικό πρόβλημα των ελληνικών επιχειρήσεων. Βέβαια έχει γίνει αναγνωρισμένο επάγγελμα και από το επίσημο κράτος. Ακόμα έχει διαχωριστεί εν μέρει ο ορισμός του από άλλα

παρεμφερή επαγγέλματα. Επίσης έχουμε και παραδείγματα ανάπτυξης των δημοσίων σχέσεων στον τομέα των γραμμάτων και των τεχνών, στον τομέα της πολιτικής.

Ακόμα και το επίπεδο σπουδών των δημοσίων σχέσεων έχει βελτιωθεί πολύ τα τελευταία χρόνια. Οι δημόσιες σχέσεις διδάσκονται σε ΑΕΙ και ΤΕΙ της χώρας και μάλιστα τα τελευταία χρόνια έχει ιδρυθεί και τμήμα Δημοσίων Σχέσεων και Επικοινωνίας στο ΤΕΙ Δυτικής Μακεδονίας (Πιπερόπουλος, 44-45). Ακόμα διδάσκονται και σε ιδιωτικά εκπαιδευτικά ιδρύματα καθώς και σε Κέντρα Ελευθέρων Σπουδών (Μπίλλης, 214).

Επομένως οι δημόσιες σχέσεις είναι ένας επαγγελματικός κλάδος που στην Ελλάδα αναπτύσσεται και εφαρμόζεται πλέον ευρύτερα και περισσότερο οργανωμένα. Αυτό θα έχει ως αποτέλεσμα να αποκομίζουν αρκετά οφέλη οι διάφοροι οργανισμοί και επιχειρήσεις, αφού μέσω των δημοσίων σχέσεων θα εξασφαλίσουν αποτελεσματικότερα την προβολή τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2^ο Βιβλιοθήκες

Το κεφάλαιο αυτό της εργασίας αναφέρεται στις βιβλιοθήκες. Παρουσιάζεται ο τομέας των βιβλιοθηκών από την αρχή της δημιουργίας τους έως και σήμερα, τα είδη των βιβλιοθηκών, οι υπηρεσίες που παρέχουν, η χρησιμότητα που έχουν στην κοινωνία και το βιβλιοθηκονομικό επάγγελμα. Στη συνέχεια εξετάζεται η σχέση που έχουν οι βιβλιοθήκες με τις δημόσιες σχέσεις, αλλά και συγκεκριμένα οι δημόσιες βιβλιοθήκες.

2.1 ΙΣΤΟΡΙΚΗ ΑΝΑΔΡΟΜΗ

Η δημιουργία των πρώτων βιβλιοθηκών ξεκίνησε από τα αρχαία χρόνια. Με την ανακάλυψη της γραφής άρχισαν οι λαοί να συντάσσουν κείμενα που περιείχαν τις διάφορες δραστηριότητες τους, εμπορικές συναλλαγές, και με την ανάπτυξη του λόγου και της σκέψης έγραφαν οι φιλόσοφοι διάφορα έργα τους.

Αρχικά οι συλλογές των βιβλιοθηκών περιλάμβαναν πέτρινες πλάκες οι οποίες αντικαταστάθηκαν στη συνέχεια από πήλινες πλάκες, αργότερα ρόλους από πάπυρο, με περγαμηνές και στα πολύ μετέπειτα χρόνια με την ανακάλυψη του χαρτιού αντικαταστάθηκαν από συλλογές βιβλίων. (Σεμερτζάκη, 14-16)

Οι πρώτες βιβλιοθήκες που δημιουργήθηκαν ήταν ιδιωτικές συλλογές βασιλιάδων όπως βιβλιοθήκες στην Αίγυπτο και στη Βαβυλώνα, φιλοσόφων όπως οι βιβλιοθήκες αρχαίων Ελλήνων φιλοσόφων (για παράδειγμα αυτή του Αριστοτέλη), καθώς και αυτές μοναχών στο Μεσαίωνα. Όπως αναφέρθηκε και παραπάνω, τα βιβλία αποτελούσαν προνόμιο των ολίγων και ευπόρων οι οποίοι ήταν μορφωμένοι αλλά και είχαν τη δυνατότητα να καλύπτουν το αυξημένο κόστος των βιβλίων (Gates, 7-35).

Στα αρχαία χρόνια υπήρξαν αξιόλογες βιβλιοθήκες που ήταν ξακουστές για το μέγεθός τους και τη μεγάλη συλλογή βιβλίων και χειρογράφων. Μια γνωστή βιβλιοθήκη στον αρχαίο κόσμο είναι η βιβλιοθήκη της Αλεξάνδρειας η οποία περιλάμβανε περίπου 700.000 ρόλους (Σεμερτζάκη, 10). Μια άλλη

γνωστή βιβλιοθήκη εκείνης της εποχής, που είχε μεγάλη συλλογή, ήταν αυτή της Περγάμου (Σεμερτζάκη, 11-12).

Στη συνέχεια με το πέρασμα των αιώνων και την ανακάλυψη της τυπογραφίας το 1454 από τον Γουτεμβέργιο άρχισε η μαζική παραγωγή βιβλίων. Επομένως δεν κόστιζαν ακριβά και μπορούσαν να τα αγοράσουν και απλοί άνθρωποι. Επίσης εκείνη την εποχή οι άνθρωποι άρχισαν να διαφεύγουν από την περίοδο του αναλφαβητισμού, πήγαιναν σε σχολεία και μπορούσαν πλέον να διαβάζουν. Για αυτό το λόγο τα βιβλία έπαψαν πλέον να ανήκουν μόνο στους λίγους και δημιουργήθηκε η ανάγκη να επεκταθεί η χρήση τους σε περισσότερους ανθρώπους, γιατί θεωρούνταν σημαντικά για την περαιτέρω μόρφωσή τους και την ανάπτυξη των γνωστικών τους οριζόντων. Με αφορμή αυτό το γεγονός έπρεπε να δημιουργηθούν βιβλιοθήκες οι οποίες θα περιείχαν όλων των ειδών τα βιβλία που δεν ήταν δυνατόν να αγοραστούν (Gates, 41-44).

Επίσης με την ανάπτυξη των επιστημών ήταν απαραίτητες οι βιβλιοθήκες γιατί περιείχαν βιβλία που αφορούσαν διάφορους επιστημονικούς κλάδους. Στη συνέχεια ιδρύθηκαν και οι πρώτες εθνικές βιβλιοθήκες τις οποίες μπορούσαν να επισκεφτούν όλοι οι άνθρωποι ανεξαρτήτως κοινωνικού επιπέδου. Τον 19^ο αιώνα δημιουργούνται οι λαϊκές βιβλιοθήκες στην Αγγλία. Την ίδια περίπου εποχή αναπτύσσονται οι δημόσιες βιβλιοθήκες στην Αμερική και το 1800 ιδρύεται η Βιβλιοθήκη του Κογκρέσου που αποτελεί έως και σήμερα τη μεγαλύτερη βιβλιοθήκη με την πλουσιότερη συλλογή βιβλίων και άλλων τεκμηρίων στον κόσμο (Gates, 68).

Με την πάροδο των ετών δημιουργήθηκαν και άλλα είδη βιβλιοθηκών που κάλυπταν διάφορους τομείς και αυτές είναι υπαρκτές έως και στις ημέρες μας. Αυτές είναι οι δημοτικές βιβλιοθήκες, οι σχολικές, οι ακαδημαϊκές, οι ειδικές.

2.2 ΟΡΙΣΜΟΣ

Αρχικά δίνεται παρακάτω ένας ορισμός της βιβλιοθήκης από την ηλεκτρονική Εγκυκλοπαίδεια Βικιπαίδεια. «Βιβλιοθήκη είναι μια συλλογή βιβλίων και περιοδικών. Μπορεί να αναφέρεται στην προσωπική βιβλιοθήκη ενός ατόμου, αλλά συχνότερα είναι μια μεγάλη σε όγκο συλλογή η οποία χρηματοδοτείται και συντηρείται από τις αρχές μιας πόλης ή έναν οργανισμό» (Βικιπαίδεια, <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7> [24 Ιαν. 2007]).

Ακόμα και η εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα ορίζει την βιβλιοθήκη ως: «τη συλλογή βιβλίων κάτω από ορισμένη ταξινόμηση με σκοπό τη διατήρηση και διάδοση της καταγραμμένης γνώσης και γενικότερα την πληροφόρηση». (Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα, 187)

Κάτι παρόμοιο αναφέρει και ο Gates στο βιβλίο του χρησιμοποιώντας τον ορισμό του Αγγλικού Λεξικού της Οξφόρδης, ότι: «Ο όρος βιβλιοθήκη χρησιμοποιούνταν για να δηλώσει το μέρος όπου φυλάσσονταν τα βιβλία με σκοπό το διάβασμα τη μελέτη και την έρευνα. Επίσης βιβλιοθήκη ορίζεται και το κτίριο το οποίο περιλαμβάνει μια συλλογή βιβλίων, που προορίζονται για χρήση από το κοινό ή μερίδας αυτού ή των μελών της κοινωνίας. Ένα δημόσιο ίδρυμα ευθύνεται για τη φροντίδα μιας συλλογής βιβλίων». (Gates, 1)

Επομένως συνθέτοντας τους παραπάνω ορισμούς, ως βιβλιοθήκη ορίζεται η συλλογή βιβλίων ή περιοδικών που στεγάζεται σε χώρο υπό ορισμένη ταξινόμηση με σκοπό τη διάδοση της καταγραμμένης γνώσης και την πληροφόρηση του κοινού. Πολλές βιβλιοθήκες σήμερα συλλέγουν μη έντυπο πληροφοριακό υλικό και αποτελούν καταθετήρια και σημεία πρόσβασης για χάρτες, δίσκους βινυλίου, βιντεοκασέτες και DVD, παρέχοντας πρόσβαση σε CD-ROM, συνδρομές σε βάσεις δεδομένων και στο Διαδίκτυο. Έτσι οι σύγχρονες βιβλιοθήκες μετατρέπονται σε χώρους ελεύθερης πρόσβασης σε πληροφορίες σε πολλές μορφές και από άλλες πηγές. Με τον τρόπο αυτό οι βιβλιοθήκες έχουν επεκτείνει τον ρόλο τους πέρα από τα κτήρια όπου στεγάζονται, παρέχοντας βοήθεια στην αναζήτηση και εύρεση πληροφοριών

μέσω διαφόρων ψηφιακών εργαλείων
(Βικιπαίδεια, <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7> [24 Ιαν. 2007]).

2.3 ΕΙΔΗ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Οι βιβλιοθήκες χωρίζονται σε διάφορα είδη αναλόγως με το κοινό το οποίο εξυπηρετούν. Σε συνάρτηση με τις εκάστοτε διαφορετικές ανάγκες του κοινού διαφοροποιούνται και οι υπηρεσίες που προσφέρονται στους χρήστες μιας βιβλιοθήκης. Έτσι έχουμε τις εθνικές, τις δημόσιες ή δημοτικές ή λαϊκές βιβλιοθήκες, τις ακαδημαϊκές, τις σχολικές και τις ειδικές (Lowell, 100-101).

Οι εθνικές βιβλιοθήκες της κάθε χώρας συγκεντρώνουν την πνευματική κληρονομιά της. Οι εθνικές βιβλιοθήκες συγκεντρώνουν το σύνολο των εντύπων και των βιβλίων που εκδίδει η κάθε χώρα. Επίσης είναι υπεύθυνες για την έκδοση της Εθνικής Βιβλιογραφίας της χώρας (Δαράκη, 66-67).

Οι ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες βρίσκονται μέσα στο χώρο του εκπαιδευτικού ιδρύματος και εξυπηρετούν το κοινό της πανεπιστημιακής κοινότητας. Τα μέλη μιας πανεπιστημιακής κοινότητας είναι κυρίως φοιτητές προπτυχιακοί και μεταπτυχιακοί, πανεπιστημιακοί καθηγητές δηλαδή μέλη του διδακτικού και ερευνητικού προσωπικού (ΔΕΠ) και υποψήφιοι διδάκτορες. Σε μικρότερο ποσοστό μια ακαδημαϊκή βιβλιοθήκη μπορεί να εξυπηρετεί και άτομα που δεν ανήκουν στην πανεπιστημιακή κοινότητα και είναι οι λεγόμενοι εξωτερικοί χρήστες. Σκοπός αυτών των βιβλιοθηκών είναι να υποστηρίζουν τους στόχους του πανεπιστημίου. Υπάρχουν βιβλιοθήκες κεντρικές σε ολόκληρο το εκπαιδευτικό ίδρυμα αλλά και οι επιμέρους βιβλιοθήκες σχολών και τμημάτων.

Οι ακαδημαϊκές βιβλιοθήκες περιλαμβάνουν βιβλία και σε αυτά ανήκουν και παλιά βιβλία, χειρόγραφα, περιοδικά, εφημερίδες,

οπτικοακουστικά υλικά καθώς και πρόσβαση σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων (Gates, 180-182).

Αυτές οι βιβλιοθήκες παρέχουν υπηρεσίες δανεισμού, βιβλιογραφικής αναζήτησης, υπηρεσίες διαδανεισμού με άλλες βιβλιοθήκες, αναζήτησης σε ηλεκτρονικές πηγές, όπως είναι τα ηλεκτρονικά περιοδικά. Ακόμα παρέχουν εκπαίδευση στους χρήστες τους ώστε να μπορούν και μόνοι τους να χρησιμοποιούν κάποιες υπηρεσίες και να μπορούν να βρίσκουν τις πληροφορίες που θέλουν.

Οι σχολικές βιβλιοθήκες είναι βιβλιοθήκες που βρίσκονται και λειτουργούν μέσα σε σχολεία και εξυπηρετούν το κοινό των σχολείων, που αποτελείται από τους μαθητές και τους καθηγητές ή τους δασκάλους. Σχολικές βιβλιοθήκες βρίσκουμε στην πρωτοβάθμια και στη δευτεροβάθμια εκπαίδευση, σε κρατικά και ιδιωτικά σχολεία.

Οι σχολικές βιβλιοθήκες είναι ένα εργαστήριο πνευματικής ανάπτυξης για τα σύγχρονα σχολεία, το οποίο με την ποικιλία του υλικού και τις πολλαπλές δραστηριότητές του συμπληρώνει τις εκπαιδευτικές ανάγκες των μαθητών και μπορεί να διευρύνει τους πνευματικούς ορίζοντές τους παρέχοντας τους γενική γνώση. Ο στόχος της σχολικής βιβλιοθήκης είναι να στηρίζει το εκπαιδευτικό έργο των δασκάλων ή καθηγητών καθώς και να βοηθά τους μαθητές στις μελέτες και στις εργασίες τους ώστε να γίνεται η γνώση πιο διασκεδαστική. Το υλικό μιας σχολικής βιβλιοθήκης είναι κυρίως βιβλία, περιοδικά, χάρτες, οπτικοακουστικό υλικό, CD-ROM, κασέτες (Δαράκη, 47-48).

Ένα ακόμα είδος βιβλιοθηκών είναι οι ειδικές βιβλιοθήκες, για παράδειγμα βιβλιοθήκες νοσοκομείων, μουσείων, ιδιωτικών εταιρειών και άλλων οργανισμών. Αυτές εξυπηρετούν κάποιους συγκεκριμένους επιστημονικούς κλάδους και το κοινό τους είναι πολύ εξειδικευμένο. Συνήθως όμως είναι και εξειδικευμένες συλλογές πανεπιστημιακών συλλογών και στις συλλογές τους ανήκουν βιβλία από διάφορους επιστημονικούς κλάδους. Οι

χρήστες αυτών των βιβλιοθηκών μπορεί να είναι μέλη ερευνητικών ομάδων, μέλη επιστημονικών συλλόγων, εργαζόμενοι σε μια επιχείρηση ή σε υπηρεσία ή μέλη ενός εκπαιδευτικού ιδρύματος. Μερικές από αυτές τις βιβλιοθήκες περιλαμβάνουν μια συγκεκριμένη μορφή υλικού και εξειδικεύονται σε πληροφοριακές υπηρεσίες ώστε να μπορούν να εξυπηρετούν τους χρήστες αποτελεσματικά (Gates, 195-198).

Τέλος έχουμε και τις δημοτικές ή λαϊκές βιβλιοθήκες. Οι δημοτικές βιβλιοθήκες ανήκουν στα όρια κάποιου δήμου και το κοινό που εξυπηρετούν είναι πολύ μεγάλο και δεν ανήκει σε κάποια ειδική κατηγορία. Μια δημοτική βιβλιοθήκη απευθύνεται και διατίθεται για ελεύθερη χρήση σε όλους τους κατοίκους του δήμου ή της κοινότητας.

Οι υπηρεσίες της λαϊκής ή δημόσιας βιβλιοθήκης έχουν σκοπό να διευκολύνουν και να ενθαρρύνουν τη χρήση των πηγών της και να ικανοποιήσουν τις αναγνωστικές ανάγκες των χρηστών κάθε ηλικίας. Κάποιοι ειδικοί στόχοι μιας δημοτικής βιβλιοθήκης ως οργάνου πληροφόρησης είναι να παρέχει στο κοινό τεκμήρια από παλαιότερα χρόνια, να ενημερώνει το κοινό της για τη λειτουργία της και να συνεργάζεται με άλλες βιβλιοθήκες. Το υλικό των δημόσιων βιβλιοθηκών είναι βιβλία, περιοδικά, εφημερίδες, χάρτες, αρχειακό υλικό και πλούσιο οπτικοακουστικό υλικό (Gates, 139,146-147).

Ακόμα στις δημοτικές βιβλιοθήκες ανήκουν οι παιδικές που λειτουργούν ως τμήμα τους καθώς και οι κινητές βιβλιοθήκες. Συγκεκριμένα οι κινητές βιβλιοθήκες είναι μεγάλα οχήματα διαμορφωμένα με ράφια. Αυτές μπορούν να πηγαίνουν σε όλες τις γειτονιές της πόλης αλλά να επεκτείνονται και έξω από αυτές, δηλαδή σε περιοχές που δεν υπάρχουν βιβλιοθήκες. Με αυτόν τον τρόπο μπορούν να δανείζονται βιβλία άτομα που δεν έχουν φυσική πρόσβαση σε δημοτικές βιβλιοθήκες (Δαράκη, 51-52). Τέλος σε μια παιδική βιβλιοθήκη μπορούν να διαβάζουν και να δανείζονται βιβλία τα παιδιά από μικρή ηλικία. Μέσω των παιδικών βιβλιοθηκών τα παιδιά μαθαίνουν να αγαπούν το διάβασμα (Δαράκη, 59-66).

2.4 ΑΝΑΦΟΡΑ ΣΤΙΣ ΥΠΗΡΕΣΙΕΣ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ-ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΚΕΣ ΛΕΙΤΟΥΡΓΙΕΣ

Οι βιβλιοθήκες είναι απαραίτητες στις σύγχρονες κοινωνίες. Είναι φορείς γνώσεων και περιλαμβάνουν έργα που προωθούν τη γνώση. Είναι κέντρα συγκέντρωσης όλων των τεκμηρίων των επιστημονικών κλάδων. Δίνουν τη δυνατότητα στους ανθρώπους κάθε ηλικίας να καλλιεργηθούν πνευματικά. Οι βιβλιοθήκες στη σύγχρονη εποχή με την ανάπτυξη της τεχνολογίας, περιλαμβάνουν εκτός από βιβλία και περιοδικά και άλλους τύπους τεκμηρίων που δεν βρίσκονται σε έντυπη μορφή αλλά σε ηλεκτρονική. Ακόμα περιλαμβάνουν και βάσεις δεδομένων (Τόγια, 17-19).

Προκειμένου να πραγματοποιηθεί αυτή η προσφορά υπηρεσιών προς τους χρήστες, είναι απαραίτητη η εκτέλεση ορισμένων καθημερινών δραστηριοτήτων, μερικές από τις οποίες είναι κοινές σε όλα τα είδη των βιβλιοθηκών. Αρχικά έχουμε την υπηρεσία της διοίκησης της βιβλιοθήκης, όπου συντάσσονται όλες οι πολιτικές της, οι κανόνες και οι κανονισμοί που τηρούνται μέσα σε μια βιβλιοθήκη, οργανώνεται ο προϋπολογισμός, γίνεται η επιλογή του προσωπικού της βιβλιοθήκης και διαρρυθμίζεται ο εξοπλισμός του κτηρίου στο οποίο στεγάζεται η βιβλιοθήκη (Gates, 107-108).

Μια άλλη δραστηριότητα μιας βιβλιοθήκης είναι η ανάπτυξη και διαχείριση της συλλογής. Για την υλοποίηση αυτής της δραστηριότητας χρειάζεται να ληφθεί υπόψη το είδος της βιβλιοθήκης και το αντικείμενο της γνώσης που καλύπτει καθώς και το κοινό της βιβλιοθήκης. Αφού συγκεντρωθούν αυτές οι πληροφορίες μπορεί να γίνει η πρόσκτηση του υλικού.

Όταν επιλεγθεί το κατάλληλο υλικό για τη βιβλιοθήκη ακολουθεί μια ακόμα δραστηριότητα, που είναι η οργάνωση της πρόσβασης στη συλλογή της βιβλιοθήκης. Αυτό μπορεί να γίνει με την καταλογογράφηση και την ταξινόμηση του υλικού ώστε να μπορεί να εντοπίζεται γρήγορα και από τους

βιβλιοθηκονόμους αλλά, το σημαντικότερο, από τους χρήστες (Gates, 108-110).

Τέλος μια ακόμα δραστηριότητα είναι η υπηρεσία που παρέχεται προς τους χρήστες από το πληροφοριακό τμήμα της βιβλιοθήκης. Μέσω του τμήματος αυτού μπορούν να εξυπηρετούνται οι χρήστες αμέσως σε οποιοδήποτε θέμα ή βιβλίο αναζητούν. Το κοινό εξυπηρετείται με το δανεισμό και τις πληροφοριακές υπηρεσίες οι οποίες βοηθούν τους χρήστες να βρουν τις πληροφορίες που χρειάζονται. Οι πληροφοριακές υπηρεσίες περιλαμβάνουν τη σύνθεση βιβλιογραφίας, το διαδανεισμό υλικού, απάντηση σε ερωτήσεις με τη χρήση βιβλιογραφίας και την εκπαίδευση των χρηστών για τη χρήση του πληροφοριακού τμήματος αλλά και όλης της βιβλιοθήκης (Gates, 110-111).

2.5 Ο ΚΛΑΔΟΣ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΙΑΣ

Η βιβλιοθηκονομία είναι ο κλάδος που ασχολείται με την εκπαίδευση των μελλοντικών βιβλιοθηκάρων ή βιβλιοθηκονόμων. Η πρώτη σχολή βιβλιοθηκονομίας ιδρύθηκε το 1887 στην Αμερική και συγκεκριμένα στο πανεπιστήμιο της Κολούμπια από τον Melvil Dewey. Τον 20^ο αιώνα σημειώθηκε ανάπτυξη στην ίδρυση σχολών βιβλιοθηκονομίας και έτσι ιδρύθηκαν κολλέγια που δίδασκαν τον κλάδο της βιβλιοθηκονομίας. Επίσης υπάρχουν σχολές βιβλιοθηκονομίας σε πανεπιστήμια και οι φοιτητές έχουν δυνατότητα παρακολούθησης προπτυχιακών και μεταπτυχιακών προγραμμάτων (Gates, 91-94).

Στην Ελλάδα η βιβλιοθηκονομική εκπαίδευση καθυστέρησε να εφαρμοστεί σε σχέση με τις άλλες χώρες όμως σήμερα πλέον λειτουργούν δύο Τμήματα Βιβλιοθηκονομίας και Συστημάτων Πληροφόρησης στα ΤΕΙ στην Αθήνα και στην Θεσσαλονίκη.

Στην Ελλάδα η βιβλιοθηκονομική εκπαίδευση καθυστέρησε να εφαρμοστεί σε σχέση με τις άλλες χώρες. Το 1961 η Χριστιανική Ένωση Νεανίδων Αθηνών (XENA) καθιέρωσε το πρώτο οργανωμένο σχολικό

πρόγραμμα βιβλιοθηκών. Ήταν ένα ενός έτους πρόγραμμα στις μελέτες βιβλιοθηκών και είχε τη θέση μιας επαγγελματικής σχολής. Αργότερα, το 1977, ιδρύθηκε το πρώτο κρατικό τμήμα βιβλιοθηκονομίας στην Αθήνα, στο Κέντρο Ανώτατης Τεχνικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (ΚΑΤΕΕ). Το 1981 ιδρύθηκε το αντίστοιχο τμήμα βιβλιοθηκονομίας στο ΚΑΤΕΕ στη Θεσσαλονίκη. Το 1983 και τα δύο Κέντρα Ανώτατης Τεχνικής και Επαγγελματικής Εκπαίδευσης (ΚΑΤΕΕ) αναβαθμίστηκαν στα αποκαλούμενα Τεχνολογικά Εκπαιδευτικά Ιδρύματα (ΤΕΙ) που αποτελούν μέρος του συστήματος τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Ελλάδα (Parazoglou, 160).

Επίσης έχουν ιδρυθεί και κάποιες επαγγελματικές οργανώσεις όπως είναι η American Library Association (ALA) που ιδρύθηκε το 1876 και έχει ως στόχο την ανάπτυξη και τη βελτίωση των υπηρεσιών των βιβλιοθηκών έτσι ώστε να υπάρχει καθολική πρόσβαση σε αυτές. Άλλες οργανώσεις που ιδρύθηκαν είναι η Βρετανική Ένωση Βιβλιοθηκαρίων η επονομαζόμενη Library Association (LA), η Association of Research Libraries (ARL) το 1932 που αφορά την ανάπτυξη των ερευνητικών βιβλιοθηκών και η Ένωση Ελλήνων Βιβλιοθηκαρίων (ΕΕΒ) το 1968. Ένας άλλος οργανισμός είναι η International Federation of Library Associations (IFLA) (=Διεθνής Ομοσπονδία Βιβλιοθηκονομικών Ενώσεων και Ιδρυμάτων) που ιδρύθηκε το 1927 και σκοπός της είναι να ενθαρρύνει, να χρηματοδοτεί και να προάγει την έρευνα στους τομείς της βιβλιοθηκονομικής δραστηριότητας. Η International Federation for Documentation (FID) (=Διεθνής Ομοσπονδία για την Τεκμηρίωση) με σκοπό την προαγωγή και την στήριξη των κέντρων τεκμηρίωσης και πληροφόρησης. Ο International Standards Organization (ISO) (=Διεθνής Οργανισμός Προτύπων) ιδρύεται το 1946, με στόχο την ανάπτυξη προτύπων για την διευκόλυνση των διεθνών ανταλλαγών αγαθών και υπηρεσιών και την ανάπτυξη διεθνούς συνεργασίας πνευματικής, επιστημονικής, τεχνολογικής και οικονομικής δραστηριότητας. (Τόγια, 44-49).

Οι εργαζόμενοι στις βιβλιοθήκες είναι οι βιβλιοθηκάριοι ή βιβλιοθηκονόμοι. Αυτοί λαβαίνουν κατάλληλη εκπαίδευση σε σχολές βιβλιοθηκονομίας όπως έχει αναφερθεί παραπάνω όπου μαθαίνουν να χειρίζονται με επιτυχία τις διάφορες υπηρεσίες των βιβλιοθηκών ώστε να μπορούν να εξυπηρετούν τους χρήστες των βιβλιοθηκών.

Συγκεκριμένα οι βιβλιοθηκονόμοι εκπαιδεύονται με τις βασικές γνώσεις της βιβλιοθηκονομίας που είναι η καταλογογράφηση, η ταξινόμηση και η θεματική ευρετηρίαση των τεκμηρίων μιας βιβλιοθήκης. Ακόμα λαβαίνουν και εκπαίδευση σχετικά με τα έργα διαφόρων συγγραφέων, λαβαίνουν μαθήματα δημοσίων σχέσεων, χρήσης ηλεκτρονικών υπολογιστών ώστε να μπορούν να κάνουν βιβλιογραφικές αναζητήσεις σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων και σε ηλεκτρονικά περιοδικά. Με αυτό τον τρόπο μπορούν να εκπαιδεύονται και για τις άλλες μορφές πληροφόρησης οι οποίες είναι απαραίτητες στις σύγχρονες βιβλιοθήκες καθώς όλοι οι κατάλογοι των βιβλιοθηκών έχουν αυτοματοποιηθεί για την εύκολη πρόσβαση και αναζήτηση σε αυτούς των τεκμηρίων ακόμα και από τους χρήστες. Τέλος οι υποψήφιοι βιβλιοθηκονόμοι λαβαίνουν εκπαίδευση ξένων γλωσσών ώστε να μπορούν να βρίσκουν τεκμήρια σε άλλες γλώσσες.

Ο ρόλος των βιβλιοθηκονόμων είναι μεταξύ άλλων να παρέχουν βοήθεια στους χρήστες των βιβλιοθηκών, η οποία περιλαμβάνει την αναζήτηση στον κατάλογο της βιβλιοθήκης, την αναζήτηση σε ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων και σε ηλεκτρονικά περιοδικά. Επειδή τις βιβλιοθήκες τις επισκέπτονται καθημερινά πολλά άτομα, οι βιβλιοθηκάριοι πρέπει να έχουν την κατάλληλη συμπεριφορά, με την οποία θα μπορέσουν να προσελκύσουν τους χρήστες τους ώστε να απευθύνονται σε αυτούς για οποιοδήποτε πληροφορία. Επίσης πρέπει να είναι πρόσχαρα άτομα, ευγενικά και πρόθυμα να κάνουν έρευνα πάνω σε συγκεκριμένα θέματα ακόμα και αν αυτό μερικές φορές είναι δύσκολο και απαιτεί πολύ χρόνο και κόπο (Lowell, 281-284).

2.6 Η ΣΧΕΣΗ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ ΜΕ ΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Οι βιβλιοθήκες όπως αναφέρθηκε είναι φορείς που συγκεντρώνουν την ανθρώπινη γνώση και ο λόγος της δημιουργίας τους είναι να μπορούν οι άνθρωποι να λαβαίνουν αυτή τη γνώση ώστε να εξυπηρετούνται οι ανάγκες τους σε πληροφόρηση. Όμως για να προσεγγίσουν οι άνθρωποι μια βιβλιοθήκη και να γίνουν χρήστες της πρέπει να γνωρίσουν πρώτα τον τρόπο λειτουργίας της, τις υπηρεσίες που αυτή παρέχει, τη συλλογή βιβλίων που περιλαμβάνει και γενικότερα τη θεματολογία που καλύπτει.

Η ενημέρωση του κοινού για τη λειτουργία και τις προσφερόμενες υπηρεσίες μιας βιβλιοθήκης προϋποθέτει έναν φορέα διαμέσου του οποίου οι δύο πλευρές θα έρθουν σε επικοινωνία. Ένας τρόπος ενημέρωσης του κοινού είναι οι δημόσιες σχέσεις, οι οποίες είναι πολύ χρήσιμες και απαραίτητες σε όλα τα είδη επιχειρήσεων και οργανισμών. Οι δημόσιες σχέσεις είναι αυτές που προβάλλουν μια θετική εικόνα της βιβλιοθήκης προς τους μελλοντικούς χρήστες της.

Βέβαια για να έχει επιτυχία το πρόγραμμα των δημοσίων σχέσεων πρέπει να ληφθούν κάποιοι παράγοντες υπόψη. Αυτοί είναι το είδος της βιβλιοθήκης, ο τρόπος που αυτή προβάλλει πληροφορίες, το είδος των τεκμηρίων που περιλαμβάνει, οι υπηρεσίες που προσφέρει και πιθανά δεν είναι γνωστές, ο τρόπος που εξυπηρετεί τους χρήστες της και τα χαρακτηριστικά του κοινού όπως η ηλικία, το επάγγελμα και η καταγωγή των χρηστών. Επίσης στους παράγοντες για την επιτυχία ενός προγράμματος δημοσίων σχέσεων συμπεριλαμβάνεται και ο στόχος που έχει θέσει η βιβλιοθήκη όσον αφορά την μελλοντική της ανάπτυξη (Wolfe, 175).

Οι δημόσιες σχέσεις σε μια βιβλιοθήκη περιλαμβάνουν αρχικά την επικοινωνία με το προσωπικό της βιβλιοθήκης και στη συνέχεια την επαφή με τους χρήστες και την κοινότητα. Οι δημόσιες σχέσεις επιτυγχάνονται μέσω ειδικών εκδηλώσεων και προγραμμάτων. Τα προγράμματα αυτά περιλαμβάνουν τα εξής:

Την επικοινωνία με τα ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης) ραδιόφωνο, τηλεόραση, εφημερίδες και περιοδικά. Έτσι μέσω Δελτίων Τύπου μπορεί να ενημερώνεται το κοινό για διάφορες εκδηλώσεις που λαβαίνουν χώρα στη βιβλιοθήκη και μπορούν να τα παρακολουθήσουν όλοι (Walters, 134-135,140-141).

Η διανομή επίσης ενημερωτικών φυλλαδίων ή εγχειριδίων που περιλαμβάνουν πληροφορίες για τη βιβλιοθήκη και τη λειτουργία της δίνει στους χρήστες μια συνοπτική εικόνα για την βιβλιοθήκη (Wolfe, 49-69). Συχνά επίσης οι βιβλιοθήκες εκδίδουν κάποια αφίσα, περιοδικό ή εφημερίδα που περιγράφει την δράση της βιβλιοθήκης, τις δραστηριότητές της, παραλαβές νέων εκδόσεων, ανακοινώσεις συνεδρίων, εκθέσεων και εκδηλώσεων που διοργανώνει κατά καιρούς η βιβλιοθήκη.

Η διοργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων και εκθέσεων γενικού ενδιαφέροντος όπως για παράδειγμα βιβλιοπαρουσιάσεις αυξάνει την προσέλευση επισκεπτών στη βιβλιοθήκη (Wolfe, 163-165). Επίσης πραγματοποιούνται ξεναγήσεις στο χώρο της βιβλιοθήκης των οποίων στόχος είναι η εξοικείωση των χρηστών με το αντικείμενο και της υπηρεσίες της βιβλιοθήκης.

Στη συνέχεια, η οργάνωση εκπαιδευτικών προγραμμάτων με στόχο την κατανόηση της λειτουργίας της βιβλιοθήκης δίνει τη δυνατότητα στους χρήστες να μπορούν και μόνοι τους να χρησιμοποιούν μερικές από τις υπηρεσίες που παρέχονται.

Στην εποχή μας με την ανάπτυξη της τεχνολογίας και τη δημιουργία του διαδικτύου οι βιβλιοθήκες μπορούν τέλος να προβάλλονται μέσω της προσωπικής τους ιστοσελίδας. Σε αυτή μπορούν να βρίσκουν οι χρήστες όλες τις πληροφορίες για τη βιβλιοθήκη και τις υπηρεσίες της και μπορούν ακόμα να υποβάλλουν στους βιβλιοθηκονόμους ορισμένες απορίες (Wolfe, 144-145).

2.7 ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΕΣ

Οι δημοτικές βιβλιοθήκες επειδή εξυπηρετούν ένα μεγάλο αριθμό ατόμων καθημερινά, τα οποία υπάγονται στην πόλη όπου βρίσκεται η βιβλιοθήκη είναι σημαντικό να χρησιμοποιούν δημόσιες σχέσεις. Με αυτό τον τρόπο θα μπορέσουν να προσελκύσουν ένα μεγάλο αριθμό ατόμων που θα γίνουν μελλοντικά μόνιμοι χρήστες της. Οι δημόσιες σχέσεις περιλαμβάνουν την προβολή των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης.

Όπως και μια επιχείρηση ή ένας οργανισμός χρειάζονται απαραίτητα τις δημόσιες σχέσεις ώστε να προβληθεί μια θετική εικόνα αντίστοιχα της επιχείρησης ή του οργανισμού στο κοινό που τις περιβάλλει. Το ίδιο ανάγεται και προκειμένου για τις δημοτικές βιβλιοθήκες οι οποίες και εξετάζονται στην εργασία αυτή. Τα άτομα στα οποία απευθύνεται μια δημοτική βιβλιοθήκη είναι διαφόρων ηλικιών και διαφορετικού μορφωτικού επιπέδου (Wolfe, 177).

Οι δημόσιες σχέσεις ενισχύουν την επικοινωνία της βιβλιοθήκης με το κοινό της και το ενθαρρύνουν να επισκέπτεται πιο συχνά το χώρο της βιβλιοθήκης και να κάνει χρήση των υπηρεσιών της. Αυτό είναι πολύ σημαντικό και για τις σχέσεις των βιβλιοθηκάρων με τους χρήστες. Επειδή οι βιβλιοθήκες είναι ένας χώρος όπου παρατηρούνται συχνά αλλαγές, οι βιβλιοθηκονόμοι πρέπει να είναι άγρυπνοι ώστε μέσω των δημοσίων σχέσεων να επικοινωνούν με τους χρήστες για την αποτελεσματικότερη εξυπηρέτηση των τελευταίων (Τροχόπουλος, 389).

Το προσωπικό της βιβλιοθήκης, δηλαδή οι βιβλιοθηκάριοι, οφείλουν να είναι άτομα με ανοιχτή προσωπικότητα, πρόσχαροι, ευγενικοί, άτομα που εμπνέουν εμπιστοσύνη, καθώς επίσης να είναι επιμελείς, σωστοί επαγγελματίες, να είναι καλοί γνώστες του αντικειμένου της δουλειάς τους. Με αυτόν τον τρόπο θα μπορούν να είναι εξυπηρετικοί και προσεγγίσιμοι για τους δημότες (Usherwood, 121-122).

Για το λόγο αυτό το προσωπικό είναι απαραίτητο να εκπαιδεύεται κατάλληλα ώστε να γνωρίζει τις κυριότερες τεχνικές των δημοσίων σχέσεων.

Με τον τρόπο αυτό ο βιβλιοθηκονόμος μπορεί να είναι πιο αποτελεσματικός όταν έρχεται σε επαφή με το αναγνωστικό κοινό.

Την αρμοδιότητα της δημιουργίας τμήματος Δημοσίων Σχέσεων την αναλαμβάνει ο Διευθυντής με έναν ή περισσότερους επαγγελματίες βιβλιοθηκονόμους. Η εκπαίδευση του προσωπικού που ασχολείται με τις δημόσιες σχέσεις της βιβλιοθήκης επιτυγχάνεται με συνέδρια, ημερίδες ή σεμινάρια. Είναι σπάνιο να βρεθεί σε μια βιβλιοθήκη άτομο με σπουδές πάνω στις δημόσιες σχέσεις ώστε να εξασκεί τις εξειδικευμένες γνώσεις του (Usherwood, 159-161).

Οι δημοτικές βιβλιοθήκες όπως και τα άλλα είδη βιβλιοθηκών εφαρμόζουν τις δημόσιες σχέσεις. Βέβαια επειδή οι δημοτικές βιβλιοθήκες απευθύνονται σε μεγαλύτερο αριθμό χρηστών, εφαρμόζουν όσο το δυνατόν περισσότερους τρόπους δημοσίων σχέσεων.

Οι δημόσιες σχέσεις στις δημοτικές βιβλιοθήκες επιτυγχάνονται με τις ίδιες μεθόδους, οι οποίες ισχύουν για όλα τα είδη των βιβλιοθηκών και αναφέρθηκαν εκτενώς παραπάνω. Ενδεικτικά, σημαντικές είναι οι ξεναγήσεις ομάδων πληθυσμού, όπως για παράδειγμα σχολείων, στο χώρο της βιβλιοθήκης, ώστε ο νεαρός αναγνώστης να αποκτά έγκαιρη εξοικείωση με το βιβλίο. Επίσης διαμέσου ομαδικών εκδηλώσεων όπως εκθέσεις και βιβλιοπαρουσιάσεις μπορεί ο δημότης να ενημερωθεί αποτελεσματικότερα για το έργο της βιβλιοθήκης της πόλης του. Η προβολή της βιβλιοθήκης με όσο το δυνατόν περισσότερα ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης) στα οποία έχει πρόσβαση ένα μεγάλο μέρος των χρηστών διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο στην κατεύθυνση της ενημέρωσης του κοινού (Wolfe, 75-90). Τέλος αποτελεσματική μπορεί να φανεί η εκτύπωση σε μπλούζες, καπέλα, σελιδοδείκτες ή στυλό που να περιέχουν το όνομα της βιβλιοθήκης, το ωράριο και τηλέφωνα επικοινωνίας, απλά πράγματα που όμως μπορούν να κεντρίσουν το ενδιαφέρον των ατόμων (Fox, 90).

Με όλους αυτούς τους τρόπους μια δημοτική βιβλιοθήκη μπορεί να επιτύχει το σκοπό της, που είναι η προβολή της παρουσίας και λειτουργίας της

ως πνευματικού φορέα στην πόλη και η συνακόλουθη προσέλευση του πολίτη στον κόσμο του βιβλίου. Στην έρευνα που πραγματοποιήθηκε και της οποίας τα αποτελέσματα παρατίθενται σε επόμενο κεφάλαιο έγινε μια προσπάθεια να μελετηθεί ο βαθμός και ο τρόπος που οι δημοτικές βιβλιοθήκες της πόλης μας χρησιμοποιούν τις δημόσιες σχέσεις, καθώς και το πώς οι βιβλιοθηκονόμοι αντιλαμβάνονται τη σκοπιμότητα της χρήσης των δημοσίων σχέσεων.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3^ο Μεθοδολογία

Σε αυτό το κεφάλαιο παρουσιάζεται το υλικό και η μεθοδολογία της εκπόνησης της έρευνας που ακολουθεί.

3.1. ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ

Η συνέντευξη είναι ένα μέσο συλλογής ερευνητικού υλικού. Ο ορισμός των συνεντεύξεων όπως τον αναφέρει ο Παρασκευόπουλος (Παρασκευόπουλος, 126) είναι ο εξής: Οι συνεντεύξεις είναι μια σειρά από ερωτήσεις, οι οποίες έχουν επιλεγεί με τέτοιο τρόπο ώστε να καλύπτουν ένα ερευνητικό θέμα. Στις ερωτήσεις καλούνται οι ερωτώμενοι να απαντήσουν, δίνοντας έτσι στον ερευνητή τις ζητούμενες πληροφορίες.

Με τις συνεντεύξεις μπορούμε να έρθουμε σε απευθείας επαφή με το ερωτώμενο άτομο και υπάρχει μια μορφή προσωπικής επικοινωνίας επειδή καθώς επικοινωνούμε μαζί του μαθαίνουμε τον τρόπο σκέψης του, τα πιστεύω του, τα συναισθήματά του και τις προθέσεις του. Ακόμα μπορούμε να δούμε τις αντιδράσεις του ερωτώμενου και τον τρόπο με τον οποίο απαντά.

Κάτι πολύ σημαντικό με το οποίο μπορεί να έχει επιτυχία η συνέντευξη, είναι ότι ο ερευνητής συνεντεύκτης πρέπει να εξηγεί από την αρχή το σκοπό της έρευνας στο ερωτώμενο άτομο, επειδή με αυτό τον τρόπο θα τον βοηθήσει να εξοικειωθεί μαζί του ούτως ώστε να μπορέσει να κερδίσει την εμπιστοσύνη του, να διεγείρει το ενδιαφέρον του για τη συνέντευξη καθώς και να δημιουργήσει μια φιλική και άνετη ατμόσφαιρα (Brady, 91-92,110-111).

Έτσι ενεργώντας με αυτόν τον τρόπο ο ερευνητής ενθαρρύνει τον ερωτώμενο να δίνει ειλικρινείς απαντήσεις, δηλαδή αυτό που πραγματικά σκέφτεται και πιστεύει σχετικά με το θέμα της συνέντευξης και όχι αναλήθειες που δεν έχουν σχέση με την πραγματικότητα (Παρασκευόπουλος, 131).

Κάτι εξίσου σημαντικό είναι ότι ο ερευνητής πρέπει να ακούει προσεκτικά τον ερωτώμενο και να τον αφήνει να αναλύσει όλη τη σκέψη του σχετικά με το θέμα που συζητείται. Ακόμα ο ερευνητής πρέπει να είναι

προσεκτικός και δεν θα πρέπει να δείχνει αποδοκιμασία ή επιδοκιμασία για αυτά που λέει ο ερωτώμενος ή για διάφορες απόψεις πάνω σε μερικά ζητήματα που είναι υποκειμενικά. Πρέπει πάντοτε να είναι αντικειμενικός, να κρατάει μια ουδέτερη στάση και ακόμα πρέπει να καταγράφει όσα λέει ο ερωτώμενος χωρίς να τα παρερμηνεύει (Brady, 91-100).

Οι συνεντεύξεις χωρίζονται σε τρία είδη. Πρώτον τις πλήρως δομημένες στις οποίες όλες οι ερωτήσεις που θα υποβάλει ο συνεντεύκτης είναι εκ των προτέρων καθορισμένες, δεύτερον τις ημι-δομημένες στις οποίες ο συνεντεύκτης δεν έχει έναν καθορισμένο αριθμό ερωτήσεων αλλά μπορεί να τροποποιήσει τη συνέντευξη κατά τη διάρκειά της και τρίτον τις μη κατευθυνόμενες ή αδόμητες συνεντεύξεις κατά τις οποίες δεν υπάρχει ένα ακριβές διάγραμμα ερωτήσεων αλλά η συζήτηση κινείται γύρω από κάποιο θέμα που υποβάλλει ο συνεντεύκτης και με βάση τις απαντήσεις που δίνει ο ερωτώμενος διαμορφώνεται η συνέντευξη (Παρασκευόπουλος, 128-129).

Οι συνεντεύξεις όπως και τα άλλα είδη έρευνας έχουν πλεονεκτήματα και μειονεκτήματα. Ένα σημαντικό πλεονέκτημα είναι η άμεση επικοινωνία του ερευνητή με τον ερωτώμενο, η οποία παρέχει τη δυνατότητα υποβολής διευκρινιστικών ερωτήσεων. Από την άλλη πλευρά έχουν και κάποια μειονεκτήματα όπως η έλλειψη αντικειμενικότητας ή η ύπαρξη χαμηλής ανταπόκρισης από τους ανθρώπους (Παρασκευόπουλος, 128).

Στην παρούσα εργασία επιλέχθηκε η δομημένη συνέντευξη ως μέθοδος συλλογής του ερευνητικού υλικού, επειδή εξασφάλισε στην ερευνήτρια απευθείας επαφή με τους ερωτώμενους βιβλιοθηκάρους, οι οποίοι ως εργαζόμενοι στο χώρο που μας ενδιαφέρει μπορούν να θεωρηθούν ως κατάλληλοι πληροφοριοδότες. Άλλωστε η προσέγγιση μέσω της συνέντευξης βοήθησε ώστε να δημιουργηθεί μια φιλική ατμόσφαιρα και έτσι οι βιβλιοθηκάριοι δέχθηκαν να απαντήσουν με προθυμία στις ερωτήσεις και με περισσότερη ειλικρίνεια. Μολαταύτα δεν κρίθηκε κατάλληλη η χρήση της ημι-

δομημένης ή της αδόμητης συνέντευξης, διότι για την έρευνα απαιτούνταν συγκεκριμένα στοιχεία στα οποία μια δομημένη συνέντευξη θα μπορούσε να εστιαστεί καλύτερα, ενώ μια περισσότερο ελεύθερη συνέντευξη πιθανόν να οδηγούσε σε άσκοπους πλατειασμούς.

Από την άλλη πλευρά δεν επιλέχθηκαν άλλες μέθοδοι όπως για παράδειγμα η μέθοδος του ερωτηματολογίου, για τον εξής λόγο: Το ερωτηματολόγιο είναι ένα έντυπο που περιλαμβάνει μια σειρά από ερωτήσεις τις οποίες ο ερωτώμενος πρέπει να απαντήσει γραπτώς και οι οποίες είναι διαμορφωμένες έτσι ώστε να μπορεί ο ερωτώμενος να απαντά με ακρίβεια και επί του σημείου (Παρασκευόπουλος, 126). Επειδή οι περισσότερες απαντήσεις στην περίπτωση του ερωτηματολογίου θα ήταν μονολεκτικές, δηλαδή ναι ή όχι, θα εξανάγκαζαν τον ερωτώμενο βιβλιοθηκάριο σε ένα κλειστό πλαίσιο απρόσωπης επικοινωνίας, χωρίς να επιτρέπουν την ελεύθερη έκθεση της γνώμης του και δεν θα βοηθούσαν στη συλλογή πληροφοριών.

Επίσης δεν κρίθηκε κατάλληλη ούτε η μέθοδος της παρατήρησης επειδή κατ' αυτήν ο ερευνητής πρέπει να συμμετέχει στη ζωή των ανθρώπων και να παρατηρεί, ως όργανο μέτρησης, τις καταστάσεις όπου λαμβάνει χώρα το υπό μελέτη φαινόμενο (Παρασκευόπουλος, 133). Σε μια τέτοια περίπτωση θα χρειαζόταν να αφιερωθεί μεγάλο χρονικό διάστημα για τη συλλογή πληροφοριών, που ούτως ή άλλως μπορεί κάλλιστα ένας αρμόδιος να παρέχει μέσα στο μικρό χρόνο της συνέντευξης.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4^ο

Αποτελέσματα-Ανάλυση

Σε αυτό το κεφάλαιο εξετάζονται τα αποτελέσματα των συνεντεύξεων που έχουμε πάρει από δέκα δημοτικές βιβλιοθήκες, ώστε να μπορέσουμε να μάθουμε την κατάσταση που επικρατεί σήμερα όσον αφορά την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων σε αυτές.

4.1 ΟΙ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΤΙΚΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

Στην έρευνα αυτής της εργασίας πάρθηκαν συνεντεύξεις από δέκα δημοτικές βιβλιοθήκες. Επιλέχθηκε συγκεκριμένα αυτό το είδος βιβλιοθηκών επειδή είναι βιβλιοθήκες που εξυπηρετούν καθημερινά πολλούς χρήστες, επομένως είναι πιθανό να εφαρμόζουν τις δημόσιες σχέσεις σε μεγαλύτερο βαθμό.

Αυτές οι δέκα βιβλιοθήκες ανήκουν στους ακόλουθους δήμους: Τριανδρίας, Καλαμαριάς, Νέας Μηχανιώνας, Θέρμης, Ελευθερίου-Κορδελιού, Ευόσμου, Πολίχνης, Λαγκαδά, Νεαπόλεως και Θεσσαλονίκης.

Κατά την επίσκεψη σε καθεμιά βιβλιοθήκη, τέθηκαν στον εκάστοτε παρόντα βιβλιοθηκονόμο τα εξής δέκα ερωτήματα με την ακόλουθη σειρά:

1. Η βιβλιοθήκη σας χρησιμοποιεί δημόσιες σχέσεις;
2. Πιστεύετε ότι εξυπηρετούν κάποιο σκοπό οι δημόσιες σχέσεις στη βιβλιοθήκη σας;
3. Πιστεύετε ότι οι δημόσιες σχέσεις που χρησιμοποιεί η βιβλιοθήκη σας προβάλλουν τις υπηρεσίες της;
4. Η βιβλιοθήκη έχει επαφές με εκδότες ή δημοσιογράφους εφημερίδων και περιοδικών ή με ιδιοκτήτες ραδιοφωνικών σταθμών;
5. Η βιβλιοθήκη έχει έρθει σε επαφή με δημοσιογράφους, ώστε να γίνει η προβολή της προς το κοινό;

6. Στα πλαίσια των Δημοσίων σχέσεων έχει οργανώσει η βιβλιοθήκη κάποια εκδήλωση, έκθεση ή ξενάγηση των χρηστών στους χώρους της ώστε να ενημερωθούν για τις υπηρεσίες της;
7. Εκδίδει η βιβλιοθήκη κάποιο ενημερωτικό έντυπο το οποίο μοιράζει στους χρήστες της με σκοπό την ενημέρωσή τους;
8. Πιστεύετε ότι είναι σημαντικές οι δημόσιες σχέσεις για την βιβλιοθήκη;
9. Πιστεύετε ότι τα αποτελέσματα των δημοσίων σχέσεων είναι ικανοποιητικά;
10. Με την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων είχατε αύξηση των χρηστών της βιβλιοθήκης;

4.2. ΟΙ ΑΠΑΝΤΗΣΕΙΣ ΤΩΝ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΟΝΟΜΩΝ

Παρακάτω παρουσιάζονται οι απαντήσεις που έδωσαν οι εργαζόμενοι στις δημοτικές βιβλιοθήκες που εξετάστηκαν, ομαδοποιημένες με τη βοήθεια των πινάκων 1 και 2. Στην πρώτη στήλη αναγράφονται συνοπτικά τα 10 ερωτήματα, που αναφέρθηκαν αναλυτικά στον υπότιτλο 4.3.

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

	Τριανδρία	Καλαμαριά	Νέα Μηχανιώνα	Θέρμη	Ελευθέριο-Κορδελιό
1. Χρήση ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Σκοπός ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Προβολή υπηρεσιών;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4. Επαφές με τον Τύπο;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5. Τύπος με σκοπό την προβολή;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
6. Δημόσια εκδήλωση;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
7. Ενημερωτικό έντυπο;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ	ΝΑΙ	ΟΧΙ
8. Σημαντικές οι ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
9. Ικανοποιητικά αποτελέσματα;	Χρειάζεται περισσότερη προσπάθεια	Είναι αρχή, θα γίνουν περισσότερα στο μέλλον	Ανάλογα με το στόχο κάθε βιβλιοθήκης	ΝΑΙ	ΝΑΙ
10. Αύξηση χρηστών;	Εξαρτάται από το άτομο	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

	Εύοσμος	Πολίχνη	Λαγκαδάς	Νεάπολη	Κεντρική δημοτική Θεσσαλονίκη
1. Χρήση ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
2. Σκοπός ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
3. Προβολή υπηρεσιών;	ΝΑΙ	ΝΑΙ (όχι ικανοποιητικά)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
4. Επαφές με τον Τύπο;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
5. Τύπος με σκοπό την προβολή;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
6. Δημόσια εκδήλωση;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
7. Ενημερωτικό έντυπο;	ΟΧΙ	ΟΧΙ (μελλοντικά θα υπάρξει)	ΝΑΙ	ΟΧΙ (μελλοντικό σχέδιο)	ΝΑΙ
8. Σημαντικές οι ΔΣ;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ
9. Ικανοποιητικά αποτελέσματα;	ΝΑΙ	ΝΑΙ (αλλά και περισσότερα)	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ (πάντα γίνεται προσπάθεια για ό,τι καλύτερο)
10. Αύξηση χρηστών;	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ	ΝΑΙ

ΥΠΟΜΝΗΜΑ:

ΔΣ = δημόσιες σχέσεις

4.3 ΣΥΖΗΤΗΣΗ-ΑΝΑΛΥΣΗ

Στη συνέχεια συζητώνται τα αποτελέσματα που προκύπτουν από τις απαντήσεις των δέκα ερωτώμενων για καθεμιά από τις υποβληθείσες ερωτήσεις.

Αναφορικά με την πρώτη ερώτηση, παρατηρούμε ότι όλες οι δημοτικές βιβλιοθήκες που εξετάστηκαν χρησιμοποιούν τις δημόσιες σχέσεις, ακόμα και αν αυτές είναι με πολύ απλά μέσα όπως μόνο Δελτία Τύπου. Με αυτόν τον τρόπο προβάλλουν τις υπηρεσίες τους στους χρήστες τους. Μάλιστα όλες οι βιβλιοθήκες έχουν ένα ή περισσότερα άτομα που ασχολούνται αποκλειστικά με τις δημόσιες σχέσεις τους. Αναφορικά με τη θεωρία των δημοσίων σχέσεων τονίζεται ότι αυτές είναι μια προσπάθεια επικοινωνίας με το κοινό με σκοπό την πληροφόρηση των αποδεκτών για μια καλή εικόνα της βιβλιοθήκης στη συγκεκριμένη περίπτωση. Επομένως παρατηρούμε ότι θεωρούν τις δημόσιες σχέσεις απαραίτητες για την καλύτερη προβολή της βιβλιοθήκης τους προς το αναγνωστικό κοινό τους, όπως φυσικά αυτό είναι κάτι αναμενόμενο από την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων.

Σύμφωνα με τις απαντήσεις των δέκα βιβλιοθηκών στη δεύτερη ερώτηση καταλήγουμε στο συμπέρασμα ότι οι περισσότερες βιβλιοθήκες συμφωνούν πως ο σκοπός που επιτελούν οι δημόσιες σχέσεις είναι η ενημέρωση του κοινού και η αύξηση των χρηστών της βιβλιοθήκης. Οι υπεύθυνοι της δημοτικής βιβλιοθήκης Τριανδρίας και της Θέρμης ισχυρίστηκαν ότι ο σκοπός που εξυπηρετούν οι δημόσιες σχέσεις είναι να αυξηθούν οι χρήστες, και να φύγουν από τη βιβλιοθήκη ικανοποιημένοι ώστε να συνεχίσουν στο μέλλον να την επισκέπτονται. Οι εκπρόσωποι των βιβλιοθηκών Καλαμαριάς και Πολίχνης είπαν ότι ο σκοπός των δημοσίων σχέσεων είναι να γίνει η ενημέρωση του κοινού σχετικά με το έργο της βιβλιοθήκης καθώς και η διάδοση των υπηρεσιών της βιβλιοθήκης. Τέλος η εκπρόσωπος της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης Θεσσαλονίκης ανέφερε ότι ο σκοπός που εξυπηρετούν οι δημόσιες σχέσεις είναι η καλύτερη πραγματοποίηση των εκδηλώσεων που λαβαίνουν χώρα στη βιβλιοθήκη τους,

οι άμεσες επαφές με τους δημοσιογράφους, το πανεπιστήμιο και τους διάφορους φορείς υπηρεσιών για την καλύτερη εκπλήρωση των εκδηλώσεων. Συγκεκριμένα η θεωρία των δημοσίων σχέσεων αναφέρει, ότι οι δημόσιες σχέσεις είναι απαραίτητες για την προβολή μιας καλής εικόνας όλων των επιχειρήσεων, οργανισμών και άλλων, η οποία έχει ως στόχο την ενημέρωση του κοινού για τις υπηρεσίες που προσφέρει. Συνεπώς με βάση τον ορισμό των δημοσίων σχέσεων και των αποτελεσμάτων που προέκυψαν από την παρούσα έρευνα, οι δημοτικές βιβλιοθήκες όπως έχει προλεχθεί εφαρμόζουν δημόσιες σχέσεις με σκοπό την προβολή τους προς το αναγνωστικό τους κοινό και την προσέλκυσή του σε αυτές.

Στο ερώτημα αν οι υπηρεσίες των βιβλιοθηκών προβάλλονται διαμέσου της χρήσης των δημοσίων σχέσεων, βλέπουμε ότι όλοι οι ερωτώμενοι συμφωνούν, μερικοί όμως ελπίζουν στο μέλλον οι βιβλιοθήκες που εκπροσωπούν να χρησιμοποιήσουν καλύτερα τις δημόσιες σχέσεις. Συγκεκριμένα οι εννέα βιβλιοθήκες θεωρούν ότι προβάλλουν τις υπηρεσίες τους. Αυτό το επιτυγχάνουν μέσω εκδηλώσεων, ξεναγήσεων, εκπαιδευτικών προγραμμάτων, με ενημερωτικά έντυπα. Μόνο η εκπρόσωπος της δημοτικής βιβλιοθήκης της Πολίχνης αναφέρει ότι δεν είναι ικανοποιημένοι από το αποτέλεσμα και θα επιθυμούσαν κάτι περισσότερο. Αυτό συμβαίνει επειδή θεωρεί ότι δεν προβάλλονται οι υπηρεσίες τους στο βαθμό που θέλουν. Σύμφωνα λοιπόν με αυτό το ερώτημα και όσα αναφέρει η θεωρία των δημοσίων σχέσεων στις δημοτικές βιβλιοθήκες, παρατηρούμε οι δημοτικές βιβλιοθήκες χρησιμοποιούν δημόσιες σχέσεις για την προβολή των υπηρεσιών τους. Μάλιστα με βάση τα αποτελέσματα της συγκεκριμένης έρευνας προκύπτει ότι οι περισσότερες δημοτικές βιβλιοθήκες προβάλλουν τις υπηρεσίες τους μέσω των δημοσίων σχέσεων.

Αναφορικά με την τέταρτη ερώτηση, το συμπέρασμα που εξάγεται είναι ότι οι και οι δέκα βιβλιοθήκες έχουν επαφή με τουλάχιστον έναν τοπικό δημοσιογράφο ή δημοσιογράφο του Δήμου στον οποίο ανήκουν. Περισσότερο έχουν επαφή με δημοσιογράφους εφημερίδων και περιοδικών και σε ελάχιστη επαφή με τηλεοπτικούς και ραδιοφωνικούς σταθμούς. Συγκεκριμένα επαφές με

δημοσιογράφους περιοδικών του Δήμου έχουν οι βιβλιοθήκες των Δήμων, Καλαμαριάς με το περιοδικό «Πολίτης Κ», Νέας Μηχανιώνας με το περιοδικό «ΝΕΑ Μηχανιώνα-Κερασιά-Αγγελολχώρι», Πολίχνης με το περιοδικό «Εφημερίδα του Πόντου», Ελευθέριο-Κορδελιό, Λαγκαδά. Επαφές με δημοσιογράφους εφημερίδων του Δήμου έχουν οι βιβλιοθήκες των Δήμων, Θέρμης, Ελευθέριο-Κορδελιό, Ευόσμου, Θεσσαλονίκης. Επαφές με δημοσιογράφους δημοτικών ραδιοφωνικών σταθμών έχουν οι Δημοτικές βιβλιοθήκες Λαγκαδά και Θεσσαλονίκης. Επίσης επαφές με δημοσιογράφους Δημοτικών αλλά και άλλων τηλεοπτικών σταθμών έχει η βιβλιοθήκη του Δήμου Θεσσαλονίκης. Ενώ οι βιβλιοθήκες των Δήμων Νεάπολης και Τριανδρίας δήλωσαν ότι έχουν επαφές με δημοσιογράφους από το γραφείο Τύπου του Δήμου όπου ανήκουν.

Το συμπέρασμα της τέταρτης ερώτησης ενισχύεται και από τα αποτελέσματα της επόμενης ερώτησης, ότι δηλαδή υπάρχουν δημοσιογράφοι τοπικοί που ανήκουν στους δήμους και με τους οποίους οι δημοτικές βιβλιοθήκες συνεργάζονται στα πλαίσια των δημοσίων σχέσεων. Συγκεκριμένα στη πέμπτη ερώτηση είδαμε ότι όλες οι δημοτικές βιβλιοθήκες έχουν επαφές με δημοσιογράφους με σκοπό την προβολή τους. Επομένως σύμφωνα με την θεωρία της εφαρμογής των δημοσίων σχέσεων στις δημοτικές βιβλιοθήκες παρατηρούμε ότι είναι αποτελεσματική η προβολή της βιβλιοθήκης από όσο το δυνατόν περισσότερο ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης), επειδή σε αυτά έχει πρόσβαση ένα μεγάλο μέρος του κοινού. Ακόμα είδαμε ότι οι περισσότερες βιβλιοθήκες χρησιμοποιούν Δελτία Τύπου προς τα μέσα ενημέρωσης, κάτι που σύμφωνα με την θεωρία μας, είναι τρόπος άσκησης των δημοσίων σχέσεων μέσω των ΜΜΕ (Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης).

Από τις απαντήσεις στην έκτη ερώτηση, διαπιστώνουμε ότι όλες οι δημόσιες βιβλιοθήκες που ερευνήθηκαν οργανώνουν εκδηλώσεις, ξεναγήσεις και εκθέσεις με σκοπό την ενημέρωση και την εξοικείωση των χρηστών τους με τις υπηρεσίες τους. Όλοι οι ερωτώμενοι συμφώνησαν ότι οργανώνουν ξεναγήσεις, εκδηλώσεις σε τακτά χρονικά διαστήματα. Ενδεικτικά η εκπρόσωπος της βιβλιοθήκης της Νέας Μηχανιώνας ανέφερε ότι η βιβλιοθήκη

διοργανώνει εκδηλώσεις, παρουσιάσεις βιβλίων, εκθέσεις, ξεναγήσεις σε σχολεία και σε άτομα που έρχονται για πρώτη φορά στη βιβλιοθήκη. Ο υπεύθυνος της βιβλιοθήκη της Θέρμης ανέφερε ότι η βιβλιοθήκη οργανώνει εκδηλώσεις, βιβλιοπαρουσιάσεις, ξεναγήσεις σχολείων. Η υπεύθυνη της βιβλιοθήκης του Ελευθερίου-Κορδελιού ανέφερε ότι γίνονται ξεναγήσεις και εκδηλώσεις με σχολεία και γίνεται ξεναγήση της βιβλιοθήκης σε χρήστες που έρχονται για πρώτη φορά. Σύμφωνα πάντα και με τη θεωρία των δημοσίων σχέσεων στις δημοτικές βιβλιοθήκες που αναφέρει ότι είναι απαραίτητο κομμάτι των δημοσίων σχέσεων στις βιβλιοθήκες, παρατηρούμε και μέσα από την έρευνά μας ότι πράγματι οι δημοτικές βιβλιοθήκες χρησιμοποιούν κάποια προγράμματα δημοσίων σχέσεων στα οποία συμπεριλαμβάνονται οι παραπάνω δραστηριότητες.

Από τις απαντήσεις στην έβδομη ερώτηση προκύπτει ότι οι μισές από τις βιβλιοθήκες της παρούσας έρευνας εκδίδουν κάποιο ενημερωτικό έντυπο, φυλλάδιο ή σελιδοδείκτη τα οποία διανέμουν στο κοινό. Όπως δήλωσαν οι βιβλιοθηκονόμοι των βιβλιοθηκών Τριανδρίας, Καλαμαριάς και Θέρμης, εκδίδουν σελιδοδείκτες, όπου αναγράφεται το ωράριο και η διεύθυνσή τους. Ακόμα ο εκπρόσωπος της βιβλιοθήκης Λαγκαδά ανέφερε ότι εκδίδουν ένα ενημερωτικό προσπέκτ που αναγράφει τη τοποθεσία της βιβλιοθήκης. Τέλος η εκπρόσωπος της κεντρικής δημοτικής βιβλιοθήκης Θεσσαλονίκης ανέφερε ότι η βιβλιοθήκη εκδίδει ένα γενικό ενημερωτικό έντυπο της βιβλιοθήκης και των περιφερειακών της στο οποίο αναγράφονται το ωράριό, η διεύθυνση καθώς και τις συλλογές υλικού αλλά και τις υπηρεσίες που παρέχει. Συγκεκριμένα οι εκπρόσωποι τριών βιβλιοθηκών, της Νέας Μηχανιώνας, του Ελευθερίου-Κορδελιού και του Ευόσμου, απάντησαν ότι οι βιβλιοθήκες τους δεν εκδίδουν κάποιο ενημερωτικό έντυπο αλλά γίνεται η προβολή τους, και η ενημέρωση του κοινού μέσω του περιοδικού που εκδίδει αντίστοιχα ο κάθε Δήμος. Επίσης οι εκπρόσωποι των βιβλιοθηκών Πολίχνης και Νεαπόλεως απάντησαν ότι οι βιβλιοθήκες τους δεν εκδίδουν προς το παρόν ενημερωτικά έντυπα, όμως αυτό περιλαμβάνεται στα μελλοντικά τους σχέδια. Όπως αναφέρει και η θεωρία περί δημοσίων σχέσεων στις δημοτικές βιβλιοθήκες παρατηρούμε με βάση την

έρευνα ότι είναι σημαντικός τρόπος προβολής της βιβλιοθήκης η έκδοση ενημερωτικών εντύπων όλων των μορφών.

Σε ό,τι αφορά την όγδοη ερώτηση, από τις απαντήσεις και των δέκα βιβλιοθηκών προκύπτει ότι όλοι οι βιβλιοθηκονόμοι έχουν την ίδια άποψη, θεωρούν δηλαδή τις δημόσιες σχέσεις σημαντικές για την προβολή των βιβλιοθηκών στο ευρύ κοινό. Όπως δήλωσε ο εκπρόσωπος της βιβλιοθήκης Λαγκαδά οι δημόσιες σχέσεις είναι υποχρεωτικές και σημαντικές για τη βιβλιοθήκη και αυτό συμβαίνει επειδή είναι σημαντική η προσέλκυση του κοινού στη βιβλιοθήκη. Παρόμοια απάντηση έδωσε και η υπεύθυνη από τη κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης, η οποία ανέφερε ότι οι δημόσιες σχέσεις είναι πάρα πολύ σημαντικές επειδή χωρίς αυτές δεν γίνεται τίποτα και πουθενά. Όπως αναφέρει και η θεωρία, οι δημόσιες σχέσεις είναι σημαντικές για τις δημοτικές βιβλιοθήκες, επειδή στόχος τους είναι η καλύτερη επικοινωνία των βιβλιοθηκών με το κοινό τους με αποτέλεσμα την προσέλκυσή του.

Αναφορικά με την επόμενη ερώτηση, οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες βιβλιοθηκονόμους πιστεύουν ότι είναι ικανοποιητικά τα αποτελέσματα των δημοσίων σχέσεων που εφαρμόζονται στη βιβλιοθήκη τους. Για παράδειγμα ο εκπρόσωπος της βιβλιοθήκης της Θέρμης ανέφερε ότι τα αποτελέσματα της εφαρμογής των δημοσίων σχέσεων στη βιβλιοθήκη τους είναι ικανοποιητικά. Όμως μερικοί από αυτούς πιστεύουν ότι θα μπορούσαν να γίνουν περισσότερα πράγματα στον τομέα των δημοσίων σχέσεων, έτσι ώστε με τη σειρά τους τα αποτελέσματα να είναι πιο θετικά και ικανοποιητικά. Σε αυτούς ανήκουν οι εκπρόσωποι των δημοτικών βιβλιοθηκών των δήμων Τριανδρίας, Καλαμαριάς, Πολίχνης και Θεσσαλονίκης, οι οποίοι πιστεύουν ότι μπορούν να γίνουν περισσότερες προσπάθειες για να έχουν πιο ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Στη δέκατη και τελευταία ερώτηση, σχεδόν όλες οι βιβλιοθήκες συμφωνούν ότι η εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων βοηθάει στην αύξηση του αριθμού των χρηστών τους. Για παράδειγμα ο εκπρόσωπος της βιβλιοθήκης της Θέρμης δήλωσε ότι η αύξηση των χρηστών τους ήταν μεγάλη και ότι

αριθμούν 2500 μέλη. Η υπεύθυνη στη βιβλιοθήκη της Πολίχνης ανέφερε ότι η αύξηση είναι μεγάλη και γι' αυτό το λόγο είναι πολύ σημαντικές οι δημόσιες σχέσεις. Η εκπρόσωπος στη κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη Θεσσαλονίκης ανέφερε ότι με την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων υπάρχει μεγάλη αύξηση στο κοινό και στους αναγνώστες. Μόνο η εκπρόσωπος της δημοτικής βιβλιοθήκης Τριανδρίας τόνισε ότι δεν ήταν μεγάλη η προσέλευση του κοινού, και αυτό όπως ανέφερε εξαρτάται από το πόσο επηρεάζεται ο κάθε χρήστης ατομικά.

Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάσαμε και αναλύσαμε τα αποτελέσματα της έρευνάς μας. Είδαμε ότι και οι δέκα δημοτικές βιβλιοθήκες του δείγματός μας χρησιμοποιούν δημόσιες σχέσεις. Μάλιστα σύμφωνα με τη θεωρία των δημοσίων σχέσεων στις δημοτικές βιβλιοθήκες παρατηρήσαμε ότι πράγματι για τις δημόσιες σχέσεις χρησιμοποιούνται συγκεκριμένοι τρόποι και μέσα ώστε να επιτευχθεί το επιθυμητό αποτέλεσμα, δηλαδή η προσέλκυση του κοινού και κατά συνέπεια η αύξηση των χρηστών τους. Σύμφωνα με το δείγμα μας όμως είδαμε ότι χρειάζεται να γίνουν από μέρους μερικών βιβλιοθηκών κάποιες περαιτέρω προσπάθειες ώστε να έχουν ικανοποιητικά αποτελέσματα. Στο επόμενο κεφάλαιο θα παρουσιάσουμε τα συμπεράσματα που ανάγονται από τα αποτελέσματα της έρευνάς μας όσον αφορά την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων από τις δημοτικές βιβλιοθήκες.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5^ο Συμπεράσματα

Αυτό το κεφάλαιο εξετάζει τα συμπεράσματα ολόκληρης της εργασίας στα οποία οδηγούμαστε σχετικά με τις δημόσιες σχέσεις και τη χρησιμότητά τους στις βιβλιοθήκες.

Σε έναν πρώτο άξονα, από τους ορισμούς των δημοσίων σχέσεων κατανοήσαμε το ρόλο που παίζουν οι δημόσιες σχέσεις στη δημιουργία μιας αμοιβαίας κατανόησης ανάμεσα σε έναν οργανισμό και στο κοινό του. Όπως μια επιχείρηση ή οργανισμός χρησιμοποιεί τις δημόσιες σχέσεις με στόχο την προβολή μιας καλής εικόνας της επιχείρησης προς το κοινό τους, το ίδιο συμβαίνει και με τις βιβλιοθήκες οι οποίες χρησιμοποιούν τις δημόσιες σχέσεις για τον ίδιο σκοπό. Η παρούσα εργασία εστιάστηκε στον τομέα των δημοτικών βιβλιοθηκών και στους τρόπους που αυτές εφαρμόζουν τις δημόσιες σχέσεις. Πράγματι διαπιστώνουμε με βάση τα αποτελέσματα της έρευνάς μας ότι στις βιβλιοθήκες του δείματός μας χρησιμοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις, ακριβώς με σκοπό την προώθηση της εικόνας και λειτουργίας τους προς τους δημότες.

Είδαμε επίσης τους διάφορους τρόπους με τους οποίους οι δημόσιες σχέσεις εφαρμόζονται στη λειτουργία των βιβλιοθηκών γενικότερα αλλά και συγκεκριμένα για τις δημοτικές βιβλιοθήκες. Στην παρούσα έρευνα παρατηρήσαμε τους τρόπους με τους οποίους εφαρμόζονται οι δημόσιες σχέσεις στις δημοτικές βιβλιοθήκες του δείματός μας και διαπιστώσαμε, σε έναν δεύτερο άξονα συμπερασμάτων, ότι οι τρόποι αυτοί συμπίπτουν με τους παγκοσμίως γνωστούς και υπαρκτούς. Έτσι, και στις δημοτικές βιβλιοθήκες της έρευνάς μας πραγματοποιούνται επαφές με τον Τύπο, διοργανώνονται δημόσιες εκδηλώσεις με σκοπό την εξοικείωση του κοινού με τη λειτουργία της βιβλιοθήκης και εκδίδονται άλλοτε άλλα ενημερωτικά έντυπα, όπως σελιδοδείκτες ή φυλλάδια.

Υπάρχουν βέβαια κάποιες βιβλιοθήκες που εφαρμόζουν τις δημόσιες σχέσεις σε μικρότερο βαθμό, όπως να εκδίδουν μόνο ένα ενημερωτικό έντυπο

ή να έχουν επαφή μόνο με έναν τοπικό δημοσιογράφο. Με αυτόν τον τρόπο γίνεται ενημέρωση του κοινού σχετικά με τις υπηρεσίες και τον τρόπο λειτουργίας της βιβλιοθήκης. Επίσης κάτι άλλο που προκύπτει από τις συνεντεύξεις στις δημοτικές βιβλιοθήκες είναι, όπως ήδη αναφέρθηκε, ότι πολλές από αυτές στα πλαίσια των δημοσίων σχέσεων οργανώνουν εκδηλώσεις, εκθέσεις και ξεναγήσεις των χρηστών στους χώρους της. Και αυτός είναι ένας τρόπος ενημέρωσης. Τέλος ένας κοινός τρόπος άσκησης των δημοσίων σχέσεων στις υπό μελέτη βιβλιοθήκες είναι η αποστολή δελτίων Τύπου σε τοπικές εφημερίδες ή τηλεοπτικούς σταθμούς.

Ο τρίτος άξονας των συμπερασμάτων μας αφορά τη σημασία και την αποτελεσματικότητα των δημοσίων σχέσεων προκειμένου για τις δημοτικές βιβλιοθήκες που επισκεφθήκαμε. Έτσι, μέσω των συνεντεύξεων στο δείγμα αυτό των δημοτικών βιβλιοθηκών αποκτήσαμε έμμεσα μια θετική ένδειξη της αποτελεσματικότητας των δημοσίων σχέσεων στην προβολή της βιβλιοθήκης. Αυτό συνάγεται από το γεγονός ότι οι περισσότεροι από τους ερωτηθέντες υπεύθυνους των βιβλιοθηκών θεωρούν ότι οι δημόσιες σχέσεις συντελούν στην αύξηση των χρηστών στη βιβλιοθήκη απασχόλησής τους. Μάλιστα φαίνεται πως ειδικά η διοργάνωση ενημερωτικών εκδηλώσεων, εκθέσεων και ξεναγήσεων βοηθά στις περισσότερες περιπτώσεις στην αύξηση της προσέλευσης των χρηστών. Σύμφωνα πάντα με την προσδοκία των ερωτηθέντων βιβλιοθηκονόμων, φαίνεται ότι το όφελος που συνάχθηκε από την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων θα ενισχυθεί, αν καταβληθούν περαιτέρω προσπάθειες προς την ίδια κατεύθυνση με σκοπό ακόμα πιο ικανοποιητικά αποτελέσματα.

Βέβαια υπάρχουν όπως είδαμε και μερικές βιβλιοθήκες που υπάγονται σε μικρότερους δήμους με πιο περιορισμένες δυνατότητες προβολής και εφαρμόζουν δημόσιες σχέσεις σε μικρότερο εύρος. Αυτό πιθανά να οφείλεται στο ότι οι διαθέσιμοι οικονομικοί πόροι δεν επιτρέπουν την έκδοση ενημερωτικών εντύπων ή την οργάνωση δημοσίων εκδηλώσεων. Παρόλα αυτά και σε αυτές τις περιπτώσεις η προσπάθεια εφαρμογής των δημοσίων σχέσεων φαίνεται ότι βοήθησε στην προβολή της βιβλιοθήκης.

Με βάση τα δεδομένα αυτά, επιβεβαιώνεται η σημασία των δημοσίων σχέσεων στον τομέα των βιβλιοθηκών. Επομένως σε τελική ανάλυση οι δημόσιες σχέσεις φαίνεται ότι διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην κατεύθυνση της προσέλκυσης του κοινού προς τη βιβλιοθήκη. Κατά συνέπεια, θα ήταν καλό να υπάρξει μέριμνα στην πρόοδο και στην ανάπτυξη των δημοσίων σχέσεων των βιβλιοθηκών για την όσο το δυνατό πληρέστερη και ικανοποιητικότερη εφαρμογή τους. Με αυτό τον τρόπο αναμένεται οι βιβλιοθήκες να επιτύχουν καλύτερα αποτελέσματα προς την κατεύθυνση του στόχου τους, που είναι η προσέλκυση του αναγνωστικού κοινού ώστε αυτό να προσεγγίσει και να αγαπήσει περισσότερο το βιβλίο.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6^ο Βιβλιογραφία

Ελληνική

1. Αθανασούλης, Χρήστος Κ.. Εισαγωγή στις δημόσιες σχέσεις. 2τ. Πειραιάς: Σταμούλης, 1990-1991.
2. Αρναούτογλου, Ελευθερία και Μανώλης Ντουρουντάκης. Δημόσιες σχέσεις: μια τεχνική επικοινωνίας του marketing και του management. Αθήνα: Interbooks, c1999.
3. «Βιβλιοθήκες.» Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα. [Αθήνα]: Πάπυρος, 1996.
4. Δαράκη, Πέπη. Λαϊκές βιβλιοθήκες. Αθήνα: Gutenberg, 1986.
5. Δαφνομήλης, Αλέκος. Μαθήματα δημοσιογραφίας, δημοσίων σχέσεων, εθιμοτυπίας. Θεσσαλονίκη: Αλεξάνδρειο Τεχνολογικό εκπαιδευτικό Ίδρυμα Μακεδονίας, 1993.
6. «Δημόσιες σχέσεις.» Εγκυκλοπαίδεια Πάπυρος Λαρούς Μπριτάνικα. [Αθήνα]: Πάπυρος, 1996.
7. «Βιβλιοθήκη.» Εγκυκλοπαίδεια Βικιπαίδεια. 16 Αυγ. 2008. Wikimedia Foundation. 24 Ιαν. 2008 <<http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%92%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7>>.
8. «Σχολικές βιβλιοθήκες.» Εγκυκλοπαίδεια Βικιπαίδεια. 16 Αυγ. 2008. Wikimedia Foundation. 24 Ιαν. 2008 <http://el.wikipedia.org/wiki/%CE%A3%CF%87%CE%BF%CE%BB%CE%B9%CE%BA%CE%AE_%CE%B2%CE%B9%CE%B2%CE%BB%CE%B9%CE%BF%CE%B8%CE%AE%CE%BA%CE%B7>.
9. Κουτούπης, Θαλής Π.. Πρακτικός οδηγός δημοσίων σχέσεων. Αθήνα: Σάκκουλα, 2004.
10. Λαμπρόπουλος, Β.Α. και Στ. Διονυσόπουλος. Εγχειρίδιο εφαρμοσμένων δημοσίων σχέσεων: Πρακτικές πληροφορίες από εταιρείες, οργανισμούς, τράπεζες και υπηρεσίες : τι έγινε, γιατί και πώς; Αθήνα: Σταμούλης, 1994.

11. Μαγκλιβέρας, Διονύσης Κ.. Κοινωνική επικοινωνία: εγχειρίδιο δημοσίων σχέσεων. Αθήνα: Παπαζήσης, 1990.
12. Μαγνήσαλης, Κώστας Γ.. Δημόσιες σχέσεις: μια λειτουργία επικοινωνίας για τον καθένα. Αθήνα: Interbooks, 1992.
13. Μαντάς, Ν. και Κ. Κουτρούμανος. Εισαγωγή στις δημόσιες σχέσεις. Αθήνα: Σύγχρονη εκδοτική, 1992.
14. Μιχαλάς, Τάσος. Δημόσιες σχέσεις: εργαλείο δημιουργίας- επιτυχίας. Αθήνα: Έλλην, c1999.
15. Μπίλλης, Λεωνίδας Λ.. Επικοινωνία- Δημόσιες σχέσεις: Επιχειρησιακή και κοινωνικοοικονομική προσέγγιση. Αθήνα: Interbooks, c1999.
16. Μποκοβός, Παναγιώτης Π.. Η λειτουργία των δημοσίων σχέσεων εις την σύγχρονον οικονομίαν. Θεσσαλονίκη: [χ.ό.], 1974.
17. Ξύγγη, Μαντώ. Δημόσιες σχέσεις: Προγραμματισμός και σωστή επικοινωνία. Αθήνα: Προπομπός, 2006.
18. Παρασκευόπουλος, Ιωάννης. Μεθοδολογία της επιστημονικής έρευνας. 2τ. Αθήνα: [χ.ό.], 1993.
19. Πιπερόπουλος, Γιώργος. Επικοινωνώ άρα υπάρχω: Ηγεσία, Επικοινωνία & Δημόσιες σχέσεις. Θεσσαλονίκη: Πιπερόπουλος, 2006.
20. Σεμερτζάκη, Εύα. «Οι βιβλιοθήκες στην Ελλάδα από την αρχαιότητα μέχρι σήμερα: Σύνομη ιστορική αναδρομή.» 19 Μαΐ. 2006. Ίδρυμα Ευγενίδου. 15 Σεπ. 2008 <http://clients.cancom.gr/eugen-events/praktika_semertzaki.doc>
21. Σκλαβούνης, Γιώργος Ν.. Δημόσιες σχέσεις και ελληνική πραγματικότητα. Αθήνα: Έλλην, c1995.
22. Τόγια Ι. Ασπασία. Εισαγωγή στη βιβλιοθηκονομία-είδη βιβλιοθηκών. ΤΕΙΘ: Σίνδος, 1997.
23. Τροχόπουλος, Γιάννης Ισ. «Ελληνικές δημόσιες βιβλιοθήκες: από την ανάπτυξη συλλογών στην εξυπηρέτηση του κοινού. Μια πρώτη θεώρηση του νέου τοπίου». E-LIS E-prints in Library and Information science. 23 Ιουλ. 2008 < <http://eprints.rclis.org/archive/00010212/01/12psab040.pdf> >.
24. Φερούσης, Δημήτρης Σ.. Η δεοντολογία των δημοσίων σχέσεων. Αθήνα: Interbooks, c1988.

Ξένη

25. Angoff, Allan, επιμ. Public relations for libraries: essays in communications techniques. Σειρά στο Contributions in librarianship and information science, no 5. Westport, Conn.: Greenwood, c1973.
26. Austin, Claire. Επιτυχημένες δημόσιες σχέσεις σε μια εβδομάδα. Μετάφρ. Π. Μοιράλη. Σειρά στο Δυναμικά εργαλεία management. Αθήνα: Anubis, c1993.
27. Baskin, Otis, Crain Aronoff και Dan Lattimore. Public relations: the profession and the practice. 4η έκδ. Boston: McGraw Hill, c 1997.
28. Brandy, John. Η τεχνική της συνέντευξης. Μετάφρ. Α. Φρακατσέλης. Αθήνα: Νέα Σύνορα-Λιβάνη, 1992.
29. Childers, Thomas A. και Nancy A. Van House. What's good? : describing your public library's effectiveness. Chicago: American Library Association, 1993.
30. Coote, Helen και Bridget Batchelor. How to market your library service effectively. 2η έκδ. Σειρά στο Aslib know how series. London: Aslib, 1997.
31. Cutlip, Scott M., Allen H. Center και Glen M. Broom. Effective public relations. 6η έκδ. New Jersey: Prentice-Hall, 1985.
32. Dance, James C.. Public relations for smaller library. Σειρά στο Smaller libraries publications, no. 4. Chicago: Library administration and management association American library association, 1979.
33. Fox, Beth Wheeler. The dynamic community library: creative, practical, and inexpensive ideas for the director. Chicago: American Library Association, 1988.
34. French, Ylva. Public relations for leisure and tourism. Σειρά στο Leisure Management Tourism. London: Longman, 1994.
35. Gates, Jean Key. Introduction to librarianship. 3η έκδ. New York: Neal-Shuman, c1990.
36. Garvey, Mona. Library public relations: a practical handbook. New York: Wilson, 1980.

37. Gibaldi, Joseph. MLA Handbook for writers of research papers. New York: The Modern Language Association of America, 2003.
38. The Baltimore County Public Library's Blue Ribbon Committee. Give 'em what they want!: managing the public's library. Σειρά στο The public library administration series. Chicago: American Library Association, 1992.
39. Harrison, K. C.. Public relations for librarians. 2η έκδ. Great Britain: Gower, 1982.
40. Hawthorne, Daniel. Public libraries for everyone: the growth and development of library services in the United States, especially since the passage of the library services act. New York: Doubleday & Company, c1961.
41. Haywood, Roger. All about PR. London; New York: McGraw-Hill, c 1984.
42. Hendrix Jerry A.. Public relations cases. 2η έκδ. Belmont, California: Wadsworth, 1992.
43. Jefkins, Frank. Δημόσιες σχέσεις. Σειρά στο Οικονομία & επιχείρηση. Αθήνα: Κλειδάριθμος, 1994.
44. Kohn, Rita και Krysta Tepper. You can do it: a PR skills manual for librarians. Metuchen, J.N. :Scarecrow Press, 1981.
45. Martin, Lowell A.. Organizational structure of libraries. Σειρά στο Scarecrow library administration series no. 5. Metuchen, N.J.: Scarecrow Press, 1984.
46. Norris, James S.. Public relations. Englewood Cliffs, New Jersey :Prentice-Hall, c 1984.
47. Papazoglou, Alexandra και Eva Semertzaki. «Changes and development in Greek libraries.» The electronic library. 19 3 (2001). 15 Ιουν. 2008 <<http://www.emerald-library.com/ft>>.
48. Reed, Sally Gardner. Making the case for your library. Σειρά στο How-to-do-it manuals for librarians, no.75. New York: Neal-Shuman publishers, 2001.
49. Ridgway, Judith. Επιτυχημένες σχέσεις με τα media. Μετάφρ. Λ. Μοιράλη, Ειδική έρευνα Λ. Ταλιαδόρου. Αθήνα: Anubis, [1994].

50. Siess, Judith A.. The visible librarian: asserting your value with marketing and advocacy. Chicago: American library association, 2003.
51. Tucker, Kerry, Doris Darelion και Donna Rouner. Public relations writing: an issue-driven behavioral approach. 3η έκδ. Upper Saddle River, New Jersey: Prentice-Hall, c 1997.
52. Usherwood, Bob. The visible library: practical public relations for public librarians. London: Library association, 1981.
53. Walters, Suzanne. Library marketing that works. New York: Neal- Shuman Publishers, c2004.
54. Ward, Sue. Getting the message across: public relations, publicity and working with the media. Σειρά στο Journeyman Media Handbook Series. London: Journeyman, c1992.
55. Weingand Darlene E.. Future-driven library marketing. Chicago: American library association, 1998.
56. White, Carl M., επιμ. Bases of modern librarianship: a study of library theory and practice in Britain, Canada, Denmark, the Federal Republic of Germany and the United States. Σειρά στο International series of monographs on library and information science v.1. New York: Macmillan, 1964.
57. Wilcox, Dennis L., Phillip H. Ault και Warren K. Agee. Δημόσιες σχέσεις: στρατηγικές και τεχνικές. Απόδοση, επιμ. Ν. Σαρρής. Αθήνα: Έλλην, c 1998.
58. Wolfe, Lisa A.. Library public relations, promotions and communications: a how-to-do-it manual. Σειρά στο How-to-do-it manuals for librarians, no. 75. New York: Neal-Shuman publishers, 1997.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΒΙΒΛΙΟΘΗΚΩΝ

1. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Τριανδρίας
2. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Καλαμαριάς
3. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Νέας Μηχανιώνας
4. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Θέρμης
5. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Ελευθερίου- Κορδελιού
6. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Ευόσμου
7. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Πολίχνης
8. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Λαγκαδά
9. Δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Νεάπολης
10. Κεντρική δημοτική βιβλιοθήκη δήμου Θεσσαλονίκης