

Α.Τ.Ε.Ι.

ΣΧΟΛΗ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΚΑΙ ΟΙΚΟΝΟΜΙΑΣ

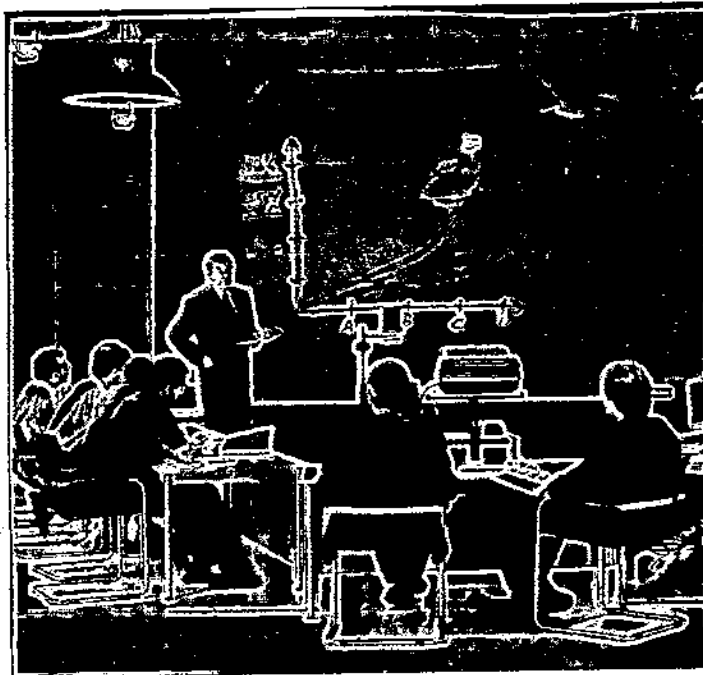
ΤΜΗΜΑ: ΔΙΟΙΚΗΣΗΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΘΕΜΑ: ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ

**ΣΠΟΥΔΑΣΤΕΣ: ΒΛΑΧΟΚΥΡΙΑΚΟΥ ΑΙΚΑΤΕΡΙΝΗ
ΖΑΦΕΙΡΙΟΥ ΚΩΝΣΤΑΝΤΙΝΟΣ
ΣΑΡΑΝΤΑΚΟΣ ΕΥΣΤΡΑΤΙΟΣ**

ΚΑΘΗΓΗΤΗΣ: ΑΝΑΓΝΩΣΤΟΠΟΥΛΟΣ ΑΛΚΙΒΙΑΔΗΣ



ΠΑΤΡΑ 2005

ΑΡΙΘΜΟΣ ΕΙΣΑΓΩΓΗΣ	6873
----------------------	------

Ένα μεγάλο ευχαριστώ μέσα απ' την καρδιά μας

σε όλους όσους μας βοήθησαν στην εκπόνηση

της πτυχιακής μας εργασίας

και ιδιαίτερώς στον αξιότιμο

υπεύθυνο καθηγητή μας

κ. Αναγνωστοπούλο Αλκιβιάδη.

ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΑ

Πίνακας Περιεχομένων	Σελ.
ΜΕΡΟΣ Ι	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1	6
<i>Η ΦΥΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ</i>	6
1. Γενικά	7
1.1. Ανάγκη για Επικοινωνία	7
1.2. Από την Επικοινωνία στις Δημόσιες Σχέσεις	8
1.3. Έννοια και Περιεχόμενο των Δημοσίων Σχέσεων	8
1.3.1. Ορισμοί των Δημοσίων Σχέσεων	8
1.4. Τι δεν είναι Δημόσιες Σχέσεις	12
1.5. Δημόσιες Σχέσεις και Μάρκετινγκ	13
1.6. Δημόσιες Σχέσεις και Διαφήμιση	14
1.7. Το έργο των στελεχών των Δημοσίων Σχέσεων	15
1.8. Οι Δημόσιες Σχέσεις ως τρόπος επηρεασμού της κοινής γνώμης	20
1.8.1. Ασκώντας κοινωνική υπευθυνότητα	22
1.9. Στοιχεία απαραίτητα για τη διαμόρφωση της «εικόνας» του συμβούλου Δημοσίων Σχέσεων	22
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2	26
<i>Η ΙΣΤΟΡΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ</i>	26
2. Εισαγωγή	27
2.1. Η αρχή των Δημοσίων Σχέσεων στην Αμερική	27
2.1.1. Η οικονομική κρίση του 1929	29
2.1.2. Η μεταπολεμική περίοδος	31
2.2. Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Ελλάδα	32
2.2.1. Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Ελλάδα από το 1951 μέχρι σήμερα	32
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3	35
<i>Η ΗΘΙΚΗ ΤΟΥ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑΤΟΣ</i>	35
3.1. Η ηθική στο επάγγελμα των Δημοσίων Σχέσεων	36

3.1.2.	Κώδικας Αθηνών 1965	37
3.2.	Οι Γενικές Αρχές των Δημοσίων Σχέσεων	39
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4	41
	<i>Η ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ</i>	41
4.	Εισαγωγή	42
4.1.	Η Έρευνα	42
4.1.1.	Στάδια διαδικασίας έρευνας	44
4.2.	Η Σχεδίαση	45
4.2.1.	Ο προϋπολογισμός των Δημοσίων Σχέσεων	46
4.3.	Δράση και Επικοινωνία	47
4.4.	Αξιολόγηση	48
	ΜΕΡΟΣ II	50
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5	50
	<i>ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ</i>	50
5.	Εισαγωγή	51
5.1.	Το κράτος και οι σχέσεις του με τον πολίτη	52
5.2.	Κράτος και Δημόσιες Σχέσεις	54
5.2.1.	Η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο κράτος	60
5.3.	Ο Δημόσιος Τομέας	62
5.4.	Ο Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας	63
5.5.	Ο Ιδιωτικός Τομέας	63
5.6.	Οι ομοιότητες των Δημοσίων Σχέσεων στον Ιδιωτικό και Δημόσιο Τομέα	65
5.7.	Οι διαφορές των Δημοσίων Σχέσεων στον Ιδιωτικό και Δημόσιο Τομέα	66
5.8.	Δημόσιες Σχέσεις στους Οργανισμούς μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα	68
	ΜΕΡΟΣ III	70
	ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6	70
	<i>ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ ΚΑΙ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΩΝ</i>	70
6.	Εισαγωγή	71
6.1.	Ερωτηματολόγια	73
6.1.1.	Επεξηγηματική ανάλυση των ερωτήσεων του ερωτηματολογίου	74
6.1.2.	Γραφική απεικόνιση των απαντήσεων του ερωτηματολογίου	78

ΜΕΡΟΣ IV	87
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7	87
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΤΟΠΙΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ</i>	88
7. Εισαγωγή	91
7.1. Οι Δημόσιες Σχέσεις των Δήμων (Ο.Τ.Α.)	99
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8	99
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ</i>	100
8. Εισαγωγή	102
8.1. Οι σχέσεις της Νομαρχίας με τους πολίτες	106
8.2. Οι Δημόσιες Σχέσεις της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης	108
8.3. Συμπεράσματα	110
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9	110
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ</i>	111
9.1. Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Πρωτοβάθμια και Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση	116
9.2. Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Ανώτατη Εκπαίδευση	124
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10	124
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ</i>	125
10.1. Οι Δημόσιες Σχέσεις στα Νοσοκομεία	128
10.2. Η οργάνωση των Δημοσίων Σχέσεων των Νοσοκομείων	129
10.3. Οι εφαρμογές των Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο της Υγείας	130
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11	130
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ Δ.Ε.Υ.Α.</i>	137
11. Γενικά για την Ε.Υ.Δ.Α.Π.	137
11.1. Οι Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Υ.Δ.Α.Π.	139
11.2. Γενικά στοιχεία για τις Δ.Ε.Υ.Α.	141
11.3. Οι Δημόσιες Σχέσεις των Δ.Ε.Υ.Α.	145
11.4. Συμπεράσματα	

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12	147
<i>ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ Δ.Ε.Η.</i>	147
12. Εισαγωγή	148
12.1. Ενέργειες που δημιουργούν θετική εικόνα της Δ.Ε.Η. στην κοινωνία	150
12.2. Οι Δημόσιες Σχέσεις της Δ.Ε.Η.	152
12.2.1. Επιμέρους δραστηριότητες Δημοσίων Σχέσεων της Δ.Ε.Η.	154
12.3. Συμπεράσματα	155
ΜΕΡΟΣ V	
ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13	157
<i>ΓΕΝΙΚΑ ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ</i>	157
<i>ΕΠΙΛΟΓΟΣ</i>	170
<i>ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ</i>	171
<div style="border: 1px dashed black; height: 40px; width: 100%;"></div>	
Βιβλιογραφία	

ΜΕΡΟΣ Ι

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 1

Η φύση των Δημοσίων Σχέσεων

Η κοινή αποδοχή σημαίνει τα πάντα. Εάν υπάρχει κοινή αποδοχή, τότε τίποτε δεν μπορεί να αποτύχει. Χωρίς αυτή, τίποτε δεν μπορεί να επιτευχθεί.

Abraham Lincoln

1. ΓΕΝΙΚΑ

Η σύγχρονη εποχή μας έχει πολλές ανέσεις που δημιουργήθηκαν με την εξέλιξη του πολιτισμού μας λόγω πολλών και διαφόρων προϊόντων καθώς και πολλών γνώσεων που διοχέτευσαν οι διάφορες επιστήμες. Οι άνθρωποι της εποχής μας έχουν πολύ μεγαλύτερα εισοδήματα σε σύγκριση με εκείνους παλαιότερων χρόνων, διαθέτουν υψηλή τεχνολογία, έχουν πολλά μέσα και λοιπά όργανα επικοινωνίας.

Η επικοινωνία όμως των σημερινών ανθρώπων έχει ακόμα πολλές ελλείψεις και παρουσιάζει αρκετά προβλήματα. Οι άνθρωποι δεν επικοινωνούν ούτε καλά ούτε σωστά.

1.1. ΑΝΑΓΚΗ ΓΙΑ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η Επικοινωνία θεωρείται βασική κοινωνική αναγκαιότητα. Αν ανατρέξουμε στην ιστορική πορεία της Ανθρωπότητας, τότε θα δούμε ότι η Επικοινωνία σαν πνεύμα και σαν ψυχοκοινωνική ανάγκη υπάρχει ήδη από την εποχή που οι άνθρωποι ζούσαν ομαδικά, δημιουργώντας μια κοινωνία. Κάθε άτομο έχει αναπτύξει έντονα μέσα του την ανάγκη της συνεργασίας με απώτερο σκοπό την κάλυψη διαφόρων αναγκών. Για να επιτευχθεί όμως αυτό χρειάζεται αλληλογνωριμία, επικοινωνία, αγαθές σχέσεις και αλληλοεκτίμηση μεταξύ των ατόμων που απαρτίζουν μια κοινωνία.

Χωρίς την ύπαρξη των αρετών αυτών ο άνθρωπος γνωρίζει πως δεν μπορεί να επιτύχει τους σκοπούς του (επιβίωση, άσκηση επαγγέλματος, κοινωνική καταξίωση κτλ.). Για να ικανοποιηθεί η αναγκαιότητα της συνεργασίας χρειάζεται η χρησιμοποίηση πνεύματος Δημοσίων Σχέσεων.

1.2. ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ ΣΤΙΣ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Η έννοια της επικοινωνίας έπρεπε απαραίτητα να συνυπάρξει με την εξέλιξη της τεχνολογίας και των επιστημών και να συμβαδίσει παράλληλα με την πρόοδο αυτή για την καλύτερη εξυπηρέτηση των συνεχώς πολλαπλασιαζόμενων αναγκών του ανθρώπου ικανοποιώντας τις ανθρώπινες προσδοκίες, στόχους και σκοπούς.

Ο άνθρωπος ευαισθητοποιημένος από την αναγκαιότητα της συνύπαρξης αυτής «κατήρτισε επαγγελματικά» την επικοινωνία. Προϊόν αυτής της επαγγελματικής κατάρτισης είναι οι Δημόσιες Σχέσεις.

Οι Δημόσιες Σχέσεις, αρχικά είναι μια φιλοσοφία, ένας τρόπος ζωής που βασίζεται και δικαιώνεται μέσα σε μια επικοινωνιακή λειτουργία. Μια φιλοσοφία που έχει για βασικές αρχές της το πέρασμα στη θέση του άλλου και την κατανόηση. Ένας τρόπος ζωής που πάνω απ' όλα απαιτεί αγάπη για τον άνθρωπο.

1.3. ΕΝΝΟΙΑ ΚΑΙ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΟ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ο όρος Δημόσιες Σχέσεις αποτελεί κατά λέξη μετάφραση του αγγλικού όρου Public Relations που σημαίνει «Σχέσεις με το Κοινό». Στη χώρα μας αποδόθηκε η λέξη «Δημόσιος» αντί για «Κοινό» με αποτέλεσμα να δημιουργούνται παρεξηγήσεις ως προς τη σωστή έννοια του όρου. Δηλαδή πολλοί πιστεύουν πως αντικείμενο των Δημόσιων Σχέσεων είναι οι σχέσεις με το Δημόσιο ή με το Κράτος καθώς και οι Σχέσεις του Δημοσίου με το κοινό.

1.3.1. ΟΡΙΣΜΟΙ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Για την καλύτερη κατανόηση του όρου Δημόσιες Σχέσεις, έχουν διατυπωθεί πολλοί και διάφοροι ορισμοί που είναι αποδεκτοί σε όλες τις χώρες. Ένας ενιαίος

ορισμός δεν έγινε δυνατό να αποδοθεί επειδή ο όρος είναι σύνθετος και στην εξελικτική πορεία της επιστήμης υπήρχαν συνεχείς αναθεωρήσεις και ανακατατάξεις.

Μερικοί από τους ορισμούς που έχουν αποδοθεί στις Δημόσιες Σχέσεις είναι οι εξής:

1. Στο βιβλίο του Κουτούπη Θαλή 1974, σελ.16, αναφέρεται ο ορισμός που δίνει το Βρετανικό Ινστιτούτο Δημοσίων Σχέσεων, σύμφωνα με τον οποίο «Δημόσιες Σχέσεις είναι η συστηματική, προγραμματισμένη, συνεχής και συνεπής προσπάθεια για τη δημιουργία και διατήρηση σχέσεων αμοιβαίας κατανόησης και καλής θελήσεως, μεταξύ μιας οργανωμένης ομάδας (ή ατόμου) και του κοινού της.
2. Στο ίδιο βιβλίο αναγράφεται ο ορισμός που δίνει η Γερμανική Εταιρία Δημοσίων Σχέσεων σύμφωνα με τον οποίο οι Δημόσιες Σχέσεις είναι η συνειδητή και προγραμματισμένη προσπάθεια για να κερδιθεί η κατανόηση, συμπάθεια και εμπιστοσύνη της κοινής γνώμης.
3. Στο βιβλίο του Μαγκλιβέρα Δ. «Κοινωνική Επικοινωνία» 1987, αναγράφεται ο ορισμός που δίνουν οι Αμερικανοί θεωρητικοί G. και D. Griswold αναφέροντας ότι : «Δημόσιες Σχέσεις είναι η διοικητική λειτουργία που σταθμίζει τις απόψεις και τις μεθόδους ενός ατόμου ή ενός οργανισμού σύμφωνα με τα ενδιαφέροντα της κοινής γνώμης κι εκτελεί ένα πρόγραμμα δράσεως για να κερδίσει το ενδιαφέρον και την αποδοχή του κοινού».
4. Ο ίδιος συγγραφέας στο βιβλίο του (σελ.95), αναφέρει τον ορισμό που δίνει το λεξικό Webster υιοθετώντας τον ορισμό της Αμερικανικής Εταιρίας Δημοσίων Σχέσεων, ότι: «Δημόσιες Σχέσεις είναι η δραστηριότητα μιας επιχειρήσεως, ιδρύματος ή κυβερνήσεως ή άλλου οργανισμού για να δημιουργήσει και να διατηρήσει σταθερές και παραγωγικές σχέσεις με ειδικά τμήματα του κοινού (όπως οι καταναλωτές, οι υπάλληλοι, οι μέτοχοι) και με το κοινό γενικά, σε τρόπο ώστε (οι ενέργειες του οργανισμού) να προσαρμόζονται στο περιβάλλον και να διερμηνεύουν τις απόψεις του κοινού στην κοινωνία».
5. Στο βιβλίο του Καραγιάννη «Μαθήματα Δημοσίων Σχέσεων και Διοικητικής Πρακτικής σύμφωνα με το αναλυτικό πρόγραμμα του Υπουργείου Παιδείας», 1980, σελ.19, δίνεται ο ορισμός της εταιρίας Δημοσίων Σχέσεων της Γαλλίας. «Οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν αντικειμενικό σκοπό την εφαρμογή των

κατάλληλων μέσων για τη δημιουργία ψυχικού συνδέσμου και καλύτερων ανθρώπινων σχέσεων μεταξύ των ομάδων».

6. Στο βιβλίο του ο Θεοδωράτος Ε., 1999, «Δημόσιες Σχέσεις», αναφέρει τον ορισμό που ψήφισε στη Χάγη της Ολλανδίας, η Διεθνής Ένωση Δημοσίων Σχέσεων (IPRA), το Μάιο του 1960. «Δημόσιες Σχέσεις είναι μια διοικητική λειτουργία διαρκούς προγραμματισμένου χαρακτήρα, με την οποία Δημόσιοι και Ιδιωτικοί Οργανισμοί και Οργανώσεις επιζητούν να κερδίσουν και να διατηρήσουν την κατανόηση, συμπάθεια και υποστήριξη εκείνων με τους οποίους έρχονται ή μπορεί να έρθουν σε επικοινωνία, μέσω προσεταιρισμού της Κοινής Γνώμης, με σκοπό να συντονίσουν όσο είναι δυνατόν την πολιτική και τη διαδικασία δράσεώς τους, ώστε να επιτύχουν με την προγραμματισμένη και εκτεταμένη πληροφόρηση, παραγωγικότερη συνεργασία και αποτελεσματικότερη εκπλήρωση των κοινών συμφερόντων τους».
7. Η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων υποστηρίζει ότι Δημόσιες Σχέσεις είναι κοινωνικό λειτουργήμα αμφίδρομης επικοινωνίας που μετά από έρευνα και μελέτη των αντικειμενικών στοιχείων του περιβάλλοντος και σωστή πληροφόρηση των διαλεγόμενων, προσπαθεί μέσω ελεύθερου διαλόγου να συντελέσει στην παρουσίαση αληθινής εικόνας του ενός προς τον άλλον, για να πετύχει σε κλίμα αλληλοκατανοήσεως την ανάπτυξη των σχέσεών τους σε βάση αμοιβαίου συμφέροντος.
8. Τέλος, ένας άλλος ελληνικός ορισμός, αναφέρει ότι «Δημόσιες Σχέσεις» είναι η επιτελική λειτουργία Δημοσίου ή Ιδιωτικού Οργανισμού, ή οποιασδήποτε κοινωνικής ομάδας ή ατόμου, η οποία ερευνά τις τάσεις του κοινού έναντι αυτών με σκοπό όπως με κατάλληλη συμπεριφορά και συστηματική επικοινωνία, δημιουργήσει και διατηρήσει ευνοϊκή στάση κι επιτύχει σταθερή συνεργασία των κοινωνικών ομάδων, οι οποίες εμμέσως ή αμέσως ενδιαφέρονται και επιδρούν πάνω στη δραστηριότητα εκείνου που ακολουθεί πολιτική Δημοσίων Σχέσεων.

Εκτός των επιστημονικών ορισμών, υπάρχουν και ορισμένοι επγγελματικοί ορισμοί, όπως αναφέρονται στο βιβλίο του Κουτούπη :

«Δημόσιες Σχέσεις είναι η κατάσταση, η πράξη, η λέξη που επηρεάζει το κοινό».

«Δημόσιες Σχέσεις είναι το να κερδίζει κανείς αναγνώριση».

«Δημόσιες Σχέσεις είναι η καλή συμπεριφορά συνοδευόμενη από την καλή επαφή».

«Δημόσιες Σχέσεις είναι η προώθηση της καλής θέλησης».

Ο όρος “Public Relations” σαν περιεχόμενο είναι πολύ αόριστο επειδή περιέχει πολλές έννοιες, διαφορετικές μεταξύ τους. Για παράδειγμα, Αμερικανοί θεωρητικοί για τον όρο αυτό εκφράζουν έννοιες που σχετίζονται εν μέρει μεταξύ τους, αλλά στην πραγματικότητα είναι διαφορετικές. Οι έννοιες αυτές είναι:

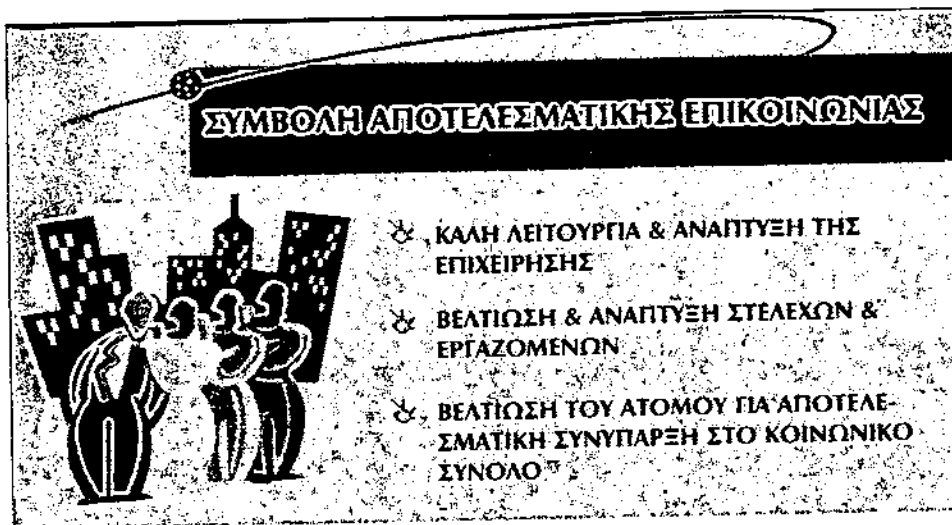
1) Οι σχέσεις μιας επιχείρησης με άτομα και ομάδες όπου συνθέτουν το κοινωνικό σύνολο.

2) Τα μέσα και οι τρόποι που χρησιμοποιούνται για να πετύχουμε ευνοϊκές σχέσεις με το κοινό.

3) Η ποιότητα ή κατάσταση των σχέσεων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού με το κοινό.

Με βάση την άποψη των Αμερικανών θεωρητικών, οι Δημόσιες Σχέσεις είναι μια καθαρά διοικητική λειτουργία της επιχείρησης ή ενός οργανισμού, με λιγότερη σημασία (όχι όμως μηδαμινή), στην εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στον κοινωνικό τομέα, σε αντίθεση με την άποψη των Γάλλων θεωρητικών οι οποίοι ισχυρίζονται πως πρωταρχικό ρόλο παίζει το κοινωνικό λειτουργήμα σαν «βάση στη διασφάλιση της ανθρώπινης προσωπικότητας και την αποφυγή της προσβολής της αξιοπρέπειας του ανθρώπου, καθώς και τη σταθερή αναζήτηση της αρμονίας του κοινωνικού συμφέροντος».

Αν και υπάρχουν πολλοί ορισμοί των Δημοσίων Σχέσεων από διάφορες πηγές, η έννοια τους ως διαδικασία διοίκησης είναι πολυσύνθετη. Οι υποχρεώσεις των επαγγελματιών των Δημοσίων Σχέσεων υπερβαίνουν την ικανότητα του «επικοινωνείν», αφού η αποτελεσματική επικοινωνία απαιτεί όχι μόνο σχεδιασμό αλλά και εφαρμογή προγραμμάτων στα πλαίσια ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης.



Ο επαγγελματίας των Δημοσίων Σχέσεων, όπως και άλλα στελέχη σε διάφορα άλλα τμήματα του οργανισμού, πρέπει να έχει την ικανότητα να επηρεάζει αποφάσεις πολιτικής και στρατηγικής ανάπτυξης και τέλος να τις υλοποιεί.

1.4. ΤΙ ΔΕΝ ΕΙΝΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι :

1. Εμπόδιο ανάμεσα στην αλήθεια και στο κοινό.
2. Η προπαγάνδα η οποία χωρίς να λαμβάνει υπόψιν της τι είναι αληθινή ή όχι, επιβάλλει μια άποψη.
3. Δημοσιότητα που σκοπεύει άμεσα στην προώθηση των πωλήσεων μολονότι οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν καθοριστικό παράγοντα στην προσπάθεια κατάκτησης της αγοράς.
4. Ταχυδακτυλουργίες και εντυπωσιακές εκδηλώσεις , όπου αν και χρήσιμες, η συχνή επανάληψή τους οδηγεί σε αντίθετα αποτελέσματα .
5. Πληρωμένη διαφήμιση .
6. Μονάχα σχέσεις με τον «τύπο» και όχι εφαρμογή ενός ολοκληρωμένου προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων .
7. Μέσο προβολής ενός πολιτικού κόμματος, αλλά υπηρετεί την πολιτική πάντοτε μέσα στα πλαίσια της δημοκρατίας και στο όνομά της .

1.5. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΜΑΡΚΕΤΙΝΓΚ

Ιδιαίτερη προσοχή θα πρέπει να δώσουμε στην επιστήμη του μάρκετινγκ λόγω της σπουδαιότητας που διαδραματίζει στο κύκλωμα «παραγωγής-κατανάλωσης». Οι άνθρωποι του Μάρκετινγκ προσπαθούν με διάφορους τρόπους να προστατεύσουν τον καταναλωτή από προϊόντα που παρουσιάζουν ποιοτική ανεπάρκεια, επειδή πιστεύουν ότι η κατανάλωση πρέπει να συνδυάζεται με την καλλιέργεια και προβολή «καλών» προϊόντων. Πρέπει να γίνει κατανοητό πως η κύρια ευθύνη των Δημοσίων Σχέσεων, αν και συμβάλουν στο μάρκετινγκ, είναι να δώσουν τις κατάλληλες πληροφορίες και να δημιουργήσουν το κατάλληλο περιβάλλον με σκοπό την αποτελεσματικότερη λειτουργία της διοίκησης.

Ο σχεδιασμός του μάρκετινγκ είναι αρκετά πολύπλοκος και χρειάζονται σημαντικές δυνατότητες από μέρους των επαγγελματιών που ασχολούνται μέσα σε αυτό. Το μάρκετινγκ στοχεύει στη γνώμη της αγοράς, ακολουθώντας μια στρατηγική πολιτική που περιλαμβάνει διαδικασίες όπως τη γνώση για το κοινωνικό περιβάλλον, την πολιτική του σήματος, την τεχνολογία των προϊόντων, την τεχνική της διανομής, την τιμή και την πολιτική επικοινωνίας. Στα πλαίσια μιας «υγιούς» επικοινωνίας εμπεριέχεται και η διαδικασία των Δημοσίων Σχέσεων.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτή η στενή συνεργασία που θα πρέπει να υπάρχει ανάμεσα στο Μάρκετινγκ και τις Δημόσιες Σχέσεις. Το μάρκετινγκ δημιουργεί το προϊόν, το πλασάρει στην αγορά μέσω της διαφήμισης, ενώ οι Δημόσιες Σχέσεις εκμεταλλεύονται διάφορα γεγονότα της ζωής της επιχείρησης και δημιουργούν γύρω από το όνομά της «γεγονότα» και «ειδήσεις» με σκοπό ν' ανεβάσουν το γόητρο «image» και το κύρος της. Αυτό σημαίνει ότι την σημερινή εποχή κανένα προϊόν ή υπηρεσία δεν είναι δυνατόν να προωθηθεί αν δεν εφαρμοστεί πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων. Ειδικότερα, οι Δημόσιες Σχέσεις :

- Συμβουλεύουν το τμήμα μάρκετινγκ για θέματα προώθησης και επικοινωνίας
- Πραγματοποιούν για το τμήμα μάρκετινγκ σειρά ειδικών ερευνών.
- Αντιπροσωπεύουν τη Γενική Διεύθυνση στους λεγόμενους «Μεγάλους Πελάτες» (π.χ. Οργανισμούς, Μεγαλοκαταστήματα κτλ).
- Συντάσσουν, παράγουν και επιμελούνται όλων των ενημερωτικών εντύπων της επιχείρησης (εφημερίδες, Δελτία Τύπου, φυλλάδια)

- Συντάσσουν ρεπορτάζ και συνεντεύξεις για την δημοσίευσή τους σε περιοδικά και εφημερίδες εξειδικευμένου χαρακτήρα και ενημερώνουν τα ΜΜΕ για την φιλοσοφία της επιχείρησης .

Παράλληλα :

- Εξυπηρετούν με κάθε τρόπο τα αιτήματα του προσωπικού
- Διοργανώνουν ειδικές εκδηλώσεις για την ψυχαγωγία του προσωπικού
- Προσφέρουν κίνητρα στο προσωπικό επιβραβεύοντας το οικονομικά ή ηθικά
- Μεριμνούν για την καλύτερη λειτουργική αξιοποίηση του εργασιακού χώρου
- Μεριμνούν για την παροχή ειδικών κινήτρων, για παράδειγμα, σε εργαζόμενες μητέρες κ.α.

1.6. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΚΑΙ ΔΙΑΦΗΜΙΣΗ

Πρέπει να διευκρινιστεί επίσης και η διαφορά που υπάρχει μεταξύ της έννοιας της διαφήμισης και των Δημοσίων Σχέσεων και αυτό γιατί οι μεν Δημόσιες Σχέσεις πληροφορούν και οι οποιοσδήποτε πληροφορίες ή ανακοινώσεις τους δημοσιεύονται δωρεάν στο Τύπο, η δε διαφήμιση πληροφορεί και οι ανακοινώσεις στον Τύπο γίνονται μονάχα με πληρωμή. Ο διαχωρισμός τους αυτός δεν σημαίνει ότι οι δύο αυτές λειτουργίες βρίσκονται σε «αντιπαλότητα» αλλά αντίθετα η διαφήμιση χρησιμοποιείται από τις δημόσιες σχέσεις ως προσπάθεια μετάδοσης μηνυμάτων και επηρεασμού της κοινής γνώμης . Οι Δημόσιες Σχέσεις στα πλαίσια της διαφήμισης

1. εξετάζουν το εάν και κατά πόσο το εικαστικό θέμα, μήνυμα εκφράζει τη φιλοσοφία της επιχείρησης
2. διερευνούν αν και κατά πόσο η προβολή της διαφήμισης είναι επίκαιρη και
3. εξετάζουν αν και κατά πόσο η διαφήμιση προσκρούει ή είναι αντίθετη με τα τρέχοντα χρηστά ήθη.

1.7. ΤΟ ΕΡΓΟ ΤΩΝ ΣΤΕΛΕΧΩΝ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Οι άνθρωποι των Δημοσίων Σχέσεων είναι βασικά υπεύθυνοι για την αφομοίωση και ανταλλαγή πληροφόρησης ανάμεσα στην επιχείρηση και στο περιβάλλον της. Προσπαθούν να συσχετιστούν με τις ανάγκες και τα συμφέροντα των ομάδων κοινού τους, ενημερώνοντας αυτές για την επίδραση της επιχείρησης στη ζωή τους και κατ' επέκταση χτίζοντας θετικές σχέσεις.

Για να επιτευχθεί ο παραπάνω στόχος, οι επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων εφαρμόζουν τα προσόντα και τις γνώσεις τους με πολλούς διαφορετικούς τρόπους. Οι ειδικοί των Δημοσίων Σχέσεων είναι υπεύθυνοι για τη διατήρηση θετικών σχέσεων με τα Μ.Μ.Ε., τους υπαλλήλους, με την κοινότητα, τους καταναλωτές, τους επενδυτές, τις ρυθμιστικές δημόσιες αρχές και με ένα άλλο μεγάλο πλήθος διαφόρων κατηγοριών του κοινού. Επίσης, ασχολούνται με δραστηριότητες διαφορετικές μεταξύ τους, όπως προώθηση πωλήσεων, υποστήριξη πολιτικών θέσεων, αντιπροσώπευση ομάδων πίεσης, εθελοντικές οικονομικές προσφορές και επιλογή προσωπικού.

Αναλυτικότερα, οι επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων είναι κυρίως υπεύθυνοι για τη διοχέτευση και την επικοινωνία πληροφοριών μεταξύ ενός οργανισμού και του περιβάλλοντος που αυτός κινείται, επιχειρώντας να συνδέσουν τις ανάγκες και τα ενδιαφέροντα του κοινού, ενημερώνοντάς το σχετικά με την επιρροή του οργανισμού στη ζωή τους. Παράλληλα, πρέπει να διατηρούν αποτελεσματικές σχέσεις με τους αντιπροσώπους των Μ.Μ.Ε. οι οποίοι δημοσιεύουν ή μεταδίδουν πληροφορίες σχετικά με την επιχείρηση και τις ομάδες κοινού της. Τα τμήματα Δημοσίων Σχέσεων αποτελούν συχνά πηγή πληροφόρησης για ειδικά ρεπορτάζ και αφιερώματα που γίνονται στα Μ.Μ.Ε..

Τα μηνύματα των Δημοσίων Σχέσεων δεν προβάλλουν πάντοτε άμεσα τον οργανισμό ή τις υπηρεσίες και τα προϊόντα του. Αντίθετα, εκδίδονται Δελτία Τύπου προκειμένου να βοηθήσουν τους καταναλωτές ή κάποιες άλλες ομάδες κοινού με στόχο την ενίσχυση της θετικής εικόνας με τη δημιουργία καλής εντύπωσης («εικόνας») του οργανισμού. Για παράδειγμα, είναι δυνατόν πληροφορίες που αφορούν τομείς υγείας, διατροφής, περιβάλλοντος κλπ. να γίνουν αντικείμενο

έρευνας και να ανακοινωθούν ώστε να ενημερωθεί το κοινό καθώς η επιχείρηση αναγνωρίζει την κοινωνική ευθύνη που έχει απέναντί του.

Τα τμήματα Δημοσίων Σχέσεων αποτελούνται από ένα μεγάλο αριθμό ατόμων (σε πολύ μεγάλες επιχειρήσεις) έως ένα ή δύο άτομα (σε μικρές επιχειρήσεις). Οι πολύ μεγάλες επιχειρήσεις συχνά προσλαμβάνουν ξεχωριστές ειδικότητες για διαφορετικές περιοχές των Δημοσίων Σχέσεων όπως συγγραφείς, ερευνητές και αντιπροσώπους στα ΜΜΕ. Σε μια πιο μικρή επιχείρηση όμως ένα άτομο μπορεί να αναλαμβάνει όλες αυτές τις ευθύνες.

Η μεγάλη διαφοροποίηση που υπάρχει στις δραστηριότητες των επαγγελματιών προκύπτει από έναν κατάλογο πράξεων Δημοσίων Σχέσεων, που δημοσιεύτηκε από την εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων της Αμερικής (PRSA) σε ένα βιβλίο με τίτλο σταδιοδρομία στις Δημόσιες Σχέσεις (*Carriers in Public Relations*).

1) Προγραμματισμός

Περιλαμβάνει την ανάλυση προβλημάτων και ευκαιριών, καθορισμό σκοπών και ομάδων κοινού(ή ομάδων που επιδιώκεται η στήριξή τους) και την πρόταση και σχεδίαση δραστηριοτήτων στα πλαίσια του προγραμματισμού. Μπορεί επίσης, να περιλαμβάνει τον προϋπολογισμό και την κατανομή αρμοδιοτήτων στα κατάλληλα άτομα, συμπεριλαμβανομένου και του εκτός Δημοσίων Σχέσεων προσωπικού. Για παράδειγμα, ο πρόεδρος ή ο διευθύνων σύμβουλος ενός οργανισμού είναι συχνά πρόσωπο-κλειδί σε δραστηριότητες των Δημοσίων Σχέσεων.



2) Σχέσεις

Οι επιτυχημένοι άνθρωποι των Δημοσίων Σχέσεων αναπτύσσουν την ικανότητά τους στη συλλογή πληροφοριών από τη διοίκηση, από συναδέλφους στις επιχειρήσεις τους και από εμπορικές πηγές. Αξιολογώντας συνεχώς αυτά που μαθαίνουν, συντάσσουν οδηγίες ή διατυπώνουν συστάσεις και παίρνουν την έγκριση γι' αυτές από τη διοίκηση. Πολλές δραστηριότητες των Δημοσίων Σχέσεων απαιτούν τη σύμπραξη και συνεργασία με άλλα τμήματα του οργανισμού, όπως τη Διεύθυνση Προσωπικού, το Νομικό Τμήμα, το τμήμα Έρευνας Αγοράς, το τμήμα Μάρκετινγκ κτλ. Ο επαγγελματίας ο οποίος μαθαίνει να χρησιμοποιεί την πειθώ για να γίνει πιο πειστικός με τους άλλους, θα είναι περισσότερο ανταγωνιστικός. Σε όλες τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι άνθρωποι των Δημοσίων Σχέσεων, ενεργούν για λογαριασμό του οργανισμού που ανήκουν.

3) Συγγραφή και επιμέλεια κειμένου

Επειδή ο επαγγελματίας των Δημοσίων Σχέσεων προσπαθεί συχνά να έρθει σε επαφή με μεγάλες ομάδες ανθρώπων, του είναι απαραίτητο το γραπτό κείμενο (συγγραφή και σύνταξη). Παραδείγματα της χρήσης του γραπτού κειμένου βρίσκονται σε διάφορες εισηγήσεις, αναφορές, Δελτία Τύπου, φυλλάδια, ομιλίες, κείμενα ταινιών, λόγους, άρθρα σε διάφορα περιοδικά, πληροφορίες σχετικά με ένα προϊόν, αλλά και σε τεχνικό υλικό, σε εκδόσεις για υπαλλήλους και άλλα έντυπα της διοίκησης που απευθύνονται τόσο προς το προσωπικό του οργανισμού όσο και προς εξωτερικές ομάδες.

Ένα καθαρό ύφος γραφής, που επικοινωνεί με αποτελεσματικότητα, είναι το άλφα και το ωμέγα για τις Δημόσιες Σχέσεις.

4) Πληροφόρηση

Η εγκαθίδρυση συστημάτων για τη διοχέτευση υλικού στις κατάλληλες εφημερίδες, η χρήση του ραδιοφώνου και κάποιων ειδικών έντυπων μέσων (εμπορικές ή οικονομικές εκδόσεις), ειδικά αφιερώματα, ταινίες και προγράμματα πολυμέσων, ιστοσελίδες, αποτελούν σημαντικούς τρόπους επικοινωνίας. Η επικοινωνία που επιτυγχάνεται με τους παραπάνω τρόπους, σκοπό έχει να προκληθεί το ενδιαφέρον των ανθρώπων, των Μ.Μ.Ε. για τη δημοσίευση των νέων που

αφορούν μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό και αποτελούν τυπικές δραστηριότητες των Δημοσίων Σχέσεων.

Για να καταστεί αυτό εφικτό, απαιτείται επίγνωση για τον τρόπο λειτουργίας των Μ.Μ.Ε., για τις περιοχές εξειδίκευσης των περιοδικών και τα ενδιαφέροντα των μεμονωμένων εκδοτών. Όπως έχει πει ένας επαγγελματίας Δημοσίων Σχέσεων : «Πρέπει να φτάσεις στο σωστό εκδότη του σωστού περιοδικού, με τη σωστή ιστορία, τη σωστή στιγμή». Παρά το γεγονός ότι οι ιδέες γίνονται αποδεκτές με βάση το ενδιαφέρον που θα μπορούσαν να προκαλέσουν στο αναγνωστικό κοινό, η ικανότητα ανάπτυξης σχέσεων αμοιβαίου σεβασμού και συνεργασίας με τα Μ.Μ.Ε., μπορεί να αποδειχτεί χρήσιμη, τόσο στον επαγγελματία, όσο και στους ανθρώπους των ειδήσεων.

5) Παραγωγή

Οι διάφορες εκδόσεις, οι ειδικές αναφορές και αφιερώματα, οι ταινίες και τα προγράμματα πολυμέσων και το διαδίκτυο είναι σημαντικοί τρόποι επικοινωνίας. Ο επαγγελματίας των Δημοσίων Σχέσεων δε χρειάζεται να διαθέτει γνώσεις σχετικά με την τέχνη, την τυπογραφία, τη φωτογραφία κτλ, αλλά να έχει ένα υπόβαθρο (background) καθώς και γνώσεις βασικές για τις διάφορες τεχνικές που απαιτούνται για την προετοιμασία των παραπάνω λειτουργιών.

6) Ειδικά γεγονότα και εκδηλώσεις

Συνεντεύξεις Τύπου, ειδικά σόου, περίπτερα σε συνέδρια, εκδηλώσεις για νέα προϊόντα και επετείους, περιηγήσεις, επιδείξεις και προγράμματα βράβευσης είναι μόνο μερικά από τα ειδικά γεγονότα που χρησιμοποιούνται για να προκαλέσουν το ενδιαφέρον, την προσοχή και την αποδοχή ομάδων κοινού. Οι εκδηλώσεις αυτές προϋποθέτουν επιμελή σχεδιασμό και συντονισμό, προσοχή στη λεπτομέρεια, προετοιμασία για την έκδοση ειδικών εκδόσεων (φυλλάδια), δημοσιότητα και εκθέσεις.

7) Ομιλίες

Η δουλειά των Δημοσίων Σχέσεων απαιτεί επιδεξιότητα στην κατά πρόσωπο επικοινωνία, είτε πρόκειται για προσωπικές επαφές υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων, είτε για προετοιμασία ομιλιών για τρίτους. Ο επαγγελματίας που μπορεί να απευθυνθεί άμεσα σε άτομα και ομάδες με αποτελεσματικό τρόπο, έχει ένα συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι εκείνων που περιορίζονται μόνο στο γράψιμο.

8) Έρευνα και αξιολόγηση

Μια σημαντική δραστηριότητα του επαγγελματία των Δημοσίων Σχέσεων είναι η συλλογή γεγονότων και πληροφοριών. Η συλλογή αυτή πραγματοποιείται σε προσωπικό επίπεδο μέσω συνεντεύξεων ανασκόπησης υλικού βιβλιοθηκών, αρχείων και ανεπίσημων συνομιλιών. Μπορεί να περιλαμβάνει τεχνικές έρευνας σε συνεργασία με εταιρείες που εξειδικεύονται στο σχεδιασμό και τη διεξαγωγή έρευνας κοινής γνώμης μέσω δημοσκοπήσεων κτλ. Όταν το πρόγραμμα ολοκληρωθεί, ο υπεύθυνος Δημοσίων Σχέσεων μελετά τα αποτελέσματα και αξιολογεί τη σχεδίαση, εφαρμογή και αποτελεσματικότητα του προγράμματος. Όλο και περισσότερο διευθυντικά στελέχη απαιτούν έρευνα και αξιολόγηση από τους συμβούλους ή το προσωπικό τους.

Τέλος, ένας από τους βασικότερους στόχους των Δημοσίων Σχέσεων μέσα στην επιχείρηση είναι να δημιουργήσουν ένα ικανοποιημένο και ενθουσιώδες προσωπικό. Κάθε επιχείρηση θα πρέπει να φροντίσει να έχει ικανοποιημένο προσωπικό για να έχει και ικανοποιημένους πελάτες. Παρ' όλα αυτά, πολλές επιχειρήσεις ενεργούν με αντίθετο τρόπο. Προσπαθούν δηλαδή να ικανοποιήσουν τις απαιτήσεις των πελατών τους, χωρίς να έχουν εξασφαλίσει ικανοποιημένο προσωπικό. Το προσωπικό δε μένει ικανοποιημένο μόνο με το μισθό ή το ημερομίσθιο του. Ο εργαζόμενος τη σημερινή εποχή, παράλληλα με την ανάπτυξη της κοινωνίας έχει επιπλέον ανάγκες τις οποίες επιθυμεί να ικανοποιήσει μέσα στην επιχείρηση. Τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να εντοπίζουν τις ανάγκες αυτές και σε συνεργασία με τη διεύθυνση προσωπικού να τις ικανοποιούν. Για την ικανοποίηση λοιπόν των αναγκών αυτών, οι Δημόσιες Σχέσεις θα πρέπει να μεριμνήσουν ώστε να φέρουν σε στενή επαφή τα διευθυντικά στελέχη με τους εργαζόμενους. Για την επίτευξη του σκοπού αυτού χρησιμοποιούνται διάφορες

μέθοδοι που στόχο έχουν να γεφυρώσουν τη σχέση αυτή και να κάνουν την επιχείρηση να λειτουργεί σαν μια κοινωνική ομάδα πλαισιωμένη από πνεύμα συνεργασίας και δημιουργίας με το να ενημερώνουν τους εργαζόμενους για τα προβλήματα και τους γενικότερους στόχους της επιχείρησης, την αποδοχή εισηγήσεων εκ μέρους των εργαζόμενων σε θέματα που τους αφορούν, τη δημιουργία κοινωνικών εκδηλώσεων όπου συμμετέχουν τόσο η διεύθυνση της επιχείρησης, όσο και το προσωπικό, την παροχή φιλοδωρημάτων και άλλων δώρων για το προσωπικό κτλ. Όπως γίνονται κριτικές στους εργαζόμενους για βελτίωση πρέπει να γίνεται και επιβράβευσή του, όταν εκτελεί και εφαρμόζει το έργο με επιτυχία.

1.8. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΩΣ ΤΡΟΠΟΣ ΕΠΗΡΕΑΣΜΟΥ ΤΗΣ ΚΟΙΝΗΣ ΓΝΩΜΗΣ

Ο επηρεασμός της Κοινής Γνώμης θεωρείται τμήμα της αποστολής των Δημοσίων Σχέσεων, γι' αυτό αποτελεί αντικείμενο σημαντικής συζήτησης με ποιο τρόπο οι Δημοσίες Σχέσεις θα πρέπει να συνεργάζονται με την Κοινή Γνώμη. Η Κοινή Γνώμη είναι η γνώμη του κοινού.

Το κοινό αποτελεί έννοια σχετική ως προς τη θρησκευτική, κοινωνική, επαγγελματική, οικονομική και άλλων χαρακτηριστικών ομάδα, μέσα στην οποία προσδιορίζεται ή μπορεί να προσδιορίζεται, αποδίδοντας την έννοια διαφορετικών ομάδων με διαφορετικά χαρακτηριστικά που για κάποιο λόγο σε μια συγκεκριμένη χρονική στιγμή έχουν κάποιο κοινό σημείο αναφοράς.

Για παράδειγμα τα μέλη ενός επαγγελματικού συλλόγου αποτελούν το κοινό που χαρακτηριστικό του έχει το ίδιο επάγγελμα. Στο μέτρο που αφορά στις Δημοσίες Σχέσεις, κάθε ομάδα που τις ενδιαφέρει αποτελεί το κοινό των Δημοσίων Σχέσεων ανεξάρτητα από τα χαρακτηριστικά που συνθέτουν την ομάδα. Το βέβαιο είναι ότι η εν λόγω ομάδα θα έχει κάποιο κοινό σημείο αναφοράς για να αποτελεί το κοινό των Δημοσίων Σχέσεων μιας επιχείρησης ή ενός οργανισμού.

Υπάρχουν πολλά είδη κοινού. Στο πλαίσιο των Δημοσίων Σχέσεων μπορούμε να αναφέρουμε σημαντικές κατηγορίες κοινού που συντελούν στις αποφάσεις του

τιμήματος Δημοσίων Σχέσεων ανάλογα με τα χαρακτηριστικά του κοινού που κάθε φορά απευθύνεται.

1)Εθνικό κοινό. Είναι το κοινό αυτό που διακατέχεται από νοοτροπία, αντίληψη της ζωής και ιστορικές θεωρήσεις, οι οποίες είναι κοινές σε μια συγκεκριμένη εθνική κοινότητα. Η δύναμή του εξαρτάται από τη συνειδητοποίηση κοινών στοιχείων των ομάδων που το αποτελούν π.χ. το ελληνικό κοινό, το γαλλικό κτλ.

2)Πολιτικό κοινό. Είναι το κοινό αυτό που σχηματίζεται από δεσμούς και νόμους, τα στοιχεία δηλαδή που σχηματίζουν πολιτική βούληση. Πολιτικό κοινό είναι εκείνο που προκύπτει από τις σχέσεις μεταξύ των οργάνων της πολιτείας και των διαφόρων ομάδων συμφερόντων που υπάρχουν σ' αυτήν. Π.χ. οπαδοί κόμματος, εκλογικό σώμα κτλ.

3)Το εμφανές κοινό ή Κοινό Δημοσιότητας. Πρόκειται για το κοινό το οποίο σχηματίζεται από τις γνώμες που έχουν προβληθεί από τα Μ. Μ. Ε.

4)Το υπολανθάνον κοινό. Σχηματίζεται από γνώμες που δεν καθίστανται δημόσιες αλλά υποβόσκουν. Το κοινό αυτό ονομάζεται επίσης σιωπηρή πλειοψηφία.

Σημείωση. Το εμφανές και το υπολανθάνον κοινό που ενώ ήταν ανοργάνωτα και ανέκφραστα τις τελευταίες 10ετίες, αυξάνουν τη δημόσια επιρροή τους. Οι δύο αυτές κατηγορίες κοινού, αποτελούνται από άτομα που συνασπίζονται (ad hoc) επί τούτου, προκειμένου να εκφραστούν σε ένα θέμα πχ. διαδηλώσεις, συλλαλητήρια κτλ.

Κατηγορίες κοινού ανάλογα με το μήνυμα που δέχονται και με το πώς αντιμετωπίζουν κάθε φορά ένα πρόβλημα.

1)Αργό κοινό. Είναι το κοινό που δεν αναγνωρίζει κανένα πρόβλημα.

2)Ενήμερο κοινό. Εκείνο που ενώ γνωρίζει για το πρόβλημα, δεν το χαρακτηρίζει ως τέτοιο.

3)Ενεργό κοινό. Αποτελείται από ομάδες οι οποίες δραστηριοποιούνται προκειμένου να συζητήσουν και να αντιμετωπίσουν ένα πρόβλημα.

1.8.1. ΑΣΚΩΝΤΑΣ ΚΟΙΝΩΝΙΚΗ ΥΠΕΥΘΥΝΟΤΗΤΑ

Με τον όρο «Κοινωνική υπευθυνότητα» εννοούμε την ευθύνη για τις συνέπειες των πράξεων των ανθρώπων που ασκούν Δημόσιες Σχέσεις. Η κοινωνική υπευθυνότητα έχει απασχολήσει σε μεγάλο βαθμό την αμερικανική κυρίως κοινωνία αλλά αφορά όλες τις γωνιές του κόσμου που εφαρμόζονται Δημόσιες Σχέσεις. Πολλοί σκεπτόμενοι παρατηρητές, εκτιμούν ότι οι επιχειρήσεις πρέπει να αποκτήσουν ευθύνη για τις συνέπειες των πράξεών τους.

Σύμφωνα με τον Donald Wright στα πλαίσια των Δημοσίων Σχέσεων ...πρέπει ανά πάσα στιγμή να δρουν με γνώμονα το καλύτερο συμφέρον της κοινωνίας.

Επίσης, σύμφωνα με τον Rex Harlow, ο επαγγελματίας των Δημοσίων Σχέσεων καθορίζει και τονίζει την ευθύνη του οργανισμού να υπηρετεί το δημόσιο συμφέρον και πρέπει να βρίσκει τρόπους ώστε να μπορεί να ικανοποιήσει την κοινωνική, οικονομική και πολιτική του ευθύνη και τις ανάγκες που δημιουργούνται από τη μεταβαλλόμενη ανθρώπινη συμπεριφορά.

Επιπλέον πρέπει να προσπαθεί να βοηθήσει τον οργανισμό να επιδείξει ενεργό πνεύμα κοινωνικής συνείδησης που συνδυάζεται με την ευθύνη για την απόκτηση κερδών.

Συμπερασματικά λοιπόν, μπορούμε να πούμε ότι θα μπορούσε να θεωρηθεί ότι οι Δημόσιες Σχέσεις αντιπροσωπεύουν το κοινό και ότι επιχειρούν να επηρεάσουν τη Διοίκηση.

1.9. ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΑΠΑΡΑΙΤΗΤΑ ΓΙΑ ΤΗ ΔΙΑΜΟΡΦΩΣΗ ΤΗΣ «ΕΙΚΟΝΑΣ» ΤΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΟΥ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Για τη δημιουργία της τόσο αναγκαίας κατάλληλης «εικόνας» του επαγγελματία των Δημοσίων Σχέσεων, πρωταρχικό στοιχείο είναι το γόητρο, το οποίο δεν απονέμεται αλλά κατακτάται με τον τρόπο ασκήσεως του επαγγέλματος και αποδίδεται από την κοινωνία. Κανένας νόμος ή κανονισμός δεν απονέμει το γόητρο. Στον επαγγελματία των Δημοσίων Σχέσεων και της επικοινωνίας, το γόητρο

είναι απαραίτητο για να βρίσκει δουλειά αλλά και να έχει επιτυχία κατά την εκτέλεσή της. Επίσης, μπορεί να συνεργάζεται πιο εύκολα και πιο αποδοτικά τόσο με τους εσωτερικούς παράγοντες του οργανισμού (επικεφαλή στελέχη, προσωπικό) όσο και με εξωτερικούς (εκπροσώπους κοινής γνώμης, μέσων επικοινωνίας κτλ)

Δεύτερο στοιχείο είναι ο επαγγελματισμός του συμβούλου Δημοσίων Σχέσεων. Ο επαγγελματίας χρειάζεται να επιδείξει και να αποδείξει την εργασία και την ειδικότητά του, επειδή στον κλάδο αυτό το αντικείμενο εργασίας είναι μεν προσδιορισμένο, αλλά η έκταση των αρμοδιοτήτων διαφέρει από οργανισμό σε οργανισμό ανάλογα με το πρόγραμμα ή την περίπτωση. Έτσι λοιπόν, ο σύμβουλος οφείλει με τον τρόπο ασκήσεως της εργασίας του να θεμελιώνει τον επαγγελματισμό και να κατευθύνεται από αυτόν ανάλογα με την προσωπικότητα και την κατάρτισή του.

Επίσης, έργο του συμβούλου, ως τρίτο στοιχείο, είναι να προκαλεί όπου αυτό είναι δυνατόν, ο ίδιος γεγονότα μέσα στα προγράμματα δράσεως του οργανισμού που υπηρετεί και όχι απλά να εξιστορεί ή να επωφελείται από γεγονότα δεδομένα.

Διευκρινίζοντας λοιπόν, ο ρόλος του δεν είναι μόνο να ακολουθεί και να επεξηγεί γεγονότα ή αποφάσεις αλλά και να προηγείται αυτών κατά τρόπο δημιουργικό.

Ο κύριος ρόλος του συμβούλου Δημοσίων Σχέσεων είναι πράξη, δράση. Αυτή την πράξη προβάλλει στην κοινή γνώμη και ζητά συνεργασία της.

Έργο του επαγγελματία Δημοσίων Σχέσεων δεν είναι μόνο η μελέτη σύγχρονων δεδομένων και εξελίξεων αλλά και η πρόβλεψη των πιθανών τάσεων και κατευθύνσεων. Πρέπει να είναι διορατικός, να μπορεί να δει το μέλλον.

Τέταρτο στοιχείο είναι ο σεβασμός του Ανθρώπου από το μέρος του επαγγελματία. Όταν η άσκηση ενός επαγγέλματος στηρίζεται στην επικοινωνία και στην προσπάθεια κατάκτησης του εσωτερικού κόσμου των ανθρώπων, εκείνος που υπηρετεί τον τομέα αυτό, οφείλει πρωταρχικά να σέβεται τον Άνθρωπο. Με κάθε πράξη, με κάθε σκέψη, την κάθε στιγμή, πρέπει να επιδεικνύει και να αποδεικνύει αυτό το σεβασμό του.

Προϋπόθεση βέβαια των παραπάνω είναι ο αυτοσεβασμός. Ο σύμβουλος των Δημοσίων Σχέσεων έχει υποχρέωση να αρνηθεί να προτείνει ή να εκτελέσει κάτι που δεν το κρίνει ορθό, που ο ίδιος δεν το δέχεται ή εγκρίνει.

Πέμπτο στοιχείο είναι η αποφυγή μιμήσεως. Κανένα πρόβλημα δεν είναι όμοιο, γιατί καμία περίπτωση δεν είναι ίδια με κάποια άλλη. Κατά συνέπεια, οι λύσεις και οι ενέργειες που γίνονται πρέπει να είναι ειδικά μελετημένες και προσαρμοσμένες στο πρόβλημα που παρουσιάζεται κάθε φορά.

Έκτο στοιχείο είναι η αποφυγή του στελέχους να επιζητά τον έπαινο και την αναγνώριση της εργασίας του για τον εαυτό του. Εκείνος είναι ένας επαγγελματίας που εκτελεί την εργασία του. Ο έπαινος για επιτυχημένες ενέργειές του, αποδίδεται στον εργοδότη που τον προσέλαβε. Δεν πρέπει, κατά συνέπεια, ο σύμβουλος να προβάλλει τη συμβολή του, τις γνώσεις του ή την προσωπικότητά του σε βάρος του εργοδότη του.

Έβδομο στοιχείο είναι η δυνατότητα εφαρμογής των προτεινόμενων. Ο επαγγελματίας δεν πρέπει να περιορίζεται μόνο στη θεωρητική προσέγγιση καταστάσεων και καλών ιδεών αλλά στοχεύει στη δυνατότητα εφαρμογής τους. Με άλλα λόγια, απαιτείται δημιουργική σκέψη στο έργο του μέσα σε πρακτικά πλαίσια.

Τέλος, όγδοο στοιχείο είναι ότι ο σύμβουλος δεν πρέπει να ενδιαφέρεται για τα επιφανειακά αποτελέσματα των ενεργειών του (όπως π.χ. σε πόσα έντυπα δημοσιεύτηκε το δελτίο τύπου που έστειλε). Θα πάρει λανθασμένη κατεύθυνση αν στηριχτεί σε αυτά μόνο. Η βαθμολογία των ενεργειών του, έγκειται στο αν πραγματικά κατόρθωσε να πλησιάσει και να πείσει το κοινό του. Αν δηλαδή πέτυχε ουσιαστική επικοινωνιακή επαφή.

Παράλληλα, για να είναι ικανά τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να διαθέτουν ορισμένα προσόντα, είτε έμφυτα (αλλά εξελίξιμα με την παιδεία και την άσκηση), είτε επίκτητα.

Ενδεικτικά στα έμφυτα προσόντα μπορούμε να αναφέρουμε την εσωτερική ευγένεια η οποία οδηγεί σε σωστούς δρόμους τις πράξεις του στελέχους αλλά αποτελεί και απαραίτητη προϋπόθεση για την κατάκτηση του κοινού, η ευχέρεια επικοινωνίας που οδηγεί σε ουσιαστική επικοινωνία με άτομα ή ομάδες διαφορετικής φύλης, φύλου, ηλικίας, μόρφωσης κτλ. Γι' αυτό το λόγο πρέπει το στέλεχος να αντιλαμβάνεται και να εκτιμά το συνομιλητή του, για να μπορεί να προσαρμόζει τα μηνύματά του στα πλαίσια μιας καλής επικοινωνίας που θα οδηγήσει στην επιθυμητή συνεννόηση και κατανόηση και των δύο πλευρών. Επίσης η αντικειμενικότητα είναι πολύ βασική. Ο σύμβουλος δεν πρέπει να παρασύρεται από φανατισμούς και

προκαταλήψεις, πρέπει να θεωρεί και να κρίνει αμερόληπτα πρόσωπα και καταστάσεις και να παρουσιάζει τα πράγματα χωρίς αλλοιώσεις.

Άλλα προσόντα έμφυτα που απαιτούνται είναι η ευθυκρισία, η οποία οδηγεί σίγουρα στη ρίζα του προβλήματος και συντελεί στην ορθή του λύση με οικονομία χρόνου και χρήματος, το θάρρος της γνώμης χωρίς φόβο, όταν είναι βέβαιος για την ορθότητα των απόψεών του και η οργανωμένη σκέψη, δηλαδή, να είναι σε θέση να μπορεί να συνθέτει και να αναλύει μεθοδικά και γρήγορα με απώτερο στόχο την επίλυση του προβλήματος.

Στα επίκτητα προσόντα μπορούμε να αναφέρουμε τη μόρφωση, η οποία αποτελεί ένα βασικό προσόν. Χρειάζεται πλατιά και εξειδικευμένη μόρφωση του συμβούλου. Γι' αυτό είναι απαραίτητες οι ανώτερες σπουδές στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων καθώς επίσης και νομικών, κοινωνικών, οικονομικών και πολιτικών επιστημών. Επίσης, απαιτείται τουλάχιστον η γνώση της αγγλικής γλώσσας πέρα από τη μητρική, η οποία κυριαρχεί διεθνώς. Επιπλέον ο σύμβουλος πρέπει να έχει εγκυκλοπαιδική μόρφωση, πλούσια ενδιαφέροντα και να προσπαθεί να ενημερώνεται σε όσους περισσότερους τομείς μπορεί. Ακόμα χρήσιμο είναι να διαθέτει κάποια δημοσιογραφική πείρα και να γνωρίζει όλα τα μέσα, τεχνικές και μεθόδους επικοινωνίας.

Άλλα επίκτητα προσόντα είναι η εμφάνιση, δηλαδή η γενικότερη συμπεριφορά και η διαγωγή καθώς και το παρουσιαστικό του και η συμπεριφορά του, τα οποία δεν πρέπει να «προκαλούν». Η εμφάνισή του πρέπει να είναι σύμφωνη με τη μόδα χωρίς όμως ακρότητες. Να έχει οργάνωση, μεθόδευση εργασίας, σύστημα, μέθοδο και προγραμματισμό.

Τέλος, όπως αναφέρει ο Philip Lesly στο βιβλίο του Κουτούπη, μερικά ακόμα προσόντα για τους συμβούλους είναι η ικανότητα προγραμματισμού και η οξυδέρκεια, η διοικητική και εκτελεστική ικανότητα, η ευρύτητα πνεύματος, το ενδιαφέρον για τους ανθρώπους και τις ιδέες τους και ισχυρή φαντασία, καθοδηγούμενη από ορθή κρίση.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 2

Η ιστορία των Δημοσίων Σχέσεων

Η δημιουργία ενός ονόματος είναι πολύ σημαντικό γεγονός ακόμη και όταν το αντικείμενο δεν είναι νέο, επειδή η πράξη της ονοματοδοσίας σημαίνει επίγνωση.

Marc Block

2. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων είναι αποτέλεσμα της αναγνώρισης της δύναμης της κοινής γνώμης του συνεχούς ανταγωνισμού και της ανάπτυξης των Μέσων Ενημέρωσης .

Ιστορικά, οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν διανύσει τρία στάδια τα οποία είναι η χειραγώγηση, η πληροφόρηση και η αμοιβαία επιρροή, κατανόηση. Είναι στάδια που υφίστανται ακόμα και σήμερα. Οι Δημόσιες Σχέσεις την σημερινή εποχή έχουν απομακρυνθεί από την αρχή να χρησιμοποιούν οποιοδήποτε μέσο –θεμιτό ή όχι, για τη διαμόρφωση της κοινής γνώμης. Αντίθετα, παρέχουν πληροφορίες και συμβουλές στη διοίκηση της επιχείρησης –συμβάλλοντας – ευνοϊκά στη λειτουργία της και περαιτέρω ανάπτυξή της. Είναι απαραίτητο όμως να γνωρίσουμε και να κατανοήσουμε το πώς ξεκίνησαν να εφαρμόζονται οι Δημόσιες Σχέσεις και την ιστορία τους μέχρι σήμερα

2.1. Η ΑΡΧΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΗΝ ΑΜΕΡΙΚΗ

Για πρώτη φορά ο όρος Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιήθηκε από τον Dorman B. Eaton's το 1882 κατά τη διάρκεια απονομής πτυχίων σε αποφοίτους της Νομικής Σχολής του πανεπιστημίου Γέιλ. Ο Eaton υποστήριξε πως η έννοια των Δημοσίων Σχέσεων δεν ήταν κάτι νέο αλλά η δημιουργία του όρου θα σηματοδοτούσε ένα νέο επίπεδο σημασίας και συνείδησης.

Η Βιομηχανική Επανάσταση επηρέασε την Αμερική τα τελευταία εικοσιπέντε χρόνια του 18^{ου} αιώνα. Λόγω μεταναστών είχαμε ραγδαία αύξηση του πληθυσμού της χώρας με αποτέλεσμα να εμφανιστούν νέα προϊόντα και νέοι τρόποι ζωής. Η έντονη ζωή, το άγχος, οι ρυθμοί εργασίας στα εργοστάσια ή στα αστικά κέντρα και η διαφοροποίηση μεταξύ αφεντικών και εργατών ήταν ένα γεγονός που αποτέλεσε την νέα πραγματικότητα της αμερικανικής ζωής .

Πατέρας των Δημοσίων Σχέσεων ήταν ο Ivy Lee, υιός ιεροκήρυκα από την Πολιτεία της Γεωργίας, ο οποίος καθιέρωσε και το επάγγελμα των Δημοσίων

Σχέσεων. Ο Lee ήταν ένας δημοσιογράφος όπου προέβλεπε τις μεγάλες προοπτικές στο χώρο της δημοσιότητας. Εργάστηκε για την εκλογή του Δημάρχου της Νέας Υόρκης το 1903 και για την Εθνική Επιτροπή του Δημοκρατικού Κόμματος και έπειτα συνεργάστηκε με τον George Parker, επίσης δημοσιογράφο και δημιούργησαν μαζί το 1904 την Τρίτη εταιρεία δημοσιότητας στις Ηνωμένες Πολιτείες.

Δύο χρόνια αργότερα, ο Lee και ο Parker προσελήφθησαν από την εταιρεία άνθρακος George F. Baer and Associates για την εκπροσώπηση των συμφερόντων τους κατά την διάρκεια απεργίας σε ορυχεία ανθρακίτη.

Ο Lee ανέλαβε την υπόθεση και έστειλε μια «Διακήρυξη Αρχών» στους διευθυντές των εφημερίδων. Το πνεύμα που εκφραζόταν από το κείμενο της Διακήρυξης αυτής ήταν ένα σημάδι ότι οι Δημόσιες Σχέσεις είχαν εισέλθει σε νέα φάση ανάπτυξης. Στην διακήρυξή του αυτή ο Lee δήλωσε ότι το κοινό πρέπει να ενημερώνεται. Πιο συγκεκριμένα, τόνιζε πως όλη η δουλειά πρέπει γίνεται στα ανοιχτά με στόχο την παροχή ειδήσεων στο κοινό. Ειδήσεις αντικειμενικές, άμεσες και ακριβείς. Ο Lee συνειδητοποίησε ότι ένας οργανισμός δεν μπορεί να επηρεάσει την κοινή γνώμη εκτός και αν η δημοσιότητα του επηρεάζεται από καλές πράξεις γιατί η δημοσιότητα εξαρτάται από την επίδοση στην προσφορά κοινωνικού έργου.

Παράλληλα, ένας άλλος τομέας όπου άρχιζαν να εφαρμόζονται οι Δημόσιες Σχέσεις ήταν εκείνος των σιδηροδρόμων. Ο Lee προσελήφθη από την εταιρεία Σιδηροδρόμων το 1906 ως σύμβουλος δημοσιότητας. Ο όρος Δημόσιες Σχέσεις βέβαια, μνημονευόταν ήδη από το 1897 στις εμπορικές εκδόσεις των σιδηροδρόμων. Οι αρμοδιότητές του από την εταιρεία ήταν η γνωστοποίηση στοιχείων στους εργαζομένους σχετικά με την ασφάλεια του σιδηροδρόμου ως μέσο μεταφοράς. Παρότρυνε τα διευθυντικά στελέχη να παρουσιάζουν τη δραστηριότητα των επιχειρήσεων στο κοινό και να βοηθούν με τον οποιοδήποτε μέσο στα διάφορα κοινοτικά έργα. Υπήρξαν όμως αντιδράσεις όσον αφορούσε την παρουσία πληροφοριών σχετικά με ατυχήματα που συνέβαιναν από την εταιρεία

Οι εταιρείες σιδηροδρόμων είχαν πεισθεί για την αξία των Δημοσίων Σχέσεων. Ήδη το 1909, προτάθηκε από έναν ηγέτη του χώρου να δημιουργηθεί στις μεγάλες εταιρείες θέση αντιπροέδρου, υπεύθυνου για τις Δημόσιες Σχέσεις, ο οποίος θα έπρεπε για να είναι κατάλληλος για τη θέση αυτή, να έχει την κατάλληλη ηλικία και απαιτούμενη κρίση και να είναι γνώστης περί σιδηροδρομικών και ανθρωπίνων σχέσεων. Επίσης να έχει δυνατή και σωστή γνώμη ώστε οι προτάσεις του ν'

ακούγονται μέσα στην εταιρεία . Ένα τέτοιο άτομο θα μπορούσε να εξαφανίσει την κακή φήμη των σιδηροδρομικών εταιρειών και να εξυπηρετήσει καλύτερα τους πελάτες.

Το 1912 δημοσιεύτηκε ένα άρθρο όπου υπογράμμισε ότι η «πραγματική δημοσιότητα» πρέπει να ξεφύγει από την ανάθεση σε κάποιον και επιδίωξη σχέσεων με δημοσιογράφους, πράγμα που θα έπρεπε να συνειδητοποιηθεί από όλες τις βαθμίδες του προσωπικού. Παράλληλα ένα εγχειρίδιο με τίτλο «Η Διοίκηση των Σιδηροδρόμων» περιελάμβανε κεφάλαιο αφιερωμένο στις Δημόσιες Σχέσεις ενός σιδηροδρόμου.

Το 1910 ο J. Hampton Baumgartner προσελήφθη να αναλάβει τη δημοσιότητα των Σιδηροδρόμων στο Οχάιο και στη Βαλτιμόρη. Το 1913 ανακοίνωσε στην Ένωση Ανταποκριτών της Βιρτζίνια την προσπάθεια σύναψης σχέσεων με το κοινό των σιδηροδρόμων μέσω του τύπου. Αν και οι Δημόσιες Σχέσεις υιοθετήθηκαν από τις εταιρείες των αμερικανικών σιδηροδρόμων, εντούτοις δεν κατέστη δυνατή η προάσπιση των συμφερόντων τους ενώπιον των κυβερνητικών οργανώσεων.

Η μεγαλύτερη όμως προσπάθεια Δημοσίων Σχέσεων έγινε κατά τη διάρκεια του Πρώτου Παγκοσμίου Πολέμου με την υποστήριξη της πολιτικής των Η.Π.Α. Γενικά, οι Δημόσιες Σχέσεις χρησιμοποιούνταν από τις μεγάλες επιχειρήσεις ως άμυνα ακολουθώντας περισσότερο επιθετική πολιτική με σκοπό να διατηρήσουν την εμπορική τους φυσιογνωμία στα μάτια της κοινής γνώμης.

Μπορούμε να πούμε πως η ανάπτυξη των Δημοσίων Σχέσεων επηρεάστηκε από την Οικονομική Κρίση του 1929 και τη στρατιωτική κατάσταση στην Ευρώπη κατά τη δεκαετία του 30.

2.1.1. Η ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗ ΚΡΙΣΗ ΤΟΥ 1929

Η επιρροή που είχε η οικονομική κρίση του 1929 ήταν πολύ σημαντική. Πρώτον, οι οικονομικές σχέσεις της εποχής θεωρήθηκαν ως αποτυχία του New Deal να διατηρήσει την ευημερία λόγω αναπόδευκτης υπερβολής στο σχεδιασμό. Οι Δημόσιες Σχέσεις λόγω νομοθετικών αλλαγών και κριτικής του New Deal άλλαξαν

πορεία και από μεμονωμένες προσπάθειες άμυνας οδηγήθηκαν σε θετικά και συνεχή προγράμματα. Οι Δημόσιες Σχέσεις ενισχύθηκαν επειδή οι οικονομικές συνθήκες ύφεσης απαιτούσαν πολιτικές δράσεις με στόχο την συμπάθεια και την ανταπόκριση. Η πειθώ και η δημοσιότητα είναι τότε αποτελεσματικές μόνο όταν συνοδεύονται από θετικές ενέργειες.

Οι περιορισμένες οικονομικές δυνατότητες των Η.Π.Α. δημιούργησαν αυξημένες κοινωνικές ανάγκες οι οποίες έπρεπε να ικανοποιηθούν με όσο το δυνατόν λιγότερα μέσα. Η πρόνοια, η εκπαίδευση, η άμυνα και οι κυβερνητικοί στόχοι, επιχειρήσεις και εργατικό δυναμικό πάλεψαν για να εξασφαλιστούν πόροι και να κερδιθεί η εμπιστοσύνη του λαού. Η χειροτέρευση της στρατιωτικής και πολιτικής κατάστασης στην Ευρώπη στη δεκαετία του 1930, ώθησε την στρατιωτική ηγεσία των Η.Π.Α. να δραστηριοποιηθεί περισσότερο στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων.

Η μεγαλύτερη όμως εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στη δεκαετία του 1930 δεν έγινε από τις Η.Π.Α. αλλά από την προπαγάνδα των Ναζί.

Τον Ιούνιο του 1942, όταν οι Η.Π.Α. είχαν αναπτυχθεί πλήρως στον Β' Παγκόσμιο Πόλεμο, ιδρύθηκε το Γραφείο Πολεμικής Ενημέρωσης. Το Γραφείο, που διευθύνονταν από τον Eliner Davis, ξεκίνησε μια προσπάθεια Δημοσίων Σχέσεων για την ανασυγκρότηση του εσωτερικού μετώπου. Το Γραφείο σαν στόχο είχε την πώληση πολεμικών ομολόγων, τη χορήγηση τροφίμων, ενδυμάτων και βενζίνης με δελτίο, την κατασκευή αναμνηστικών κήπων, ύστερα από πολεμικές νίκες, την επιλογή στρατιωτικού προσωπικού και την προώθηση της βιομηχανικής παραγωγής. Παράλληλα, οι επιχειρηματικές μονάδες χρησιμοποιούσαν τις Δημόσιες Σχέσεις για την διατήρηση της εμπορικότητας τους επειδή οι επιχειρήσεις αυτές λόγω του ότι τροφοδοτούσαν την πολεμική μηχανή των Η.Π.Α. είχαν κίνδυνο να λησμονηθούν τα προϊόντα και η επωνυμία τους από τους καταναλωτές. Χρησιμοποιήθηκαν τεχνικές Δημοσίων Σχέσεων μιας και δεν είχαν προϊόντα ώστε να διαφημιστούν και να διατηρήσουν την εμπορική φυσιογνωμία και επωνυμία τους στη μνήμη της κοινής γνώμης. Οι Δημόσιες Σχέσεις, όσον αφορά τις Δημόσιες Υπηρεσίες και ιδιαίτερα τις Ένοπλες Δυνάμεις, άρχισαν να χρησιμοποιούνται κατά την διάρκεια του πολέμου κι από τους δυτικούς συμμάχους των Η.Π.Α. με πρώτο το Υπουργείο Πληροφοριών της Μεγάλης Βρετανίας.

2.1.2 Η ΜΕΤΑΠΟΛΕΜΙΚΗ ΠΕΡΙΟΔΟΣ

Μετά τον πόλεμο οι Δημόσιες Σχέσεις απέκτησαν σεβασμό και αποδοχή. Το 1947 δημιουργείται η πρώτη σχολή Δημοσίων Σχέσεων από το πανεπιστήμιο της Βοστώνης. Δύο χρόνια αργότερα, εκατό κολέγια και πανεπιστήμια πρόσφεραν μαθήματα Δημοσίων Σχέσεων στις Η.Π.Α.

Ο Earl Newson θεωρήθηκε πρότυπο επαγγελματία Δημοσίων Σχέσεων ο οποίος προσελήφθη από τον Henry Ford II παρέχοντας συμβουλές σε υψηλόβαθμα διοικητικά στελέχη.

Το 1954, η Αμερικανική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων δημιούργησε τον πρώτο Κώδικα Δεοντολογίας για το επάγγελμα. Στο τέλος της δεκαετίας του 1960 και κατά την δεκαετία του 1970 οι Δημόσιες Σχέσεις έζησαν μια αναγέννηση. Σχολιαστές παρομοίασαν την δεκαετία του 1970 με την εποχή της σκανδαλοθηρίας και υποστήριζαν ότι οι Δημόσιες Σχέσεις αποσκοπούσαν στο να βοηθούν τις επιχειρήσεις να ξεπερνούν καταστροφικές εναντίον τους επιθέσεις παρά να κερδίσουν την αποδοχή της κοινής γνώμης. Ο David Finn, το 1977, είπε : «Ο άνθρωπος των Δημοσίων Σχέσεων είναι σήμερα λιγότερο ο πολυμήχανος παραγωγός αναμνηστικών δώρων για πελάτες και περισσότερο ο έμπειρος σύμβουλος που αντιμετωπίζει τις επιθέσεις των Μ.Μ.Ε.» .

Κατά την περίοδο αυτή δόθηκε νέα έμφαση στις άλλες λειτουργίες των Δημοσίων Σχέσεων εκτός του Μάρκετινγκ. Δόθηκε έμφαση σε επίλυση ζητημάτων που αφορούσαν το περιβάλλον, ίσες ευκαιρίες, προβλήματα αστικών περιοχών και στον καταναλωτισμό από πολλές επιχειρήσεις. Οι Δημόσιες Σχέσεις εκλεπτύστηκαν, αναπτύχθηκαν νέα εργαλεία και διαδικασίες όπως η διαχείριση ζητημάτων, η ανάλυση των ακροατηρίων και η στρατηγική σχεδίαση. Η σημασία των παραδοσιακών τεχνολογικών και οικονομικών κριτηρίων αμφισβητήθηκε σε πολιτική και κοινωνική βάση. Αυτό οδήγησε τις επιχειρήσεις στο να αυξήσουν το προσωπικό, τα προγράμματα και τον προϋπολογισμό των Δημοσίων Σχέσεων και να τις ανεβάσουν σε υψηλότερη βαθμίδα μέσα στην οργανωτική ιεραρχία και όλοι οι εργαζόμενοι, από τα πιο υψηλόβαθμα στελέχη μέχρι τους απλούς υπαλλήλους ανέπτυξαν μια ισχυρή διάσταση Δημοσίων Σχέσεων στη δουλειά τους.

Η είσοδος του αμερικανικού τύπου οργάνωσης των Δημοσίων Σχέσεων στην Ευρώπη πραγματοποιήθηκε μετά τη λήξη του πολέμου στη Γαλλία το 1946, στη Μεγάλη Βρετανία το 1948, στην Ιταλία το 1950, στη Δυτική Γερμανία το 1958 καθώς και σε χώρες άλλων ηπείρων όπως στην Ν. Ζηλανδία, Ιαπωνία, Κορέα , Ν. Αφρική κτλ.

2.2. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ

Μετά τον πόλεμο, κατά την πενταετία 1945-50 δεν υπάρχουν οργανωμένες εκδηλώσεις Δημοσίων Σχέσεων από την πλευρά του κράτους ή των επιχειρήσεων. Και αυτό γιατί η Ελλάδα προσπαθούσε να ανασυγκροτηθεί και να επιλύσει βασικά κοινωνικά προβλήματα.

Εκδηλώσεις του θεσμού των Δημοσίων Σχέσεων χωρίς να αποτελούν ορόσημο των Ελληνικών Δημοσίων Σχέσεων, πραγματοποιήθηκαν για πρώτη φορά από την Ελληνική Ορθόδοξη Εκκλησία με τον εορτασμό της χλιοστής ενναιοκιοστής επετείου από την διέλευση του Αποστόλου Παύλου στην Ελλάδα και της ίδρυσης της Ελληνικής Εκκλησίας. Ο εορτασμός αυτός πραγματοποιήθηκε από την συνεργασία της Εκκλησίας και του κράτους και των ανωτάτων πνευματικών ιδρυμάτων και συμπεριέλαβε για πρώτη φορά στη χώρα μας σε μεγάλη κλίμακα εκδηλώσεις και μέσα Δημοσίων Σχέσεων.

2.2.1. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΕΛΛΑΔΑ ΑΠΟ ΤΟ 1951 ΜΕΧΡΙ ΣΗΜΕΡΑ

Το 1951 έγινε η πρώτη επίσημη και επώνυμη εφαρμογή σύγχρονων Δημοσίων Σχέσεων στην χώρα μας όταν ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού (Ε.Ο.Τ.) με χρηματοδότηση της αμερικανικής αποστολής , ανάθεσε στο βρετανικό οίκο Foote Cone and Belding μια εκστρατεία διαφήμισης και δημοσίων σχέσεων για τον ελληνικό τουρισμό, διάρκειας έξι μηνών. Έτσι κατά την δεκαετία 1951-60 άρχισε η

εφαρμογή του θεσμού των Δημοσίων Σχέσεων στη χώρα μας. Θεωρητικοί των Δημοσίων Σχέσεων σε άρθρα, μελέτες, σεμινάρια και συνέβαλαν σημαντικά στη διάδοση του θεσμού.

Πρώτη επιχείρηση που περιέλαβε τις δημόσιες σχέσεις σαν τμήμα του επιχειρηματικού της προγραμματισμού ήταν η εταιρεία «ΙΖΟΛΑ» το 1952. Στη συνέχεια το 1957 η «Πειραϊκή Πατραϊκή» δημιούργησε υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων. Το 1952 η Δ.Ε.Η., ο Ο.Τ.Ε., η Δ.Ε.Θ. καθώς και οι άλλοι δημόσιοι οργανισμοί ίδρυσαν τμήματα Δημοσίων Σχέσεων.

Οι Δημόσιες Σχέσεις όμως την περίοδο αυτή αντιμετώπισαν προβλήματα και δυσκολίες όσον αφορά την αποδοχή τους στη νοοτροπία του Έλληνα, ο οποίος είναι από τη φύση του συντηρητικός και επιφυλακτικός.

Αν και μέχρι σήμερα η αξία του θεσμού των Δημοσίων Σχέσεων δεν έχει υιοθετηθεί πλήρως στη χώρα μας, εντούτοις η εφαρμογή τους έχει αυξηθεί σημαντικά. Στις 3 Φεβρουαρίου το 1960 ιδρύεται στην Αθήνα η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων, η οποία σύμφωνα με το καταστατικό της (άρθρο 2) έχει σκοπό την οργάνωση και ανάπτυξη του θεσμού των Δημοσίων Σχέσεων στην Ελλάδα, την καλλιέργεια και προαγωγή των ανθρωπίνων σχέσεων μεταξύ των ατόμων, των ομάδων και του κοινωνικού συνόλου.

Το 1965 συνήλθαν στην Αθήνα οι γενικές συνελεύσεις της Διεθνούς Ένωσης Δημοσίων Σχέσεων και του Ευρωπαϊκού Κέντρου Δημοσίων Σχέσεων. Η τελευταία αποδέχτηκε το διεθνή «Κώδικα Ηθικής» που ονομάστηκε «Κώδικας Αθηνών» τον οποίο προσυπόγραψε και η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων.

Από τότε ιδρύθηκαν και λειτουργούν τμήματα Δημοσίων Σχέσεων και Τύπου σε όλα τα υπουργεία και νομαρχίες του κράτους για την συμφιλίωσή του με τους πολίτες. Η Εκκλησία, οι Ένοπλες Δυνάμεις, τα Σώματα Ασφαλείας και οι λοιποί δημόσιοι οργανισμοί και επιχειρήσεις άρχισαν να κατανοούν τη χρησιμότητα και αναγκαιότητα των Δημοσίων Σχέσεων.

Μεγαλύτερη όμως ώθηση στις Δημόσιες Σχέσεις επήλθε με την εφαρμογή τους σε οικονομικές μονάδες, τράπεζες και βιομηχανίες.

Το 1972 ιδρύθηκε στη Θεσσαλονίκη η Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων Βορείου Ελλάδος έχοντας σκοπό την μελέτη της λειτουργίας των Δημοσίων Σχέσεων και την περαιτέρω θεωρητική και πρακτική ανάπτυξή της.

Πρέπει όμως να τονιστεί ότι παρά την πρόοδο που σημείωσε ο θεσμός των Δημοσίων Σχέσεων στην Ελλάδα, δεν μπόρεσε να φτάσει στο επίπεδο της ανάπτυξης των άλλων Ευρωπαϊκών χωρών κυρίως λόγω της έλλειψης συστηματικής επικοινωνίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 3

Η ηθική του επαγγέλματος

Δια της προσωπικής ακεραιότητας εννοείται η διατήρησης υψηλού επιπέδου ηθικής όσον και καλού ονόματος. Δια της επαγγελματικής ακεραιότητας εννοείται η τήρησης του καταστατικού, των κανονισμών και ειδικότερον του Κώδικος του υιοθετηθέντος υπό του Διεθνούς Συνδέσμου Δημοσίων Σχέσεων.

Προσωπική και Επαγγελματική ακεραιότης

(Κώδικες ηθικής – Διακηρύξεις αρχών- Επαγγελματικά στάνταρτς)

3.1. Η ΗΘΙΚΗ ΣΤΟ ΕΠΑΓΓΕΛΜΑ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Τα νομικά ζητήματα και τα θέματα ηθικής είναι στενά συνδεδεμένα στην πρακτική των Δημοσίων Σχέσεων, αυτό όμως δεν σημαίνει ότι είναι και όμοια. Γενικά, ο νόμος είναι απλώς η βάση. Η ηθική συμπεριφορά βρίσκεται πολύ υψηλότερα από την ελάχιστη βάση. Η ηθική πέρα από το να είναι κανείς τίμιος και να υπακούει στον νόμο σημαίνει να είναι κανείς ηθικά καλός.

Με τον όρο «ηθική» ορίζουμε το «ηθικά ορθό» ή το «ανήθικο» στην κοινωνική συμπεριφορά, όπως συνήθως κρίνεται από τα μέτρα των επαγγελματιών, των οργανισμών αλλά και των ατόμων. Η ηθική συμπεριφορά είναι πρωταρχικής σημασίας στον επαγγελματισμό των στελεχών των Δημοσίων Σχέσεων. Σύμφωνα με τους Allen Center και Patric Jackson υπάρχουν πέντε κανόνες που ρυθμίζουν την ηθική συμπεριφορά :

1.Παράδοση : Οι τρόποι κρίσης και χειρισμού ενός συγκεκριμένου ζητήματος στο παρελθόν.

2.Κοινή γνώμη : Η ισχύουσα και αποδεκτή συμπεριφορά , σύμφωνα με την άποψη της πλειοψηφίας των συναδέλφων.

3.Νόμος : Η επιτρεπτή συμπεριφορά και η συμπεριφορά που απαγορεύεται από την νομοθεσία..

4.Ηθική : Η Πνευματική ή θρησκευτική απαγόρευση.

5.Δεοντολογία : Πρότυπα που τίθενται από το επάγγελμα , έναν οργανισμό ή από τον ίδιο μας τον εαυτό με βάση τη συνείδησή μας , δηλαδή στην διευκρίνιση του τι είναι σωστό ή δίκαιο απέναντι σε τρίτους ή στον ίδιο μας τον εαυτό.

Πρέπει όμως να επισημανθεί η σημασία που έχει η αντίληψη της διαφοράς μεταξύ ηθικής και νόμου από το στέλεχος των Δημοσίων Σχέσεων. Το να τηρεί κανείς κατά γράμμα το νόμο δεν εξασφαλίζει παράλληλα και ηθική συμπεριφορά αφού ο νόμος θεσπίζεται για να καλύψει μόνο τα χειρότερα ή γενικότερα «εγκλήματα». Υπάρχουν πολλά παραδείγματα στην κοινωνία όπου αρκετές εκστρατείες μεθοδεύτηκαν από στελέχη επιχειρήσεων ώστε να είναι νομότυπες αν και είχαν παραπλανητικό σκοπό , την αποπλάνηση του κοινού .

Γίνεται λοιπόν κατανοητό πως ένα στέλεχος προκειμένου να ασχοληθεί με το επάγγελμα των Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να διαθέτει επιδεξιότητα, αυτονομία, αφοσίωση και ισχυρό το αίσθημα της ευθύνης. Αναλυτικότερα, μπορούμε να αναφέρουμε ως επιδεξιότητα την ειδική γνώση και δεξιότητα που απαιτείται προκειμένου το επάγγελμα να εκτελέσει τις δραστηριότητες του στα πλαίσια της κοινωνίας. Παράλληλα, η αυτονομία επιτρέπει στον επαγγελματία να δράσει χωρίς εξωτερικές παρεμβάσεις. Επιπλέον, η αφοσίωση είναι αναγκαία σαν αποτέλεσμα της επιδεξιότητας για την καλή άσκηση του επαγγέλματος. Τέλος, το αίσθημα ευθύνης δημιουργεί σχέση εμπιστοσύνης μεταξύ του κοινού και του επαγγελματία. Για να καταστεί όμως δυνατό το αίσθημα αυτό απαιτείται η πραγμάτωση Κωδικών Δεοντολογίας, οι οποίοι να είναι σύγχρονοι και εφαρμόσιμοι, συμμετοχή σε επαγγελματικές οργανώσεις ώστε να υπάρχει διαδικασία ελέγχου των ατόμων και διαδικασίες χορήγησης αδειών επαγγελματικής ικανότητας που λαμβάνουν μέσω των οργανώσεων αυτών.

Παρακάτω αναφέρεται ο Κώδικας Δεοντολογίας (Ηθικής) της Ελλάδας, «Κώδικας των Αθηνών».

3.1.2. ΚΩΔΙΚΑΣ ΑΘΗΝΩΝ 1965

Κάθε μέλος των ενώσεων δημοσίων σχέσεων, πρέπει να καταβάλλει προσπάθειες ώστε:

1) Να συμβάλλει στην πραγμάτωση εκείνων των ηθικών και πνευματικών προϋποθέσεων οι οποίες επιτρέπουν στον άνθρωπο να αναπτύσσεται και να απολαμβάνει τα απαράγραπτα (τιμή, αξιοπρέπεια) δικαιώματα που αναγνωρίζονται από την οικουμενική διακήρυξη των δικαιωμάτων του ανθρώπου.

2) Να δημιουργεί σχήματα και δίκτυα επικοινωνίας τα οποία να ευνοούν την ελεύθερη κυκλοφορία των ουσιωδών πληροφοριών και να επιτρέπουν σε κάθε μέλος της ομάδας να αισθάνεται ενημερωμένο, συνενδιαφερόμενο, υπεύθυνο και αλληλέγγυο.

3) Να συμπεριφέρεται σε κάθε περίπτωση με τέτοιο τρόπο που να καθίσταται άξιο της εμπιστοσύνης εκείνων με τους οποίους έρχεται σε επαφή.

4) Να λαμβάνει υπόψιν του ότι επειδή η φύση του επαγγέλματός τους είναι δημόσια ακόμα και η ιδιωτική του συμπεριφορά αντανακλά τις κρίσεις που γίνονται για το επάγγελμα στο σύνολό του.

Κάθε μέλος των ενώσεων των Δημοσίων Σχέσεων είναι υποχρεωμένο:

5) Να σέβεται κατά την άσκηση του επαγγέλματός του, τις αρχές και τους ηθικούς κανόνες της οικουμενικής διακήρυξης των δικαιωμάτων του ανθρώπου.

6) Να σέβεται και να περιφρουρεί την αξιοπρέπεια της ανθρώπινης προσωπικότητας και να αναγνωρίζει σε κάθε άτομο το δικαίωμα να σχηματίζει μόνο του την προσωπική του κρίση.

7) Να δημιουργεί τις ηθικές, ψυχολογικές και πνευματικές συνθήκες του αληθινού διαλόγου και να αναγνωρίζει το δικαίωμα των μερών που συμμετέχουν στον διάλογο, να εκθέτουν την περίπτωση τους και να εκφράζουν ελεύθερα τις απόψεις τους.

8) Να ενεργεί σε κάθε περίπτωση με τρόπο που να λαμβάνει υπόψιν του αφενός τα συμφέροντα του οργανισμού για τον οποίο εργάζεται καθώς και του συγκεκριμένου κάθε φορά κοινού.

9) Να σέβεται τις υποχρεώσεις του οι οποίες πρέπει να διατυπώνονται με τρόπο που να μην αφήνει περιθώρια σύγχυσης και να ενεργεί εντίμως και ευθέως με σκοπό την διατήρηση της εμπιστοσύνης των πελατών ή εργοδοτών του, των παρόντων και των παρελθόντων καθώς και του συνόλου των κοινών στα οποία αφορούν οι ενέργειές του.

Κάθε μέλος των ενώσεων πρέπει να αρνείται:

10) Να υποτάσσει την αλήθεια σε άλλες επιταγές.

11) Να μεταδίδει πληροφορίες οι οποίες δεν βασίζονται σε στοιχεία ελεγμένα ή μπορούν να ελεγχθούν.

12) Να προσφέρει τις υπηρεσίες του σε επιχείρηση ή δραστηριότητα που προσβάλλει την ηθική, την τιμή και την αξιοπρέπεια της ανθρώπινης προσωπικότητας.

13) Να χρησιμοποιεί μεθόδους, μέσα και τεχνικές χειρισμού για τη δημιουργία υποσυνείδητων κινήτρων τα οποία στερούν το άτομο από την ελεύθερη κρίση του και συνεπώς από την ευθύνη των πράξεών του.

Πρέπει να αναφερθεί πως η τήρηση του Κώδικα Ηθικής δεν έχει χαρακτήρα υποχρεωτικό αλλά πρόκειται για κείμενο αποδέσμευσης και ηθικής, προσωπικής ευθύνης του κάθε επαγγελματία των Δημοσίων Σχέσεων.

3.2. ΟΙ ΓΕΝΙΚΕΣ ΑΡΧΕΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Ο Αμερικανός θεωρητικός των Δημοσίων Σχέσεων, E.L. Bernays δημοσίευσε το 1972 τις ακόλουθες 10 βασικές αρχές :

1) Οι δημόσιες σχέσεις είναι ένα επάγγελμα, μια τέχνη εφαρμοσμένη σε μια επιστήμη. Ο πρωταρχικός γνώμονας στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων είναι το δημόσιο συμφέρον και όχι το χρηματικό κίνητρο. Όπως κάθε επαγγελματικός κλάδος, οι δημόσιες σχέσεις έχουν τις δικές τους βιβλιογραφικές πηγές, επαγγελματικές ενώσεις, εκπαιδευτικά-επιμορφωτικά προγράμματα κ.ο.κ.

2) Οι δημόσιες σχέσεις ασχολούνται με τις σχέσεις ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης (από τον ιδιωτικό ή κρατικό τομέα) με τις διάφορες ομάδες κοινού από τις οποίες εξαρτώνται η ύπαρξη και η ανάπτυξή τους. Η υπηρεσία των Δημοσίων Σχέσεων έγκειται στην ευθυγράμμιση του οργανισμού προς το «κοινό», στην πληροφόρηση και ενημέρωση του «κοινού» και στην αποδοχή από την πλευρά του «κοινού» των προϊόντων ή και υπηρεσιών του οργανισμού.

3) Η εξέλιξη στο χώρο των συγκοινωνιών, η μεγάλη μείωση του αναλφαριθμητισμού και το όλο και περισσότερο εκτεταμένο και σύνθετο δίκτυο επικοινωνίας, είχαν ως συνέπεια την πιο ενεργητική συμμετοχή του κοινού στη διαμόρφωση όλων των θεσμών. Οι παραπάνω εξελίξεις, υπαγόρευαν και την ανάγκη του συμβούλου.

4) Η ορθή και αποτελεσματική άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων δε βασίζεται σε εντυπώσεις και υποθέσεις, αλλά στην πραγματικότητα. Οι ενέργειες και οι δραστηριότητες που εξυπηρετούν το δημόσιο συμφέρον, συνιστούν τη βάση των υγιών Δημοσίων Σχέσεων.

5) Η ορθή και αποτελεσματική άσκηση τους, έχει ως αποτέλεσμα την εναρμόνιση των απόψεων μεταξύ ενός οργανισμού ή μιας επιχείρησης και του κοινού, με το οποίο σχετίζονται.

6) Οι οργανισμοί αποβλέπουν στην επιδοκμασία και υποστήριξη της κοινής γνώμης με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον. Ο σύμβουλος των Δημοσίων Σχέσεων δεν προσφέρει τις υπηρεσίες του προς μια επιχείρηση ή έναν οργανισμό που δεν επιδιώκουν το δημόσιο συμφέρον.

7) Βασικό καθήκον του συμβούλου, είναι ο προσδιορισμός και η εκτίμηση-αξιολόγηση των ισχυρών και ασθενών σημείων στις σχέσεις του οργανισμού ή της επιχείρησης με το κοινό τους. Αυτό μπορεί να το επιτύχει με την εφαρμογή μεθόδων επιστημονικής διερεύνησης της κοινής γνώμης. Ανακοινώνει στους υπεύθυνους τα πορίσματα των ερευνών αναφορικά με τις διαφοροποιήσεις που παρατηρήθηκαν από την έρευνα στη συμπεριφορά και τις αντιδράσεις του κοινού. Ακόμη, λειτουργώντας ως εκπρόσωπος του οργανισμού ή της επιχείρησης επιδιώκει να παράσχει στο κοινό, όλες τις πληροφορίες που θα εδραιώσουν και θα σταθεροποιήσουν την υποστήριξη του κοινού προς τον οργανισμό ή την επιχείρηση. Επιπλέον, εφαρμόζει μεθόδους που θα κερδίσουν την εκτίμηση του κοινού για την επιχείρηση ή τον οργανισμό για τους οποίους είναι υπεύθυνος.

8) Οι δημόσιες σχέσεις, βασίζονται στην εφαρμογή των κοινωνικών και ανθρωπιστικών επιστημών (ψυχολογία, κοινωνιολογία) όταν, κατά την άσκησή τους, καλούνται να επιλύσουν ένα συγκεκριμένο πρόβλημα.

9) Ο σύμβουλος των Δημοσίων Σχέσεων επιδιώκει τη σταδιακή «προσαρμογή» των ποικίλων ομάδων κοινού και την πλήρη εναρμόνισή τους με τις απόψεις του οργανισμού ή της επιχείρησης έτσι ώστε να μη σημειωθούν «αναταραχές» στο μέλλον (από μια αιφνίδια και απότομη αλλαγή συνθηκών).

10) Ο σύμβουλος αμείβεται για την παροχή των υπηρεσιών του στην επιχείρηση ή τον οργανισμό με βάση το «Quantum Meruit».

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 4

Η διαδικασία των Δημοσίων

Σχέσεων

Οι Δημόσιες Σχέσεις μπορούν να βοηθήσουν τον οργανισμό να αναλάβει «έξυπνους» κινδύνους και να αποφύγει τους κακούς κινδύνους.

Judith Rich

4. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για να ασκήσει κανείς το επάγγελμα των Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να κατανοήσει την διαδικασία με την οποία λειτουργούν. Για την αποτελεσματικότητα των Δημοσίων Σχέσεων όπως έχει ήδη αναφερθεί απαιτείται αμοιβαία κατανόηση μεταξύ ενός οργανισμού και των ομάδων κοινού στις οποίες απευθύνεται. Η επίτευξη του στόχου αυτού μπορεί να επιτευχθεί μέσω μιας διαδικασίας η οποία αποτελείται από τέσσερα στάδια :

4.1. ΕΡΕΥΝΑ

Είναι ένα αρχικό στάδιο αναγνώρισης των δεδομένων που εντοπίζει τα προβληματικά θέματα και διακρίνει τις ομάδες κοινού που τις αφορούν. Η έρευνα είναι ένα μεγάλης σημασίας τμήμα της διαδικασίας των Δημοσίων Σχέσεων γιατί παρέχει τις αρχικές πληροφορίες που είναι απαραίτητες για το σχεδιασμό της δράσης των Δημοσίων Σχέσεων

Έρευνα σημαίνει συλλογή πληροφοριών από την ανεπίσημη τεχνική συγκέντρωση ονομάτων εκδοτών εφημερίδων σε μια περιοχή της χώρας μέχρι την διεξαγωγή έρευνας ανάμεσα στα άτομα αυτά σχετικά με τη γνώμη τους για ένα θέμα με απώτερο σκοπό την συγκέντρωση πληροφοριών ως οδηγό σχεδιασμού και αξιολόγησης αποτελεσμάτων για την χρησιμοποίησή τους στον προγραμματισμό των ενεργειών .

Επίσημες τεχνικές έρευνας αποτελούν :

- Τήρηση αρχείων

Η τήρηση αναλυτικών και ακριβή αρχείων για εξασφάλιση πληροφοριών και παροχή τους είτε εντός είτε εκτός του οργανισμού . Ο επαγγελματίας των Δημοσίων Σχέσεων για να αποκτήσει τη φήμη της πηγής αξιόπιστων πληροφοριών μπορεί να δημιουργήσει έναν κύκλο από χρήσιμους εσωτερικούς και εξωτερικούς πληροφοριοδότες-συνεργάτες μέσω σημαντικών γνωριμιών όπως με άτομα που διαμορφώνουν τη γνώμη μέσα στην κοινότητα, στη βιομηχανία ή μέσα στον ίδιο τον οργανισμό, από ειδικές επιτροπές που αποτελούνται από επικοινωνιολόγους ή άτομα

που επηρεάζουν και διαμορφώνουν την κοινή γνώμη, ομάδες επικέντρωσης όπου αποτελούνται από ένα μικρό δείγμα ατόμων που έχουν κυρίως δημογραφικά χαρακτηριστικά και χρησιμοποιούνται μία μόνο φορά. Στα άτομα όμως αυτά πρέπει να γνωστοποιείται ότι οι απόψεις τους καταγράφονται για περαιτέρω ανάλυση από τους ερευνητές.

- Μέτρηση της κοινής γνώμης

Η κοινή γνώμη επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό τους στόχους και σκοπούς ενός οργανισμού. Είναι λοιπόν σημαντικό να διατυπωθούν οι τάσεις της. Εδώ πρέπει να επισημανθεί ότι ένας οργανισμός δεν απευθύνεται αποκλειστικά σε ένα μοναδικό και διακριτό κοινό.

Ο επαγγελματίας ο οποίος στηρίζεται στις δημοσκοπήσεις (γκάλοπ) κοινής γνώμης, στην προσπάθεια του να διακρίνει τα χαρακτηριστικά ενός κοινού είναι πολύ πιθανόν να στηρίζεται σε λανθασμένα στοιχεία. Οι περισσότερες δημοσκοπήσεις τέτοιου τύπου δεν είναι χρήσιμες από την πλευρά των Δημοσίων Σχέσεων, επειδή στην πραγματικότητα μετρούν τη γνώμη της μάζας παρα την κοινή γνώμη. Υπάρχει διαφορά μεταξύ γνώμης της μάζας και κοινή γνώμη.

Η γνώμη της μάζας αντιπροσωπεύει το μέσο όρο μιας ομάδας με πολλές διαφορετικές γνώμες. Συνήθως ο μέσος όρος μειώνει τη δυναμική ορισμένων παραμέτρων επειδή όταν πολλές διαφορετικές γνώμες συνενώνονται προκειμένου να βρεθεί ο μέσος όρος, το αποτέλεσμα μπορεί να μην αντιπροσωπεύει γνώμες όπως εκφράστηκαν αρχικά. Οι δημοσκοπήσεις της γνώμης της μάζας είναι μόνο χρήσιμες για προβλέψεις εκλογικών αποτελεσμάτων. Οι Δημόσιες Σχέσεις για να είναι αποτελεσματικές όσον αφορά το πρόγραμμα που ακολουθούν θα πρέπει να ασχολούνται με τη δύναμη και τη συμπεριφορά της κοινής γνώμης.

Οι δημοσκοπήσεις της κοινής γνώμης γίνονται σε προσεκτικά επιλεγμένα τμήματα του πληθυσμού. Ο επαγγελματίας πρέπει να διαιρέσει το κοινό σε υποομάδες και να σχεδιάσει συγκεκριμένο πρόγραμμα επικοινωνίας για καθεμιά από αυτές ώστε η δημοσκόπηση να αντικατοπτρίζει με ακρίβεια τη γνώμη κάθε υποομάδας.

4.1.1. ΣΤΑΔΙΑ ΔΙΑΔΙΚΑΣΙΑΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

Η διαδικασία της έρευνας διακρίνεται σε διάφορα στάδια. Τα κυριότερα είναι :

- A. Η διατύπωση και η μελέτη του προβλήματος .
- B. Η συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων σχετικών στοιχείων και πληροφοριών πάνω στο συγκεκριμένο προς έρευνα αντικείμενο
- Γ. Η δημοσκόπηση, δηλαδή η απευθείας διερευνητική επαφή με το κοινό ή ομάδες κοινού.
- Δ. Η επεξεργασία των αποτελεσμάτων της έρευνας
- Ε. Η ανάλυση και η παρουσίαση των αποτελεσμάτων.
- ΣΤ. Η αξιολόγηση και αξιοποίηση των αποτελεσμάτων

Στην έρευνα επειδή είναι αδύνατο να γνωστοποιηθούν οι απόψεις του συνόλου των μελών μιας κοινωνικής ομάδας (π.χ. αγοραστικό κοινό, αστικός πληθυσμός) χρησιμοποιούνται μέθοδοι στατιστικής όπως η τυχαία δειγματοληψία. Με τον τρόπο αυτό γίνεται επιλογή και διερευνάται ένα μικρό, αλλά αντιπροσωπευτικό, δείγμα όπου οι απόψεις του καλύπτουν την υπόλοιπη ερευνούμενη ομάδα.

Η συλλογή των πληροφοριών γίνεται με τέσσερις κύριες μεθόδους :

- A. Με τη χρησιμοποίηση ήδη υπαρχόντων στοιχείων.
- B. Με τη μέθοδο της παρατήρησης
- Γ. Με την υποβολή ερωτηματολογίων προς το δείγμα του επιλεγμένου κοινού.
- Δ. Με την απευθείας συνέντευξη προς τους ερευνούμενους

Συμπερασματικά, η έρευνα εκτός από μέσο ελέγχου και προβολής απόψεων της κοινής γνώμης αποτελεί και μέσο επαφής και επικοινωνίας με το κοινό. Κατά συνέπεια, αποτελεί σημαντικό βοήθημα στην άσκηση της δραστηριότητας των Δημοσίων Σχέσεων.

4.2. ΣΧΕΔΙΑΣΗ

Η σχεδίαση αποτελεί τον καλύτερο τρόπο για να ασκήσει κανείς προληπτικές και όχι κατασταλτικές Δημοσίες Σχέσεις. Η διαδικασία της σχεδίασης είναι βραδεία, πολύπλοκη και συχνά κουραστική. Παρ' όλα αυτά είναι αναγκαία γιατί αυξάνει την αποτελεσματικότητα. Η σχεδίαση χωρίζεται σε δύο κατηγορίες: τη στρατηγική και την τακτική.

Τα στρατηγικά σχέδια είναι μακροπρόθεσμα και συνήθως καταρτίζονται από υψηλόβαθμα διευθυντικά στελέχη. Η σχεδίαση αυτή περιλαμβάνει αποφάσεις που αφορούν κύριους στόχους ενός οργανισμού και προγράμματα για την υλοποίησή τους. Τα σχέδια τακτικής είναι συγκεκριμένες αποφάσεις που αφορούν το τι θα γίνει σε κάθε επίπεδο του οργανισμού ώστε να πραγματοποιηθούν τα στρατηγικά σχέδια.

Τόσο τα στρατηγικά σχέδια, που καταρτίζονται για αποφάσεις που αναφέρονται στο μακροπρόθεσμο μέλλον ενός οργανισμού, όσο και τα τακτικά, τα οποία υποβοηθούν τα στρατηγικά, λαμβάνουν υπόψιν τους τη διαδικασία των Δημοσίων Σχέσεων.

Παρακάτω αναφέρεται μία διαδικασία τεσσάρων σημείων που βοηθάει τους επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων να προσαρμόζουν ανάλογα τα σχέδιά τους. Στοιχεία της διαδικασίας αυτής είναι:

1. Καθορισμός στόχων
2. Αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης
3. Διάκριση των βοηθημάτων και των εμποδίων για την επίτευξη των στόχων
4. Πρόβλεψη

Αναλυτικότερα, ο καθορισμός των στόχων γίνεται με βάση τους διαθέσιμους πόρους. Ένας οργανισμός πιθανόν να μην είναι σε θέση να αφιερώσει τον απαιτούμενο χρόνο, προσωπικό ή κεφάλαιο για την επίτευξη στόχων. Αντίθετα όμως, οι στόχοι που τίθενται κατά τη λειτουργία των Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να άπτονται του σκοπού που έχει θέσει ο οργανισμός γιατί είναι φανερό πως ένα στέλεχος που εφαρμόζει ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων θα έχει μεγαλύτερη αποδοχή ως προς του στόχους που θέτει εάν συμβαδίζουν με τους γενικότερους στόχους του οργανισμού.

Παράλληλα, όσο ένας στόχος εξετάζεται, είναι αναγκαίο να συλλέγονται πρόσφατα δεδομένα για το περιβάλλον του οργανισμού, τα οποία θα χρησιμοποιηθούν στην αξιολόγηση για την επίτευξη των στόχων.

Αφού αποφασιστούν οι εφικτοί στόχοι, θα πρέπει να γίνει μια έρευνα για εντοπισμό τυχόν δυσχερειών ή βοηθημάτων όπως πόροι ανθρώπινου δυναμικού, κεφαλαίων και υλικοτεχνικής υποδομής. Τυχόν ελλείψεις των προαναφερθέντων στοιχείων μπορεί να προκαλέσουν εμπόδια στην επίτευξη των στόχων. Γι' αυτό καλό είναι να γίνεται πρόβλεψη των βοηθημάτων και των εμποδίων που είναι πιθανό να υπάρξουν μελλοντικά. Οι προβλέψεις είναι απαραίτητες για να συγκεκριμενοποιηθούν οι επιδράσεις που θα έχουν οι αναμενόμενες καταστάσεις στα σχεδιαζόμενα προγράμματα. Η ανεργία, ο βαθμός της οικονομικής ανάπτυξης και η κίνηση της αγοράς είναι στοιχεία που πρέπει να εκτιμηθούν και να αναλυθούν.

4.2.1. Ο ΠΡΟΫΠΟΛΟΓΙΣΜΟΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

Το στέλεχος των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να προϋπολογίζει τι χρειάζεται και να ζητάει εκείνα, που αντικειμενικά θα το βοηθήσουν να ανταποκριθεί στις προγραμματισμένες και εγκεκριμένες ανάγκες των Δημοσίων Σχέσεων. Σαν συνέχεια λοιπόν του προγράμματος έρχεται ο προϋπολογισμός. Η εργασία του προϋπολογισμού απαιτεί γνώσεις επιστημονικές και πρακτικές.

Η κατάρτιση του προϋπολογισμού σχετίζεται με έναν από τους εξής τέσσερις εξουσιαστικούς παράγοντες :

1. Το συνολικό εισόδημα ή τα κεφάλαια, που διαθέτει η Οικονομική Μονάδα.
2. Την «ανταγωνιστική αναγκαιότητα», δηλαδή, την ανάγκη να αντιμετωπιστεί ο ανταγωνισμός.
3. Το συνολικό έργο ή τους αντικειμενικούς σκοπούς που έχει θέσει η Οικονομική Μονάδα και
4. Το κέρδος ή το περίσσειμα πάνω από τα έξοδα, που μπαίνει σαν φόβητρο.

Ο προϋπολογισμός σπάνια είναι έργο ενός ανθρώπου. Γενικά κάθε ειδικός καλείται να καταγράψει και να υπολογίσει τα έξοδα που κρίνει απαραίτητα. Μετά από τις κρίσεις των αρμοδίων η Διοίκηση αποφασίζει την τελική κατανομή.

Στην περίπτωση των Δημοσίων Σχέσεων ο προϋπολογισμός τους πρέπει να εξετάσει τέσσερις βασικές κατηγορίες : 1. αμοιβές προσωπικού , 2. έξοδα γραφείου, 3. αξία υλικών και 4. λοιπά έξοδα.

4.3. ΔΡΑΣΗ ΚΑΙ ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η δράση των Δημοσίων Σχέσεων που απαιτείται στους σύγχρονους οργανισμούς καλύπτει πλέον το διευθυντικό φάσμα κατά τη διαδικασία λήψης αποφάσεων. Κύρια δραστηριότητα των Δημοσίων Σχέσεων είναι η προσπάθεια διάδοσης πληροφοριών σε έναν επιλεγμένο στόχο. Είναι βασικό, οι επαγγελματίες να ακολουθήσουν κάποια σημαντικά βήματα και τρόπους εφαρμογής όσον αφορά την παροχή πληροφοριών στο κοινό. Απαιτείται λοιπόν μια διαδικασία πέντε βασικών φάσεων κατά την εφαρμογή :

επίγνωση , ενδιαφέρον αξιολόγηση, δοκιμές και υιοθέτηση.

Στην ανάπτυξη του σχεδιασμού θα πρέπει να ληφθούν υπόψιν και οι πέντε φάσεις εφαρμογής για την μέγιστη δυνατή επίτευξη του στόχου.

Ο επαγγελματίας εφαρμόζει τους κύριους τρόπους άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων επιχειρώντας την επίγνωση της κατάστασης και την ανάπτυξη ενδιαφέροντος για αυτή μέσω Δελτίων Τύπου και άλλων μεθόδων. Βασικό χαρακτηριστικό επαφής με το κοινό αποτελεί η επικοινωνία με κυριότερο εργαλείο της το γράψιμο για την σύνταξη μηνυμάτων. Ακόμη και τα «οπτικά» μηνύματα (κασέτες, video, διαφάνειες) απαιτούν καλογραμμένα κείμενα. Οι αποφάσεις πολιτικής αλλά και αποφάσεις σχετικές με τη δράση γράφονται παράλληλα με την ανάπτυξή τους, μεταδίδονται και εκτελούνται. Για το λόγο αυτό, το καλό γράψιμο είναι μια βασική δεξιότητα απαραίτητη για όλους τους επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων ανεξάρτητα από το μέγεθος του οργανισμού.

Το αποτελεσματικό γράψιμο μπορεί να διδαχθεί. Ακόμα και άτομα που δεν είναι «καλοί χρήστες» του λόγου μπορούν να βελτιωθούν και να φτάσουν σε ένα ικανοποιητικό στάδιο γραφής. Υπάρχουν οδηγίες γραφής που μπορούν να φανούν χρήσιμες κατά τη συγγραφή κειμένων, επιστολών, εκθέσεων, φυλλαδίων κτλ, όπως :

1. Χρησιμοποίηση σύντομων και απλών λέξεων
2. Χρησιμοποίηση σύντομων και απλών προτάσεων και χρησιμοποίηση παραγράφων
3. Γραφή σε ενεργητική φωνή και όχι σε παθητική
4. Αποφυγή λαϊκών και εξειδικευμένων ιδιωματισμών
5. Συντομία και περιορισμός κειμένων σε όσο το δυνατόν λιγότερων σελίδων
6. Σαφήνεια

4.4. ΑΞΙΟΛΟΓΗΣΗ

Μετά την ολοκλήρωση της ανάπτυξης και εφαρμογής του κάθε προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να ακολουθεί αξιολόγηση της αποτελεσματικότητάς του όσον αφορά την επίτευξη των στόχων που είχαν τεθεί. Οι παράγοντες που εξετάζονται συνήθως στη διαδικασία αξιολόγησης πριν και μετά την εφαρμογή των προγραμμάτων είναι οι ακόλουθοι :

1. Παραγωγή

Κρίνονται τα εργαλεία Δημοσίων Σχέσεων που χρησιμοποιούνται στο πρόγραμμα (δελτία τύπου, φυλλάδια, ταινίες, επιστολές κτλ). Επίσης η ποσότητα του παραγόμενου υλικού, το συνολικό κόστος, ο χρόνος και οι δαπάνες που αφιερώθηκαν για το πρόγραμμα

2. Διανομή

Εξετάζονται τα μέσα και οι τρόποι που μεταδίδονται τα μηνύματα του προγράμματος. Συλλέγονται αποκόμματα Τύπου και χρησιμοποιούνται για την μέτρηση του αριθμού των μηνυμάτων που πραγματικά δημοσιεύτηκαν είτε από ραδιοφωνικούς ή τηλεοπτικούς σταθμούς. Θα πρέπει όμως να σημειωθεί ότι αν και τα

στοιχεία για την μετάδοση αποτελούν αξιόπιστο μέγεθος για την αποκλειστικότητα του προγράμματος στην πραγματικότητα δεν σχετίζονται άμεσα με αυτήν αφού είναι επιφανειακά αποτελέσματα και όχι εσωτερικά, δηλαδή αν έχει περάσει το μήνυμα στην ψυχή των πολιτών ή μελών του κοινού που εξετάζεται.

3.Ενδιαφέρον

Γίνονται έρευνες σχετικά με το ενδιαφέρον των αναγνωστών. Μελετάται ένα αντιπροσωπευτικό δείγμα του συνολικού κοινού των αναγνωστών ώστε να εξαχθεί ένα αριθμητικό πρότυπο σχετικά με το ποια δημοσιεύματα κινούν το μεγαλύτερο ενδιαφέρον των πολιτών. Αυτές οι έρευνες αποτελούν στοιχεία για την κατανόηση των ενδιαφερόντων των αναγνωστών.

4.Προσιτότητα

Οι δημοσκοπήσεις για τα ενδιαφέροντα των αναγνωστών όχι μόνο είναι σημαντικές γιατί αποκαλύπτουν αν ένα μήνυμα πέρασε ή όχι, αλλά περιγράφουν και τον τύπο του ανθρώπου που το έλαβε. Η πληροφόρηση αυτή είναι πολύτιμη γιατί είναι συχνό το φαινόμενο μηνύματα να λαμβάνονται από ένα κοινό διαφορετικό από εκείνο που αρχικά απευθυνόταν. Στην αξιολόγηση, γίνεται προσπάθεια προσδιορισμού ενός τρόπου μέτρησης για το ποιο κοινό προσεγγίζεται από κάποια μηνύματα. Γι'αυτό, υπάρχουν εταιρείες δημοσκοπήσης των τηλεοπτικών και ραδιοφωνικών σταθμών που παρέχουν τις απαιτούμενες αυτές πληροφορίες .

5.Κατανόηση

Επίσης, χρειάζεται να γνωρίζουμε εάν το κοινό κατανόησε το μήνυμα ή όχι. Ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων δεν μπορεί να θεωρηθεί επιτυχημένο εάν δεν έχει κατανοηθεί το μήνυμα από το κοινό στο οποίο απευθύνεται.

6.Στάσεις / Συμπεριφορά

Τέλος, κύριο στόχο αποτελεί η δημιουργία και η διατήρηση θετικών στάσεων ή αλλαγή αρνητικών στάσεων. Γι'αυτό γίνονται μετρήσεις στάσεων ώστε να καθοριστεί ο βαθμός της αλλαγής στη συμπεριφορά του κοινού- στόχου.

Αυτά τα τέσσερα στάδια που είναι απαραίτητα για κάθε επιτυχημένη προσπάθεια Δημοσίων Σχέσεων, δεν αποτελούν τέσσερις διαφορετικές λειτουργίες. Κάθε στάδιο συμπληρώνει τα άλλα. Εάν κάποιο αγνοηθεί τότε θα επηρεαστεί ολόκληρη η διαδικασία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 5

Κράτος και Δημόσιες σχέσεις

Το ότι κανένας δεν έχει ποτέ το Κράτος είναι γεγονός. Το ότι όμως αυτό το κράτος υπάρχει, είναι πανταχού παρόν, το ότι επηρεάζει άμεσα ή έμμεσα κάθε εκδήλωση της καθημερινής ζωής του πολίτη, είναι επίσης γεγονός.

George Burdeau

5. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Οι πολίτες που αποτελούν το κράτος απαρτίζουν ένα κοινωνικό σύνολο ατόμων, τα οποία ένωσαν την ανάγκη να υιοθετήσουν έναν τρόπο ρύθμισης των σχέσεων μεταξύ τους ώστε να μην υπάρχουν προβλήματα κατά την κοινωνική τους συμβίωση. Έτσι προέκυψε η ανάγκη επιβολής κάποιας υποχρεωτικής για όλους και συνεπώς αναγκαίας ρύθμισης των διαφόρων ανθρωπίνων σχέσεων στα πλαίσια ενός έννομου κράτους.

Όταν αναφερόμαστε στον όρο κράτος, εννοούμε τα εξής στοιχεία:

- Το χώρο, δηλαδή τα γεωγραφικά σύνορα τα οποία προσδιορίζονται από τεχνητά και φυσικά όρια.
- Το λαό, δηλαδή το σύνολο των πολιτών που έχει κοινή γλώσσα και ιθαγένεια.
- Την εξουσία, δηλαδή τη νομοθετική, την εκτελεστική-διοικητική και τη δικαστική.

Το κράτος είναι η συνισταμένη της κοινής βούλησης των ανθρώπων που ζουν μέσα σε αυτό. Παράλληλα, θέτει τους κανόνες δικαίου που ισχύουν για όλους όσους ζουν στο έδαφος όπου ασκείται η κρατική εξουσία, αλλά ταυτόχρονα υπακούει στους κανόνες αυτούς. Το κράτος που υπακούει στους κανόνες του δικαίου, τους νόμους που θέτει το ίδιο, ονομάζεται Κράτος Δικαίου.

Το σύγχρονο κράτος όμως δεν αποτελεί πια μόνο κράτος δικαίου. Η αποστολή του δεν εξαντλείται μόνο στην τήρηση του νόμου και της τάξεως αλλά, έχει διευρυνθεί. Πρώτα απ' όλα θεωρείται κράτος πρόνοιας και ευημερίας. Για να πετύχει τους στόχους του παρεμβαίνει ρυθμιστικά σε κάθε μορφή δραστηριότητας, κοινωνικής, οικονομικής και πολιτιστικής. Κύρια υποχρέωσή του αποτελεί η παροχή ομοιόμορφων κοινωνικών υπηρεσιών σε όλους τους πολίτες. Κέντρο της αποστολής του σύγχρονου κράτους αποτελεί η κοινωνική ασφάλιση, η υγειονομική περίθαλψη, η προστασία της εργασίας, η δίκαιη κατανομή του εισοδήματος, η πολιτιστική ανάπτυξη, η παιδεία κλπ.

Το κράτος, για να εκπληρώσει την πολλαπλή αποστολή του και για να πετύχει τους παραπάνω στόχους του, έχει δημιουργήσει τις δημόσιες υπηρεσίες. Ειδικότερα, να εξασφαλίζει την εσωτερική ασφάλεια της χώρας και την άμυνά της, να απονέμει

δικαιοσύνη, να προνοεί για την ανύψωση του υλικού και πνευματικού επιπέδου του λαού και να γίνεται με τις υπηρεσίες αυτές ο κύριος συντελεστής της λαϊκής ευημερίας.

Οι δημόσιες υπηρεσίες δημιουργούνται με νόμο από το ίδιο το κράτος, ασκούν μέρος της κρατικής εξουσίας και λειτουργούν σύμφωνα με τους κανόνες του Δημοσίου Δικαίου. Ο ιδρυτικός τους νόμος προβλέπει τον τρόπο οργάνωσης, διοίκησης και λειτουργίας τους. Με τη δημοσίευση του ιδρυτικού νόμου στην Εφημερίδα της Κυβέρνησης, αποκτούν προσωπικότητα. Σκοπός τους είναι η επίτευξη στόχων που ανήκουν στην ευθύνη του κράτους.

Οι δημόσιες υπηρεσίες συγκροτούνται από πρόσωπα, τα οποία καλούνται Δημόσιοι Υπάλληλοι. Υπηρετούν μόνιμα το κράτος και υπάγονται σε ιεραρχική εξάρτηση και πειθαρχία.

Το σύνολο των διοικητικών υπηρεσιών του κράτους, που αποτελεί το μηχανισμό με τον οποίο κινείται η εκτελεστική λειτουργία (κράτος) και πραγματοποιούνται οι κυβερνητικές επιδιώξεις, καλείται Δημόσια Διοίκηση.

Η σύγχρονη Δημόσια Διοίκηση, στο δημοκρατικό κράτος, έχει μια σημαντική αποστολή. Με τους θεσμούς της, οφείλει να συμβάλλει στη δημοκρατική αγωγή των πολιτών και με τη λειτουργία των υπηρεσιών της να ικανοποιεί τις κοινωνικές, οικονομικές, εκπαιδευτικές, πολιτιστικές και λουπές ανάγκες. Δηλαδή να εδραιώνει κάθε μέρα την έννοια της Δημοκρατίας στη συνείδηση των πολιτών.

Οι σχέσεις της πολιτείας με τους άλλους οργανισμούς ή τους ιδιώτες που βρίσκονται κάτω από την εξουσία της, ρυθμίζονται από ένα σύνολο κανόνων, οι οποίοι καλούνται Δημόσιο Δίκαιο.

5.1. ΤΟ ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΟΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΟΥ ΜΕ ΤΟΝ ΠΟΛΙΤΗ

Οι σχέσεις του κράτους με τους πολίτες, αποτελέσαν πάντοτε ένα λεπτό ζήτημα. Από τις σχέσεις αυτές εξαρτάται η πρόοδος, η ευημερία και η δραστηριοποίηση των πολιτών οι οποίες είναι απαραίτητες και στοχεύουν στην αποτελεσματικότερη ανάπτυξη του κράτους. Όπως έχει γράψει ο Σπινόζα: «Ένα κράτος κινδυνεύει περισσότερο από τους πολίτες του παρά από τους εχθρούς του» (πολιτεία, κεφ. 6, παρ. 6)

Η αποτελεσματικότητα των εκάστοτε στόχων του κράτους εξαρτάται από την καλή επικοινωνία μεταξύ αυτού και του πολίτη, η οποία λειτουργεί καταλυτικά προς όφελος των πολιτών . Αυτό είχε γίνει αντιληπτό από την Αρχαιότητα. Ο Πλάτων, στην «Απολογία του Σωκράτους» αναφέρεται στις σχέσεις των ανθρώπων με την πολιτεία.

Θα πρέπει να τονίσουμε ότι το κράτος, «ο θεσμός των θεσμών», στην εποχή μας έχει αποκτήσει ένα τέτοιο εύρος, που σε καμιά περίπτωση δεν μπορεί να αγνοηθεί. Θα πρέπει να επισημανθεί ακόμα το γεγονός «ότι κανένας δεν έχει δει ποτέ το κράτος», δεν σημαίνει όμως πως είναι ανύπαρκτο. Αντιθέτως επηρεάζει με τον ένα ή με τον άλλο τρόπο τη ζωή των πολιτών. Αυτό γίνεται κυρίως μέσα από το πολύπλοκο σύστημα διοικητικής και λειτουργικής πρακτικής του, ενώ φαντάζει παντελώς αδύνατο για τον οποιονδήποτε πολίτη να το αγνοήσει στο σύνολό του. Έστω και αν ανήκει ή απασχολείται στον ιδιωτικό τομέα, εμπλέκεται με το κράτος, χωρίς να έχει τη δυνατότητα επιλογής, λόγω χάριν στην καταβολή του Φ.Π.Α., στην εκπαίδευση των παιδιών του, στα φορολογικά κλπ .

Το κράτος είναι σε θέση μέσω των οργανισμών του να επηρεάζει, να επεμβαίνει και συχνά να καθορίζει πολλές από τις καθημερινές δραστηριότητες των πολιτών. Είναι λοιπόν σημαντικό το κοινωνικό σύνολο να δείχνει το ενδιαφέρον του προς το κράτος και να επιδιώκει την εδραίωση της κοινωνικής ευημερίας. Συνεπώς, θα πρέπει να γίνει κατανοητό ότι οι σχέσεις του κράτους με τον πολίτη αποτελούν σημείο αναφοράς σε ό,τι σχετίζεται με :

1. τη συνεργασία των δύο μερών μέσω της ενημέρωσης
2. την προσπάθεια ενεργοποίησης και κινητοποίησης του πολίτη (τουλάχιστον σε θέματα που μπορεί να βοηθήσει ουσιαστικά, όπως π.χ. στην εξοικονόμηση ύδατος –που προτείνει η Ε.Υ.Δ.Α.Π.- λόγω της έντασης του προβλήματος)
3. τη δυνατότητα συμβολής του πολίτη στο έργο του κράτους (λ.χ. στη μείωση των τροχαίων ατυχημάτων, στην εφαρμογή κανόνων αντισεισμικής προστασίας, στην εθελοντική βοήθεια κατά τη διάρκεια πυρκαγιών ή των Ολυμπιακών Αγώνων της Αθήνας το 2004)
4. την ανταποδοτικότητα αυτών των ενεργειών και από τις δύο πλευρές, έτσι ώστε να επιτυγχάνεται η αναγκαία αμφίδρομη επικοινωνία.

Σήμερα η ζωή έχει γίνει περισσότερο πολύπλοκη λόγω των αμέτρητων πληροφοριών και συχνά επιλογών. Η συνεχής βελτίωση των σχέσεων κράτους –

πολίτη φαίνεται όλο και πιο επιτακτική. Ο πολίτης γνωρίζει εκ των προτέρων ότι όποιο θετικό αποτέλεσμα προκύψει, σε τελευταία ανάλυση, αφορά τον ίδιο.

Στη σύγχρονη αναπτυγμένη κοινωνία, υπάρχουν και σημεία τριβής κράτους – πολιτών, τα οποία μπορούν να συνοψισθούν στα ακόλουθα:

- η συμπεριφορά της κάθε λογής κρατικών λειτουργών,
- η προσπάθεια προσέγγισης του πολίτη να συνεργαστεί,
- η φθορά του γενικότερου ηθικού πλαισίου, που λογικά πρέπει να διέπει την κρατική μηχανή,
- η υπερβολική προπαγανδιστική πρακτική της σύγχρονης δημόσιας διοίκησης

Τα θέματα που αφορούν τον πολίτη και σχετίζονται άμεσα ή έμμεσα με τη δημόσια διοίκηση είναι πολυάριθμα και έχουν απήχηση στην κοινή γνώμη. Το τελευταίο που δεν θα έπρεπε να υπάρχει είναι οι δυσχέρειες μεταξύ κράτους και πολίτη. Ενδεικτικές δυσχέρειες αποτελούν η γραφειοκρατική αντιμετώπιση, ο κομματισμός και η έλλειψη αξιοκρατίας, το κρατικό απόρρητο και η προπαγανδιστική θεώρηση καθώς και άλλες αντινομίες από μέρους των δημοσίων υπηρεσιών. Για την εξομάλυνση των παραπάνω συγκρούσεων που τυχόν δυσχεραίνουν τη μεταξύ τους συνεργασία, απαραίτητη θεωρείται η επικοινωνία.

5.2. ΚΡΑΤΟΣ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ

Σε οποιαδήποτε δυσκολία συναντάει ο Έλληνας στην πορεία της καθημερινής του διαβίωσης, έχει πάντα έτοιμη την αιτία του κακού και τη δικαιολογεί με την εξής φράση: «Το κράτος φταίει» .

Το κράτος που τόσο απουσιάζει από την ελληνική πραγματικότητα, δέχεται πολλές φορές αδικαιολόγητα αυτή την εχθρότητα του Έλληνα πολίτη. Αν και είναι παρεξηγημένο σε πολλές περιπτώσεις, εντούτοις δεν είναι άμοιρο ευθυνών. Οι ευθύνες του μάλιστα είναι πολύ μεγάλες.

Η Διοίκηση εδώ και πολλά χρόνια ενεργεί μ' έναν παράδοξο τρόπο στην αντιμετώπιση των κοινών προβλημάτων, χωρίς να λαμβάνει υπόψη τη γνώμη ή τη σημασία που μπορεί να έχει η γνώμη των διοικούμενων στην επίλυση των προβλημάτων που πρωταρχικά αφορούν τους ίδιους. Έτσι φτάσαμε σε σημείο η

διοίκηση μόνη της να «πελαγοδρομεί» στην επίλυση των διαφόρων προβλημάτων και οι πολίτες να παρακολουθούν αδιάφοροι τον αγώνα της αυτό.

Επικρατεί λοιπόν δυσπιστία, έλλειψη συνεργασίας και επικοινωνιακό χάος σε μεγάλη έκταση ανάμεσα στο κράτος και τον πολίτη.

«Κάποιοι», «κάποτε», πληροφορήθηκαν για την συμβολή των Δημοσίων Σχέσεων αναφορικά με την προσφορά τους στην επίλυση του επικοινωνιακού χάσματος μεταξύ κράτους και πολίτη. Οι πληροφορίες από την Αμερική και την Ευρώπη στον τομέα αυτό ήσαν πολύ ενθαρρυντικές. Έτσι δημιουργήθηκαν γραφεία Δημοσίων Σχέσεων. Αργότερα φάνηκε πως δεν δημιουργήθηκαν τόσο για την ουσιαστική βοήθεια που θα μπορούσαν να προσφέρουν αυτά στη δημιουργία κατάλληλου επικοινωνιακού κλίματος, ανάμεσα στη διοίκηση και τους διοικούμενους, όσο για να παρουσιάσουν την εικόνα μιας οργανωμένης ελληνικής κρατικής μηχανής, τυπικά τουλάχιστον, σύμφωνα με τα πρότυπα των προηγούμενων κρατών.

Σε κάθε υπηρεσία φτιάχτηκαν γραφεία Δημοσίων Σχέσεων, επανδρώθηκαν με προσωπικό που αποσπάστηκε από άλλες υπηρεσίες, ορίστηκαν ως υπεύθυνοι Δημοσίων σχέσεων κάποιοι που δεν ήταν κατάλληλοι για τη θέση αυτή, τους δόθηκε η δυνατότητα πολυτέλειας στα γραφεία τους και επαναπαύτηκαν ικανοποιημένοι ίσως, για μία ακόμα νεωτεριστική τους προσπάθεια. Το αποτέλεσμα, με την πάροδο του χρόνου, ήταν, το επικοινωνιακό χάος και η δυσπιστία μεταξύ διοίκησης και διοικούμενων να παίρνουν ανησυχητικές διαστάσεις.

Στην προσπάθεια «εξαφάνισης» του επικοινωνιακού χάους μεταξύ διοίκησης και διοικούμενων, η ουσιαστική χρησιμοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων ήταν κάτι παραπάνω από αναγκαία. Επίσης, απαραίτητο θεωρήθηκε και η επάνδρωσή τους με το κατάλληλο προσωπικό, παρέχοντάς τους ανεξαρτησία ενέργειας από την υπόλοιπη υπηρεσία.

Κάθε κυβέρνηση έχει την υποχρέωση για την φροντίδα ουσιαστικής λειτουργίας τέτοιων υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων. Με την επένδυση στις Δημόσιες Σχέσεις, κάθε ενέργεια ή έργο κρατικής πολιτικής μπορεί να πάρει μία διαφορετική όψη.

Οι άνθρωποι των Δημοσίων Σχέσεων, θα οργανώσουν προγράμματα διαφώτισης του κοινού όσον αφορά την άσκηση πολιτικής, θα ενδιαφερθούν για να μάθουν τα προβλήματά του και να οργανώσουν στρατηγικές επίλυσής τους. Επίσης, θα γίνει προσπάθεια πειθούς για το πόσο σοβαρά επιδρά η γνώμη του για τον

καθορισμό των προβλημάτων που τους απασχολούν και ταυτόχρονα θα δημιουργήσουν όλες τις προϋποθέσεις περιορισμού της κρατικής αυθαιρεσίας σε θέματα κοινού ενδιαφέροντος.

Η ενημέρωση του κοινού και η συνεργασία του με το κράτος σε «φλέγοντα» εσωτερικά θέματα, όπως το εκπαιδευτικό σύστημα και η περαιτέρω εξέλιξή του, ο τομέας της υγείας και η αναβάθμισή του, η αντιμετώπιση της ρύπανσης του περιβάλλοντος, η πρόληψη ατυχημάτων, ο περιορισμός της αστυφιλίας, η κυκλοφοριακή αγωγή και άλλα, θα σήμαινε και τη θεαματική αντιμετώπισή τους. Η σωστή ενημέρωση του κοινού και η ειλικρινής συνεργασία του με το κράτος στην αντιμετώπιση ουσιαδών προβλημάτων, είναι η βάση για την πρόοδο και ευημερία κάθε σύγχρονης πολιτείας. Τη βοήθεια που μπορούν να προσφέρουν οι Δημόσιες Σχέσεις σ' αυτή την ενημέρωση και συνεργασία, κανένας δεν μπορεί να την αμφισβητήσει.

Η πραγματοποίηση ορισμένων δραστηριοτήτων, όπως η έκδοση διαφόρων επικοινωνιακών εντύπων για τους πολίτες, η παροχή κινήτρων για τους επιχειρηματίες της περιοχής, η έγκαιρη εξυπηρέτηση του κοινού από τη δημοτική αστυνομία, η λειτουργία τοπικών ραδιοφωνικών σταθμών και άλλα, είναι θέματα που μπορούν να βοηθήσουν πολύ την ανάπτυξη επικοινωνιακού κλίματος μεταξύ διοίκησης και διοικούμενων και ταυτόχρονα να δώσουν τη δυνατότητα δραστηριοποίησης προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων.

Ένα αξιοσημείωτο δείγμα κρατικών Δημοσίων Σχέσεων είναι το «Παιδικό Χωριό SOS Ελλάδος». Είναι μία μικρή κοινωνία ορφανών παιδιών που με τη βοήθεια σύγχρονων μεθόδων μεγαλώνουν χωρίς άγχος και ψυχολογικά προβλήματα και λειτουργεί σε μία έκταση 24 στρεμμάτων στην περιοχή της Βάρης. Η πρότυπη αυτή κοινωνία εγκαινιάστηκε το 1975 από τον τότε Πρόεδρο της Ελληνικής Δημοκρατίας Κωνσταντίνο Τσάτσο και ιδρύθηκε από την Κλόντια Κατσάρα. Λειτουργεί σύμφωνα με τις προδιαγραφές άλλων 180 τέτοιων παρόμοιων χωριών του εξωτερικού.

Εκεί όμως που θα βοηθήσουν περισσότερο οι Δημόσιες Σχέσεις, είναι στην αξιοποίηση της «βιτρίνας» της περιοχής, δηλαδή στην πραγματοποίηση έργων που μετρούν στα μάτια της κοινής γνώμης, όπως πάρκα, έργα ύδρευσης, παιδικές χαρές, αναπαλαίωση και χρησιμοποίηση παλιών αρχοντικών όπου σε πολλές περιοχές του ελληνικού χώρου είναι μηδαμινά ή ακόμη και ανύπαρκτα.

Επιβάλλεται να γίνουν τα παραπάνω έργα, όχι απλά για να λέγεται ότι «κάναμε έργα», αλλά ότι αυτά έγιναν για να προσφέρουν ουσιαστική εξυπηρέτηση στους πολίτες. Έργα που οι ίδιοι οι πολίτες δήλωσαν την ανάγκη δημιουργίας τους και σε περιοχές που αυτούς εξυπηρετούν, που θα τους προσφέρουν τις δυνατότητες εκμετάλλευσης και που οι ίδιοι οι πολίτες θα «αγκαλιάσουν» με τη φροντίδα τους γιατί τους είναι απαραίτητα. Αυτά τα έργα θα γίνουν μόνο όταν γνωστοποιηθούν οι ανάγκες των πολιτών στη Διοίκηση και κατά συνέπεια η τελευταία θα φροντίσει για την επιμέλειά τους σύμφωνα με τις προαναφερθείσες ανάγκες. Αυτή η επικοινωνία μπορεί να επιτευχθεί με σωστές βάσεις από τους ανθρώπους των Δημοσίων Σχέσεων που θα φέρνουν σε επαφή τη διοίκηση με τους διοικούμενους.

Ακόμα ένα πολύ σοβαρό πρόβλημα που πρέπει να αντιμετωπιστεί από το κράτος μέσω των Δημοσίων Σχέσεων σε συνεργασία με το επικοινωνιακό Μάρκετινγκ είναι η σταδιακά αυξανόμενη προτίμηση του Έλληνα καταναλωτή σε ξένα προϊόντα. Βέβαια το φαινόμενο αυτό έχει τις ρίζες του στη ραγισμένη αξιοπιστία και εμπιστοσύνη του Έλληνα πολίτη απέναντι στους Έλληνες επιχειρηματίες που πολλές φορές του έδιναν «σκάρτα» προϊόντα με υπέρογκες τιμές και διογκώθηκε ακόμα πιο πολύ από τον ιδιόρρυθμο χαρακτήρα του Έλληνα που δείχνει μία περίεργη προτίμηση σε οποιοδήποτε προϊόν προέρχεται από το εξωτερικό.

Η στιγνή εκμετάλλευση του Έλληνα καταναλωτή από τον Έλληνα επιχειρηματία σταμάτησε να υπάρχει σε τόσο μεγάλο βαθμό όπως συνέβαινε παλαιότερα. Εντούτοις το φαινόμενο της «ξενομανίας» θα περιοριστεί δύσκολα αν δεν χρησιμοποιηθούν ενημερωτικά προγράμματα που θα κατορθώσουν να τον πείσουν ότι τουλάχιστον μία μεγάλη κατηγορία ελληνικών προϊόντων διακρίνεται από την άριστη τους ποιότητα και το σχετικά χαμηλότερο κόστος από παρόμοιες κατηγορίες ξένων προϊόντων.

Πέρα από αυτά, η ανταγωνιστική θέση της Ελλάδας μέσα στο χώρο της Ευρωπαϊκής Κοινότητας, θα πρέπει να προβληματίσει ιδιαίτερα το κράτος αλλά και την κοινή γνώμη, δεδομένου ότι η μη υποστήριξη των ελληνικών προϊόντων δυσχεραίνει οικονομικά την ελληνική παραγωγή. Εδώ ακριβώς θα πρέπει να επέμβουν οι Δημόσιες Σχέσεις, για να πείσουν με ειλικρινή μηνύματα το αγοραστικό κοινό ότι το συμφέρει να αγοράζει ελληνικά προϊόντα. Να του δώσει να καταλάβει ότι η προτίμηση των ελληνικών προϊόντων σημαίνει προβολή του ελληνικού προϊόντος, αξιοποίηση της ελληνικής παραγωγής, εργασία σε περισσότερα ελληνικά χέρια και καλύτερα προϊόντα.

Το κράτος έχει την υποχρέωση να δει σοβαρά πλέον το δημιουργικό ρόλο που μπορούν να διαδραματίσουν οι Δημόσιες Σχέσεις στην ανάπτυξη των κρατικών σχέσεων. Συμπερασματικά οι κρατικές Δημόσιες Σχέσεις είναι σε θέση:

- ✓ Να δημιουργήσουν την απαραίτητη προσέγγιση-επαφή του Έλληνα πολίτη με το κράτος,
- ✓ να βελτιώσουν ουσιαστικά την παραγωγή και κατανάλωση των ελληνικών προϊόντων τόσο στο εξωτερικό όσο και στον ελληνικό χώρο,
- ✓ να βοηθήσουν στην ανάπτυξη της τοπικής αυτοδιοίκησης και
- ✓ να κάνουν την καθημερινή ζωή του Έλληνα πολίτη περισσότερο όμορφη, αισιόδοξη και ξεκούραστη.

Ιδιαίτερα, ως αναφορά, στα μεταπολεμικά χρόνια έχουμε πλέον τη δημιουργία του «κοινωνικού κράτους», το οποίο αναπτύσσει ολοένα και μεγαλύτερες πρωτοβουλίες. Η κρατική ανάμειξη στην καθημερινή ζωή γίνεται συνεχώς ενεργητικότερη και αμεσότερη. Η ανάγκη της ύπαρξης καλών μέσων και σχέσεων ανάμεσα στους διάφορους φορείς της νομοθετικής και της εκτελεστικής εξουσίας και στους πολίτες προβάλλεται περισσότερο επιτακτική και έντονη.

Το σύγχρονο κράτος πράττει πολλά για τους πολίτες του αλλά και ζητάει πολλά. Οι τελευταίοι συνήθισαν και τα πιο απλά πράγματα τα ανάγουν στην κρατική δικαιοδοσία είτε να ξεφεύγουν οι ίδιοι από τις άμεσες ευθύνες και υποχρεώσεις είτε επειδή οδηγήθηκαν στο να πιστεύουν στην παντοδυναμία και παναρμοδιότητα του κράτους. Ο καθηγητής Δ. Ψαρός γράφει: «δεν μπορεί σήμερα πλέον να αμφισβητηθεί το κοινωνικό γεγονός κατά το οποίο το κράτος αναλαμβάνει την εκπλήρωση σκοπών γενικότερων συμφερόντων της ολότητας ... ότι το κράτος με τη νομοθετική και διοικητική λειτουργία ασκεί σε πολλές μορφές μέτρα στην κοινωνική και οικονομική πολιτική ... και ότι ο λαός και όλες οι κοινωνικές τάξεις αξιούν από το ελληνικό κράτος την άσκηση τέτοιων αρμοδιοτήτων.»

Παρόλα αυτά, είναι γεγονός αναμφισβήτητο ότι στις σχέσεις ανάμεσα στους πολίτες και τις κρατικές υπηρεσίες επικρατούν δυσπιστία, καχυποψία, ερωτηματικά, καχεξία. Αυτό οφείλεται κυρίως στο γεγονός ότι η επικοινωνία των δημοσίων υπηρεσιών με τους πολίτες δεν είναι ικανοποιητική, δεν υπάρχει επαρκής ενημέρωση ούτε η απαραίτητη επεξήγηση των προγραμμάτων τους ώστε να προσφέρουν τη βοήθειά τους όπου αυτή κρίνεται αναγκαία. Όπως έχει γράψει ο Π. Κανελλόπουλος, «Πριν γίνουν άνθρωποι οι αρχόμενοι, πρέπει να γίνουν άνθρωποι οι άρχοντες», (Το τέλος του Ζαρατούστρα, σελ. 17).

Η εφαρμογή της φιλοσοφίας των Δημοσίων Σχέσεων από τις δημόσιες υπηρεσίες δίνει περιεχόμενο στα δικαιώματα του πολίτη και βοηθάει την κρατική μηχανή στην άσκηση του έργου της. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να επιτύχει την ψυχική σύνδεση μεταξύ κράτους-πολιτών, που είναι τόσο απαραίτητη στη δημιουργία κλίματος κατανόησης και κοινής προσπάθειας για την αντιμετώπιση προβλημάτων που προκύπτουν καθημερινά.

Το σύγχρονο κράτος όμως δεν έχει μόνο να απευθυνθεί και ν' αντιμετωπίσει το εσωτερικό της χώρας αλλά και ν' απευθυνθεί σε μία πιο εκτεταμένη διεθνή κοινότητα. Κάθε μέρα, η κάθε χώρα είναι υποχρεωμένη να προσπαθεί να κερδίσει ψυχικά άλλους λαούς και να κατακτήσει ειρηνικά νέους χώρους.

Κατά συνέπεια το πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων ενός κράτους, πρέπει να περιλαμβάνει και την ανάπτυξη σχέσεων με τους λαούς των διάφορων χωρών. Αν ανατρέξουμε στο παρελθόν, γίνεται εμφανές πως είναι προτιμότερο να απευθυνόμαστε στους λαούς που θέλουμε να μας βοηθήσουν παρά στις κυβερνήσεις τους. Θεωρείται δεδομένο πως όταν κερδιθεί η κοινή γνώμη μιας χώρας, η ηχώ και η πίσή της θα φτάσει οπωσδήποτε και ως την κυβέρνησή της. Χωρίς τη λαϊκή πίεση, οι ξένες κυβερνήσεις καθορίζουν τη στάση τους σύμφωνα με τα δεδομένα συμφέροντα της στιγμής.

Σήμερα ο άνθρωπος ζητάει πληροφορίες, ενημέρωση και επικοινωνία για να βοηθήσει το κράτος στο έργο του. Στις επαφές του με τη διοίκηση έχει την αξίωση να του φέρονται με αξιοπρέπεια στα πλαίσια μιας ουσιαστικής εξυπηρέτησης.

Από την άλλη πλευρά, οι κρατικές υπηρεσίες με την πολιτική των δημοσίων σχέσεών τους οφείλουν:

1. Να πλησιάζουν τον πολίτη και να επικοινωνούν μαζί του.
2. Να ενημερώνουν τον πολίτη για τις υπηρεσίες που μπορούν να του προσφέρουν οι δημόσιοι οργανισμοί και την ωφέλεια που προκύπτει γι' αυτόν και για τη χώρα από τη συνεργασία του με τις αρχές.
3. Να κατατοπίσουν τον πολίτη πάνω στα διοικητικά όργανα και τους κανόνες, καθώς και στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν. Να του επεξηγήσουν τις λαμβανόμενες αποφάσεις (λ.χ. μια νέα φορολογία, ένα αστυνομικό μέτρο)
4. Να φέρουν τον πολίτη κοντά στις δημόσιες υπηρεσίες, χωρίς να έχει την ανάγκη μεσολαβητών και να του αποδείξουν ότι το κράτος ενδιαφέρεται στον ίδιο βαθμό για όλους τους πολίτες του.

5. Να κατανικήσουν τη δυσφορία του πολίτη για τις νέες και ποικίλες παρεμβατικές ενέργειες του κράτους.
6. Να υπερνικήσουν την απάθεια και την αδιαφορία της κοινής γνώμης για τα δημόσια θέματα.

5.2.1. Η ΕΦΑΡΜΟΓΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ ΚΡΑΤΟΣ

Η δραστηριοποίηση του δημοσίου τομέα της οικονομίας στην Ελλάδα αποτελεί ένα εκ των θεμάτων που έχει ούτως ή άλλως πολλές και σημαντικές διαστάσεις. Μας ενδιαφέρει τόσο από άποψη επιστημονική όσο και από άποψη καθημερινής πρακτικής μιας και αφορά συνολικά στους πολίτες της χώρας.

Είναι εύλογο λοιπόν, οι Δημόσιες Σχέσεις αρχικά λόγω του ιδιαίτερα μεγάλου όγκου των οργανισμών και των υπηρεσιών του δημοσίου τομέα και στη συνέχεια λόγω της διαφορετικής άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων στο κράτος αναφορικά με όσα ισχύουν στον ιδιωτικό τομέα, να παρουσιάζουν εξαιρετικό ενδιαφέρον. Παρακάτω ακολουθεί μια αναφορά στην εμφάνιση των πρώτων γραφείων Δημοσίων Σχέσεων στην Ελλάδα.

Την πενταετία 1944-1950 δεν υπήρχαν οργανωμένα γραφεία Δημοσίων Σχέσεων. Οι διάφορες κρατικές υπηρεσίες, οι οργανισμοί και οι ιδιωτικές επιχειρήσεις προσπαθούσαν να κάνουν Δημόσιες Σχέσεις με τη βοήθεια απλώς και μόνο της διαφήμισης και της προπαγάνδας.

Το 1951 (όπως έχουμε ήδη αναφέρει και στο προηγούμενο κεφάλαιο) έχουμε την πρώτη επίσημη, επώνυμη και απόλυτα οργανωμένη εφαρμογή ελληνικών δημοσίων σχέσεων. Ο Ελληνικός Οργανισμός Τουρισμού, με χρήματα της αμερικάνικης αποστολής (σχέδιο Μάρσαλ) προκήρυξε διεθνή διαγωνισμό για την ανάθεση ενός εξαμηνιαίου προγράμματος προβολής του στην Ευρώπη και την Αμερική.

Το 1952 ο Γεράσιμος Αποστολάτος, διευθυντής-σύμβουλος Τύπου και Ραδιοφωνίας του Γενικού Επιτελείου Στρατού, δημιούργησε σε αυτό ειδική διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων, ενώ το 1954 ίδρυσε το πρώτο ανεξάρτητο γραφείο Δημοσίων Σχέσεων με την ονομασία «Ορίζων».

Το 1955 ο «Οικονομικός Ταχυδρόμος» δημοσίευσε μία ενδιαφέρουσα σειρά εκλαϊκευμένων θεμάτων γύρω από τις Δημόσιες Σχέσεις και ακολούθησαν παρόμοια άρθρα στη «Ναυτεμπορική», στα «Ελληνικά Θέματα» και στην «Ελευθερία».

Το 1956 ιδρύθηκε το «Ελληνικό Κέντρο Αναπτύξεως Δημοσίων Σχέσεων» με ιδρυτές τους: Κιμπανάκη, Λαζαρίδη, Ζαφειρόπουλο, Μπέττο, Παυλίδη, Καραγάτση, Καζατζή, Ρουσσέν, Στρουμπούλη, Παράσχο, Βαλασίδη, Σαφαρίκα, Οικονόμου, Ισαακίδη, Βώκο, Πιούμπουρα, Χατζηλάρο, Διαμαντούρο, Λαζαρίδου και Τριανταφυλλίδη.

Δύο χρόνια αργότερα το Ελληνικό Κέντρο Παραγωγικότητας, με μία πλούσια σειρά σεμιναρίων σε ολόκληρη τη χώρα, γνώρισε το πνεύμα και τη φιλοσοφία των Δημοσίων Σχέσεων. Στο σεμινάριο αυτό ανέπτυξαν διάφορα θέματα Δημοσίων Σχέσεων οι Μ. Παυλίδης, Ε. Κιτσιούλας, Δ. Μαγκλιβέρας, Δ. Κακαβελάκης, Ν. Κόνσολας, Σπ. Ζομπανάκης, Μ. Λιδωρίκης, Δ. Μιχαηλίδης, Γ. Βαλασίδης και Α. Πάγκαλος.

Στα υπόλοιπα χρόνια έχουμε την ίδρυση του γραφείου Δημοσίων Σχέσεων «Δεσμός» (1957), την είσοδο των Δημοσίων Σχέσεων στο Αρχηγείο Χωροφυλακής (1958), εφαρμογή μελέτης προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων από ομάδα συμβούλων Δημοσίων Σχέσεων (Γκούφας, Μιχαηλίδης και Παυλίδης) για την Εθνική Στατιστική Υπηρεσία Ελλάδος (1958), ίδρυση του σωματείου Ελληνικών Ινστιτούτων Δημοσίων Σχέσεων (1958), την έκδοση του περιοδικού «Δημοσιότης και Προβολή», την εκπροσώπηση της Ελλάδας στο 1^ο παγκόσμιο Συνέδριο της Διεθνούς Ένωσης των Δημοσίων Σχέσεων (1958) και το 1959 ο Ιωάννης Παπαμχαλάκης δημιούργησε γραφείο Δημοσίων Σχέσεων.

Η δεκαετία του 1960 συστηματοποιεί ακόμα περισσότερο την καλλιέργεια και εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων. Μάλιστα το Φεβρουάριο του 1960 δημιουργείται η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων (Ε.Ε.Δ.Σ.). Πιο συγκεκριμένα από το 1961 μέχρι και το 1971 σημειώνεται άνθηση στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων. Εκτός από τις βιομηχανικές επιχειρήσεις, αρχίζουν να υιοθετούν τις αρχές και τις διαδικασίες της επιστήμης των Δημοσίων Σχέσεων η Δημόσια Διοίκηση, οι Ένοπλες Δυνάμεις, τα Σώματα Ασφαλείας, το Πυροσβεστικό Σώμα, οι Τράπεζες και άλλοι Κρατικοί και Ημικρατικοί Οργανισμοί.

Τέλος, θεωρούμε σημαντικό να αναφέρουμε μία φράση που είχε ειπωθεί από κάποιον επιχειρηματία. «Οι κινήσεις της εταιρείας μας πρέπει να μοιάζουν με τον κερκυραϊκό χορό που εκτελείται με ένα βήμα προς τα εμπρός και δύο βήματα προς τα

πίσω. Αυτό που εμείς κατεξοχήν χρειαζόμαστε είναι: δύο βήματα προς την κατεύθυνση συνεχούς βελτίωσης των προϊόντων μας και ένα βήμα προς τις Δημόσιες Σχέσεις, που αποτελούν παντοδύναμο κριτήριο για σοφές διασταυρώσεις με την αγορά.»

Κατά τη γνώμη μας, η παραπάνω φράση είναι πολύ σωστή και έξυπνη. Πράγματι, κάθε επιχείρηση πρέπει κυρίως να ενδιαφέρεται για τη βελτίωση των προϊόντων ή υπηρεσιών της και να φροντίζει για τις Δημόσιες Σχέσεις της. Η ύπαρξη τομέα Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί σημαντικό γεγονός και ενισχύει το σοβαρό και χρήσιμο έργο της διότι προωθεί μια καλή εικόνα στην κοινή γνώμη. Συνεπώς, η ανάπτυξη αυτού του τομέα δεν θα πρέπει να γίνεται πρόχειρα και τυχαία, αλλά να τυγχάνει σοβαρής επεξεργασίας.

Επίσης, θεωρείται σκόπιμη μια μικρή αναφορά στις έννοιες «Δημόσιος Τομέας», «Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας» και «Ιδιωτικός Τομέας»

5.3. Ο ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο Νόμος 1232/82 που τροποποιήθηκε από το Νόμο 1892/90, άρθρο 51, εισήγαγε στη νομοθεσία τον όρο «Δημόσιος Τομέας». Ο όρος έχει οργανική έννοια (όργανα-δομή-λειτουργίες) και περιλαμβάνει τα εξής Νομικά Πρόσωπα:

- Το Δημόσιο (διοικητικά όργανα και υπηρεσίες)
- Τους Ο.Τ.Α.
- Τα Δημόσια Νομικά Πρόσωπα ειδικών σκοπών που διέπονται από το Διοικητικό ή το Ιδιωτικό Δίκαιο
- Της Δημόσιες Εταιρείες
- Της Τράπεζες που ανήκουν στο Δημόσιο είτε στο σύνολο είτε κατά πλειοψηφία
- Της αναδόχους των Δημοσίων Υπηρεσιών

Με πιο απλά λόγια, όταν μιλάμε για το Δημόσιο Τομέα, αναφερόμαστε στα Υπουργεία, στις Πρεσβείες, στις Νομαρχίες, στους Δήμους και στις Κοινότητες (οι οποίες έχουν πλέον καταργηθεί ύστερα από το σχέδιο Καποδίστρια 1997)

Στο Δημόσιο Τομέα δεν περιλαμβάνονται τα Χρηματιστήρια Αξιών. Είναι δυνατόν με διάταγμα να οριστεί ότι ορισμένα Νομικά Πρόσωπα παύουν να περιλαμβάνονται στο Δημόσιο Τομέα.

5.4. Ο ΕΥΡΥΤΕΡΟΣ ΔΗΜΟΣΙΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Ο Νόμος 2000/91 χρησιμοποίησε τον όρο «Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας», ο οποίος εκτός από τα Νομικά Πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου, περιλαμβάνει επιπλέον:

- Όσα Νομικά Πρόσωπα έπαψαν να περιλαμβάνονται στο Δημόσιο Τομέα
- Κοινοφελή Ιδρύματα του Αστικού Κώδικα που περιήλθαν στο δημόσιο και χρηματοδοτούνται ή επιχορηγούνται από αυτό
- Τράπεζες και Ανώνυμες Εταιρείες οι οποίες το δημόσιο ή άλλα Δημόσια Νομικά Πρόσωπα έχουν το σύνολο ή την πλειοψηφία των μετοχών είτε ως κρατικό προνόμιο είτε ως επιχορήγηση
- Θυγατρικές εταιρείες των προαναφερόμενων προσώπων

Πιο απλά, όταν χρησιμοποιούμε τον όρο «Ευρύτερος Δημόσιος Τομέας», εννοούμε τις Δ.Ε.Κ.Ο. (Δημόσιες Επιχειρήσεις και Οργανισμοί), τις κρατικές τράπεζες (Τράπεζα της Ελλάδος, Αγροτική Τράπεζα της Ελλάδος) και τα ασφαλιστικά ταμεία.

5.5. Ο ΙΔΙΩΤΙΚΟΣ ΤΟΜΕΑΣ

Παράλληλα με τη δραστηριοποίηση του κράτους (Δημόσιο) υπάρχει και ιδιωτική πρωτοβουλία και δραστηριότητες. Ένας άνθρωπος ή μία ομάδα επιχειρηματιών, ασκεί δραστηριότητες με σκοπό το κέρδος. Αποτέλεσμα των παραπάνω ενεργειών είναι η δημιουργία ιδιωτικών επιχειρήσεων, οι οποίες δεν είναι κάτω από την κρατική αιγίδα.

Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις (με βάση τη νομική τους μορφή) μπορεί να είναι:

- Ατομικές (οικογενειακές)

- Εταιρικές Προσωπικές
 - Ομόρρυθμες Εταιρείες (Ο.Ε.)
 - Ετερόρρυθμες Εταιρείες (Ε.Ε.)
 - Αφανείς Εταιρείες
- Εταιρικές Κεφαλαιουχικές
 - Ανώνυμες Εταιρείες (Α.Ε.)
 - Εταιρεία Περιορισμένης Ευθύνης (Ε.Π.Ε.)

Τόσο στην Ελλάδα όσο και στο εξωτερικό, η συντριπτική πλειοψηφία της συγγραφής και της διδαχής στο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων έχει επικεντρωθεί στον Ιδιωτικό Τομέα της οικονομίας επειδή παρουσιάζει μεγαλύτερο ενδιαφέρον.

Παρόλα αυτά η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο δημόσιο τομέα αποτελεί κύρια δραστηριότητα για την αμεσότερη επικοινωνία του πολίτη με το κράτος. Κυρίως ενδιαφέρει εκείνους που σπουδάζουν το αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων στην εποχή μας, τόσο από πλευράς επιστημονικής όσο και επαγγελματικής.

Κυρίαρχο ζήτημα για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί η καταγραφή και η κατανόηση αφενός μεν των ομοιοτήτων και αφετέρου δε των διαφορών στην άσκησή τους στους δύο διαφορετικούς μεταξύ τους τομείς.

Το σύγχρονο ελληνικό κράτος είναι πολύπλοκο, πολυσύνθετο και πολυδιάστατο λόγω των υπουργείων, των οργανισμών, των υπηρεσιών του, ακόμα και των ανώνυμων εταιρειών που διαθέτει την πλειοψηφία των μετοχών τους. Μας ενδιαφέρει να γίνει εμφανής η χρησιμότητα και η προβληματική φύση που γεννά η άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων σε αυτό. Παράλληλα πρέπει να γίνει αντιληπτό πως οι Δημόσιες Σχέσεις στο Δημόσιο Τομέα στην Ελλάδα αποτελούν ένα πολύ μεγάλο σε δυνατότητες επαγγελματικό κλάδο, αρκεί να γίνουν κατανοητά τα θετικά και αρνητικά δεδομένα του.

5.6. ΟΙ ΟΜΟΙΟΤΗΤΕΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ

Οι κυριότερες ομοιότητες που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα της οικονομίας μπορούν να συνοψισθούν στις ακόλουθες:

Ο επιδιωκόμενος στόχος

Και για τους δύο τομείς της οικονομίας ο επιδιωκόμενος στόχος είναι κοινός. Οι Δημόσιες Σχέσεις προσπαθούν να «πείσουν» τον πολίτη αναφορικά με τις υπηρεσίες που προσφέρουν, μέσω της ποιότητας των πληροφοριών και της ενημέρωσης που παρέχουν σε μια δοσμένη χρονική στιγμή για μια δοσμένη κοινωνία. Σκοπός τους είναι η ανάπτυξη και ευημερία του κοινωνικού συνόλου.

Η δημιουργία νέων θέσεων εργασίας

Αποτελεί πλέον σημείο αναφοράς για τον κλάδο των Δημοσίων Σχέσεων που τόσο στον ιδιωτικό όσο και στο δημόσιο τομέα έχει τεράστιες δυνατότητες περαιτέρω ανάπτυξης. Την ίδια στιγμή που η δημιουργία, διατήρηση και ανάπτυξη των θέσεων εργασίας αποτελεί κυρίαρχο ζήτημα των σύγχρονων κοινωνιών. Στις μέρες μας η ανεργία και οι αλυσιδωτές επιπτώσεις που αυτή έχει, αποτελούν «κοινωνικό εφιάλτη». Εκτιμάται, μέχρι το 2010 η δημιουργία 1.500 θέσεων εργασίας στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων συνολικά στον ευρύτερο δημόσιο τομέα της Ελλάδος. Αποτελούν έναν πολύ μεγάλο σε δυνατότητες επαγγελματικό κλάδο, αρκεί να γίνουν κατανοητά τα θετικά και αρνητικά δεδομένα του.

Η προσπάθεια συνεργασίας των δύο τομέων

Επιδιώκεται να είναι ορθολογική σε μόνιμη βάση μέσα σε μία σύγχρονη κοινωνία ανάμεσα στην ιδιωτική πρωτοβουλία και το κράτος. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα να ελαχιστοποιούνται οι όποιες κοινωνικές τριβές προέρχονται στην καθημερινή ζωή του μέσου πολίτη. Παρ' ότι ο κάθε τομέας της οικονομίας δρα ανεξάρτητα, στην πράξη είναι αναπόφευκτη η συμπλοκή τους τουλάχιστον ως προς τις συναλλαγές.

Τα κοινά μέσα πραγμάτωσης

Σε κάθε περίπτωση –ως μεθοδολογικά εργαλεία του κλάδου- επιχειρούν να πραγματοποιήσουν τους στόχους των Δημοσίων Σχέσεων. Αυτό γίνεται με τον ίδιο τρόπο στο δημόσιο και στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας παρά το γεγονός ότι η χρήση τους δεν είναι η ίδια στους δύο τομείς.

5.7. ΟΙ ΔΙΑΦΟΡΕΣ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟΝ ΙΔΙΩΤΙΚΟ ΚΑΙ ΔΗΜΟΣΙΟ ΤΟΜΕΑ

Αν και οι ομοιότητες μεταξύ των δύο αυτών τομέων είναι σημαντικές, υπάρχουν και αρκετές διαφορές. Αυτές καθορίζουν σε μεγάλο βαθμό το επίπεδο των Δημοσίων Σχέσεων που έχουν άλλα χαρακτηριστικά στο δημόσιο τομέα από αυτά που έχουν στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας. Μπορούν να συνοψισθούν στις ακόλουθες :

Η αντι-γραφειοκρατική αντίληψη

Αποτελεί τον κανόνα στον ιδιωτικό τομέα κάτι το οποίο δεν συμβαίνει στον αντίστοιχο δημόσιο τομέα. Αυτός είναι και ο λόγος που επέρχονται σοβαρότατες καθυστερήσεις, δημιουργείται κλίμα δυσπιστίας και καχυποψίας στους πολίτες σε θέματα που έχουν άμεση σχέση με τη ζωή ή την περιουσία των πολιτών (λ.χ. σε περιπτώσεις αποζημιώσεων για θεομηνίες, σεισμούς, κλπ.) .

Τα μεγέθη επικοινωνίας

Είναι εντελώς διαφορετικά ανάμεσα στους δύο τομείς, καθόσον οι Δημόσιες Σχέσεις στο κράτος και στους οργανισμούς του συχνά καλύπτουν το σύνολο του ελληνικού λαού, κάτι που είναι αδύνατο για μια οποιαδήποτε ιδιωτική επιχείρηση. Για παράδειγμα οι Δημόσιες Σχέσεις των οργανισμών για την υγεία, την παιδεία, ουσιαστικά ταυτίζονται με το σύνολο των πολιτών.

Η χρήση των επικοινωνιακών μέσων

Τα επικοινωνιακά μέσα έχουν τεράστιες οικονομικές αφενός και άλλες (λ.χ. επιρροής, αλληλεξάρτησης ή συνεργασίας) αφετέρου δυνατότητες στο δημόσιο

τομέα, κάτι που δεν ισχύει για την ιδιωτική πρωτοβουλία. Οι ιδιωτικές επιχειρήσεις μπορούν να κινηθούν μόνο με βάση τις όποιες οικονομικές δυνατότητες τους.

Η αντίληψη περί παραγωγικότητας

Είναι βέβαιο πως έχει άλλα χαρακτηριστικά στον ιδιωτικό τομέα της οικονομίας απ' ό,τι στο δημόσιο. Στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων του δημοσίου τομέα ούτε απαραίτητη είναι, ούτε μετρήσιμη αλλά ούτε και επιθυμητή, κάτι που συμβαίνει σε πολλές και μεγάλες εταιρείες όλων των κλάδων. Οι Δημόσιες σχέσεις σε οργανισμούς ή υπηρεσίες που δεν έχουν αυξημένη παραγωγικότητα (κάτι που διέπει σχεδόν το σύνολο του δημοσίου τομέα) , έχουν να αντιμετωπίσουν ένα επιπλέον πρόβλημα.

Η εμπλοκή της προπαγάνδας

Η οποία επιτείνει τη σύγχυση για τις Δημόσιες Σχέσεις στο δημόσιο. Μια εκτεταμένη σειρά οργανισμών, υπηρεσιών ακόμα και ανωνύμων εταιρειών του δημοσίου τομέα χρησιμοποιούν την προπαγάνδα ως μέσο Δημοσίων Σχέσεων παρ' όλες τις αντίθετες απόψεις στον κλάδο. Στις επιχειρήσεις του ιδιωτικού τομέα, μπορεί να συμβεί μόνο σε εξαιρετικά σπάνιες περιπτώσεις.

Συνοψίζοντας, οι ομοιότητες και οι διαφορές των Δημοσίων Σχέσεων σε ό,τι αφορά το δημόσιο και ιδιωτικό τομέα παρουσιάζουν ουσιαστικές διαφοροποιήσεις. Σε κάθε περίπτωση πάντως οι Δημόσιες Σχέσεις του δημοσίου τομέα στην Ελλάδα:

1. έχουν εξαιρετικά ευρύ πεδίο παραπέρα επαγγελματικής απασχόλησης
2. οφείλουν να ξεπεράσουν πάγιες και χρόνιες αντινομίες του κράτους
3. μόλις τα τελευταία χρόνια έχουν αρχίσει να αντιλαμβάνονται το μέγεθος των δυνατοτήτων τους.

Στο ελληνικό κράτος υπάρχουν και οι οργανισμοί μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, στους οποίους ανήκουν λόγω χάρη τα σχολεία και τα νοσοκομεία. Επομένως κρίνουμε απαραίτητο να γίνει μία μικρή ανάλυση αμέσως μετά.

5.8. ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΟΥΣ ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΥΣ ΜΗ ΚΕΡΔΟΣΚΟΠΙΚΟΥ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ

Οι οργανισμοί μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, για να επιβιώσουν, βασίζονται από τη φύση τους στις Δημόσιες Σχέσεις. Παρόλα αυτά, πολλοί από αυτούς αργούν να αναπτύξουν τη λειτουργία των Δημοσίων Σχέσεων. Σταδιακά όμως, συνειδητοποιούν την ανάγκη για περισσότερη συνοχή και συνέπεια στις σχέσεις τους με τις διάφορες ομάδες κοινού και ωθούνται στην ενσωμάτωση της «νέας» αυτής υπηρεσίας.

Στους περισσότερους οργανισμούς, ως σημαντικότεροι στόχοι των Δημοσίων Σχέσεων, θεωρούνται η προσέλκυση και συγκράτηση μελών καθώς και η εξεύρεση πόρων. Τα όργανα Δημοσίων Σχέσεων καταρτίζουν το πρόγραμμα δράσης τους, τον προϋπολογισμό των δαπανών και ελέγχουν την εκτέλεσή του, αναθεωρώντας το όταν χρειάζεται. Επίσης, επιβλέπουν την εργασία του προσωπικού, συντονίζουν τις ενέργειες του οργανισμού σε ό,τι έχει σχέση με το κοινό και στη συνέχεια αξιολογούν την αποτελεσματικότητα των Δημοσίων Σχέσεων που εκτέλεσαν.

Είναι απαραίτητο τα όργανα των Δημοσίων Σχέσεων των συγκεκριμένων οργανισμών να προσδιορίσουν τις κατηγορίες κοινού που παρουσιάζουν περισσότερο ή λιγότερο ενδιαφέρον. Περισσότερο τους ενδιαφέρουν εκείνοι που προσφέρουν εθελοντικά υπηρεσίες ή συνδρομές, το προσωπικό και η διοίκηση, τα μέλη τους, τα πρόσωπα που κατέχουν αποφασιστική θέση σε επιχειρήσεις ή άλλους οργανισμούς και τέλος το ευρύ κοινό.

Οι υπεύθυνοι των Δημοσίων Σχέσεων, μπορούν να κατατάξουν τις παραπάνω κατηγορίες σε ομόκεντρους κύκλους. Οι ενέργειες ξεκινούν από την κατηγορία που βρίσκεται πιο κοντά στο κέντρο και προχωρούν προς τις πιο απομακρυσμένες από αυτό. Πριν προχωρήσουν προς τα έξω όμως, πρέπει να βεβαιωθούν πως οι κατηγορίες κοινού που βρίσκονται μέσα στον οργανισμό, έχουν κατανοήσει τους σκοπούς και τις επιδιώξεις του οργανισμού για τον οποίο ασκούνται Δημόσιες Σχέσεις. Τελευταία πρέπει να απευθυνθούν προς το γενικό κοινό διότι δεν δίνει μεγάλο ενδιαφέρον για τις εκδηλώσεις κοινωνικής προσφοράς.

Η οργάνωση των Δημοσίων Σχέσεών τους, είναι ανάλογη με το μέγεθός τους και ανατίθεται σε ειδικό προσωπικό ή εξωτερικούς συμβούλους Δημοσίων Σχέσεων ή και στα δύο. Επίσης, μπορεί να ανατεθεί σε εθελοντές οι οποίοι ασχολούνται λίγες

ώρες, ανάλογα με τις απαιτήσεις του οργανισμού και με το χρόνο που αυτοί διαθέτουν.

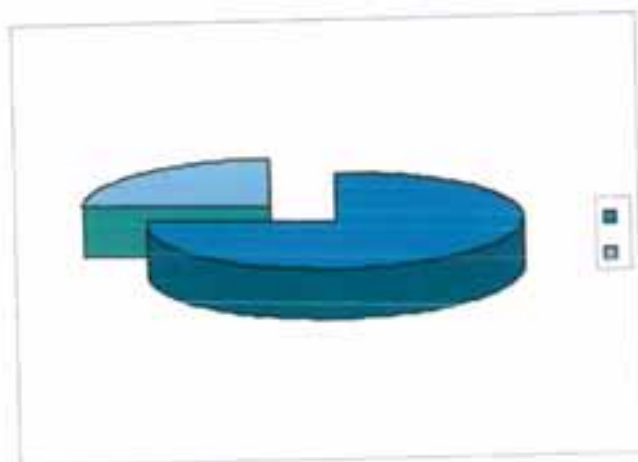
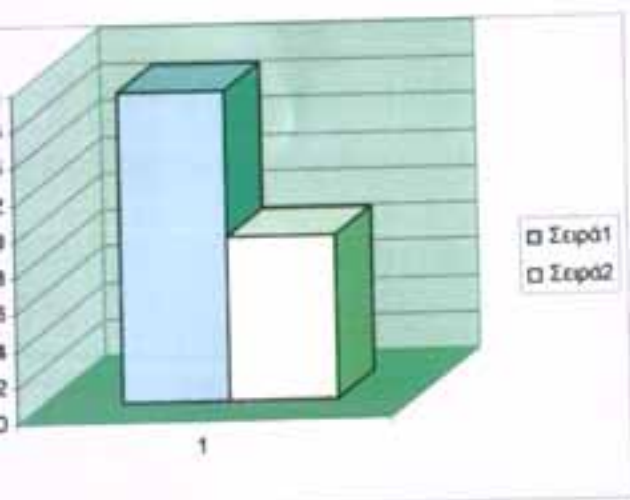
Ανεξάρτητα από τη μορφή που έχει η οργάνωση των Δημοσίων Σχέσεων, τα όργανα πρέπει να φροντίζουν για τον καθορισμό των σκοπών τους και να προσπαθούν για τη συστηματική απόκτηση της εμπιστοσύνης όλων των κατηγοριών του κοινού για αμοιβαίο όφελος.

Μέσα στο ευρύ πλαίσιο ενεργειών, είναι σκόπιμο να γίνονται συγκεκριμένες προσπάθειες για την προβολή της «καλής εικόνας» του οργανισμού, για την καλή πληροφόρηση και ενημέρωση του κοινού ως προς τους σκοπούς και τις υπηρεσίες που προσφέρει, για την έρευνα μέσα στις διάφορες κατηγορίες κοινού, σχετικά με τη γνώμη που έχουν για το συγκεκριμένο οργανισμό, για την καλύτερη οργάνωση της προσπάθειάς τους μέσα και έξω από τον οργανισμό, για την καλύτερη εφαρμογή του προγράμματος Δημοσίων Σχέσεων και τέλος για την εξασφάλιση της συνέχειας των προσπαθειών τους.

Για να είναι βέβαιη η επιτυχία και η προβολή των μη κερδοσκοπικών οργανισμών, τα όργανα των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να καταβάλλουν συστηματικές προσπάθειες, η διοίκηση και το προσωπικό να προσφέρουν ουσιαστικές υπηρεσίες και φυσικά να υπάρχει ένα συντονισμένο κλίμα συνεργασίας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 6

Ανάλυση και διεξαγωγή συμπερασμάτων



6. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Για τις απαιτήσεις της παρούσας εργασίας καθώς και για την πληρέστερη κατανόηση της εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων του Δημοσίου όπως επίσης και του Ευρύτερου Δημοσίου, στα πλαίσια του διαχωρισμού του κράτους ήταν απαραίτητη η αμεσότερη επαφή μας με τους οργανισμούς Τοπικής και Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, Υγείας και Πρόνοιας, Εκπαιδευτικούς Φορείς, Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού και τις Δημοτικές Επιχειρήσεις Ύδρευσης και Αποχέτευσης.

Συντάχθηκαν και δόθηκαν προς συμπλήρωση ερωτηματολόγια που περιείχαν ερωτήσεις κλειστού και ανοικτού τύπου ώστε να γίνει ευκολότερη η καταγραφή πληροφοριών από μέρους των υπευθύνων των τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων ή αρμόδιων προσώπων που επωμίζονται κατά κάποιο τρόπο καθήκοντα Δημοσίων Σχέσεων και επικοινωνίας με το προσωπικό του οργανισμού ή την επαφή του με το εξωτερικό κοινό. Παράλληλα, θεωρήθηκε απαραίτητη η περαιτέρω ενημέρωση μας για την εφαρμογή των ασκούμενων Δημοσίων Σχέσεων στον οργανισμό, ο σκοπός τους και τα αποτελέσματά τους. Στα πλαίσια, λοιπόν, εκτενούς συζήτησης και ουσιαστικού διαλόγου με τους υπευθύνους προσπαθήσαμε να κατανοήσουμε, όσο το δυνατόν καλύτερα, τη σημασία εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων.

Ειδικότερα, τα στοιχεία στα οποία επικεντρώθηκε η έρευνά μας είναι :

- ✓ Η ύπαρξη ή μη οργανωμένων Δημοσίων Σχέσεων στους διάφορους Οργανισμούς.
- ✓ Η αποτελεσματικότητα των Δημοσίων Σχέσεων όπως αυτές υπάρχουν και λειτουργούν.
- ✓ Η γνώμη των ερωτηθέντων για τη χρησιμότητα-αναγκαιότητα οργανωμένων Δημοσίων Σχέσεων.
- ✓ Η εξεύρεση πόρων και κατάλληλα εκπαιδευμένου υπαλληλικού προσωπικού για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων

Οι οργανισμοί που επισκεφτήκαμε για τους σκοπούς της εργασίας, βρίσκονται στους Νομούς Αρκαδίας, Αχαΐας και Λακωνίας. Οι επισκέψεις και η συμπλήρωση των ερωτηματολογίων διήρκησαν δύο μήνες (Ιανουάριος και Φεβρουάριος 2005).

Πιο συγκεκριμένα επισκεφτήκαμε τους παρακάτω Οργανισμούς:

ΔΗΜΟΣ ΠΑΤΡΩΝ

ΔΗΜΟΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΔΗΜΟΣ ΤΡΙΠΟΛΕΩΣ

ΔΗΜΟΣ ΜΥΣΤΡΑ

ΔΗΜΟΣ ΛΕΒΙΔΙΟΥ

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΡΚΑΔΙΑΣ

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΧΑΪΑΣ

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΛΑΚΩΝΙΑΣ

1^ο ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΓΥΜΝΑΣΙΟ ΛΕΒΙΔΙΟΥ

5^ο ΕΝΙΑΙΟ ΛΥΚΕΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΛΥΚΕΙΟ ΛΕΒΙΔΙΟΥ

ΛΥΚΕΙΟ ΞΗΡΟΚΑΜΠΟΥ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΑΤΡΩΝ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ (ΤΡΙΠΟΛΗ)

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΠΕΛΟΠΟΝΝΗΣΟΥ (ΣΠΑΡΤΗ)

ΑΝΩΤΑΤΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ ΠΑΤΡΩΝ

ΓΕΝΙΚΟ ΠΑΝΑΡΚΑΔΙΚΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΤΡΙΠΟΛΕΩΣ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΑΚΟ ΓΕΝΙΚΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΡΙΟΥ

ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΑΓΙΟΣ ΑΝΔΡΕΑΣ ΠΑΤΡΑΣ

ΓΕΝΙΚΟ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΟ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΟ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΔΕΗ ΠΑΤΡΩΝ

ΔΕΗ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΔΕΗ ΤΡΙΠΟΛΕΩΣ

ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΠΑΤΡΩΝ

ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΣΠΑΡΤΗΣ

ΔΗΜΟΤΙΚΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ ΤΡΙΠΟΛΕΩΣ

Σημείωση :

Για περαιτέρω πληροφορίες επισκεφθήκαμε το Περιφερειακό Σύστημα Υγείας Πελοποννήσου και τη Διεύθυνση Πρωτοβάθμιας και Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Αρκαδίας.

6.1. ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟ

1. Υπάρχει τμήμα Δημόσιων Σχέσεων στην υπηρεσία σας;

Ναι

Όχι

Αν όχι γιατί;

.....
.....

2. Από ποσά άτομα αποτελείται το τμήμα των δημοσίων σχέσεων της υπηρεσίας σας και ποιες οι αρμοδιότητες του;

.....
.....

3. Πιστεύετε πως τα άτομα αυτά έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και τις απαραίτητες γνώσεις για να κατέχουν τη θέση αυτή;

Ναι

Όχι

Αν ναι τι βαθμίδα μορφώσεως κατέχουν;

.....
.....

4. Ποια Πιστεύετε πως θα έπρεπε να είναι τα προσόντα του προσωπικού του τμήματος των δημοσίων σχέσεων;

.....
.....

5. Κατά τη γνώμη σας πρέπει όλα τα στελέχη της υπηρεσίας να προωθούν τις δημόσιες σχέσεις ή είναι ευθύνη των λίγων ανθρώπων;

Ναι

Όχι

γιατί;.....
.....

6. Ακολουθείτε κάποια διαδικασία για την υλοποίηση των δημοσίων σχέσεων;

Ναι

Όχι

Συνοπτική περιγραφή της διαδικασίας

.....
.....

7. Τι ποσοστό των πόρων σας διαθέτετε για την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων στην υπηρεσία σας;

Μικρό

Μεγάλο

Καθόλου

8. Πιστεύετε πως το τμήμα δημοσίων σχέσεων βοηθάει στη προβολή της θετικής εικόνας της επιχείρησης;

.....
.....

9. Η κοινή γνώμη επηρεάζει την πορεία της υπηρεσίας σας;

Λίγο

Πολύ

Καθόλου

10. Θα θέλατε να αλλάξετε κάτι στον τρόπο που πραγματοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις στην υπηρεσία σας;

Ναι

Όχι

6.1.1. ΕΠΕΞΗΓΗΜΑΤΙΚΗ ΑΝΑΛΥΣΗ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

Ερώτηση 1) Υπάρχει τμήμα Δημοσίων Σχέσεων στην υπηρεσία σας ;

Με την πρώτη εισαγωγική ερώτηση που θέτουμε στους υπευθύνους των τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων ή αρμόδιων προσώπων επιζητούμε να μάθουμε αν ο οργανισμός που επισκεφθήκαμε διαθέτει τμήμα δημοσίων σχέσεων ή όχι. Σε περίπτωση που δεχτούμε αρνητική απάντηση, μέσω διαλόγου και συζήτησης

επιζητούμε να μάθουμε τους λόγους για τους οποίους δεν υφίσταται το τμήμα ως επιμέρους λειτουργία της Διοίκησης.

Ερώτηση 2) Από πόσα άτομα αποτελείται το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της υπηρεσίας σας και ποιες οι αρμοδιότητες τους ;

Με την δεύτερη ερώτηση θέλουμε να μάθουμε τον αριθμό των ατόμων που απασχολούνται στο τμήμα Δημόσιων Σχέσεων καθώς και τις αρμοδιότητες που έχουν στην δικαιοδοσία τους. Δηλαδή το μέρος της εργασίας που επωμίζεται το κάθε πρόσωπο μεμονωμένα ή σε συνεργασία με τα υπόλοιπα άτομα στα πλαίσια ενός ομαδικού λειτουργικού τμήματος, ανάλογα τα προσόντα, την εκπαίδευση και την επιμέρους εξειδίκευση που διαθέτουν.

Ερώτηση 3) Πιστεύετε πως τα άτομα αυτά έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και τις απαραίτητες γνώσεις για να κατέχουν τη θέση αυτή; Ναι ή Όχι. Αν ναι, τι βαθμίδα μορφώσεως κατέχουν;

Στην ερώτηση αυτή ζητάμε τη γνώμη του υπεύθυνου προσώπου σχετικά με την καταλληλότητα των ατόμων που ασκούν Δημόσιες Σχέσεις στο τμήμα όσον αφορά την βαθμίδα μορφώσεως που κατέχουν, αν είναι αρκετή ή έστω επαρκής σε ικανοποιητικό βαθμό για την δικαιολογημένη επάνδρωση του τμήματος καθώς και την διευκρίνισή της. Αναλυτικότερα, τη συγκεκριμενοποίηση των γνώσεων που διαθέτουν (Ανώτατη-Ανώτερη Εκπαίδευση, ειδίκευση στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων μέσω επιμορφωτικών σεμιναρίων, μεταπτυχιακών κτλ) ή παραπλήσιων επιστημών ή απλής ενασχόλησης με τον τομέα αυτό.

Ερώτηση 4) Ποια πιστεύετε πως πρέπει να είναι τα προσόντα του προσωπικού του τμήματος των Δημοσίων Σχέσεων;

Με την τέταρτη ερώτηση στόχος μας είναι μια ενδεικτική αναφορά μερικών επιμορφωτικών ή εμπειρικών προσόντων του προσωπικού του τμήματος, όσον αφορά την εκπαίδευσή του, στοιχεία του χαρακτήρα του και της προσωπικότητάς του ή της εξωτερικής του εμφάνισης που θεωρούνται απαραίτητα για την κατοχή της συγκεκριμένης θέσης καθώς και την προσωπική του άποψη .

Ερώτηση 5) Κατά τη γνώμη σας πρέπει όλα τα στελέχη της υπηρεσίας να προωθούν τις Δημοσίες Σχέσεις ή είναι ευθύνη των λίγων ανθρώπων;

Θέτοντας την ερώτηση αυτή επιζητούμε τη γνώμη του ερωτηθέντος ατόμου σχετικά με την προώθηση των Δημοσίων Σχέσεων ως ευθύνη «πολλών», δηλαδή όλου του προσωπικού που απασχολείται στον οργανισμό ή «λίγων», μεμονωμένων ατόμων που επωμίζονται την διαδικασία αυτή. Με απλά λόγια, ενδιαφερόμαστε να μάθουμε αν πρέπει όλο το προσωπικό να συμβάλλει με τον τρόπο του στη δημιουργία θετικής εικόνας στα μάτια του κοινού ή ανήκει στη δικαιοδοσία των αρμόδιων στελεχών.

Ερώτηση 6) Ακολουθείτε κάποια διαδικασία για την υλοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων; Ναι ή Όχι. Συνοπτική περιγραφή της διαδικασίας.

Είναι γεγονός πως για την υλοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων ακολουθείται μια διαδικασία εφαρμογής τους με προγραμματισμό, κατάλληλη έρευνα, δράση, επικοινωνία και αξιολόγηση. Αποσκοπούμε με την ερώτηση αυτή να διαπιστώσουμε εάν όντως η διαδικασία αυτή υλοποιείται στην πράξη ή παραμένει απλώς σαν θεωρία. Σε περίπτωση που πραγματοποιείται, ολικώς ή εν μέρει, ζητούμε την συνοπτική περιγραφή της για να κατανοήσουμε τον τρόπο με τον οποίο διεξάγεται η προαναφερθείσα διαδικασία.

Ερώτηση 7) Τι ποσοστό των πόρων σας διαθέτετε για την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στην υπηρεσία σας; Μικρό, Μεγάλο, Καθόλου.

Θέτοντας την παραπάνω ερώτηση κλειστού τύπου, αποσκοπούμε να μάθουμε εάν ο οργανισμός διαθέτει ή όχι μέρος από τον προϋπολογισμό για την εφαρμογή προγραμμάτων και διαφόρων διαδικασιών Δημοσίων Σχέσεων. Επίσης, εάν είναι δυνατόν να αναφερθεί το ποσοστό του προϋπολογισμού ως επιμέρους πληροφορία.

Ερώτηση 8) Πιστεύετε πως το τμήμα των Δημοσίων Σχέσεων βοηθάει στην προβολή της θετικής εικόνας της επιχείρησης;

Με τη συγκεκριμένη ερώτηση, μας ενδιαφέρει η γνώμη του ερωτηθέντος για τη δικαιολογημένη ή μη ύπαρξη του τμήματος ως σπουδαία για την απόκτηση θετικής εικόνας του οργανισμού και ενίσχυσης του κύρους του.

Ερώτηση 9) Η κοινή γνώμη επηρεάζει την πορεία της υπηρεσίας σας;
Λίγο, Πολύ, Καθόλου.

Είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο πως η κοινή γνώμη επηρεάζει την πορεία δράσης κάθε οργανισμού. «Είναι σημαντικό οι άνθρωποι των Δημοσίων Σχέσεων να δρουν με γνώμονα το καλύτερο συμφέρον της κοινωνίας». Με την ερώτηση αυτή θέλουμε να αποσαφηνίσουμε τη σημασία που δίνει ο οργανισμός στην παραπάνω ιδεολογία.

Ερώτηση 10) Θα θέλατε να αλλάξετε κάτι στον τρόπο που πραγματοποιούνται οι Δημόσιες Σχέσεις στην υπηρεσία σας;

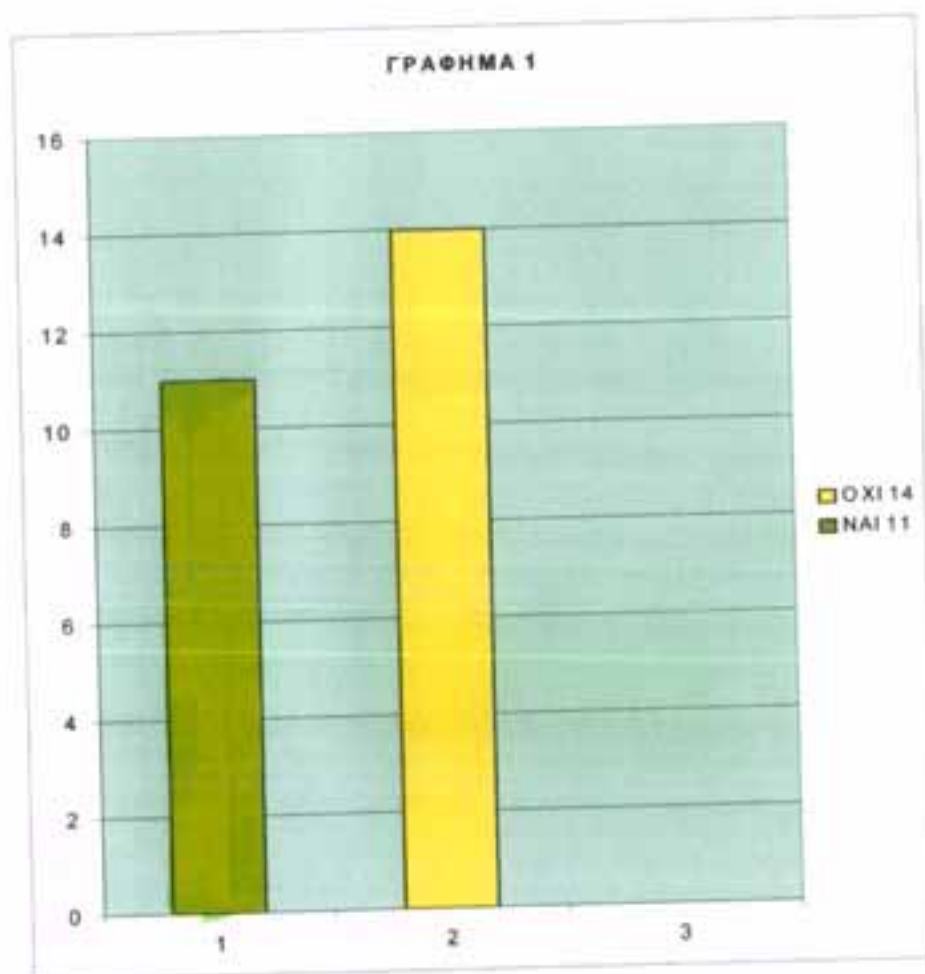
Ναι, Όχι.

Με την τελευταία ερώτηση, μας ενδιαφέρει να μάθουμε το βαθμό ικανοποίησης του ατόμου σχετικά με τον τρόπο άσκησης και διεκπεραίωσης της διαδικασίας των Δημοσίων Σχέσεων από μέρους των στελεχών του τμήματος καθώς και επιγραμματική αναφορά τυχόν προβλημάτων που παρουσιάζονται δρώντας κατασταλτικά στην πορεία εξέλιξης του τμήματος και εν γένει στην συνολική πορεία του οργανισμού.



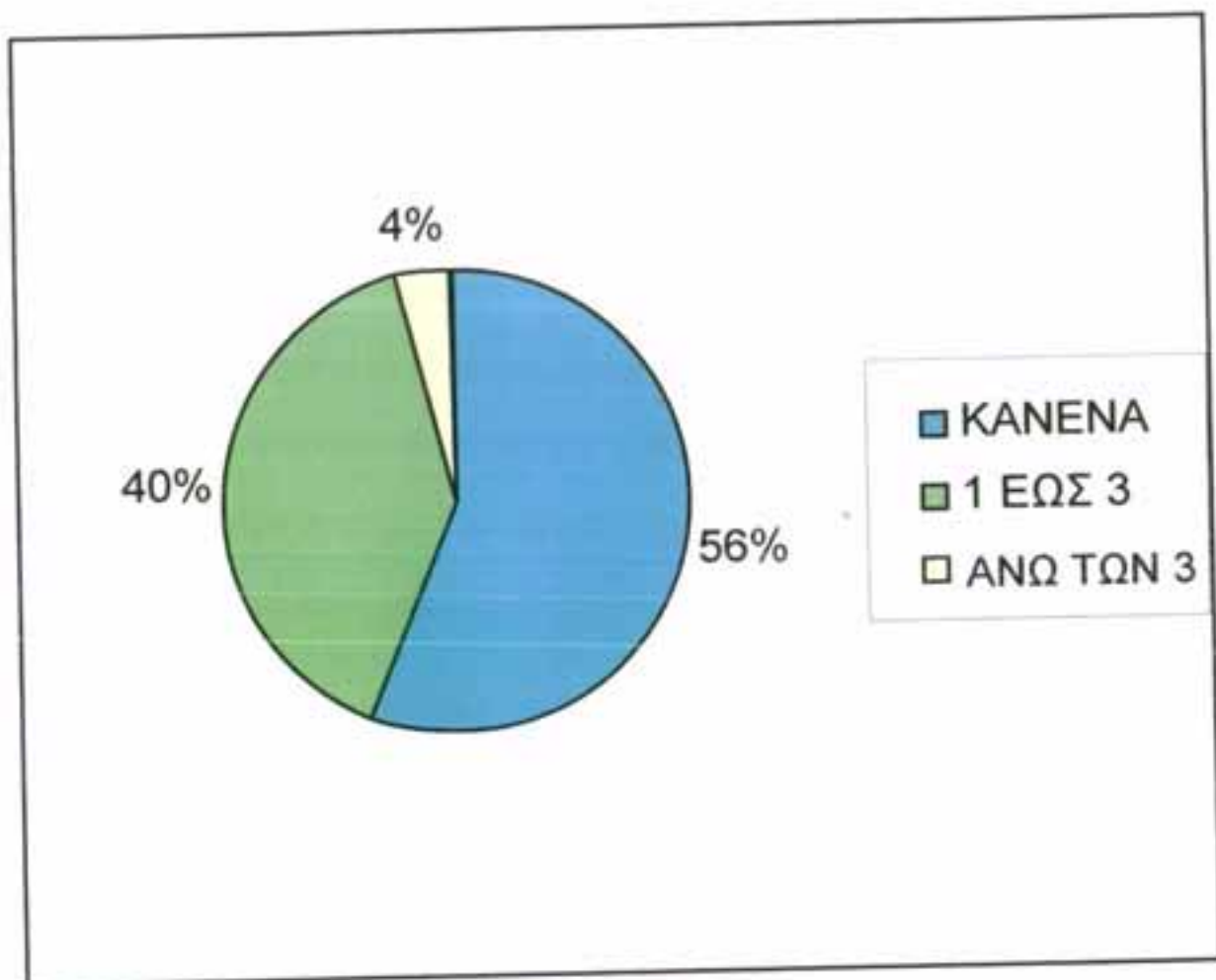
6.1.2. ΓΡΑΦΙΚΗ ΑΠΕΙΚΟΝΙΣΗ ΤΩΝ ΑΠΑΝΤΗΣΕΩΝ ΤΩΝ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΩΝ

1) Υπάρχει τμήμα Δημοσίων Σχέσεων στην υπηρεσία σας;



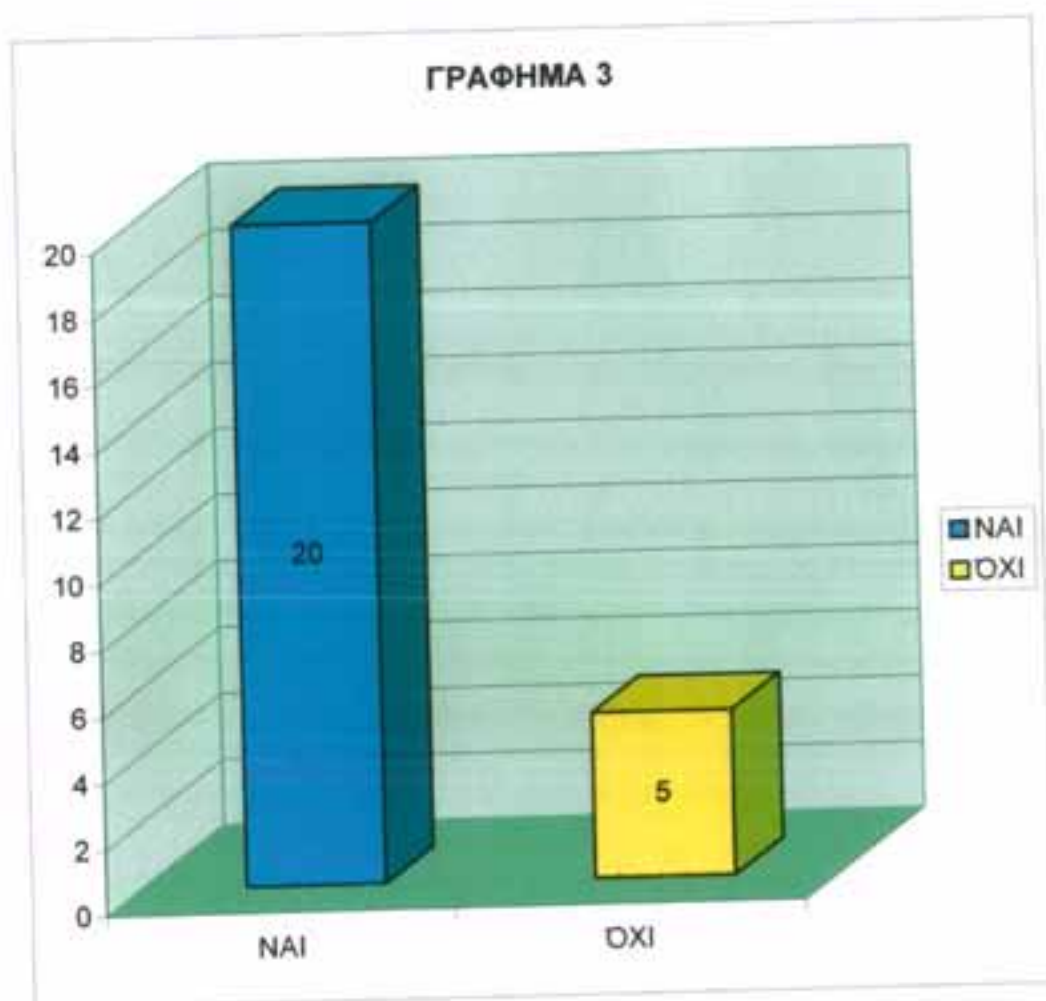
Το μεγαλύτερο μέρος των ερωτηθέντων απάντησε ότι η υπηρεσία στην οποία εργάζεται δεν διαθέτει οργανωμένο τμήμα Δημοσίων Σχέσεων, για παράδειγμα τα σχολεία, οι Δ.Ε.Υ.Α. και οι οργανισμοί Υγείας και Πρόνοιας. Παρόλα αυτά, ορισμένοι από τους παραπάνω οργανισμούς εφαρμόζουν μερικούς δραστηριότητες Δημοσίων Σχέσεων για την προώθηση των συμφερόντων τους, είτε μεμονωμένα ως άτομα είτε ως άτυπο τμήμα ή μέσω παρεμφερών τμημάτων (τμήμα μάρκετινγκ, τμήμα προσωπικού κ.λπ). Εντούτοις υπήρχαν οργανισμοί που διέθεταν ένα τυπικά οργανωμένο τμήμα, ενσωματωμένο και αναπόσπαστο στη διοικητική λειτουργία τους.

2) Από πόσα άτομα αποτελείται το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της υπηρεσίας σας;



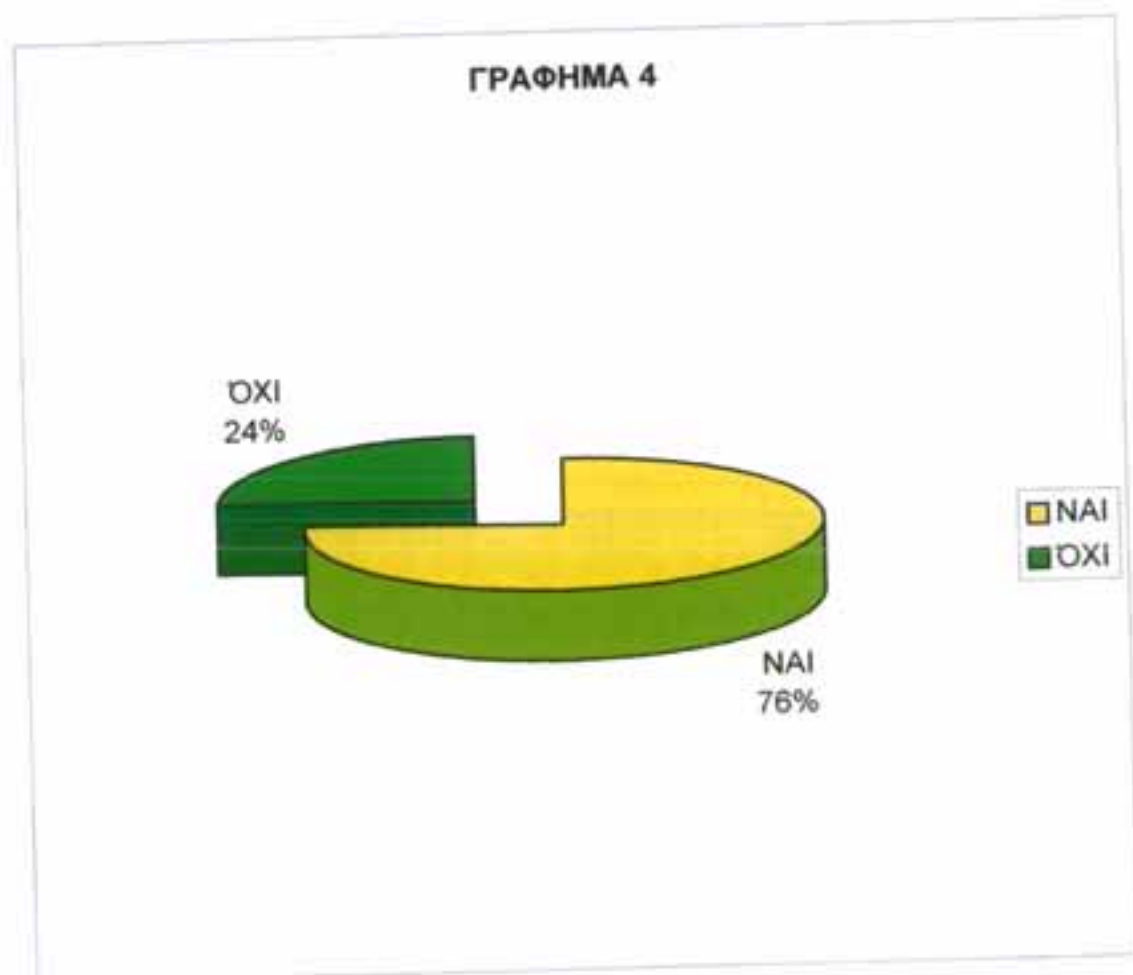
Εδώ βλέπουμε πως ως επί το πλείστον δεν απασχολούνται ειδικευμένα άτομα στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων στους οργανισμούς που δεν υπάρχει το συγκεκριμένο τμήμα. Από την άλλη μεριά όμως, ασκούνται Δημόσιες Σχέσεις από άλλα άτομα που απαρτίζουν το προσωπικό των οργανισμών όχι ως κύρια επαγγελματική τους αρμοδιότητα, αλλά ως επιμέρους δραστηριότητα, πολλές φορές δευτερεύοντος χαρακτήρα.

3) Πιστεύετε πως τα άτομα αυτά έχουν την κατάλληλη εκπαίδευση και τις απαραίτητες γνώσεις για να κατέχουν τη θέση αυτή;



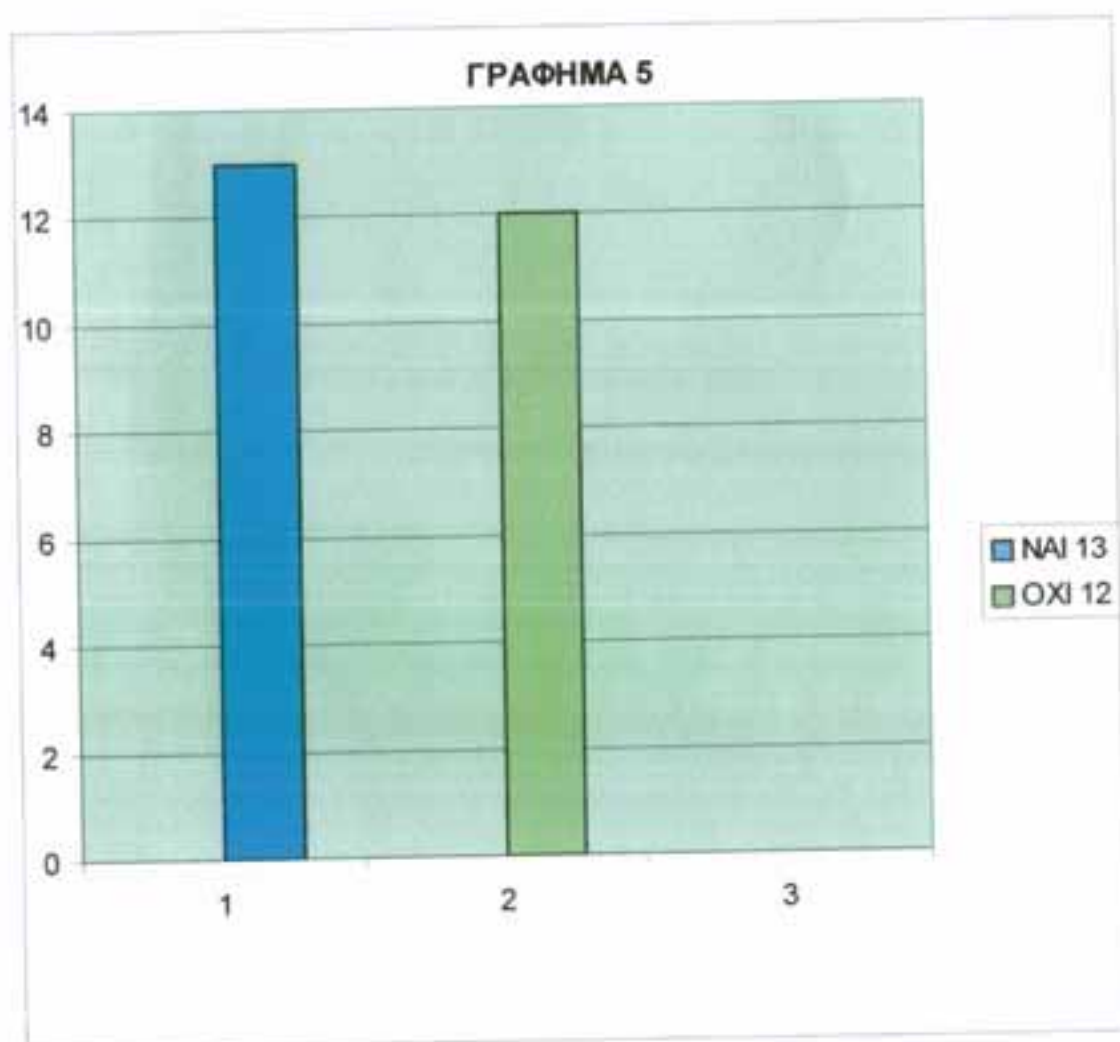
Οι περισσότεροι ερωτηθέντες μας απάντησαν πως τα άτομα τα οποία ασκούν Δημόσιες Σχέσεις στον οργανισμό διαθέτουν ένα ευρύ φάσμα γνώσεων για την εφαρμογή τους. Επιπλέον, ένα μικρό ποσοστό των ερωτηθέντων διαθέτουν εξειδικευμένες γνώσεις (πανεπιστημιακού χαρακτήρα) για την δικαιολογημένη κατοχή της θέσεως αυτής.

- 4) Κατά τη γνώμη σας πρέπει όλα τα στελέχη της υπηρεσίας να προωθούν τις δημόσιες σχέσεις ή είναι ευθύνη λίγων ατόμων;



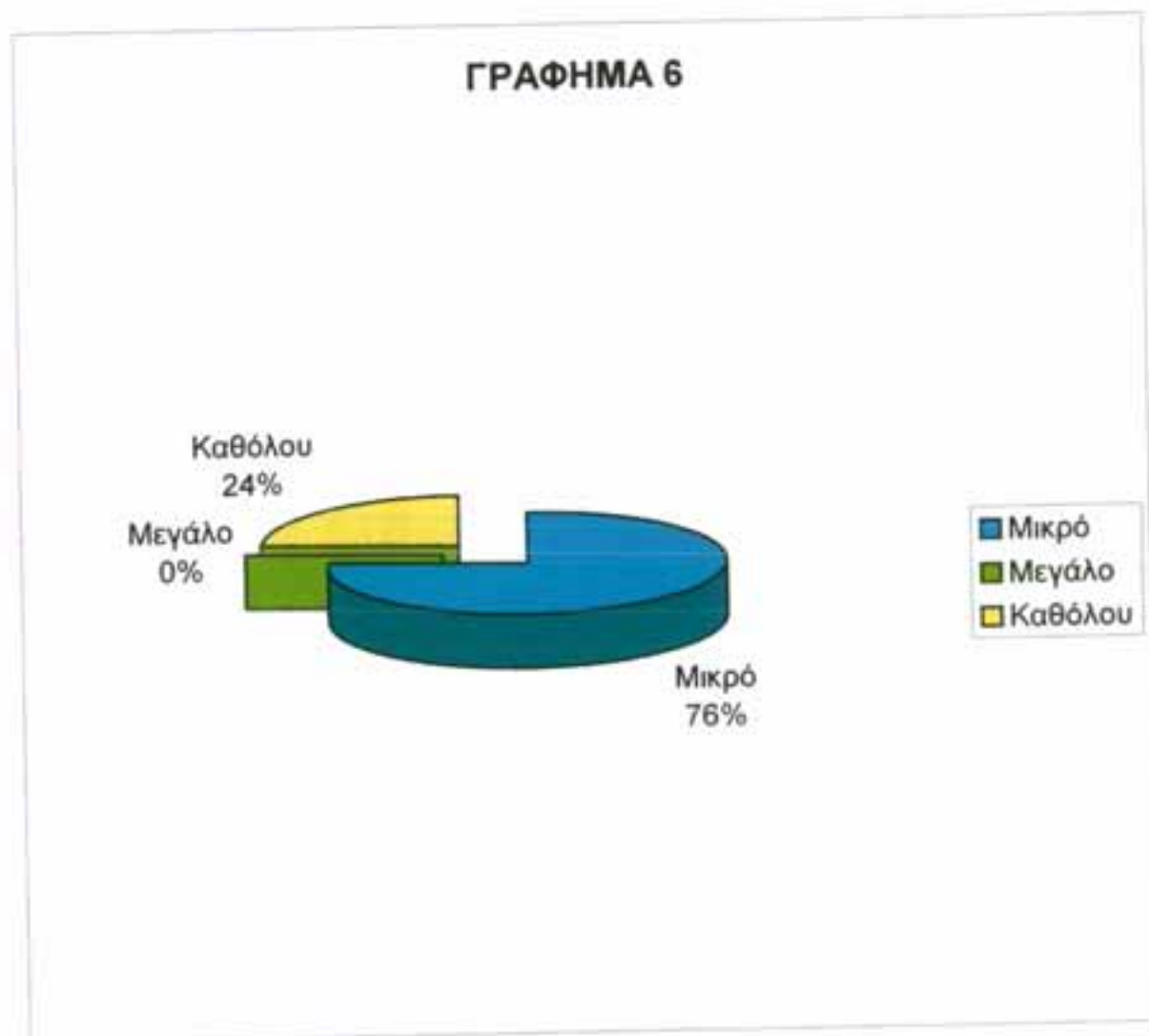
Η πλειοψηφία των ερωτηθέντων απάντησε ότι η άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων είτε ως κύρια διαδικασία είτε ως επιμέρους ενασχόληση οφείλει να γίνεται από όλο το προσωπικό (μεμονωμένα ή ομαδικά) για την καλύτερη επικοινωνία του οργανισμού με το εξωτερικό του περιβάλλον. Με τον τρόπο αυτό συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη προβολή του οργανισμού και ενισχύει τη φήμη του. Αντιθέτως, υπάρχει η άποψη πως είναι ευθύνη λίγων, των αρμόδιων στελεχών, που έχουν ως κύρια δραστηριότητα την άσκηση Δημοσίων Σχέσεων ως επάγγελμα.

5) Ακολουθείτε κάποια διαδικασία για την υλοποίηση των δημοσίων σχέσεων;



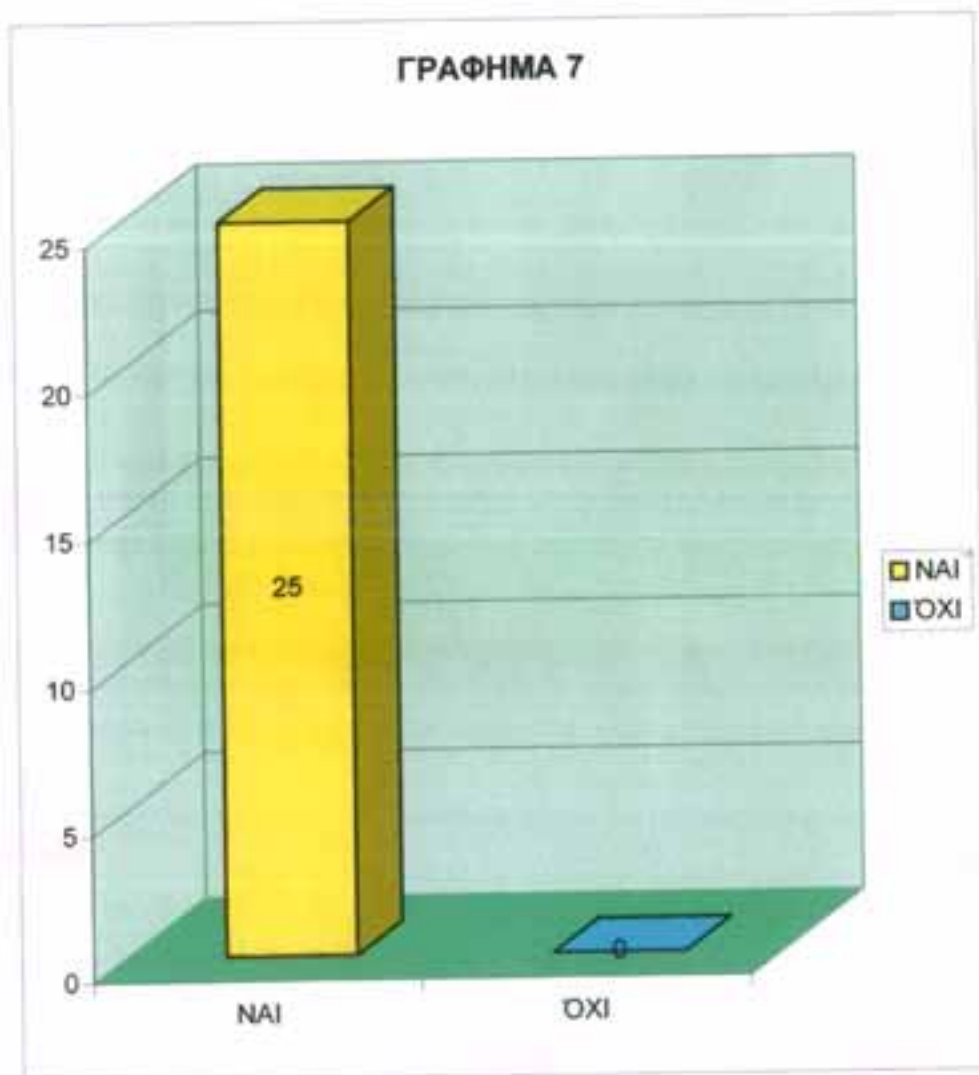
Κατά την υλοποίηση των Δημοσίων Σχέσεων στους οργανισμούς που επισκεφτήκαμε, οι έχοντες οργανωμένο τμήμα Δημοσίων Σχέσεων ακολουθούσαν προγράμματα (βασισμένα στην διαδικασία που έχει ήδη αναφερθεί σε προηγούμενο κεφάλαιο) ανάλογα το είδος της δραστηριότητας που έχουν αναλάβει στην εκάστοτε περίπτωση. Απεναντίας, οι μη έχοντες οργανωμένο τμήμα, λειτουργούσαν με βάση την εμπειρία, το ένστικτο και τις γνώσεις που κατέχουν σχετικά με τις Δημόσιες Σχέσεις και την επικοινωνία.

6) Τι ποσοστό των πόρων σας διαθέτετε για την εφαρμογή των δημοσίων σχέσεων στην υπηρεσία σας;



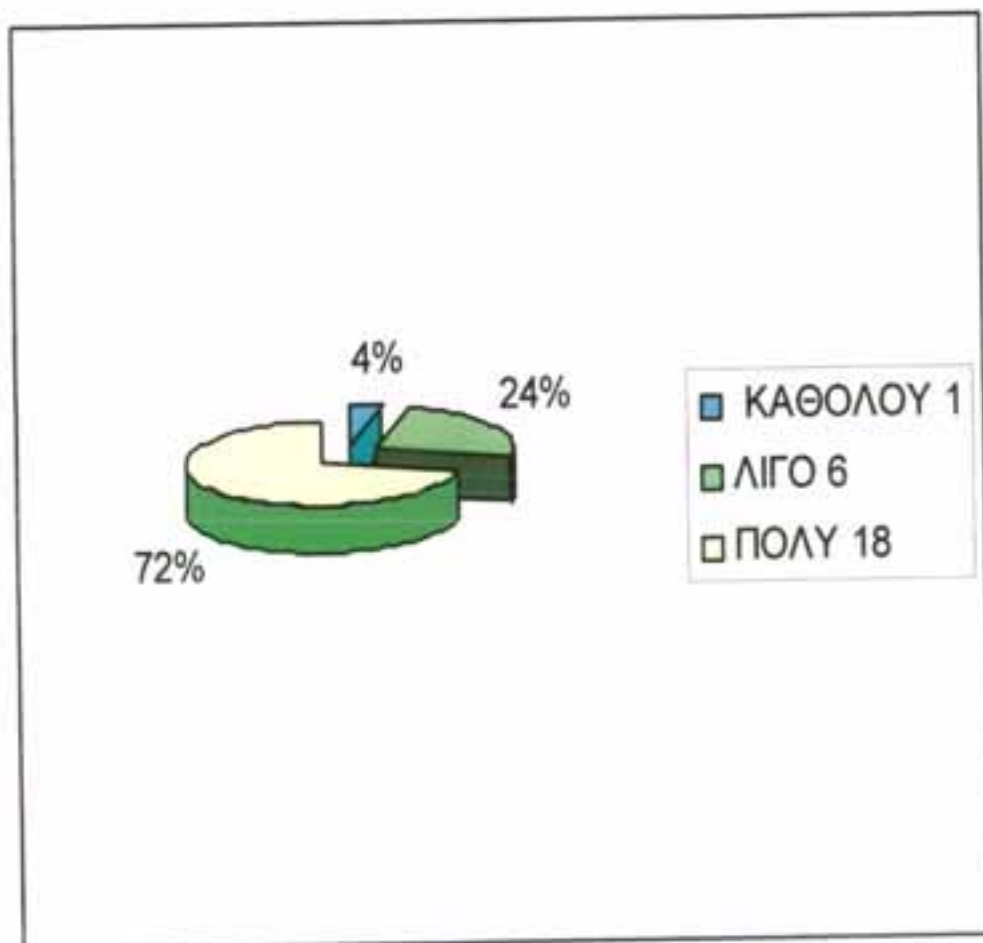
Στη συγκεκριμένη ερώτηση είναι ευδιάκριτη η ελάχιστη συμβολή που γίνεται από μέρους των δημοσίων υπηρεσιών, όσον αφορά τους διάφορους πόρους που διατίθενται για την προώθηση Δημοσίων Σχέσεων, δρώντας κατασταλακτικά στην ομαλή ενδουπηρεσιακή λειτουργία τους και συνεπώς στο εξωτερικό τους περιβάλλον. Από την άλλη μεριά, ένα μόνο μικρό ποσοστό δαπανά υψηλότερα ποσά για την εφαρμογή πληρέστερων και αποτελεσματικότερων Δημοσίων Σχέσεων.

7) Πιστεύετε πως το τμήμα δημοσίων σχέσεων βοηθάει στη προβολή της θετικής εικόνας του οργανισμού;



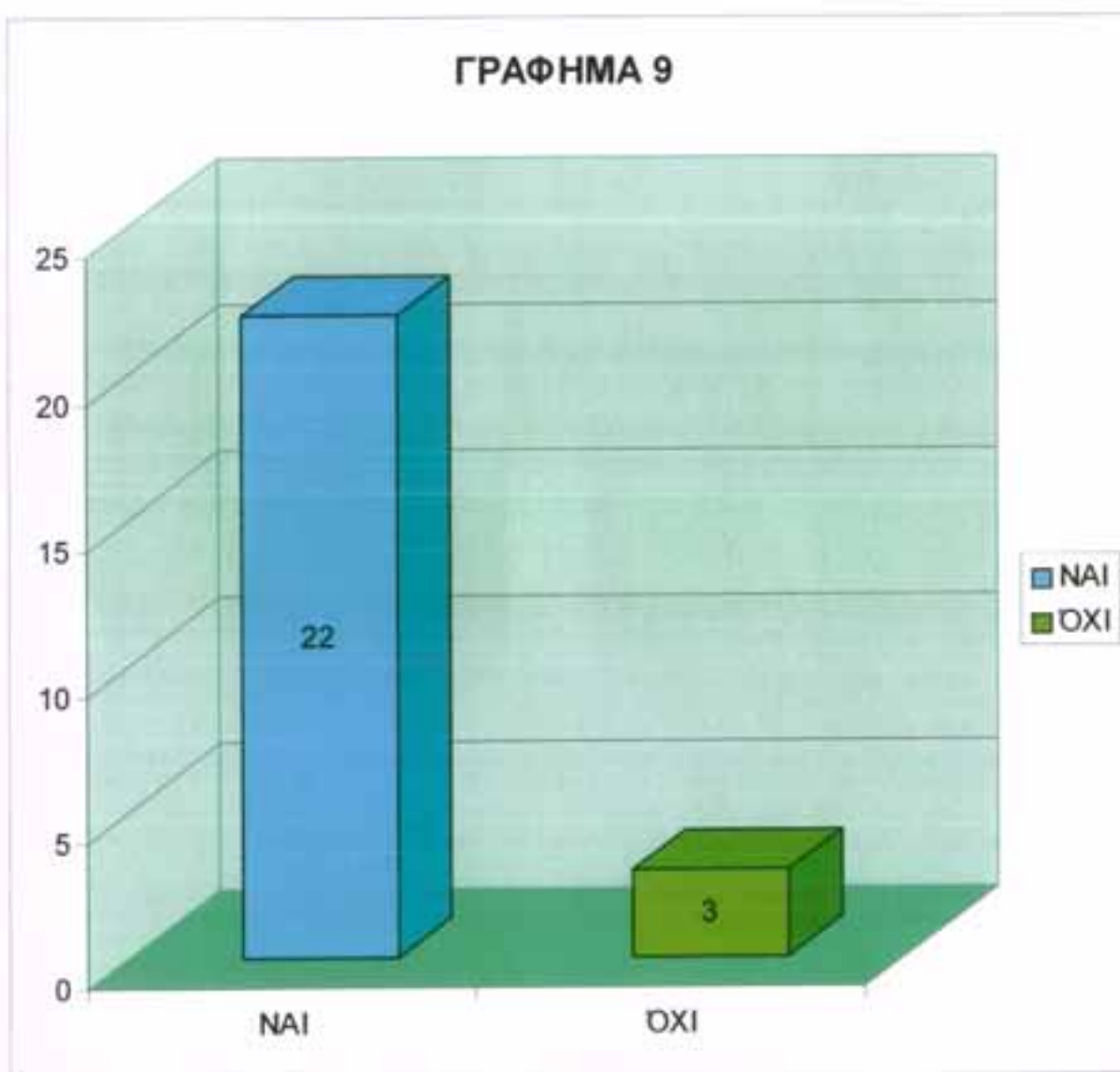
Με βάση το παραπάνω διάγραμμα γίνεται αντιληπτό πως τα στελέχη Δημοσίων Σχέσεων δίνουν μεγάλη σημασία στην προβολή της θετικής εικόνας της επιχείρησης και προσπαθούν να προσεγγίσουν το κοινό με τον καλύτερο τρόπο. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα τον μερικό επηρεασμό τους από την κοινή γνώμη.

8) Η κοινή γνώμη επηρεάζει την πορεία της επιχείρησής σας;



Με αυτή την ερώτηση συμπεραίνουμε την βαρύτητα που δίνουν τα στελέχη των Δημοσίων Σχέσεων στη γνώμη του κοινού η οποία επηρεάζει σημαντικά την πορεία δράσης και μελλοντικής εξέλιξης του οργανισμού. Είναι εμφανή η αξία που δίνεται στα πιστεύω των πολιτών στοχεύοντας στη συνεχή βελτίωση της προσφοράς τους και την αποφυγή τυχόν προστριβών με το κοινό καθώς και την αντιμετώπιση προβλημάτων που εμφανίζονται κατά καιρούς.

9) Θα θέλατε να αλλάξετε κάτι στον τρόπο που πραγματοποιούνται οι δημόσιες σχέσεις στην υπηρεσία σας;



Οι περισσότεροι εδώ μας απάντησαν πως θέλουν να αλλάξουν πολλά στον τρόπο με τον οποίο γίνονται οι Δημόσιες Σχέσεις στην υπηρεσία τους. Κυρίως αναφέρθηκαν στην έλλειψη πόρων για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων και στη μη ύπαρξη εξειδικευμένου εργατικού δυναμικού για την στελέχωση του τμήματος.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 7

Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Τοπική Αυτοδιοίκηση

7. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η χώρα μας για να διοικείται καλύτερα έχει χωριστεί σε Νομούς. Κάθε Νομός διαιρείται στις Νομαρχίες οι οποίες περιλαμβάνουν τους Δήμους. Ο Δήμος είναι η μικρότερη οργανωμένη κοινωνία μέσα στο Κράτος και αποτελείται από μία πόλη μόνο ή και από συνοικισμούς και περίχωρα μαζί. Για το Δήμο μεριμνά ο Δήμαρχος, που αποτελεί την ανώτατη εκτελεστική και διοικητική αρχή του, και το Δημοτικό Συμβούλιο. Η εκλογή τους γίνεται απευθείας από τους δημότες κάθε τέσσερα χρόνια. Μέχρι το 1998 (Νόμος 2539/1997) που τέθηκε σε εφαρμογή το «Σχέδιο Καποδίστρια» υπήρχαν και οι Κοινότητες.

Η Ελλάδα σήμερα είναι διαιρεμένη σε 1000 περίπου Δήμους. Τα κριτήρια με τα οποία προσδιορίστηκαν τα όρια των Δήμων ήταν κυρίως η γεωγραφική έκταση και ο αριθμός των ατόμων που κατοικούσε στις περιοχές αυτές. Αρχικά υπήρξαν αρκετές αντιδράσεις στο σύνολο της Ελληνικής επικράτειας ως προς το Σχέδιο αυτό σχετικά με την ονομασία ή την έδρα κάποιων Δημοτικών Διαμερισμάτων κυρίως λόγω της ιστορικής τους αναφοράς. Όλα αυτά βέβαια γίνονταν γιατί υπήρχαν τοπικές σκοπιμότητες και συμφέροντα τα οποία αλληλοσυγκρούονταν μεταξύ τους. Σήμερα πλέον, οι παραπάνω δυσχέρειες έχουν ξεπεραστεί και οι Δήμοι λειτουργούν ομαλά χωρίς τα προβλήματα του παρελθόντος. Σκοπός της δημιουργίας των Δήμων ήταν η καλύτερη και πιο σωστά οργανωμένη λειτουργία της διοίκησης των περιοχών αυτών.

Σε κάθε χωριό, σε κάθε οικισμό, σε κάθε γειτονιά, ενίοτε, παρουσιάζονται προβλήματα άλλοτε βαρύνουσας σημασίας και άλλοτε όχι, τα οποία χρήζουν γρήγορης αντιμετώπισης για την όσο το δυνατόν λιγότερη ταλαιπωρία των πολιτών, βοηθώντας στη μερική αντιμετώπιση των προβλημάτων τους.

Η Διοίκηση κάθε Δήμου συνίσταται από έναν εκλεγμένο Δήμαρχο και το Δημοτικό Συμβούλιο, το οποίο αποτελείται από 15 έως 25 άτομα που ονομάζονται Δημοτικοί Σύμβουλοι (εκτός από τους Δήμους πολύ μεγάλων πόλεων, όπως της Αθήνας και Θεσσαλονίκης που αποτελούνται από περισσότερα) και από 3 έως 5 Τοπικούς Συμβούλους. Οι Τοπικοί Σύμβουλοι είναι εκλεγμένοι μόνο από το χωριό τους. Στις μεγάλες πόλεις δεν υπάρχουν Δημοτικά Διαμερίσματα ούτε Τοπικοί Σύμβουλοι. Το Δημοτικό Συμβούλιο συνεδριάζει υποχρεωτικά μία φορά το μήνα και συζητάει για τα θέματα τα οποία αφορούν τον Δήμο, όπως ο προϋπολογισμός έργων και η κατανομή κονδυλίων.

Το μεγαλύτερο φόρτο εργασιών κάθε Δήμου επωμίζεται ο ίδιος ο Δήμαρχος με τους Αντιδημάρχους, οι οποίοι είναι υπεύθυνοι για τη σωστή και εύρυθμη λειτουργία του Δήμου καθώς και για το συντονισμό όλων των εργαζομένων με στόχο το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα για τους δημότες και τα τοπικά συμφέροντα.

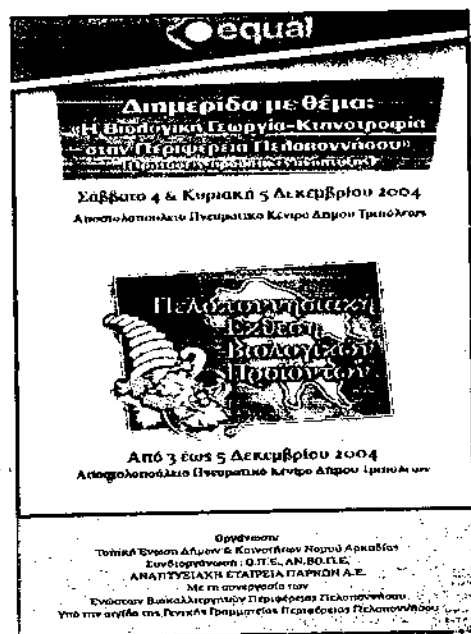
Σημαντικός θεωρείται ο ρόλος των γραμματέων, των οποίων οι αρμοδιότητες είναι οι ακόλουθες:

- Η δακτυλογράφηση, αναπαραγωγή, διεκπεραίωση και αρχειοθέτηση προσωπικής αλληλογραφίας και αποφάσεων του Δημάρχου.
- Η ρύθμιση συναντήσεων, η επικοινωνία του Δημάρχου και τήρηση ημερολόγιου των προσωπικών επαφών του, εντός κι εκτός Δήμου.
- Η τήρηση προσωπικού αρχείου εγγράφων του Δημάρχου
- Η τήρηση πρακτικών των συναντήσεων ή συμβουλίων στα οποία μετέχει ο Δήμαρχος
- Η συγκέντρωση στοιχείων ή εγγράφων που πρέπει να υπογραφούν από τον Δήμαρχο.
- Η τήρηση αρχείων των αποφάσεων του Δημάρχου.
- Η διεκπεραίωση κάθε υπόθεσης που ανατίθεται από τους αντιδημάρχους.

Παράλληλα με τις παραπάνω αρμοδιότητες, το γραφείο του Δημάρχου επωμίζεται την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων στο πλαίσιο επικοινωνίας με τον πολίτη και διάφορους φορείς, αναλυτικότερα :

- παρακολουθεί τα δημοσιεύματα ημερήσιου και περιοδικού τύπου που αφορούν το Δήμο ενημερώνοντας τον Δήμαρχο και μεριμνά για την δημοσίευση σχετικών απαντήσεων.
- μεριμνά για την αποστολή και δημοσίευση ανακοινώσεων και λοιπών δελτίων τύπου σε εφημερίδες, τηρώντας ιδιαίτερο βιβλίο στο οποίο καταχωρούνται περιλήψεις αυτών.
- βοηθά στην επιμέλεια άρθρων για τη διευκόλυνση των δημοσιογράφων σχετικά με θέματα που αφορούν το Δήμο και οργανώνει τις απαιτούμενες συνεντεύξεις τύπου.
- ενημερώνει το κοινό μέσω εντύπων για τις δραστηριότητες του Δήμου.
- τηρεί βιβλίο Εθνικών και Τοπικών εορτών με στοιχεία που αφορούν τη διοργάνωση αυτών.

- οργανώνει τελετές δεξιώσεων και γεύματα του Δήμου, την υποδοχή, την φιλοξενία και την ξενάγηση προσωπικοτήτων της ημεδαπής και αλλοδαπής.
- μεριμνά για την εκτύπωση προσκλήσεων και την έγκαιρη αποστολή τους στα προσκαλούμενα πρόσωπα.
- ενημερώνει τον Δήμαρχο για τις διοργανούμενες εορτές και δεξιώσεις των διαφόρων Αρχών, Οργανώσεων και Σωματείων
- μεριμνά για το σημαιοστολισμό και τη φωταγώγηση των κεντρικών οδών, του Δήμου και των Δημοτικών καταστημάτων κατά τις εθνικές και λουιτές εορταστικές εκδηλώσεις.
- προβαίνει στις αναγκαίες υπηρεσιακές ενέργειες για την απονομή τιμητικών διακρίσεων (διπλωμάτων επίτιμων δημοτών, μεταλλίων της πόλης κλπ)
- τηρεί μητρώο των προσώπων που έχουν τιμηθεί με οποιονδήποτε τρόπο από το Δήμο, καθώς και ιδιαίτερο μητρώο επίτιμων δημοτών.
- συγκεντρώνει όλα τα αιτήματα και τις προτάσεις των πολιτών, φορέων και τοπικών συμβουλίων, όπου υποβάλλονται στις αρμόδιες υπηρεσίες και φροντίζει να δίνονται σε σύντομο χρονικό διάστημα οι σχετικές απαντήσεις.
- πληροφόρηση των δημοτών για κάθε δραστηριότητα του Δήμου.



Πληροφοριακό έντυπο του Δήμου Τριπόλεως προς ενημέρωση των αγροτών

Στους μικρούς Δήμους που δεν υπάρχουν γραφεία Δημοσίων Σχέσεων, τις παραπάνω ενέργειες επιτελείται ο Δήμαρχος σε συνεργασία με κάποιους από τους υπαλλήλους, ανάλογα την περίπτωση. Στους μεγάλους Δήμους, αντιθέτως, όπου υπάρχει οργανωμένο γραφείο Δημοσίων Σχέσεων, αναλαμβάνει αυτό τη διεκπεραίωσή τους.

7.1. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ ΔΗΜΩΝ (Ο.Τ.Α.)

Το επίσημο Κράτος, όπως όλοι γνωρίζουμε, έχει να αντιμετωπίσει ένα πλήθος προβλημάτων. Εκεί όμως που πρέπει να δοθεί μεγάλη προσοχή για τη βελτίωση της επικοινωνίας ανάμεσα σε αυτό και τους πολίτες είναι ο τομέας της Τοπικής Αυτοδιοίκησης.

Οι Δημόσιες Σχέσεις στο χώρο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης έχουν να επιτελέσουν ένα σημαντικό και ζωτικό για τις τοπικές κοινωνίες ρόλο που στο τέλος θα ωφελήσει τους δημότες. Απαραίτητη γι' αυτό προϋπόθεση είναι η αμφίδρομη επικοινωνία δημοτικών αρχών και δημοτικών οργανισμών με τον πολίτη. Αναγκαία θεωρείται επίσης και η πειθώ στην οποία θα στηριχθεί η οποιαδήποτε προσπάθεια συνεργασίας, έτσι ώστε ο δημότης να βοηθήσει ουσιαστικά, νιώθοντας ως πολίτης και όχι ως υπήκοος ή όμηρος της δημοτικής αρχής.

Δυστυχώς, σήμερα παρατηρείται το φαινόμενο των πολιτικοποιημένων δημάρχων που δεν κάνουν τίποτε άλλο παρά να προπαγανδίζουν τις απόψεις της πολιτικής τους παράταξης απογοητεύοντας με αυτό τον τρόπο τους πολίτες που ενδιαφέρονται για άλλα πράγματα πολύ πιο σημαντικά από την προπαγάνδα των τοπικών αρχόντων. Η απογοήτευση της κοινής γνώμης γίνεται πιο έντονη στις παραμονές των δημοτικών εκλογών όταν βλέπουν τον τοπικό ηγέτη να υποκρίνεται ότι προσφέρει θετικό έργο στο κοινωνικό σύνολο ασφαλτοστρώνοντας την τελευταία στιγμή έναν ή δύο δρόμους ή να προσπαθεί να δείξει στους δημότες του πως ενδιαφέρεται γι' αυτούς κάνοντας καλλιτεχνικές εκδηλώσεις, που κι αυτές στην πραγματικότητα έχουν πολιτικοποιημένο χαρακτήρα.

Αυτή η άσχημη εικόνα που δείχνει εδώ και χρόνια η τοπική αυτοδιοίκηση απέναντι στους πολίτες σε συνδυασμό με τη δυσκίνητη λειτουργία του κρατικού μηχανισμού είναι θέματα που θα λυθούν μονάχα με τη βοήθεια των Δημοσίων Σχέσεων. Το γραφείο Δημοσίων Σχέσεων ενός δήμου, μέσα στα πλαίσια των

επικοινωνιακών τους δραστηριοτήτων, είναι σε θέση να εφαρμόσει μία σειρά διαλέξεων και σεμιναρίων, κοινωνικής και πολιτιστικής αγωγής, πείθοντας τον πολίτη ότι η αξιοποίηση του ίδιου του χώρου εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από τον ίδιο.

Είναι βέβαιο ότι καμία προσπάθεια στην Τοπική Αυτοδιοίκηση δεν θα έχει επιτυχία, εάν δεν γίνει κατανοητό στους επικεφαλείς ιθύνοντές της ότι χρειάζονται εξειδικευμένοι επαγγελματίες Δημοσίων Σχέσεων. Αυτοί θα είναι σε θέση να οργανώσουν την υπηρεσία, το τμήμα, τη διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων ενός δήμου και όχι οι σύμβουλοι των δημοτικών παρατάξεων.

Η ανάπτυξη ορθολογικών Δημοσίων Σχέσεων στους Ο.Τ.Α. μόλις τώρα αρχίζει και οι δυνατότητες που διανοίγονται είναι τεράστιες. Σε σχέση με τους οργανισμούς και τις υπηρεσίες του απρόσωπου και αχανούς κράτους, οι Ο.Τ.Α. βρίσκονται πιο κοντά στο μέσο πολίτη της περιφέρειας.

Βέβαια, οι περισσότεροι Δήμαρχοι σε συνεργασία με τα Δημοτικά Συμβούλια προσπαθούν να κάνουν το καλύτερο δυνατό όσον αφορά τις Δημόσιες Σχέσεις των Δήμων τους και καταβάλουν πολύ κόπο για τη βελτίωση της εικόνας τους. Φροντίζουν να ενημερώνουν τους πολίτες για όλα τα θέματα που τους αφορούν και να βρίσκουν λύσεις στα προβλήματά τους. Η πραγματοποίηση των παραπάνω συντελείται με συντονισμό, συνεργασία και καλή θέληση μεταξύ των δημοτικών παραγόντων και των δημοτών. Καλή θέληση υπάρχει σχεδόν πάντα και από τις δύο πλευρές, ως θεωρία τουλάχιστον. Το θέμα είναι πως θ' αντιμετωπίσουν οι Δημοτικές αρχές τα μεγάλα και δισεπίλυτα προβλήματα που εμφανίζονται κατά τακτά χρονικά διαστήματα στους Δήμους σε συνάρτηση με την πραγματοποίηση οργανωμένων Δημοσίων Σχέσεων.

Χαρακτηριστικό παράδειγμα, αποτελούν τα μεγάλα προβλήματα που εμφανίζονται σε πολλούς Δήμους της Ελλάδος κάθε χρόνο μετά από ακραία καιρικά φαινόμενα. Πολλές φορές οι έντονες βροχοπτώσεις προκαλούν κατολισθήσεις σε ορισμένα μέρη του οδικού δικτύου. Επίσης, υπάρχουν ποτάμια που ξεχειλίζουν με αποτέλεσμα να πλημμυρίζουν αγροτεμάχια και γεφύρια να υφίστανται σημαντικές φθορές. Οι Δήμαρχοι και τα Δημοτικά Συμβούλια σπεύδουν να περιοδύσουν σε αυτές τις περιοχές για να διαπιστώσουν το «πώς έχει η κατάσταση» και προσπαθούν σε συνεργασία με τους αρμόδιους κρατικούς μηχανισμούς να καταγράψουν τις ζημιές με απώτερο σκοπό τη βέλτιστη αποκατάστασή τους σε όσο το δυνατόν ταχύτερο χρονικό διάστημα. Απαραίτητη θεωρείται και η άμεση ενημέρωση των πολιτών από

το Δήμαρχο μέσω τοπικών εφημερίδων και καναλιών, στα οποία θα αναφέρει την πραγματική διάσταση των πραγμάτων. Εδώ συνίσταται η συμβολή των Δημοσίων Σχέσεων όπου οφείλουν να αναδείξουν το μέγεθος του προβλήματος, να το παρουσιάσουν ως τέτοιο και να προβούν σε προγραμματισμένες ενέργειες σε συνεργασία με τους αρμόδιους φορείς με το να επιδείξουν πιθανούς τρόπους και μέσα επίλυσής του.

Όπως είναι φυσικό, οι πολίτες αγανακτούν με τις ζημιές που έχουν υποστεί και εκφράζουν τον πόνο και την αγωνία τους στους Δημοτικούς Συμβούλους για το ενδεχόμενο της ολικής αποζημίωσής τους από το κράτος και για την αποκατάσταση των φθορών. Καθήκον των Δημοτικών Συμβούλων είναι να βοηθήσουν τους Δημότες κινητοποιώντας τον κρατικό μηχανισμό για την αντιμετώπιση των προβλημάτων και παράλληλα, με διάφορες ενέργειες που θα κάνουν, να εξασφαλίσουν τα απαραίτητα κονδύλια για την αποζημίωση των πληγέντων.

Οι Δήμοι δεν διαθέτουν τους απαιτούμενους πόρους και μέσα για να αντεπεξέλθουν σε όλες τις δύσκολες καταστάσεις. Αυτό ο πολίτης το γνωρίζει και μπορεί να διακρίνει εάν ο Δήμαρχος και το Δημοτικό Συμβούλιο έκαναν αρκετές ενέργειες και κατέβαλαν προσπάθεια για την επίλυση των προβλημάτων.

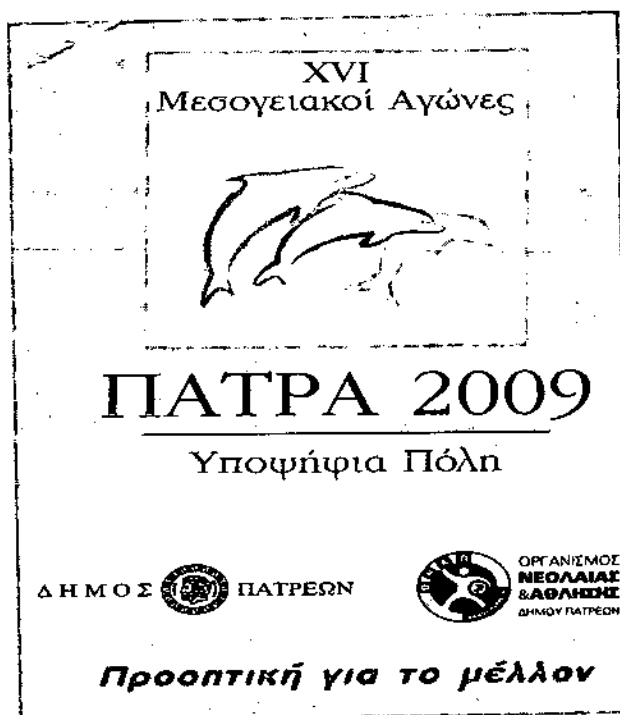
Ο βαθμός ετοιμότητας κρίνεται και σχολιάζεται από τους Δημότες. Γι' αυτό κάθε Δήμος πρέπει να είναι έτοιμος ανά πάσα στιγμή για την ουσιαστική αντιμετώπιση των προβλημάτων. Εάν αυτό είναι πρακτικά αδύνατο, οφείλει σε συνεργασία με το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων να καλλιεργήσει στον κόσμο ένα κλίμα οικειότητας, αναφέροντας και περνώντας του το μήνυμα πως προσπαθεί για το καλύτερο δυνατό αποτέλεσμα και μελλοντικά θα δύναται να αντιμετωπίσει παρόμοιες δυσκολίες με μεγαλύτερη ετοιμότητα και αποτελεσματικότητα. Με αυτό τον τρόπο, διατηρεί την εμπιστοσύνη των πολιτών και δείχνει πως νοιάζεται γι' αυτούς και φροντίζει με όσα μέσα και γνώσεις διαθέτει για την ικανοποίησή τους και την καλύτερευση των συνθηκών της ζωής τους.

Ένας άλλος τομέας στον οποίο ο Δήμος οφείλει να δώσει ιδιαίτερη σημασία, είναι η διασκέδαση-ευχαρίστηση των δημοτών. Γι' αυτό το λόγο οργανώνονται διάφορες τοπικές εκδηλώσεις, σε συνεργασία με πολιτιστικούς συλλόγους, στις οποίες δίνεται πανηγυρικό ύφος. Χαρακτηριστικά παραδείγματα αποτελούν τα συνέδρια ή τα ανταμώματα που γίνονται σε κάποιους Δήμους τους καλοκαιρινούς μήνες με σκοπό τη συνάντηση των δημοτών με τους απόδημους φίλους και συγγενείς τους. Κατά τη διάρκειά τους πραγματοποιούνται συζητήσεις που αφορούν το Δήμο

(προβλήματα, έργα, πόροι κλπ.) και εν συνεχεία τα βράδια ακολουθούν εκδηλώσεις για την διασκέδαση του κόσμου .



Διαφημιστικό ενημερωτικό φυλλάδιο σχετικό με αθλητικές δραστηριότητες του Δήμου Πατρών.



Διαφημιστικό ενημερωτικό φυλλάδιο του Δήμου Πατρών σχετικό με τους Μεσογειακούς αγώνες του 2009.

Επίσης, οι περισσότεροι Δήμοι φροντίζουν να διοργανώνουν αποκριάτικους χορούς και παρελάσεις ενισχύοντας τον θεσμό του καρναβαλιού, πανηγύρια κατά την ονομαστική εορτή Αγίων των οποίων Ναοί υπάρχουν στους Δήμους και διάφορες γιορτές κατά τη διάρκεια των Χριστουγέννων και του Πάσχα. Τα συγκεκριμένα γεγονότα διαφημίζονται είτε από τα Μ.Μ.Ε. είτε από τοιχοκολλημένες ανακοινώσεις και αφίσες ώστε να πληροφορηθούν οι πολίτες για την πραγματοποίησή τους και να συμμετάσχουν σε αυτά για να ξεχάσουν έστω και για λίγο τα καθημερινά τους προβλήματα και να περάσουν καλά.

Όλοι οι Δήμοι πρέπει να εκμεταλλεύονται κάθε ευκαιρία που παρουσιάζεται για την ενίσχυση ενός καλού και ευχάριστου κλίματος στις τοπικές κοινωνίες. Η συνέντευξη τύπου στα κανάλια από το Δήμαρχο ή από εκπρόσωπό του είναι απαραίτητη. Με τον τρόπο αυτό, ενημερώνει μεν τους πολίτες και ζητάει δε τη συνεργασία όλων των φορέων για την πλήρη επιτυχία των οποιωνδήποτε εγχειρημάτων.

Το γεγονός ότι οι Δήμοι είναι σχετικά μικρές κοινωνίες, βοηθάει περισσότερο στη σωστή άσκηση των Δημοσίων Σχέσεών τους. Η παραμικρή κίνηση των Δημοτικών Παραγόντων ελέγχεται, κρίνεται και σχολιάζεται από τους πολίτες, οπότε κανείς δεν μπορεί να κρυφτεί πίσω από το δάχτυλό του. Αντιθέτως, πρέπει να βοηθούν στην ανάπτυξη του Δήμου έχοντας ως γνώμονα το κοινό συμφέρον. Από τη στιγμή που και οι ίδιοι είναι κάτοικοι αυτού του Δήμου, γνωρίζουν πολύ καλά τα προβλήματα του τόπου τους με αποτέλεσμα να καθίστανται καταλληλότεροι για την πραγμάτωση ενεργειών προς όφελος του Δήμου.

Οι Δημόσιες Σχέσεις και η καλύτερη επικοινωνία των Δημοτικών αρχών με τους πολίτες κάθε Δήμου, θα βελτιωθούν εάν οι Δήμοι αποκτήσουν μεγαλύτερους και αυτόνομους οικονομικούς πόρους, ώστε να μην επιζητούν επιμέρους οικονομική ενίσχυση από την Κυβέρνηση. Όπως οι μεγάλες επιχειρήσεις διαθέτουν οργανωμένα τμήματα Δημοσίων Σχέσεων για την προώθηση των οικονομικών τους συμφερόντων και όχι μόνο, το ίδιο οφείλουν να πραγματοποιήσουν και οι Δήμοι. Όπως οι επιχειρήσεις πωλούν προϊόντα, έτσι και οι Δήμοι εκτελούν έργα και παρέχουν υπηρεσίες. Το όφελος που αποκομίζει ο πελάτης-πολίτης έχει μεγάλη σημασία, το ίδιο και η εικόνα που έχει σχηματίσει για την κάθε επιχείρηση-οργανισμό. Κρίνεται λοιπόν αναγκαία η επέμβαση των Δημοσίων Σχέσεων ως εξασφάλιση του παραπάνω στόχου.

Σύμφωνα με την έρευνα που κάναμε και από προσωπικές μας εμπειρίες, διαπιστώσαμε πως υπάρχουν σημαντικές διαφορές στον τρόπο άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων μεταξύ των μεγάλων Δήμων και των μικρότερων. Στις μεγάλες πόλεις υπάρχουν στελέχη του Δήμου με εξειδικευμένη επιστημονική μόρφωση, μεγάλη εμπειρία στον επαγγελματικό τους χώρο και υψηλή αναγνωρισιμότητα από τον κόσμο όσο αφορά τη στελέχωση του τμήματος, πράγμα που δεν συμβαίνει στους Δήμους των μικρότερων πόλεων.

Ακόμα, παρατηρήσαμε πως κάποιοι Δήμοι που λειτουργούσαν ήδη από πριν, έχουν οργανώσει καλύτερα τις Δημόσιες Σχέσεις τους σε σύγκριση με τους

νεοϊδρυθέντες (σχέδιο Καποδίστρια). Αυτό συμβαίνει διότι διαθέτουν περισσότερους οικονομικούς πόρους και άτομα ειδικευμένα στον τομέα άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων. Επιπλέον, οι μεγάλοι Δήμοι, εξαιτίας του μεγαλύτερου αριθμού ατόμων που υπάρχει, κάθε κίνηση και δραστηριότητα που σχετίζεται με την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων σχεδιάζεται και οργανώνεται πολύ προσεχτικά. Δεν υπάρχουν περιθώρια λάθους. Γι' αυτό το λόγο, τα στελέχη εκτιμάνε όλες τις επιπτώσεις που έχει κάθε τους κίνηση απέναντι στο σύνολο του πληθυσμού. Από την άλλη, οι νεοϊδρυθέντες Δήμοι δεν διαθέτουν μεγάλη εμπειρία και ολοκληρωμένο σχέδιο δράσης Δημοσίων Σχέσεων.

Η μέχρι τώρα πορεία των Δημοσίων Σχέσεων σε ό,τι αφορά πολλούς από τους Ο.Τ.Α., κάθε άλλο παρά ενθαρρυντική μπορεί να θεωρηθεί. Τα αίτια της διαπίστωσης αυτής εντοπίζονται σε μια σειρά παραμέτρων όπου οι κυριότερες είναι η οικονομική δυσπραγία των Ο.Τ.Α. στην συντριπτική τους πλειοψηφία και η γραφειοκρατική αντίληψη του κράτους που βρίσκει και αυτή εφαρμογή στην Τοπική Αυτοδιοίκηση.

Ακόμη και σήμερα υπάρχει αδυναμία στην κατανόηση της αναγκαιότητας για άσκηση ορθολογικών Δημοσίων Σχέσεων λόγω της εσφαλμένης κατά τεκμήριο τακτικής να ανατίθενται οι Δημόσιες Σχέσεις των Ο.Τ.Α. σε εκλεγέντες συμβούλους των δημοτικών παρατάξεων αντί για τη χρησιμοποίηση εξειδικευμένων επαγγελματιών. Επίσης, μέχρι πρόσφατα οι αρμοδιότητες των Ο.Τ.Α. ήταν περιορισμένες και με τον ένα ή τον άλλο τρόπο περιόριζαν το πεδίο δραστηριοποίησης των Δημοσίων Σχέσεων. Τέλος, υπάρχουν διαφορές επικοινωνίας στα πλαίσια των Ο.Τ.Α. σε σχέση με τους κρατικούς οργανισμούς και υπηρεσίες.

Σύμφωνα με τις παραπάνω προϋποθέσεις γίνεται αντιληπτό πως οι Δημόσιες Σχέσεις στην Τοπική Αυτοδιοίκηση υστερούν στη συντριπτική πλειοψηφία των περιπτώσεων. Σε λίγες και εξαιρετικές περιπτώσεις μπορεί να γίνει λόγος για πραγματικές Δημόσιες Σχέσεις.

Τα θέματα που αφορούν στις Δημόσιες Σχέσεις μπορούν να καταγραφούν ως στόχοι προτεραιότητας στο χώρο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης και είναι τα ακόλουθα:

- ❖ Δυνατότητα ενημέρωσης των δημοτών σχετικά με την πορεία των θεμάτων του Δήμου που άπτονται των αναγκών και των ενδιαφερόντων τους στα πλαίσια της τοπικής κοινωνίας.
- ❖ Προσέγγιση των πολιτών με άμεσο τρόπο, τουλάχιστον εκεί που είναι εφικτό κάτι τέτοιο λόγω περιορισμένης πληθυσμιακής συσσώρευσης.

- ❖ Διαφάνεια σε σχέση με κάθε μορφής επιλογών οικονομικού χαρακτήρα στη δημοτική αρχή και τις δημοτικές επιχειρήσεις (κυρίως πολιτιστικού ή κατασκευαστικού περιεχομένου), ούτως ώστε οι δημότες να μην προβληματίζονται για τη διάθεση των πόρων.
- ❖ Αξιοποίηση νέων δυνατοτήτων και προοπτικών και αποτελούν πλήρη ενημέρωση των ενδιαφερομένων για την προώθησή τους (λ.χ. το Δίκτυο Τουριστικών Δήμων).
- ❖ Δημιουργία προϋποθέσεων συμμετοχής των δημοτών στα ζητήματα του Δήμου μιας και χωρίς τη συμμετοχή των πολιτών κάθε προσπάθεια τόσο των Δημοσίων Σχέσεων όσο και του ίδιου του Ο.Τ.Α. φαντάζει καταδικασμένη αποτυχία.
- ❖ Επίτευξη κλίματος εμπιστοσύνης στη δημοτική αρχή, βάση της οποίας είναι αποκλειστικά η καταγραφή του παραγόμενου έργου. Ο ίδιος ο δημότης μπορεί εύκολα και σε τακτά χρονικά διαστήματα να ελέγχει το παραγόμενο έργο, σε αντίθεση με αυτό της εκτελεστικής εξουσίας.
- ❖ Χρησιμοποίηση όλων των δυνατών μέσων των Δημοσίων Σχέσεων που διαθέτει ένας οποιοσδήποτε Ο.Τ.Α. (λ.χ. δικός του ραδιοφωνικός σταθμός, τηλεοπτικό κανάλι, δημοτικές εφημερίδες κ.ο.κ.) για την προώθηση των μηνυμάτων στους δημότες, το οποίο είναι το πρώτο βήμα για την ανταπόκρισή τους, όταν τους ζητηθεί.
- ❖ Αποφυγή κάθε λογής κομματικής αντιπαράθεσης σε θέματα που είναι από τη φύση τους κοινά για όλους τους δημότες, έτσι ώστε να μην δυσχεραίνεται το έργο των Δημοσίων Σχέσεων που βασίζεται στη αλήθεια και την πειθώ.
- ❖ Ενδεδειγμένη έρευνα και αναζήτηση των επαγγελματικών Δημοσίων Σχέσεων που θα αναλάβουν το έργο της προώθησης και πραγμάτωσής τους στις τοπικές κοινωνίες.
- ❖ Την επιστημονική ανάλυση και καταγραφή των δεδομένων της τοπικής κοινωνίας. Έτσι οι Δημόσιες Σχέσεις θα έχουν την δυνατότητα να χρησιμοποιούν τα επιστημονικά και ερευνητικά δεδομένα, αποφεύγοντας την εικασία στα περισσότερα θέματα που ανακύπτουν. Θα οδηγούνται πιο εύκολα στα πραγματικά γεγονότα και δεν θα πιθανολογούν.

Τέλος, χρειάζεται πραγματική και πρακτική αντιμετώπιση των παραπάνω προτεραιοτήτων – στόχων ώστε να οι οργανωμένες Δημόσιες Σχέσεις να γίνουν πραγματικότητα σε όλους τους Δήμους της χώρας μας.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 8

Οι Δημόσιες Σχέσεις της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης

8. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Ελλάδα για να διοικείται ευκολότερα και πιο αποτελεσματικά έχει διααιρεθεί σε γεωγραφικά τμήματα – διοικητικά διαμερίσματα. Η διαίρεση του Κράτους σε 52 Νομούς έγινε με νόμο που ορίζει τα σύνορά τους. Οι Νομοί ιδρύθηκαν για την αποκέντρωση της διοίκησης (οι αποφασιστικές αρμοδιότητες σε διοικητικά θέματα που αφορούν τις διοικητικές περιφέρειες αφαιρούνται από τις κεντρικές υπηρεσίες και ανατίθενται σε κρατικά περιφερειακά όργανα, λόγω χάριν τους Νομάρχες) ή τη διευκόλυνση του κοινού.

Οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις είναι αυτοδιοικούμενα πρόσωπα Δημοσίου Δικαίου, όργανά τους είναι το Νομαρχιακό Συμβούλιο, οι Νομαρχιακές Επιτροπές και ο Νομάρχης. Ο Νομάρχης, που είναι αντιπρόσωπος της Κυβέρνησης στο Νομό, θεωρείται ανώτατος κρατικός υπάλληλος και είναι προϊστάμενος όλων των πολιτικών, διοικητικών και αστυνομικών αρχών, εκτός των δικαστικών και στρατιωτικών. Επίσης παρακολουθεί το έργο των δημοτικών αρχών, εγκρίνει τις αποφάσεις τους, τον προϋπολογισμό εσόδων και εξόδων, τις δαπάνες για διάφορα έργα, υποβάλλει συστάσεις στα Υπουργεία για την εκτέλεση κοινωφελών έργων κλπ.

Κάθε τέσσερα χρόνια οι πολίτες εκλέγουν το Νομάρχη και τους Νομαρχιακούς Συμβούλους. Κύρια αρμοδιότητά τους είναι αφενός μεν η διοίκηση τοπικών υποθέσεων νομαρχιακού επιπέδου, αφετέρου δε η οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του Νομού. Το Νομαρχιακό Συμβούλιο με απόφασή του καθορίζει τον αριθμό των Νομαρχιακών Επιτροπών (2, 4 ή 6 ανάλογα με τον πληθυσμό κάθε Νομού).

Σε κάθε Νομαρχική Αυτοδιοίκηση, τον Νομάρχη επικουρούν οι Αντινομάρχες (βοηθοί Νομάρχη), των οποίων ο αριθμός είναι ο ίδιος με των Νομαρχιακών Επιτροπών (2, 4 ή 6). Σύμφωνα με το άρθρο 15, παράγραφος 31 του Νόμου 2503/1997, ο πρόεδρος κάθε Νομαρχιακής Επιτροπής ορίζεται με απόφαση του Νομάρχη, μεταξύ των Αντινομαρχών. Η θητεία του προέδρου είναι ετήσια.

Κάθε Νομαρχιακή Επιτροπή (σύμφωνα με το άρθρο 2, νόμος 3274/2004 που αντικατέστησε το άρθρο 60 του Προεδρικού Διατάγματος 60/1996), έχει τις ακόλουθες αρμοδιότητες :

- ✓ Καταρτίζει σχέδιο του προϋπολογισμού της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης.
- ✓ Επεξεργάζεται προελέγχει τον απολογισμό και υποβάλλει σχετική έκθεση στο Νομαρχιακό Συμβούλιο.

- ✓ Καθορίζει τους όρους, συντάσσει τη διακήρυξη, διεξάγει και κατοχυρώνει κάθε μορφής δημοπρασία.
- ✓ Καταρτίζει τους όρους, συντάσσει τις διακηρύξεις διαγωνισμών για την εκτέλεση έργων, εργασιών, προγραμμάτων και προμηθειών για την ανάθεση παροχής υπηρεσιών.
- ✓ Μελετά την ανάγκη σύναψης δανείων, καθορίζει τους όρους του και κάνει σχετική εισήγηση στο Νομαρχιακό Συμβούλιο.
- ✓ Αποφασίζει για την άσκηση όλων των ένδικων βοηθημάτων και των ένδικων μέσων, καθώς και την παραίτηση από αυτά.
- ✓ Αποφασίζει για την υποβολή προσφυγών στις διοικητικές αρχές.
- ✓ Αποφασίζει για το συμβιβασμό ή την κατάργηση δίκης που έχει αντικείμενο μέχρι του ποσού 15.000 €.
- ✓ Αποφασίζουν για την πρόσληψη δικηγόρου και για την ανάκληση της πληρεξουσιότητάς του, όταν δεν έχει προσληφθεί δικηγόρος με πάγια αντιμισθία ή προσληφθείς δεν έχει δικαίωμα παράστασης στο δικαστήριο που είναι διάδικος η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση.
- ✓ Προετοιμάζουν τις υποθέσεις αρμοδιότητας του Νομαρχιακού Συμβουλίου.

Γενικότερα, κάθε Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση έχει στη δικαιοδοσία της τους παρακάτω τομείς:

- Προγραμματισμός των επενδύσεων.
- Εξασφάλιση της άσκησης των δικαιωμάτων των πολιτών και ρύθμιση των θεμάτων της αστικής τους κατάστασης.
- Τη γεωργία, κτηνοτροφία, αλιεία, έγγειες βελτιώσεις και τον αναδασμό του συγκεκριμένου νομού.
- Την εργασία και απασχόληση των πολιτών
- Την υγιεινή και πρόνοια
- Τον πολιτισμό, τον αθλητισμό καθώς και την παιδεία
- Την εμπορική ναυτιλία
- Την αγροφυλακή και πυροσβεστική
- Τη χωροταξία και γενικότερα το περιβάλλον
- Τη βιομηχανία, την ενέργεια, την τεχνολογία και το εμπόριο
- Τις μεταφορές και κάθε είδους επικοινωνία
- Τον τουρισμό
- Τη νέας γενιά και ισότητα των φύλων

Για την επιμέλεια των παραπάνω τομέων έχει δημιουργήσει τις αντίστοιχες διευθύνσεις, οι οποίες βρίσκονται διασκορπισμένες σε κάθε νομό. Ενδεικτικά, υπάρχει η Διεύθυνση Γεωργίας, η Διεύθυνση Μεταφορών, η Διεύθυνση Υγιεινής και πρόνοιας κλπ.

8.1. ΟΙ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΝΟΜΑΡΧΙΑΣ ΜΕ ΤΟΥΣ ΠΟΛΙΤΕΣ

Οι Οργανισμοί Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης για να λειτουργήσουν σωστά απαραίτητο είναι να συνεργάζονται με την εκάστοτε Κυβέρνηση, τους Οργανισμούς Τοπικής Αυτοδιοίκησης και φυσικά με τους πολίτες. Κάθε Νομαρχία απασχολεί πλήθος εργαζομένων, οι οποίοι προσπαθούν να υλοποιήσουν με τον καλύτερο τρόπο τις αποφάσεις των προϊσταμένων τους. Δηλαδή είναι οι υπάλληλοι που αγωνίζονται κάθε μέρα ώστε να φέρουν εις πέρας το δύσκολο έργο που τους έχει ανατεθεί. Επικοινωνούν καθημερινά με τους πολίτες κάθε Νομού και προσπαθούν να διεκπεραιώσουν ταχύτατα και αποτελεσματικά όλες τις υποθέσεις καθώς και τυχόν παράπονα ή προβλήματα.

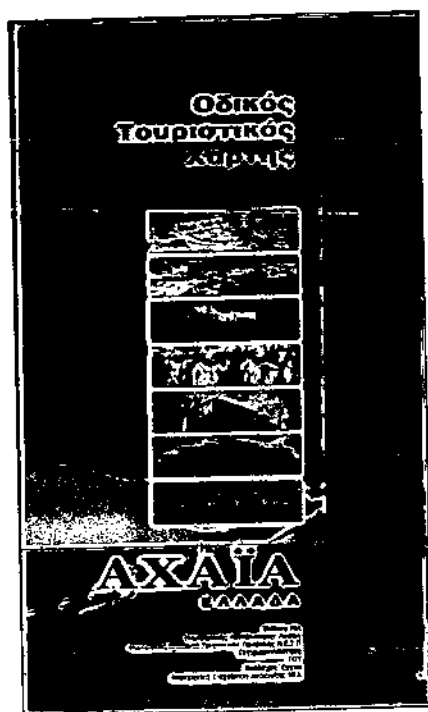
Για την εύρυθμη λειτουργία μιας Νομαρχίας, είναι απαραίτητο καθένας να γνωρίζει το ρόλο του, να ξέρει ανά πάσα στιγμή τι πρέπει να κάνει και να το πραγματοποιεί με ευχαρίστηση, έχοντας πάντα γνώμονα το κοινό συμφέρον. Παράλληλα, πολύ σημαντική θεωρείται η ύπαρξη άριστης οργάνωσης και σωστής επικοινωνίας μεταξύ των εργαζόμενων στη Νομαρχία και των πολιτών, ώστε να πραγματοποιηθούν οι «απαιτήσεις» των τελευταίων, εφόσον είναι λογικές.

Στην σημερινή εποχή όμως, σημασία δεν έχει μόνο να λύνεις τα προβλήματα που παρουσιάζονται αλλά και να τα «διαφημίζεις». Η ενημέρωση του πολίτη για την επιμέλεια του προβλήματός του και τη λύση του ή τουλάχιστον τη μέγιστη δυνατή καταβολή ως Νομαρχία. Όλες οι Νομαρχίες «διαφημίζουν» το έργο τους, επιθυμούν την δημιουργία μιας καλής εικόνας στα μάτια των πολιτών και την καλλιέργεια ενός ευχάριστου κλίματος μεταξύ τους.

Η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση φροντίζει να έρχεται πιο κοντά στον πολίτη, με πολλούς τρόπους. Μερικοί αναφέρονται παρακάτω:

- Η δημιουργία τοπικού τηλεοπτικού σταθμού, για την άμεση ενημέρωση των πολιτών για γεγονότα που διαδραματίζονται στο νομό τους και όχι μόνο.

- Η δημιουργία ραδιοφωνικού σταθμού για την άμεση και διαρκή ενημέρωση των πολιτών για θέματα που τους αφορούν καθώς και γεγονότα που διαδραματίζονται στον περιβάλλοντα χώρο.
- Η έκδοση εφημερίδας, η οποία αναφέρεται σε θέματα που αφορούν ολόκληρο το νομό.
- Η πραγματοποίηση διημερίδων, για τη συζήτηση διάφορων θεμάτων, για παράδειγμα: « Έκθεση Βιολογικών προϊόντων» , «Βιολογικές Καλλιέργειες», «Βιολογική Κτηνοτροφία», «Ανάπτυξη του Τουρισμού», «Ανάπτυξη Εμπορίου» , «Η Αιολική Ενέργεια Ανανεώσιμη Πηγή Ενέργειας» κλπ., καλώντας τους πολίτες να ενημερωθούν για τα συγκεκριμένα θέματα.



Έκδοση τουριστικού χάρτη του Νομού Αχαΐας

- Η έκδοση φυλλαδίων, χαρτών και βιβλίων που παρουσιάζουν τα τουριστικά αξιοθέατα, τους αρχαιολογικούς χώρους, τις ομορφιές κάθε Νομού και γενικότερα ό,τι είναι απαραίτητο να γνωρίζει οποιοσδήποτε θέλει να τον επισκεφτεί. Αυτό κυρίως γίνεται για την προβολή σε όλους τους πολίτες ακόμα και σε άτομα του εξωτερικού. Η έκδοση αποτελεί πρωτοβουλία των Νομαρχιακών Αυτοδιοικήσεων και των Νομαρχιακών Επιτροπών Τουριστικής Προβολής και συγχρηματοδοτείται από τον Ε.Ο.Τ.

- Τέλος, φροντίζει για τη διοργάνωση των προγραμμάτων σε Εθνικές και Τοπικές Επετείες.

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ
ΑΡΚΑΔΙΑΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΟΡΤΑΣΜΟΥ
ΕΘΝΙΚΗΣ ΕΠΕΤΕΙΟΥ
25^{ης} ΜΑΡΤΙΟΥ 1821

Εξώφυλλο προγράμματος εορτασμού εθνικής
επετείου από τη Νομαρχία Αρκαδίας

Εξώφυλλο προγράμματος για τον εορτασμό
τοπικής εορτής από τη Νομαρχία Αρκαδίας

ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗ ΑΡΚΑΔΙΑΣ



ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΕΟΡΤΑΣΜΟΥ
ΤΗΣ 184^{ης} ΕΠΕΤΕΙΟΥ ΤΗΣ 1^{ης} ΕΝ ΛΙΒΙΑΙΩ
ΝΙΚΗΤΗΡΙΟΥ ΜΑΧΗΣ ΤΩΝ ΕΛΛΗΝΩΝ
ΚΑΤΑ ΤΩΝ ΤΟΥΡΚΩΝ ΤΗΝ 14^η ΑΠΡΙΛΙΟΥ 1821



Διαφημιστικό έντυπο από την Ε.Ν.Ε.Ε. που συνιστά την προσοχή των οδηγών

Από τη στιγμή που δημιουργήθηκαν οι πρώτες Νομαρχίες έχει γίνει αντιληπτό ότι οι Νομάρχες, οι Νομαρχιακοί Σύμβουλοι και γενικότερα οι υπάλληλοι της Νομαρχίας δεν ενδιαφέρονται μόνο για το πώς θα λύσουν τα προβλήματα των πολιτών αλλά και για το πώς θα τα προβάλλουν. Για τον λόγο αυτό, δημιουργούν μία καλή εικόνα στους πολίτες ή διατηρούν την ήδη υπάρχουσα. Απαραίτητη θεωρείται και η δημιουργία εμπιστοσύνης. Όσο πιο σωστά ενημερωμένος είναι ο πολίτης αναφορικά με τα έργα της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης τόσο πιο πολύ θα την εμπιστεύεται.

Βλέπουμε συχνά τους Νομάρχες να πηγαίνουν σε τηλεοπτικές ή ραδιοφωνικές εκπομπές και να παρουσιάζουν τα σχέδια τους και το πώς θα καλυτερέψουν τον τόπο. Από τοπικές εφημερίδες και περιοδικά πληροφορούμαστε για τα έργα των Νομαρχιών και μπορούμε να δούμε το Νομάρχη και τους Νομαρχιακούς Συμβούλους, να ποζάρουν σε φωτογραφίες που εγκαινιάζουν ένα έργο της περιοχής το οποίο μόλις τελείωσε και να το διαφημίζουν. Μάλιστα έχουμε όλοι κατά νου την εικόνα στην οποία ένας δρόμος παραδίδεται στην κυκλοφορία και όλο το Νομαρχιακό Συμβούλιο και όχι μόνο, προσπαθεί να φωτογραφηθεί από τον τηλεοπτικό φακό με φόντο την κοπή της κορδέλας της εγκαινίασης του δρόμου.

Ένα άλλο παράδειγμα είναι όταν ένα μεγάλο αθλητικό γεγονός διοργανώνεται από τη Νομαρχία. Ο αρμόδιος Νομαρχιακός Σύμβουλος χαιρετίζει το

γεγονός στέλλοντας τις ευχαριστίες του στους πάντες και ιδιαίτερα στους υπάλληλους της Νομαρχίας που μόχθησαν σκληρά στην προετοιμασία του.

Άλλο ένα χαρακτηριστικό παράδειγμα, είναι οι μεγάλες αγροτικές συγκεντρώσεις διαμαρτυρίας έξω από το Νομαρχιακό κτίριο μέχρι τη στιγμή που ο Νομάρχης βγαίνει έξω για τον καθησυχασμό του πλήθους. Τους διαβεβαιώνει για την συζήτηση των προβλημάτων τους το γρηγορότερο δυνατό με σκοπό την εύρεση ικανοποιητικών λύσεων.

Από τα παραπάνω παραδείγματα γίνεται αντιληπτό πως οι Νομαρχίες προσπαθούν να δημιουργήσουν μια καλή εντύπωση στους πολίτες ώστε να βελτιώσουν τις μεταξύ τους σχέσεις. Αυτό δείχνει πως δίνουν μεγάλη σημασία στην εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων και συνεπώς ξοδεύουν κάποια χρήματα για την πραγματοποίηση διάφορων κοινωνικών, πολιτιστικών, αθλητικών και λοιπών εκδηλώσεων που έχουν σκοπό εκτός από την ευχαρίστηση και διασκέδαση των πολιτών, την καλλιέργεια ευχάριστου κλίματος και τη δημιουργία θετικής εικόνας της Νομαρχίας.

8.2. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ ΝΟΜΑΡΧΙΑΚΗΣ ΑΥΤΟΔΙΟΙΚΗΣΗΣ

Το έργο που επιτελούν οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις είναι πολύ σημαντικό για τις τοπικές κοινωνίες. Βασική προϋπόθεση για την επιτυχία του είναι η αμφίδρομη επικοινωνία με τους πολίτες. Για αυτό λοιπόν σήμερα, όλες οι Νομαρχιακές Αυτοδιοικήσεις έχουν ξεχωριστό γραφείο Δημοσίων και Διεθνών Σχέσεων. Παράλληλα έχει ήδη γίνει αντιληπτή η ανάγκη, ότι χρειάζονται εξειδικευμένοι επαγγελματίες για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων.

Η υλοποίηση της παραπάνω ανάγκης, έχει αρχίσει να γίνεται πραγματικότητα τα τελευταία χρόνια. Τα πρώτα βήματα είναι θετικά. Συγκεκριμένα, εκτός από τα άτομα που ήδη ασκούσαν καθήκοντα Δημοσίων Σχέσεων, επειδή έπρεπε να το κάνουν και όχι επειδή ήταν αρμοδιότητά τους, έχουν αρχίσει και προσλαμβάνονται επαγγελματίες.

Βέβαια, η παραπάνω διαδικασία γίνεται αργά αλλά σταθερά. Στο μέλλον, θα υπάρχουν στις συγκεκριμένες θέσεις μόνο εξειδικευμένα άτομα. Για καλύτερα αποτελέσματα όμως, πρέπει η Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση να συνεργάζεται με τις

Τοπικές, οι οποίες είναι πιο κοντά στον πολίτη λόγω εξυπηρέτησης λιγότερου πληθυσμού και μικρότερων αποστάσεων.

Έτσι, παράλληλα με τις Δημόσιες Σχέσεις που εφαρμόζονται στο χώρο της Τοπικής Αυτοδιοίκησης, υπάρχουν και οι Δημόσιες Σχέσεις στη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση. Έχουν να επιτελέσουν έναν εξίσου σημαντικό ρόλο για τις τοπικές κοινωνίες, μόνο που πρέπει να καλύψουν ένα ευρύτερο πεδίο, όπως είναι ολόκληρος ο νομός. Σε κάθε Νομαρχία υπάρχει γραφείο Δημοσίων Σχέσεων, στις αρμοδιότητες του οποίου συμπεριλαμβάνονται :

1. Η οργάνωση και τέλεση Δημοσίων εορτών.
2. Η μέριμνα για την οργάνωση πάσης φύσεως εκδηλώσεων.
3. Η σύναψη σχέσεων με τους αντιπρόσωπους ξένων κρατών.
4. Η ανταλλαγή πρωτοβουλιών που προωθούν τη σύσφιξη των σχέσεων της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης με τις χώρες της Ευρωπαϊκής Ένωσης, των Βαλκανίων και των λοιπών χωρών.
5. Η οργάνωση και φιλοξενία επίσημων και ομάδων.
6. Η οργάνωση συνεδρίων και σεμιναρίων.

Για μεγαλύτερη επιτυχία στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων των Νομαρχιών, θεωρείται απαραίτητη η συνεργασία με το γραφείο Μ.Μ.Ε. και Επικοινωνίας, σε όποιες από αυτές υπάρχει. Οι αρμοδιότητες του συγκεκριμένου γραφείου είναι οι εξής:

1. Η ενημέρωση του Νομάρχη για θέματα επικαιρότητας του Νομού.
2. Η ενημέρωση των τοπικών μέσων μαζικής ενημέρωσης για τις αρμοδιότητες των Νομαρχιακών Οργάνων
3. Η τήρηση αρχείου δημοσιευμάτων και οπτικοακουστικού υλικού που αφορά την Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση
4. Η διοργάνωση συνεντεύξεων τύπου της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης
5. Η δημοσίευση Δελτίου Τύπου
6. Η δημοσίευση Ανακοινώσεων

Όπως σε όλους τους τομείς στα πλαίσια του Κράτους, έτσι και στη Νομαρχιακή Αυτοδιοίκηση υπάρχουν άτομα τα οποία ως «μαύρα πρόβατα», δρουν αντίθετα με τα «πρέπει» και την ηθική. Για παράδειγμα μπορεί κάποιος να ζητήσει τον κρυφή χρηματισμό του για την προώθηση μιας υπόθεσης, προς ζημία του κοινού

συμφέροντος. Ένα ακόμα παράδειγμα είναι τα εγκαίνια ενός ετοιμοπαράδοτου δρόμου από το Νομόρχη. Εάν έπειτα από κάποιο μικρό χρονικό διάστημα παρουσιαστούν σημαντικές κακοτεχνίες ή ελλείψεις, τότε ο απλός πολίτης – το κοινό αίσθημα, στρέφεται εναντίον των υπαλλήλων της Νομαρχίας μόνο και μόνο επειδή ήταν παρόντες στα εγκαίνια και τους έχει συνδέσει με το γεγονός και συνεπώς με τη «ζημία».

Αυτές βέβαια είναι μεμονωμένες περιπτώσεις, οι οποίες καταστρέφουν την καλή εικόνα, τη φήμη της Νομαρχίας και έχουν ως συνέπεια να χαθεί η εμπιστοσύνη προς το πρόσωπό της. Παρόλα αυτά οι πολίτες δεν θα πρέπει να ανησυχούν. Εδώ θα φανεί και η χρησιμότητα των Δημοσίων Σχέσεων ενισχύοντας στην επαναφορά της καλής εικόνας, παρουσιάζοντας τα συγκεκριμένα περιστατικά, προσπαθώντας για την αμεσότερη αντιμετώπισή τους και την ανάκτηση της εμπιστοσύνης.

Από τη στιγμή που υπάρχουν τα γραφεία Δημοσίων Σχέσεων, οι αρμόδιοι έχουν την υποχρέωση να ενημερώνουν το κοινό για τα πάντα. Οφείλουν να προβάλλουν την πραγματική εικόνα της Νομαρχίας, να πληροφορούν τους πολίτες για τις οποιεσδήποτε ενέργειές τους και να παρουσιάζουν ακόμα και τα δυσάρεστα γεγονότα. Έτσι θα συμβάλλουν στην διατήρηση της εμπιστοσύνης του λαού.

8.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Ο ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων είναι πολύ σημαντικός και ταυτόχρονα δύσκολος. Με την έρευνα που κάναμε, διαπιστώσαμε πως οι Νομαρχίες ενδιαφέρονται άμεσα για την ανάπτυξη του συγκεκριμένου κλάδου στα πλαίσιά τους. Αν και γίνονται αρκετές προσπάθειες, υπάρχουν πολλά προβλήματα τα οποία έχουν αρχίσει να λύνονται σταδιακά αλλά θα χρειαστεί να περάσει καιρός για την ολοκληρωτική αντιμετώπισή τους.

Από τις συζητήσεις που είχαμε με τους υπαλλήλους των Νομαρχιών Αρκαδίας, Αχαΐας και Λακωνίας που επισκεφτήκαμε, καταλάβαμε πως λειτουργεί το σύστημα. Σύμφωνα με τα λεγόμενά τους (τα οποία ισχύουν στις περισσότερες Νομαρχίες της Ελλάδος), επηρεάζονται πολύ από την κοινή γνώμη, η οποία πολλές φορές καθορίζει και την πορεία δράσης τους.

Επίσης διαπιστώσαμε πως όλες οι Νομαρχίες της Ελλάδος διαθέτουν γραφεία Δημοσίων Σχέσεων. Τα άτομα που το απαρτίζουν ασχολούνται κυρίως με την

οργάνωση, προετοιμασία και υλοποίηση εκδηλώσεων, με την πληροφόρηση των Μ.Μ.Ε. , με τη συλλογή τοπικών ειδήσεων και δημοσιευμάτων και ασφαλώς με την ενημέρωση του Νομάρχη σχετικά με θέματα που αφορούν υπηρεσίες του Νομού. Οι περισσότεροι είναι απόφοιτοι ανωτέρων και ανωτάτων σχολών ενώ υπάρχουν λίγοι που έχουν σπουδάσει Μάρκετινγκ, Δημοσιογραφία, Δημόσιες Σχέσεις ή Επικοινωνία

Οι ίδιοι οι υπάλληλοι του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων μάς ανέφεραν πως για να κατέχει κάποιος τη θέση αυτή, πρέπει πρώτα απ' όλα να έχει την κατάλληλη εκπαίδευση-μόρφωση και τη γνώση ξένων γλωσσών. Παράλληλα χρειάζεται εμπειρία, προσωπικότητα, ήθος, εξυπνάδα, ταχύτητα και επικοινωνιακή διάθεση.

Επιπλέον, συμφώνησαν ότι οι Δημόσιες Σχέσεις βοηθούν στην προβολή της θετικής εικόνας και στη δημιουργία καλού κλίματος με τους πολίτες, συνεπώς είναι το Άλφα και το Ωμέγα για κάθε οργανισμό-επιχείρηση. Παρόλα αυτά, τα ποσά που διαθέτουν για τους σκοπούς των Δημοσίων Σχέσεων είναι σχετικά μικρά.

Σχετικά με τον τρόπο εφαρμογής τους αποσκοπούν στον καλύτερο σχεδιασμό και μελέτη ώστε να προλαμβάνονται τυχόν λάθη ή να διορθώνονται έγκαιρα. Ιδιαίτερα σημαντικός θεωρείται και ο αριθμός των ατόμων, τα οποία αποδεικνύονται λίγα και μη εξειδικευμένα. Αναφέρεται πως απαιτείται η διάθεση μεγαλύτερων ποσών καθώς και η καλύτερη προβολή του έργου του Νομάρχη, της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης και γενικότερα του Νομού.

Τέλος, θεωρούμε απαραίτητο να επισημάνουμε τη βαρύτητα που δίνουν σήμερα τα ίδια τα στελέχη της Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων, προσπαθώντας να τις υλοποιήσουν με τις υπάρχουσες γνώσεις που διαθέτουν, γνωρίζοντας τη σημασία που έχει γενικά η προβολή μιας καλής εικόνας ενός οργανισμού προς τα έξω, προς την κοινωνία.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 9

Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Εκπαίδευση

9.1. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΠΡΩΤΟΒΑΘΜΙΑ ΚΑΙ ΔΕΥΤΕΡΟΒΑΘΜΙΑ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Τα εκπαιδευτικά ιδρύματα στη χώρα μας αντιμετωπίζουν αρκετά προβλήματα. Δεν έχουμε παρά να ρίξουμε μία ματιά στους τίτλους των εφημερίδων ή και στα καθημερινά νέα στην τηλεόραση. Απεργίες δασκάλων και καθηγητών, αιτιάσεις των γονέων για ουσιαστική ανανέωση της διδακτέας ύλης, εμφάνιση κακοποιών στοιχείων μέσα στα σχολεία, κλπ. Τα περισσότερα μάζ είναι γνωστά από την εμπειρία μας και τα ζούμε καθημερινά. Η λίστα με τα προβλήματα που εμφανίζονται στα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι συνεχώς αυξανόμενη. Εύκολα γίνεται κατανοητό πως είναι αναγκαίο να υπάρξουν Δημόσιες Σχέσεις στη διοίκηση των Δημοτικών σχολείων και των Γυμνασίων / Λυκείων. Μέχρι σήμερα όμως ο νόμος δεν προβλέπει την ύπαρξή τους. Στο εκπαιδευτικό περιβάλλον πρέπει να προσεγγισθούν οι ομάδες κοινού που το απαρτίζουν, να αναλυθούν, να διευκρινιστούν τα προβλήματα που υπάρχουν και να γίνει προσπάθεια επίλυσής τους με την εφαρμογή προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων.

Οι βασικές ομάδες κοινού στο εκπαιδευτικό περιβάλλον που πρέπει να προσεγγισθούν είναι οι ακόλουθες :

- ❖ Οι δάσκαλοι και οι καθηγητές αποτελούν πλέον μια καλά οργανωμένη και με μεγάλη επιρροή δύναμη. Τα συνδικάτα τους και οι επαγγελματικοί τους οργανισμοί ασχολούνται με κάθε φάση της λειτουργίας των δημοσίων σχολείων. Οι ομάδες αυτές επηρεάζουν και άλλες ομάδες κοινού όπως οι νομοθετούντες, τα κυβερνητικά όργανα και οι γονείς. Καθώς όλα τα τμήματα του πληθυσμού απαιτούν να έχουν μια πιο ισχυρή φωνή για το τι συμβαίνει στην τάξη, πολλοί δάσκαλοι και καθηγητές νιώθουν ότι χάνουν κομμάτι από την εξουσία τους. Όπως και οι υπόλοιπες ομάδες εργαζομένων, οι δάσκαλοι και οι καθηγητές τείνουν να οργανώνονται σε συνδικάτα προκειμένου να εξασφαλίσουν την απαιτούμενη επιρροή ως προς τι συμβαίνει στο χώρο που εργάζονται. Κάθε αποτελεσματική προσπάθεια Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να γνωρίζει το σημαντικό ρόλο που οι δάσκαλοι και οι καθηγητές μπορούν να προσφέρουν στο σχολικό χώρο και να λαμβάνουν τα κατάλληλα μέτρα ώστε να ενισχυθεί η συμμετοχή τους στο επικοινωνιακό σύστημα.

- ❖ Οι μαθητές είναι πια περισσότερο ενεργείς και έχουν αποκτήσει σημαντική φωνή. Πολλές φορές ομάδες μαθητών απαιτούν να συμμετέχουν στη λήψη αποφάσεων που επηρεάζουν το εκπαιδευτικό περιβάλλον. Οι προσπάθειες των Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να είναι σχεδιασμένες ώστε να εξηγούνται στους μαθητές οι λόγοι που οδήγησαν στη λήψη των αποφάσεων που τους επηρεάζουν. Παρ' όλα αυτά, προκειμένου τα προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων σχολείων (και φυσικά του Υπουργείου Παιδείας) να κατανοούν τις ανάγκες των φοιτούντων, θα πρέπει να είναι σε θέση να αξιολογήσουν τη γνώμη των μαθητών και να προβλέπουν την αντίδραση στις αποφάσεις προτού αυτές ληφθούν.
- ❖ Οι γονείς λειτουργούν ως ένα εσωτερικό και ως ένα εξωτερικό κοινό. Επιδεικνύουν εκ των πραγμάτων μεγάλο ενδιαφέρον σε κάθε τι που επηρεάζει τα παιδιά τους. Συχνά είναι τόσο καλά ενημερωμένοι όσο και οι ίδιοι οι μαθητές για τα σχολικά γεγονότα. Πολλοί γονείς συμμετέχουν εθελοντικά στα τοπικά σχολεία μέσω των Συλλόγων Γονέων και Κηδεμόνων. Πολλές φορές οι γονείς νιώθουν ότι συμμετέχουν στη ζωή του σχολείου τόσο όσο και το προσωπικό, αν και η συμμετοχή τους είναι μόνο μερική. Οι οργανώσεις των διδασκόντων υποστηρίζουν ότι η συμμετοχή των γονέων είναι ζωτικής σημασίας για μια σωστή εκπαίδευση. Τα προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να είναι σχεδιασμένα με τέτοιο τρόπο ώστε να κερδίζουν την επιδοκιμασία των γονέων για να επιτευχθεί η συνεργασία στην κοινή προσπάθεια μόρφωσης των παιδιών.

Παρ' όλα αυτά όμως ο νόμος δεν προβλέπει την άσκηση δημοσίων σχέσεων στα σχολεία, με αποτέλεσμα να δημιουργείται διάσταση μεταξύ καθηγητών-μαθητών και διοικητικών παραγόντων. Στην επίσκεψή μας σε σχολεία της Πάτρας, Σπάρτης και Τρίπολης διαπιστώσαμε την μη εφαρμογή δημοσίων σχέσεων στους εκπαιδευτικούς αυτούς φορείς, κυρίως όσον αφορά μια οργανωμένη μορφή προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων και την εφαρμογή τους. Σε όλα τα σχολεία που έγινε έρευνα δόθηκαν ερωτηματολόγια προς συμπλήρωσή τους για να καταστεί δυνατή, μέσω των απαντηθέντων ερωτήσεων η διεξαγωγή συμπερασμάτων και αναλυτικότερης προσέγγισης του προβλήματος της μη οργανωμένης άσκησης δημοσίων σχέσεων στα σχολεία. Παράλληλα, θεωρήθηκε αναγκαία η συνέντευξη με τους Διευθυντές των σχολείων καθώς και με καθηγητές που επωμίζονται συχνά καθήκοντα «δημοσίων

σχέσεων» για παράδειγμα την οργάνωση εορτών και εκδηλώσεων του σχολείου για την πληρέστερη πληροφόρησή μας μέσω διαλόγου και εκτενής συζήτησης.

Η συμβολή των Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί γεγονός αδιαμφισβήτητο και δύναται να επηρεάσει οποιοσδήποτε συνθήκες διεξαγωγής κάποιας διαδικασίας ανάλογα με τις κατευθυντήριες γραμμές που θα ακολουθηθούν κατά την πορεία αυτή. Το ίδιο συμβαίνει και στον καίριο τομέα της Δημόσιας Εκπαίδευσης όπου η παρουσία των δημοσίων σχέσεων είναι ακόμα ισχνή, αναμφίβολα όμως, εξελικτικά δημιουργική για την αποτελεσματικότερη διεξαγωγή της εκπαιδευτικής και εν γένει σχολικής πράξης. Πιο συγκεκριμένα, ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων στην Δημόσια Εκπαίδευση θα μπορούσε να εφαρμοστεί :

- Ως ομάδα υπευθύνων οργανωτών συνελεύσεων, μεταξύ καθηγητών με σκοπό την παρουσίαση των αποτελεσμάτων των μαθητικών επιδόσεων ανά τακτά χρονικά διαστήματα, την σύγκρισή τους με παλαιότερη και τον επανακαθορισμό παιδαγωγικών στόχων για την επιτυχέστερη διεκπεραίωση της εκπαιδευτικής πράξης. Σκοπός του τομέα των Δημοσίων Σχέσεων είναι η μεθοδική οργάνωση της διδασκαλίας με τελικό στάδιο τη βέλτιστη εικόνα του σχολείου ως ικανοποιητικό σε συνάρτηση με την εκπαιδευτική του προσφορά στους μαθητές.
- Ως ομάδα υπευθύνων οργανωτών συγκεντρώσεων μεταξύ μαθητών-καθηγητών με σκοπό τη συζήτηση περί παιδαγωγικών θεμάτων που απασχολούν τους πρώτους καθώς και ενισχυτικά τμήματα διδασκαλίας με στόχο την αποσαφήνιση της σχολικής ύλης που δεν κατέστη επαρκώς κατανοητή κατά τη διάρκεια των τακτικών παραδόσεων των σχολικών μαθημάτων. Έτσι το επίπεδο της τάξης και του σχολείου ανελίσσεται σε πλαίσια κοινωνικά όσο και αμιγώς παραγωγικά σε συνάρτηση με τη διδασκόμενη ύλη.
- Ως ομάδα υπευθύνων οργανωτών συναντήσεων γονέων και καθηγητών με σκοπό αρχικά την ενημέρωση των πρώτων σχετικά με το πρόγραμμα και τις μεθόδους διδασκαλίας που προτίθεται ο καθηγητής να εφαρμόσει μέσα στην τάξη με την έναρξη της σχολικής χρονιάς και αργότερα σχετικά με την

επίδοση των μαθητών κατά την διδακτική πράξη καθώς και την διαγωγή τους. Σκοπός είναι ο πλήρης εναγκαλισμός του παιδιού-μαθητή από στελέχη του εγγύτερου περιβάλλοντός του που θα επιδείξουν το ενδιαφέρον τους σχετικά με την βελτίωση της προόδου του και συνολικά θα ωφελήσουν σε μια πιο πλουραλιστική σχολική και μαθητική εικόνα συνεργασίας και ευγενούς άμιλλας.

- Ως ομάδα υπευθύνων διοργανωτών επισκέψεων από ειδικευόμενες ομάδες ψυχολόγων-παιδαγωγών που σε συνεργασία με τους καθηγητές, θα παρακολουθούν και θα υποστηρίζουν τους μαθητές σε ψυχολογικό επίπεδο, τόσο σχετικά με την καθημερινή τους ενδοταξική προσπάθεια όσο και εν γένη με την ενδοσχολική συμπεριλαμβάνοντας και την ατομική-προσωπική τους υποστήριξη καλύπτοντας εξωσχολικούς τομείς με σκοπό την υγιέστερη ψυχολογική ανάπτυξη των μαθητών που μακροπρόθεσμα θα συντελέσει στην διαμόρφωση πλήρως ολοκληρωμένων και συνεπώς επιτυχημένων ατόμων στο στάδιο της αποφοίτησης. Παράλληλα, ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων θα μπορούσε να επιτύχει τη συνεννόηση ομάδας γιατρών που θα εξετάζουν ανά τακτά χρονικά διαστήματα την σωματική υγεία των μαθητών προκειμένου να καταστεί εφικτή η κατά μέσον όρο διατήρηση ενός αποδεκτού επιπέδου ψυχοσωματικής υγείας των μαθητών ώστε να είναι πρόσφοροι προσλήπτες όλων όσων απορρέουν από την εκπαίδευση στο σύνολό της (γυμναστική, μουσική, θεωρητικά και πρακτικά μαθήματα).
- Ως οργανωτές εκδρομών σε Ελλάδα και εξωτερικό τόσο για εκπαιδευτικούς όσο και για ψυχαγωγικούς λόγους. Τα διδακτικά δεδομένα έχει αποδειχτεί ότι καθίστανται κατανοητά σε επαρκέστερο βαθμό, όταν συνδυάζονται με τα παρελκόμενα διδακτικά μέσα (κυρίως εποπτικά). Εκδρομές που συνδυάζουν εκπαιδευτικούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς θα μπορούσαν να αποτελέσουν αντικείμενο μέρμινας απ'το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων ενός Δημοσίου Σχολείου με σκοπό την απόκτηση περισσότερων εμπειριών και πλουσιότερου εσωτερικού διακόσμου, γνωρίζοντας πολιτισμούς, μνημεία και συνάπτοντας σχέσεις με αντίστοιχα σχολεία άλλων πόλεων ή χωρών προωθώντας την καλύτερη λειτουργία του συγκεκριμένου σχολείου και σε ευρύτερο περιβάλλον.

- Ως οργανωτές εκδηλώσεων ψυχαγωγικού χαρακτήρα όντας υπεύθυνοι για κρατήσεις θέσεων, ενουικιάσεις χώρων διασκέδασης, κοπής εισιτηρίων κτλ.
- Ως συντονιστική ομάδα δημιουργίας σχολικής εφημερίδας ώστε να συνάψουν συμφωνίες με εταιρείες που επιθυμούν τη διαφήμιση των προϊόντων τους στο διαφημιστικό τμήμα της εφημερίδας καθώς και για την ανεύρεση χορηγών για την οικονομική προώθηση της μαθητικής αυτής δραστηριότητας και την περαιτέρω γνωστοποίησή της προκειμένου να γίνει εφικτή η επέκταση της σχολικής εφημερίδας σε ενδοκοινοτική κτλ.
- Ως υπεύθυνοι διοργανωτές καλλιτεχνικών εκδηλώσεων για παράδειγμα παρουσίαση μουσικής βραδιάς στο Μέγαρο Μουσικής από μέρους της σχολικής χορωδίας, αντίστοιχη παρουσίαση θεατρικών έργων σε παραχωρούμενες θεατρικές σκηνές, οργάνωση εκθέσεων ζωγραφικής όπου θα προβάλλονται μαθητικά έργα ζωγραφικής και ενίοτε εν δυνάμει προσφερόμενα προς πώλησιν.
- Ως οργανωτές επισκέψεων σε μουσεία και σημαντικά αξιοθέατα με την αντίστοιχη συνοδεία ξεναγού με σκοπό την επαφή των μαθητών με ιστορικούς και αρχαιολογικούς χώρους.
- Ως οργανωτική ομάδα δημιουργίας ηλεκτρονικής σελίδας σχετικά με τις πάσης φύσεως πληροφορίες για τα γεγονότα που λαμβάνουν χώρα στο συγκεκριμένο σχολείο. Σκοπός είναι η εφαρμογή μιας μοντέρνας προωθητικής τακτικής που θα εντάξει το σχολείο στα ταχύτατα εξελικτικά δεδομένα της εποχής και θα το καταστήσει αντάξιο των τεχνολογικά εκμοντερνισμένων σχολείων του εξωτερικού.
- Ως ομάδα ενημέρωσης των μαθητών σχετικά με τις σπουδές στο εξωτερικό και τις προσφορές των ξένων πανεπιστημίων στον τομέα των υποτροφιών κτλ. Σκοπός είναι η ανάδειξη των μαθητών του δημοσίου σχολείου και στους εκπαιδευτικούς χώρους του εξωτερικού, επανδρώνοντας ικανοποιητικά το παγκόσμιο επιστημονικό προσωπικό.

Συμπερασματικά, γίνεται κατανοητή η συμβολή των Δημοσίων Σχέσεων και η αναγκαία εφαρμογή τους στους εκπαιδευτικούς φορείς του Δημοσίου και ιδιαίτερα στα σχολεία (Δημοτικά, Γυμνάσια, Λύκεια) που μέχρι τώρα ήταν ισχνή. Με την ακολουθία κατάλληλων προγραμμάτων από μέρους των ατόμων που επωμίζονται την εφαρμογή τους, οι Δημόσιες Σχέσεις θα αποβούν ωφέλιμες στους ζωτικούς τομείς της δημόσιας ζωής και ιδιαίτερα στην εκπαίδευση που είναι υπεύθυνη για την στελέχωση του κρατικού μηχανισμού με άτομα που διαθέτουν ολοκληρωμένη προσωπικότητα, επαρκή σχολική κατάρτιση και γερά θεμέλια για την προοπτική περαιτέρω εξειδίκευσης με στόχο μια επιτυχημένη επαγγελματική πορεία. Συνεπώς, η χρησιμότητα των Δημοσίων Σχέσεων έγκειται στην διαμόρφωση ενός παραγωγικού εκπαιδευτικού συστήματος που θα επιτρέπει την ομαλή και επικερπή συνεργασία μεταξύ καθηγητών και μαθητών. Εν τέλει, ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων παρά το γεγονός ότι τα αποτελέσματά του δεν είναι άμεσα εμφανή, το έργο του επηρεάζει βαρυσήμαντα τον τομέα της εκπαίδευσης λαμβάνοντας βεβαίως υπόψη την μη οργανωμένη εφαρμογή του στον χώρο της Ελλάδας σε αντίθεση με του εξωτερικού.

9.2. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΗΝ ΑΝΩΤΕΡΗ ΚΑΙ ΑΝΩΤΑΤΗ ΕΚΠΑΙΔΕΥΣΗ

Στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση, η πρακτική των Δημοσίων Σχέσεων έχει ήδη εδραιωθεί. Τα κολέγια και τα πανεπιστήμια, τόσο τα δημόσια όσο και τα ιδιωτικά, έχουν κατανοήσει προ πολλού την ανάγκη δημιουργίας και καλλιέργειας θετικής κοινής γνώμης. Παρ' όλη τη μακρόχρονη ιστορία τους, οι Δημόσιες Σχέσεις στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση είναι πολύ πιθανόν να αντιμετωπίζουν την πιο δύσκολη εποχή τους.

Η μαζική κινητοποίηση και η μαχητικότητα των φοιτητών κατά τη διάρκεια της δεκαετίας του 1960 οδήγησε σε μεγάλο αριθμό πολύπλευρων αλλαγών στη λειτουργία των κολεγίων και των πανεπιστημίων. Η δομή και η διδακτέα ύλη των μαθημάτων άλλαξε προκειμένου να προσαρμοστεί στα ενδιαφέροντα των πολιτικά και κοινωνικά δραστηριοποιούμενων φοιτητών. Οι κανόνες λειτουργίας τους και οι

προϋποθέσεις εισαγωγής άλλαξαν και χαλάρωσαν ως απάντηση στην πίεση που ασκούσαν οι φοιτητές.

Στα τέλη της δεκαετίας του 1990 οι φοιτητές έχουν γίνει πολύ περισσότερο πραγματιστές. Πολύ συχνά ενδιαφέρονται περισσότερο για την προετοιμασία της επαγγελματικής τους καριέρας και της δυνατότητας να μεγιστοποιήσουν το εισόδημά τους. Το ερώτημα που σήμερα θέτουν οι φοιτητές είναι εάν η μετά-λυκειακή εκπαίδευση πράγματι αξίζει το χρόνο, την προσπάθεια και τα έξοδα που προϋποθέτει και απαιτεί.

Η ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση έχει απαντήσει σε αυτού του είδους τις πιέσεις με το να προσφέρει προγράμματα σπουδών που έχουν ως κεντρικό άξονα αναφοράς την ίδια την καριέρα. Επιπλέον, αναζητούνται ως φοιτητές άτομα τα οποία δεν είναι απλώς ο παραδοσιακός 18χρονος απόφοιτος του λυκείου. Τόσο οι σπουδές που οδηγούν στην απόκτηση πτυχίου όσο και τα εκπαιδευτικά προγράμματα συνεχιζόμενης εκπαίδευσης που δεν οδηγούν σε πτυχίο προσπαθούν να ανταποκριθούν στις ανάγκες των φοιτητών όλων των ηλικιών. Η εξ αποστάσεως εκπαίδευση έχει γίνει ένα κοινά αποδεκτό μέσον για να προσελκύονται οι μη παραδοσιακοί φοιτητές ή εκείνοι που δεν είναι σε θέση να παρακολουθούν τους παραδοσιακούς κύκλους σπουδών (π.χ. εργαζόμενες μητέρες, άτομα με ειδικές ανάγκες, κλπ.).

Η ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση έχει γίνει μία δια βίου εκπαίδευση και δεν είναι πλέον μία σύντομη χρονικά περίοδος εκμάθησης. Η σκληρή πραγματικότητα με την οποία πολύ σύντομα θα βρεθούν αντιμέτωπα τα ανώτερα και ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα είναι πώς να ικανοποιήσουν τις ανάγκες μιας μεταβαλλόμενης κοινωνίας χωρίς, από την άλλη μεριά, να θυσιάσουν την ποιότητα των υπηρεσιών που παρέχουν. Οι επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων θα πρέπει να βοηθήσουν τα εκπαιδευτικά αυτά ιδρύματα να κάνουν γνωστά τα νέα τους προγράμματα σε ένα κοινό που συνεχώς μεταβάλλεται. Ακολουθούν ορισμένες από αυτές τις μεταβαλλόμενες ομάδες κοινού οι οποίες και αλληλοκαλύπτονται :

Εσωτερικές : Φοιτητές

Ακαδημαϊκό Προσωπικό

Διοικητικό Προσωπικό

Απόφοιτοι

Γονείς

Εξωτερικές : Απόφοιτοι

Γονείς

Κρατικοί φορείς

Επαγγελματικές οργανώσεις

Εκδοτικοί οίκοι

Επιχειρήσεις και βιομηχανίες που απασχολούν
πτυχιούχους

Τοπική κοινότητα

Η υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων ενός Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος για να πετύχει τους σκοπούς της και να αποφέρει ευεργετικά αποτελέσματα θα πρέπει να εφαρμόσει ένα πρόγραμμα που :

- ⇒ Θα ανακαλύπτει τα κενά του ιδρύματος , ως προς την ενημέρωση, διδασκαλία, επιστημονική έρευνα, τρόπο εξετάσεων και να προτείνει , με την μορφή εισηγήσεων , μεθόδους και μέσα για την αναπροσαρμογή των λειτουργιών του οι οποίες θα πρέπει να ενεργούν ορθά και κατά τον ωφελιμότερο τρόπο. Έτσι η υπηρεσία δημοσίων σχέσεων από την μία θα υποβοηθεί για την ορθή και εύρυθμη λειτουργία του Εκπαιδευτικού Ιδρύματος ενώ από την άλλη θα προβάλλει τα εκπαιδευτικά και επιστημονικά επιτεύγματα του Ιδρύματος.
- ⇒ Θα επιδιώκει την πανελλήνια και παράλληλα τη διεθνή προβολή του σε επιστημονικό και επιμορφωτικό πεδίο.
- ⇒ Θα επιδιώκει την προβολή του εθνικού πολιτισμού μέσω της σπουδάζουσας νεολαίας τόσο στο εσωτερικό όσο και στο εξωτερικό με το να έχει την επιμέλεια εκδηλώσεων εθνικής, επιστημονικής και πολιτισμικής διαφώτισης του λαού μας με την βοήθεια και συνεργασία καθηγητών και φοιτητών-σπουδαστών .
- ⇒ Θα συμβάλλει με τον οποιοδήποτε τρόπο ώστε το Ίδρυμα να επιδιώκει και να πραγματοποιεί συγχρονισμό και αρμονική ανάπτυξη της εκπαίδευσης και της παιδείας .

- ⇒ Θα έχει την επιμέλεια για την οργάνωση και προβολή (χώρο, χρόνο, τρόπο) αλλά και την ύπαρξη στο Ίδρυμα της πολλαπλότητας των θεωριών της επιστήμης, των ιδεών και των τεχνών.
- ⇒ Θα έχει την επιμέλεια του περιορισμού στον πανεπιστημιακό χώρο των πολιτικών βιαιοτήτων και της οποιασδήποτε πολιτικής προπαγάνδας που δρα ανασταλτικά στην ομαλή λειτουργία του Εκπαιδευτικού Ιδρύματος. Είναι ανθρωπιστικά και κοινωνικά αναγκαίος ο περιορισμός της ύπαρξης και δράσης περιθωριακών και αναρχικών ατόμων ή ομάδων με στόχο την επίλυση των προβλημάτων τους ώστε να γίνουν χρήσιμα μέλη στην κοινωνία.
- ⇒ Θα επιδιώκει την εφαρμογή, βάσει του προγράμματος δημοσίων σχέσεων, μιας νέας νοοτροπίας σχέσεων, οργάνωσης και δράσης όλων των τριτοβάθμιων εκπαιδευτικών φορέων .
- ⇒ Θα αναπτύξει σε συνεργασία με την διοίκηση κίνητρα για τους εργαζομένους για την όσο το δυνατόν καλύτερη λειτουργία των υπηρεσιών του Ιδρύματος .
- ⇒ Θα φροντίζει για την εξασφάλιση βιβλίων, διαφόρων εντύπων και πηγών για την διερεύνηση γνώσεων τόσο από καθηγητές όσο και από τους φοιτητές παρέχοντας ενημέρωση και επιμέρους πληροφορίες πάνω στα τελευταία επιτεύγματα της επιστήμης, της τεχνολογίας αλλά και των γραμμάτων και των τεχνών.
- ⇒ Θα φροντίζει για τη μεθοδική επαφή και επικοινωνία του οργανισμού με τους φοιτητές και την κοινωνία.
- ⇒ Θα προσπαθεί να περιορίσει τα παράπονα των φοιτητών-σπουδαστών, βοηθώντας άμεσα και ριζοσπαστικά για την επίλυση ατομικών ή ομαδικών λογικών αιτημάτων.
- ⇒ Θα συμβάλλει στην καλύτερη εξυπηρέτηση των αλλοδαπών φοιτητών και στην επιμόρφωσή τους λαμβάνοντας υπόψιν και δείχνοντας τον απαιτούμενο σεβασμό στα δικά τους ήθη και έθιμα.

⇒ Θα ενημερώνει τους μαθητές των λυκείων της χώρας μέσω φυλλαδίων και ενημερωτικών εντύπων για τις λεπτομέρειες, τον τρόπο και τα μέσα αλλά και τον χρόνο μόρφωσης για την απόκτηση μιας ειδικότητας στην επιστήμη αλλά και για τις προοπτικές για μια πετυχημένη σταδιοδρομία.

Κατά την επίσκεψή μας σε εκπαιδευτικούς φορείς της τριτοβάθμιας εκπαίδευσης στην Πάτρα, Τρίπολη και Σπάρτη, στο Πανεπιστήμιο Πατρών, στο Ανώτατο Τεχνολογικό Εκπαιδευτικό Ίδρυμα Πατρών και στο Πανεπιστήμιο Πελοποννήσου ήρθαμε σε επαφή με το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων (όπου αυτό υπήρχε) για την πληρέστερη ενημέρωσή μας σχετικά με τις αρμοδιότητες και λειτουργίες του τμήματος καθώς και για την αναγκαιότητα του στα πλαίσια ενός οργανωμένου εκπαιδευτικού οργανισμού. Μέσω ερωτηματολογίων και εκτενούς συζήτησης με τους υπευθύνους του τμήματος κατέστη δυνατό να αποσαφηνίσουμε την ύπαρξη και λειτουργία του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων και να κατανοήσουμε την αναγκαιότητά του ως ένα επιμέρους τμήμα της διοικητικής υπηρεσίας .



A.T.E.I. ΠΑΤΡΩΝ

Μ. Αλεξάνδρου 1, Κουκούλι, 263 34 - Πάτρα

ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΟ ΚΕΝΤΡΟ: 0610 369 000

ΠΡΩΤΟΚΟΛΛΟ: ΤΗΛ.: 0610 369 113

ΓΡΑΜΜΑΤΕΙΑ ΠΡΟΕΔΡΟΥ Α.Τ.Ε.Ι.:

ΤΗΛ.: 0610 369 104, 369 105

ΓΡΑΦΕΙΟ ΠΛΗΡΟΦΟΡΙΩΝ ΚΑΙ

ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ:

ΤΗΛ.: 0610 369 135, 369 136,

FAX.: 0610 369 165

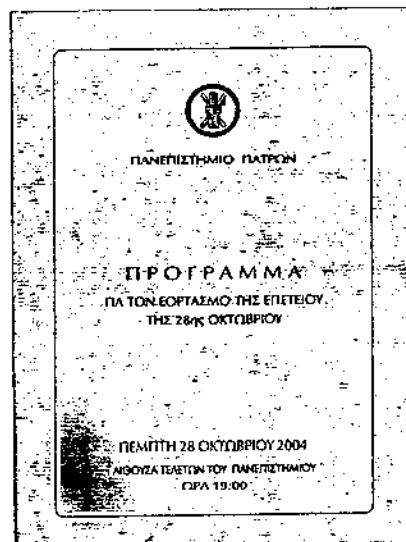
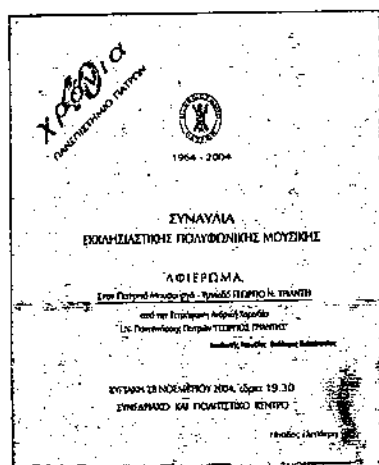
Απόκομμα ενημερωτικού εντύπου του Α.Τ.Ε.Ι. Πατρών όπου γίνεται φανερή η ύπαρξη γραφείου Δημοσίων Σχέσεων.

Συνοπτικά μπορούμε να πούμε πως το τμήμα έχει την ευθύνη της προβολής του υψηλού διδακτικού και ερευνητικού έργου που συντελείται στα ΑΕΙ-ΑΤΕΙ καθώς και των άλλων ποικίλων

δραστηριοτήτων που αναπτύσσονται σε αυτό. Το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων έχει ένα ευρύτατο «πεδίο δράσης» το οποίο συνίσταται περιληπτικά στα εξής:

- Προβολή του ερευνητικού έργου των μελών Διδακτικού Επιστημονικού Προσωπικού καθώς και τεχνολογικών εφαρμογών.
- Ενημέρωση του κοινού πάνω σε διάφορες δραστηριότητες του Ανώτατου Εκπαιδευτικού Ιδρύματος (Συνέδρια, Σεμινάρια, Συμπόσια, Διαλέξεις κ.α.) και προβολή αυτών μέσω τοπικών και Αθηναϊκών τηλεοπτικών καναλιών και αντιστοιχών ραδιοφωνικών σταθμών.
- Προετοιμασία συνεντεύξεων τύπου (τακτικών, εκτάκτων).
- Διεκπεραίωση εσωτερικής και εξωτερικής αλληλογραφίας .
- Έκδοση περιοδικών ή εφημερίδων.
- Προετοιμασία τελετών καθιερωμένων εορτών (προσκλήσεις, δελτία τύπου, γενική επιμέλεια).
- Οργάνωση τελετών ορκωμοσίας αποφοίτων, διδακτόρων και μεταπτυχιακών.
- Έκδοση τηλεφωνικών καταλόγων του ιδρύματος.
- Οργάνωση και υλοποίηση των τελετών αναγόρευσης επίτιμων διδασκόντων
- Προετοιμασία πολιτιστικών δραστηριοτήτων του Ιδρύματος όπως συναυλίες, θεατρικές παραστάσεις, χορευτικές εκδηλώσεις.

- Οργάνωση εκδηλώσεων με τη συμμετοχή των πολιτιστικών φορέων των Πανεπιστημίων (θεατρική ομάδα, χορωδία, χορευτικός όμιλος και φοιτητικές πολιτιστικές ομάδες).



Εξώφυλλα προγραμμάτων διαφόρων εκδηλώσεων του Πανεπιστημίου Πατρών σε συνεργασία με δημοτικούς φορείς.

- Ίδρυση και επιμέλεια ραδιοφωνικών σταθμών με εκπομπές που επιμελούνται φοιτητές καθώς και υπάλληλοι.

Παρ' όλο όμως που η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων έχει καθιερωθεί ως διοικητική λειτουργία στα ανώτατα εκπαιδευτικά ιδρύματα, χρειάζεται μεγαλύτερη προσπάθεια όσον αφορά τη γεφύρωση του χάσματος μεταξύ καθηγητών και σπουδαστών καθώς και τη σύνδεση του πανεπιστημίου με την πόλη όπου βρίσκεται.

Οι έντονες ή ασθενέστερες συγκρούσεις που προκύπτουν μεταξύ καθηγητικού και φοιτητικού δυναμικού εξαιτίας της καθημερινής συνύπαρξής τους, αποδυναμώνουν την ευεργετική συμβολή της εκπαιδευτικής προσφοράς όσον αφορά τους φοιτητές και συντελούν στην αποστέρηση ενός ευχάριστου εργασιακού περιβάλλοντος για τους καθηγητές. Ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να ενισχύσει την αποφυγή των ανωτέρω συγκρούσεων αναλαμβάνοντας την πρωτοβουλία μεταβολής του εκπαιδευτικού συστήματος σε φοιτητικοκεντρικό με βάση τα ενδεδειγμένα παιδαγωγικά πρότυπα διδασκαλίας που έχουν αναγνωριστεί παγκοσμίως. Επίσης την προώθηση και οργάνωση κοινών δραστηριοτήτων καθηγητών και φοιτητών, λόγου χάριν εκπαιδευτικές εκδρομές, έρευνες, εργασίες, συνελεύσεις, ακόμα και παράδοσης μαθημάτων από κοινού (καθηγητών, μαθητών) που θα ενδυναμώσουν τις σχέσεις συνεργασίας, αλληλοκατανόησης και υποστήριξης μεταξύ τους υπό το πρίσμα ενός κοινού στόχου, της επίτευξης ενός βέλτιστου εκπαιδευτικού έργου.

Ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων δύναται ακόμα να επληφθεί και ενός άλλου βαρύνουσας σημασίας θέματος για τους φοιτητές, τη βαθμολόγηση. Είναι δυνατή η οργάνωση συγκεντρώσεων καθηγητών και φοιτητών που θα έπεται της γνωστοποίησης των βαθμολογιών του κάθε μαθήματος όπου θα εκτίθενται οι απόψεις και το ενδεχόμενο αντιρρήσεων και των δύο πλευρών, ώστε με διάθεση αμεροληψίας, αντικειμενικότητας και παρότρυνσης των φοιτητών για διαρκή προσπάθεια, να πραγματοποιούνται συζητήσεις σχετικά με την εκάστοτε βαθμολογία και το ποσοστό πιθανότητας μεταβολής της σε περίπτωση που κάποιος φοιτητής αισθάνεται «αδικημένος».

Παράλληλα, το πανεπιστήμιο θα πρέπει να μεριμνήσει την σύνδεσή του με την πόλη στην οποία ανήκει. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί με την δημιουργία από κοινού εκδηλώσεων, ημερίδων, συνεδρίων, συμποσίων, διαφόρων πολιτιστικών δρώμενων καθώς και ψυχαγωγικού χαρακτήρα εκδηλώσεων όπως η διοργάνωση

φεστιβάλ χορωδιών, παραδοσιακών χορών, θεάτρου σε συνεργασία με φορείς του Ιδρύματος.

Οι επαγγελματίες των Δημοσίων Σχέσεων που απασχολούνται στην ανώτερη και ανώτατη εκπαίδευση θα πρέπει να αποδείξουν ποια είναι η αξία της μεταλυκειακής εκπαίδευσης. Επίσης θα πρέπει να δικαιολογήσουν το αυξημένο έργο του διδακτικού προσωπικού και να επιδείξουν τη σημασία της συμβολής των ιδρυμάτων τους στην οικονομική, κοινωνική και πολιτιστική ανάπτυξη του ελληνικού χώρου καθώς και την προβολή του διεθνώς.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 10

Οι Δημόσιες Σχέσεις στο χώρο της Υγείας

10.1 ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΣΤΑ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΑ

Οι Δημόσιες Σχέσεις στα νοσοκομεία, όπως όλες οι άλλες λειτουργίες της διοίκησης των νοσοκομείων, είναι ένας σχετικά νέος χώρος. Μπορεί να σκεφτεί κανείς πως προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων καθώς και η εφαρμογή τους γίνεται μόνο σε ιδιωτικά νοσοκομεία κυρίως λόγω ανταγωνισμού. Παρόλο όμως που τα δημόσια νοσοκομεία έχουν ανάγκη περισσότερο τις υπηρεσίες των Δημοσίων Σχέσεων, εντούτοις η εφαρμογή τους είναι ακόμα ισχνή. Γεγονός είναι ότι τα δημόσια νοσοκομεία αντιμετωπίζουν αρκετά συχνά αντίξοες καταστάσεις ή προβλήματα όπου δημιουργούν μια αρνητική εικόνα του νοσοκομείου προς τα έξω προκαλώντας την κοινή γνώμη σε ό,τι αφορά την αξιοπιστία του νοσοκομείου και τις υπηρεσίες που προσφέρει.

Συνήθως ένα νοσοκομείο διευθυνόταν από ένα συμβούλιο που αποτελείτο από γιατρούς, ένας από τους οποίους κατείχε τον τίτλο του διευθυντή. Αυτοί οι γιατροί έδιναν περισσότερο προσοχή στη φροντίδα των ασθενών και λιγότερο στη διοίκηση. Καθώς τα νοσοκομεία γίνονται μεγαλύτερα και πιο πολύπλοκα, τα διευθυντικά καθήκοντα μεταφέρονταν σε διοικητικό προσωπικό, το οποίο είχε ανάλογη επαγγελματική εκπαίδευση. Καθώς η διοίκηση των νοσοκομείων γινόταν ολοένα και πιο επαγγελματική, έγινε αντιληπτή η ανάγκη για την ύπαρξη επαγγελματιών των Δημοσίων Σχέσεων όπου με μια σειρά λειτουργιών και εφαρμογής προγραμμάτων θα ενίσχυαν και θα συντελούσαν στην προβολή θετικής εικόνας του νοσοκομείου προς τα έξω, στα μάτια της κοινής γνώμης. Όμως ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο της Υγείας παρουσιάζει μια ιδιαιτερότητα όπου οι επαγγελματίες καλούνταν να λάβουν σοβαρά υπόψη τους και να δώσουν την πρέπουσα προσοχή. Η Υγεία συνδέεται άμεσα με τη φυσική ή ψυχική υπόσταση ή ακόμη με την ύπαρξη του ατόμου και θα πρέπει να θεωρηθεί ως δεδομένο ότι η ψυχοσύνθεση και συμπεριφορά των ατόμων μεταβάλλεται όταν η Υγεία τους προσβάλλεται ή κινδυνεύει. Χρειάζεται λοιπόν από μέρους των λειτουργών των Δημοσίων Σχέσεων μια ιδιαίτερη προσέγγιση η οποία πρέπει σταθερά και μόνιμα να χαρακτηρίζεται από την εφαρμογή δύο βασικών αρχών.

Αρχή της κοινωνικής ευθύνης

Η Υγεία δεν αποτελεί μόνο ατομικό αγαθό αλλά και κοινωνικό, το οποίο αποτελεί θεμέλιο και προϋπόθεση της συνολικής προόδου κάθε κοινωνίας και οικονομίας.

Αρχή της σχέσης ιδιαίτερης εμπιστοσύνης

Αναπτύσσεται μεταξύ των φορέων που παρέχουν υπηρεσίες Υγείας (νοσοκομεία, διαγνωστικά κέντρα, ιατροί, νοσηλευτές/τριες κ.λπ.) και των αποδεκτών των ανωτέρων υπηρεσιών (κυρίως ασθενείς αλλά και υγιή άτομα στο πλαίσιο προληπτικών προγραμμάτων).

Προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο της Υγείας, τα οποία παραβλέπουν ή υποβαθμίζουν την αρχή της κοινωνικής ευθύνης και των σχέσεων ιδιαίτερης εμπιστοσύνης που αναπτύσσονται, έχουν μερική σύλληψη του συνολικού προβλήματος, με αποτέλεσμα αυξημένης πιθανότητας αποτυχίας.

Παρά την ανάγκη άσκησης Δημοσίων Σχέσεων στα νοσοκομεία (κυρίως στα Δημόσια), δεν έχει αναπτυχθεί αντίστοιχο τμήμα. Κατά την έρευνά μας επισκεφθήκαμε ενδεικτικά νοσοκομεία της Πάτρας (Νοσοκομείο «Άγιος Ανδρέας», Πανεπιστημιακό Γενικό Νοσοκομείο Πατρών), της Τρίπολης (Παναρκαδικό Νοσοκομείο Τριπόλεως) και Σπάρτης (Γενικό Νομαρχιακό Νοσοκομείο) και διαπιστώσαμε «αδίοις όμασι» την έλλειψη οργανωμένου τμήματος Δημοσίων Σχέσεων. Η μη οργανωμένη εφαρμογή Δημοσίων Σχέσεων στα νοσοκομεία οφείλεται σε διάφορες δυσκολίες οι οποίες προέρχονται από την Πολιτεία, όσο και από τις Διοικήσεις των Οργανισμών και το προσωπικό τους. Οι δυσκολίες που απορρέουν από την Πολιτεία αναφέρονται σε δύο τομείς:

- **Πρώτον**, δεν υπάρχει πρόβλεψη από την Πολιτεία και συγκεκριμένα από το Υπουργείο Υγείας και Πρόνοιας για την οργάνωση και λειτουργία τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων, με αποτέλεσμα την μη παροχή οικονομικών κονδυλίων και υλικοτεχνικής υποδομής που θα μπορούσαν να επιφέρουν την οργάνωση και λειτουργία προγραμμάτων Δημοσίων Σχέσεων.
- **Δεύτερον**, λόγω του ότι μόλις τα τελευταία χρόνια άρχισαν να λειτουργούν στην Ελλάδα Σχολές Εκπαίδευσης Δημοσίων Σχέσεων, δεν υπάρχουν ειδικοί «επαγγελματίες Δημοσίων Σχέσεων». Αυτό έχει ως συνέπεια τη μη προώθηση των Δημοσίων Σχέσεων στα νοσοκομεία και την κάλυψή τους από άλλους τομείς.

Όσον αφορά τις δυσκολίες που προέρχονται από τη Διοίκηση κάθε Οργανισμού, οφείλονται στην μη ευαισθητοποίηση από την πλευρά της, σχετικά με τον ρόλο των Δημοσίων Σχέσεων μέσα στον Οργανισμό, έτσι ώστε να προβλέψει τη λειτουργία οργανωμένου τμήματος Δημοσίων Σχέσεων. Η Διοίκηση δίνει προτεραιότητα σε άλλους τομείς και σημαντικές δραστηριότητες γι' αυτούς. Χαρακτηριστικό είναι το γεγονός ότι υπάρχουν Οργανισμοί που όχι μόνο δεν έχουν τμήμα Δημοσίων Σχέσεων, αλλά δεν εφαρμόζουν καμία δραστηριότητα Δημοσίων Σχέσεων για να επιτύχουν το σκοπό τους. Λόγω των δυσκολιών αυτών επικρατεί μια ανάλογη έλλειψη ευαισθητοποίησης και ανάληψης πρωτοβουλιών για την οργάνωση και άσκηση Δημοσίων Σχέσεων στον Οργανισμό από μέρους του προσωπικού.

Παρ' όλα αυτά όμως, ορισμένοι Οργανισμοί Υγείας και Πρόνοιας αν και δεν εφαρμόζουν συστηματικά και οργανωμένα προγράμματα Δημοσίων Σχέσεων, εντούτοις έχουν οργανώσει εκδηλώσεις μεμονωμένα ή περιστασιακά με αφορμή κάποια εορτή, ομιλίες – σεμινάρια, δημοσιεύσεις στον Τύπο, φυλλάδια – αφίσες κ.τ.λ. αποσκοπώντας τόσο στην ενδοϋπηρεσιακή ενημέρωση και πληροφόρηση του προσωπικού σε θέματα του Οργανισμού ή την επιμόρφωσή του σε ειδικά θέματα όσο και στην επικοινωνία του Οργανισμού με το κοινό για την ενημέρωση του σχετικά με το έργο που παρέχει. Η άσκηση των εκδηλώσεων αυτών γινόταν περισσότερο με ανάθεση κατά περίπτωση σε υπαλλήλους ή συλλογικά όργανα της Υπηρεσίας καθώς και σε ιδιωτικές εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων.

Κατά την έρευνά μας υπήρχαν ερωτηθέντα άτομα που θεωρούσαν ότι το νοσοκομείο προσφέρει «καλή ποιότητα» υπηρεσιών στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων αν και σε μη οργανωμένο πλαίσιο. Παρατηρούμε όμως, ότι με βάση την οργάνωση και λειτουργία των Δημοσίων Σχέσεων, που ήδη έχουν αναφερθεί παραπάνω, καθώς και του Κώδικα Αθηνών και τις Αρχές περί Δημοσίων Σχέσεων, θα χαρακτηρίζονταν από ελλιπή οργάνωση και προγραμματισμό. Η αντίφαση αυτή στις απαντήσεις των ερωτηθέντων αιτιολογείται αν λάβει κανείς υπόψη του το γεγονός ότι οι ασχολούμενοι με τις Δημόσιες Σχέσεις προέρχονται από διάφορες ειδικότητες και έχουν ελλιπή ενημέρωση σχετικά με τον ρόλο και την αποστολή των Δημοσίων Σχέσεων σε έναν Οργανισμό.

Οι περισσότεροι ερωτηθέντες θεωρούν εφικτή την ίδρυση ενός γραφείου Δημοσίων Σχέσεων αρκεί να υπάρξει η ανάλογη μέριμνα από την Πολιτεία και η κατάλληλη ευαισθητοποίηση από την Διοίκηση του Οργανισμού.

Όπου ήδη εφαρμόζονται εκδηλώσεις Δημοσίων Σχέσεων, είτε μέσα από ειδικό γραφείο, είτε με ανάθεση ανάλογα με την περίπτωση η καλύτερη εφαρμογή τους θα επιτευχθεί με:

- i. την ειδική μετεκπαίδευση των υπαλλήλων που ήδη ασχολούνται με αυτές και
- ii. με την παροχή κατάλληλης υλικοτεχνικής υποδομής από τον κάθε Οργανισμό.

Στους Οργανισμούς που δεν ασκείται καμία εκδήλωση Δημοσίων Σχέσεων, αλλά θεωρείται απαραίτητη η λειτουργία ενός τέτοιου τμήματος, θα πρέπει να υπάρξει πρόβλεψη ίδρυσής του από τον ίδιο τον Οργανισμό και ιδιαίτερη ευαισθητοποίηση της Διοίκησης και του προσωπικού του κάθε Οργανισμού.

Κρίνεται λοιπόν αναγκαία η δημιουργία του τμήματος Δημοσίων Σχέσεων στα νοσοκομεία, σαν ένα οργανωμένο τμήμα με συγκεκριμένο προγραμματισμό και ξεκάθαρο προσανατολισμό του σκοπού τους, την ενημέρωση του κοινού για το έργο του νοσοκομείου, τα προγράμματά του καθώς και την προώθηση των οικονομικών του συμφερόντων.

10.2. Η ΟΡΓΑΝΩΣΗ ΤΩΝ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΩΝ ΝΟΣΟΚΟΜΕΙΩΝ

Η οργάνωση των Δημοσίων Σχέσεων ενός Νοσοκομείου, είναι δυνατόν να εμφανιστεί με δύο μορφές:

- α) Την εξαρτημένη οργάνωση, σύμφωνα με την οποία η υπηρεσία Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί αναπόσπαστο κομμάτι της οργανωτικής διάρθρωσης του νοσοκομείου και είναι δυνατό να συγκροτηθεί από:
 - i. άτυπες Δημόσιες Σχέσεις (ευκαιριακή αντιμετώπιση)
 - ii. υποτυπώδεις Δημόσιες Σχέσεις (μικρά αποτελέσματα)
 - iii. αναγνωρισμένες Δημόσιες Σχέσεις (πρόσληψη ειδικευμένου στελέχους)
 - iv. συστηματικές Δημόσιες Σχέσεις (δημιουργία τμήματος Δημοσίων Σχέσεων)
- β) Την ανεξάρτητη ή ελεύθερη οργάνωση. Στην περίπτωση αυτή γίνεται χρήση των υπηρεσιών που προσφέρουν ειδικευμένοι οργανισμοί με αποτέλεσμα να εξασφαλίζεται ο απαιτούμενος εξοπλισμός για την εφαρμογή των προγραμμάτων του νοσοκομείου. Ο τύπος αυτός οργάνωσης ταιριάζει

περισσότερο σε συγκεκριμένες εκδηλώσεις, που απαιτούν ταχύτητα και μεγάλη οργάνωση.

Παράλληλα, το ύψος του προϋπολογισμού των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να συμβαδίζει με το μέγεθος του νοσοκομείου, το πρόγραμμά του και τις ειδικές συνθήκες. Έτσι η κατάρτισή του πρέπει να ενσωματώνει τους ακόλουθους παράγοντες:

- i. τα έσοδα του νοσοκομείου
- ii. τους σκοπούς ή το συνολικό έργο
- iii. το κέρδος
- iv. την ανταγωνιστική αναγκαιότητα

10.3. ΕΦΑΡΜΟΓΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΣΤΟ ΧΩΡΟ ΤΗΣ ΥΓΕΙΑΣ

Στο χώρο της Υγείας υπάρχουν ενέργειες που μπορούν να εφαρμοσθούν ανάλογα με την κουλτούρα και την επικοινωνιακή στρατηγική κάθε Οργανισμού ή ατόμου.

Βασικά στοιχεία σε ένα πρόγραμμα Δημοσίων Σχέσεων αποτελούν η εταιρική ταυτότητα και η εταιρική εικόνα όπου πρέπει να ληφθούν σοβαρά υπόψη κατά την εφαρμογή των προγραμμάτων.

Η ταυτότητα έχει φυσική υπόσταση (κυρίως εικαστική και ακουστική) και συμβολίζει την κουλτούρα που εκφράζει τις αξίες που υπηρετεί ο συγκεκριμένος Οργανισμός Υγείας και Πρόνοιας. Ενδεικτικά μπορούν να αναφερθούν η ανθρωποκεντρική προσέγγιση, ο σεβασμός της προσωπικότητας του ασθενούς, η ποιοτική παροχή υπηρεσιών, η συνεχής τεχνολογική αναβάθμιση, η «δια βίου» επιμόρφωση ιατρών και νοσηλευτών, η κοινωνική διάσταση των δραστηριοτήτων κ.τ.λ.

Η εταιρική εικόνα, αποτελεί το σύνολο των εντυπώσεων που έχουν διαμορφώσει οι διάφορες ομάδες κοινού για τον συγκεκριμένο Οργανισμό. Οι εντυπώσεις αυτές δημιουργούνται με βάση τα δεδομένα που έχουν οι επιμέρους ομάδες κοινού στην διάθεσή τους – έμμεσα ή άμεσα και είναι δυνατόν να διαφέρουν από άτομο σε άτομο.

Για να μπορέσει όμως ο Οργανισμός να βελτιώσει την εταιρική του εικόνα, απαραίτητη είναι η ακολουθία στρατηγικής στα πλαίσια ενός επικοινωνιακού άξονα

και φιλοσοφίας με σκοπό την προσέγγιση του Οργανισμού με το εξωτερικό του περιβάλλον καθώς και την αμεσότερη επαφή του με το κοινό.

Αυτό μπορεί να επιτευχθεί:

- ⇒ Μέσω εκπόνησης προγραμμάτων χορηγιών με κοινωνική διάσταση. Πλήθος εταιρειών, Οργανισμών και άλλων χρηματοδοτικών οργάνων μπορούν σε συνεννόηση με τον τομέα Δημοσίων Σχέσεων κάθε νοσοκομείου να πραγματοποιήσουν χρηματοδοτικές προσφορές με στόχο την κάλυψη των αναγκών κάθε Ιδρύματος Υγείας.
- ⇒ Μέσω εξειδικευμένων προγραμμάτων που θα οργανώσει το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων που θα αφορά δωρεάν ή μειωμένου κόστους ιατρικές εξετάσεις για κάποιες λιγότερο εύρωστες ομάδες ή κατηγορίες του πληθυσμού. Ένα τέτοιο παράδειγμα αποτελούν οι αγρότες που ενώ καλύπτουν μεγάλο ποσοστό του δυναμικού της χώρας, ζημιώνονται οικονομικά κατά κόρον όταν πρόκειται να εξεταστούν ιατρικά (έξοδα μετακίνησης στο πλησιέστερο νοσοκομείο, υπερβολικά έξοδα εξετάσεων κ.τ.λ.) ενώ το ποσό των εσόδων τους δεν τους επιτρέπει να ανταποκριθούν σε τέτοιες απαραίτητες μεν, ανέφικτες δε οικονομικά απαιτήσεις. Το ίδιο θα μπορούσε να εφαρμοστεί και εν γένει για άτομα με χαμηλό εισόδημα ανεξαρτήτως του τόπου διαμονής τους.
- ⇒ Βασική δραστηριότητα που θα μπορούσε επιπλέον να αναλάβει ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο της Υγείας είναι η έκδοση ενημερωτικών εντύπων για ασθένειες σχετικά με νοσηλεία για ειδικές παθήσεις και τον τρόπο προληπτικής ή κατασταλακτικής αντιμετώπισής τους. Τα φυλλάδια αυτά θα διαθέτουν πληροφοριακό υλικό που θα κατευθύνει τους πολίτες και θα τους προσφέρει μια αμεσότερη και πιο σαφή αναγνωριστική επαφή με τις κρατικές λειτουργίες που αφορούν την Υγεία, τα στοιχεία που συνθέτουν την ιατρική τους περίθαλψη και την «ξενάγησή» τους σε ένα χώρο απρόσιτο που εμπνέει φόβους και ανησυχία. Ειδικότερα, εσωτερικές εκδόσεις μπορούν να πραγματοποιηθούν για το προσωπικό των νοσοκομείων με σκοπό την ταχύτερη και πληρέστερη ενημέρωσή τους σχετικά με την φύση του χώρου στον οποίο εργάζονται και τα στοιχεία που συγκροτούν τη Διοίκηση και λειτουργία του.

- ⇒ Ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων οφείλει να αναλάβει μια σειρά από προσκλήσεις, ξεναγήσεις και παρουσιάσεις δραστηριοτήτων κάποιων Οργανισμών σε διαμορφωτές γνώμης. Ακόμη μπορούν να εφαρμοστούν προγράμματα που θα απευθύνονται αποκλειστικά στο προσωπικό των τμημάτων Υγείας και θα αφορούν επετείους, εκδρομές, πολιτιστικές και αθλητικές εκδηλώσεις και γενικότερα δραστηριότητες ομαδικού τύπου. Αυτό, πέραν των καθ' ολοκληρίαν εργασιακών τους υποχρεώσεων, έχει σκοπό την κοινωνική υποστήριξη των εργαζομένων στους χώρους της Υγείας που είναι απαραίτητη για να λειτουργεί ομαλά.
- ⇒ Οι Δημόσιες Σχέσεις είναι ο σταθερός γνώμονας που υποστηρίζει και συγκρατεί τις σχέσεις μεταξύ του χώρου της Υγείας και των Μέσων Μαζικής Ενημέρωσης. Με αυτόν τον τρόπο, η έκθεσή τους στο κοινό αποτρέπει τόσο τις λειτουργίες που προκύπτουν από απερίσκεπτους χειρισμούς, όσο και τη μεγιστοποίηση της εγγύτητας μεταξύ πολιτών και τομέα Υγείας που ως επί το πλείστον είναι αν όχι μηδαμινή, αλλά στοιχειώδης. Η κοινοποίηση των μη ικανοποιούμενων αναγκών των Ιδρυμάτων Υγείας ενίοτε απολήγει σε χρηματοδοτικές προσφορές (χορηγηματικού χαρακτήρα).
- ⇒ Ταυτόχρονα, η οργάνωση ομιλιών αλλά και συνεδρίων επιστημονικού ενδιαφέροντος με συγκεκριμένους επισκέπτες – ομιλητές προσδίδει στον τομέα της Υγείας ένα σημαντικό κύρος και μια καθαρά επιστημονική ταυτότητα που επιτρέπουν την κινητοποίηση του ενδιαφέροντος για επιθυμία συμμετοχής και αμεσότερης παρακολούθησης των ιατρικών εξελίξεων τόσο από το ιατρικό προσωπικό όσο και από τους πολίτες που επαφίενται την ιατρική γνώση και εκδηλώνουν την ανάγκη να κατοχυρωθεί η ασφάλειά της.
- ⇒ Παράλληλα, η οργάνωση τακτικών ομιλιών με δέκτες το ευρύτερο κοινό και ιδιαίτερα ασθενείς με συγκεκριμένες παθήσεις θίγει ένα ευαίσθητο κοινωνικό σημείο που αποτελεί τραυματική παράλειψη της κρατικής οργάνωσης. Ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων οφείλει να προωθήσει την

ψυχολογική υποστήριξη των ασθενών με μεθόδους που θα αποβούν ευεργετικές χωρίς να είναι προσβλητικές ή μη διακριτικές.

⇒ Εκτός αυτού, η μέριμνα των Δημοσίων Σχέσεων σχετικά με την εξυπηρέτηση κοινωνικών ή επιστημονικών σκοπών, δύναται να προωθήσει στη δημιουργία Ιδρυμάτων που θα στελεχώνονται από υπεύθυνο και εξειδικευμένο ιατρικό προσωπικό, το οποίο θα αφοσιωθεί όχι μόνο στη βελτίωση των συνθηκών Υγείας αλλά και στη σταδιακή εξέλιξη των πολιτισμικών ευρημάτων της ίδιας της Επιστήμης της Υγείας.

⇒ Τέλος, η χρήση του Διαδικτύου δια μέσου ιστοσελίδων εξασφαλίζουν μόνιμη ενημέρωση των πολιτών για τις δραστηριότητες κάθε Οργανισμού θα απέφερε αξιόλογα αποτελέσματα στον τομέα της πληροφόρησης που αποτελεί κατά κύριο λόγο ευθύνη των Δημοσίων Σχέσεων κάθε Ιδρύματος. Αυτός ο πιο εκμοντερνισμένος τρόπος επιτρέπει την άμεση και εύκολη πρόσβαση σε γνωστικό υλικό σχετικά με οποιοδήποτε θέμα μπορεί να συμπεριληφθεί στον τομέα της Υγείας και της ιατρικής περίθαλψης.

Εν ολίγοις, καθίσταται αντιληπτό ότι ένας ζωτικής σημασίας παράγοντας τόσο για την επιβίωση όσο και για την διαβίωση των πολιτών, η Υγεία επιβάλλεται να προωθείται όσο το δυνατόν πληρέστερα ώστε να επιτυγχάνεται η ομαλή λειτουργία του κράτους στο σύνολό του. Συνεπώς, οι Δημόσιες Σχέσεις δραστηριοποιούνται στα πλαίσια της ανάπτυξης μιας ακλόνητης και αμοιβαίας εμπιστοσύνης πολιτών και χώρων Υγείας που θα εξιδανικεύσει την εταιρική εικόνα και θα επαυξήσει το κρατικό και ιδιωτικό κύρος των Οργανισμών Υγείας αναφορικά με το μέγεθος της ασφάλειας που μπορούν να παρέχουν στους ασφαλιζόμενους και μη πολίτες της χώρας.

Τη σχετική με την προώθηση αυτής της εικόνας μέριμνα, οφείλει να αναλάβει ο τομέας Δημοσίων Σχέσεων.

Ένα νοσοκομείο ή ευρύτερα ένας Οργανισμός Υγείας δικαιώνεται και καταξιώνεται μέσα από την ικανοποίηση των κοινωνικών αναγκών, αφού ο ιδρυτικός τους ρόλος είναι άμεσα συνυφασμένος με το κοινωνικό σύνολο με το οποίο συνδέεται αδιάρρηκτα. Είναι ανάγκη λοιπόν το κάθε νοσοκομειακό Ίδρυμα να προωθήσει τις Δημόσιες Σχέσεις για να κάνει γνωστή την ύπαρξή του και το

προσφερόμενο έργο προς το κοινωνικό σύνολο, ώστε το τελευταίο να αποδεχτεί την παρουσία του και να εκτιμήσει το ρόλο του.

Αυτό έχει γίνει αντιληπτό στα Ιδιωτικά Νοσοκομεία όπου η άσκηση Δημοσίων Σχέσεων παίζει ενεργό και βαρυσήμαντο ρόλο στη Διοίκηση και λειτουργία των Νοσοκομείων. Λειτουργούν οργανωμένα τμήματα με συγκεκριμένο προγραμματισμό και ξεκάθαρο προσανατολισμό του σκοπού τους, την ενημέρωση του κοινού για το έργο τους και την προώθηση των οικονομικών τους συμφερόντων. Με την άσκηση τέτοιας πολιτικής γίνεται μια οργανωμένη προσπάθεια διαφώτισης του κοινού, καλύτερης εκτίμησης των αναγκών που δημιουργούνται και σχεδιάζουν αποτελεσματικά προγράμματα για την επίλυσή τους. Επιδιώκουν τη βελτίωση της συνεργασίας μεταξύ των διαφόρων ενδοϋπηρεσιακών τμημάτων. Παράλληλα, επιδιώκουν την ενίσχυση, τουλάχιστον σε έναν επαρκή βαθμό, του κύρους και την αξιοπιστία τους έναντι του κοινού στοχεύοντας στην καλύτερη επικοινωνία με τους πολίτες.

Γίνεται λοιπόν αντιληπτό, ότι οι Διοικήσεις τους έχουν συνειδητοποιήσει την αναγκαιότητα και χρησιμότητα της ύπαρξης τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων και γι' αυτό φροντίζουν να παρέχουν την οικονομική και υλικοτεχνική υποδομή για την λειτουργία τους.

Συμπερασματικά, οι Δημόσιες Σχέσεις αποκτούν ιδιαίτερο νόημα στο χώρο του Νοσοκομείου και πρέπει να εφαρμόζονται συνέχεια, όσο αυτό λειτουργεί. Τα μηνύματα που εκπέμπονται με τις δημόσιες σχέσεις είναι δυνατό να αφορούν:

- **Τον εξανθρωπισμό των σχέσεων των ατόμων που συνδέονται άμεσα ή έμμεσα με το Νοσοκομείο.** Στον τομέα αυτό οι Δημόσιες Σχέσεις είναι αναγκαίες για την βελτίωση των ανθρώπινων σχέσεων σε κάθε επίπεδο.
- **Την κοινωνικότητα του Νοσοκομείου.** Οι Δημόσιες Σχέσεις χρειάζεται να επωμιστούν για την κοινωνικότητα του Νοσοκομείου προβάλλοντας την κοινωνικά επωφελή αποστολή του με ορθό τρόπο (image management).
- **Την πληροφόρηση,** δηλ. την ενημέρωση του κοινού για την αποστολή του, συμβάλλοντας στην προαγωγή της Υγείας.
- **Την παραγωγικότητα.** Με την σωστή εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων είναι δυνατό να επιτευχθεί αύξηση της ζήτησης των υπηρεσιών του Νοσοκομείου.
- **Τους εργαζόμενους.** Φροντίζουν στην πληρέστερη κατανόηση από μέρους των εργαζομένων της κοινωνικής αποστολής του Νοσοκομείου, όπου

προσφέρουν τις υπηρεσίες τους και να τονισθεί η σημαντική συμβολή κάθε εργαζόμενου στο συνολικό έργο. Πρέπει επίσης να σημειωθεί, ότι οι Δημόσιες Σχέσεις με προορισμό τους εργαζόμενους δεν είναι δυνατό να υποκαθιστούν ούτε να αντιστρατεύονται τον ρόλο του συνδικαλισμού.

- **Τους καταναλωτές.** Οι καταναλωτές των υπηρεσιών του Νοσοκομείου αποτελούν έναν από τους κυριότερους χώρους δράσης των Δημοσίων Σχέσεων. Οι αρμοδιότητές τους σε σχέση με τους καταναλωτές καθορίζουν το υπόστρωμα της διαφημιστικής εκστρατείας και τα μέσα που θα εφαρμοστούν σε κάθε περίπτωση.
- **Τους προμηθευτές.** Προς την κατηγορία αυτή χρειάζεται να γίνει κατάλληλη προσπάθεια για την εδραίωση της εμπιστοσύνης τους προς την λειτουργικότητα και αποδοτικότητα του Νοσοκομείου.
- **Την κυβέρνηση.** Παρά τον μονιμότερο χαρακτήρα του Νοσοκομείου έναντι εκείνου της κυβέρνησης, η τελευταία διαθέτει την εξουσία για αλλαγές στο περιβάλλον του Νοσοκομείου, που δύνανται να επηρεάσουν άμεσα την ύπαρξή του. Έτσι, αποτελεί βασικό και επιβεβλημένο καθήκον των Δημοσίων Σχέσεων, η διατήρηση διαλόγου με την κυβέρνηση και τα όργανά της.
- **Τα Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης.** Η δύναμή τους διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στο κύκλωμα των Δημοσίων Σχέσεων, που ανήκουν και λειτουργούν στο χώρο της επικοινωνίας. Τα Μ.Μ.Ε. χρησιμοποιούνται για την πληροφόρηση του κοινού σε θέματα παροχής υπηρεσιών από το Νοσοκομείο.

Με βάση τη μελέτη μας πάνω στο θέμα της άσκησης Δημοσίων Σχέσεων στο χώρο της Υγείας και ειδικότερα στα πλαίσια της εφαρμογής τους από τα δημόσια νοσοκομεία του ελληνικού χώρου, καταλήγουμε σε μία σειρά από σκέψεις για συστηματική, οργανωμένη και παράλληλα αποτελεσματική άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων στους οργανισμούς αυτούς.

Θεωρούμε μεγάλης σημασίας τη νομοθετική πρόβλεψη από την πολιτεία, γραφείου ή τμήματος Δημοσίων Σχέσεων με υποχρεωτικό χαρακτήρα εντάσσοντας το ως αναπόσπαστο κομμάτι στη συνολική λειτουργία του οργανισμού. Το φαινόμενο που παρατηρείται σήμερα στους Οργανισμούς Υγείας και Πρόνοιας κατά την άσκηση Δημοσίων σχέσεων από «αρμόδιους υπαλλήλους» ή με τη λογική της «ανάθεσης κατά περίπτωση» πρέπει να εκλείψει. Αυτό πρέπει να γίνει κατανοητό για το λόγο ότι καθιστά τις Δημόσιες Σχέσεις υπολειτουργήσιμες και αναποτελεσματικές και

επαναπαύει τη συνείδηση των εργαζομένων με την υποτιθέμενη ύπαρξη και λειτουργία τους.

Ταυτόχρονα, θεωρούμε απαραίτητη την άμεση πρόβλεψη διάθεσης από τον κρατικό προϋπολογισμό πόρων. Θα δοθεί έτσι η δυνατότητα να λειτουργήσουν σωστά τα γραφεία Δημοσίων Σχέσεων. Παράλληλα, είναι αναγκαία η παροχή εκπαίδευσης και επιμόρφωσης των υποψηφίων που πρόκειται να αναλάβουν την άσκηση Δημοσίων Σχέσεων σε έναν οργανισμό. Ήδη έχουν αρχίσει να λειτουργούν σχολές Δημοσίων Σχέσεων στα Α.Τ.Ε.Ι. και Ιδιωτικές Σχολές Δημοσίων Σχέσεων και επικοινωνίας αλλά θεωρούμε απαραίτητη την επέκτασή τους προκειμένου να λειτουργήσουν σωστά γιατί είναι βασικό τα γραφεία στους Οργανισμούς Υγείας να είναι επανδρωμένα με επαγγελματίες άρτια εκπαιδευμένους πάνω στο συγκεκριμένο αντικείμενο. Ο κλάδος των Δημοσίων Σχέσεων τα τελευταία χρόνια έχει αναπτυχθεί σημαντικά και καλό θα είναι να γίνει μελέτη για την ένταξή του στη Δευτεροβάθμια Εκπαίδευση ή έστω να γίνεται μία αναφορά σχετικά με τα χαρακτηριστικά και την πολιτική άσκησής τους. Αυτό, μπορεί να συντελέσει στη διάδοση του σκοπού τους, στην ευαισθητοποίηση του ατόμου να βοηθήσει το έργο τους και στην κινητοποίηση του ενδιαφέροντός του να εκπαιδευτεί πάνω στο αντικείμενο αυτό.

Ο τομέας της Υγείας είναι αναμφίβολα ο σημαντικότερος στη ζωή των ανθρώπων και θεμελιώδης όσον αφορά την σωστή λειτουργία του κράτους. Η άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων είναι σχεδόν μηδαμινή στο χώρο της Υγείας και κυρίως στα νοσοκομειακά Ιδρύματα του Δημοσίου, γεγονός που δυσχεραίνει τη λειτουργία τους και προκαλεί την αντίδραση του κόσμου. Παράλληλα, δρα κατασταλτικά στην αξιοπιστία και το κύρος τους. Η συμβολή του τμήματος θα βελτιώσει την παροχή υπηρεσιών του νοσοκομείου και θα εμπνεύσει εμπιστοσύνη στον εκάστοτε ασθενή.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 11

Οι Δημόσιες Σχέσεις των Δ.Ε.Υ.Α.

11. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΗΝ Ε.Υ.Δ.Α.Π.

Η Εταιρεία Ύδρευσης και Αποχέτευσης Πρωτεύουσας (Ε.Υ.Δ.Α.Π. Α.Ε.), είναι η μεγαλύτερη εταιρεία στην Ελλάδα που δραστηριοποιείται στην αγορά του νερού. Ιδρύθηκε το 1980 με το Νόμο 1068/1980. Τον Ιανουάριο του 2000 εισήχθη στην κύρια αγορά του χρηματιστηρίου Αξιών Αθηνών.

Οι σκοποί της λειτουργίας της Ε.Υ.Δ.Α.Π. έχουν καθοριστεί με το Νόμο 2744/1999 και είναι οι εξής:

Η παροχή υπηρεσιών Ύδρευσης και Αποχέτευσης, καθώς και η μελέτη, κατασκευή, εγκατάσταση, λειτουργία, εκμετάλλευση, διαχείριση, συντήρηση, επέκταση και ανανέωση συστημάτων Ύδρευσης και Αποχέτευσης. Στις δραστηριότητες και τα έργα αυτά συμπεριλαμβάνονται και η άντληση, αφαλάτωση, επεξεργασία, αποθήκευση, μεταφορά και διανομή πάσης φύσεως υδάτων με στόχο την υλοποίηση των προαναφερόμενων σκοπών της Ε.Υ.Δ.Α.Π.. Επιπλέον συμπεριλαμβάνονται τα έργα και οι διαδικασίες συλλογής, μεταφοράς, αποθήκευσης, επεξεργασίας καθώς και η διαχείριση και η διάθεση των προϊόντων της επεξεργασίας των λυμάτων.

Για την υλοποίηση των παραπάνω στόχων, υπεύθυνη θεωρείται η διοίκηση της Ε.Υ.Δ.Α.Π., η οποία συνεργάζεται πολύ στενά με τη Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων.

11.1. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ Ε.Υ.Δ.Α.Π.

Η Διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Υ.Δ.Α.Π., με τη σύμφωνη γνώμη της Διοίκησης, πραγματοποιεί καθημερινά ένα σπουδαίο εκπαιδευτικό πρόγραμμα για το νερό. Στην συνεδριάσεων υποδέχεται και καλωσορίζει δεκάδες μαθητές Δημοτικών Σχολείων, Γυμνασίων, Λυκείων και Τ.Ε.Ε. από όλη την Αττική. Αρκετές φορές τους επισκέπτονται μαθητές από νησιά στα οποία υπάρχει έντονο το πρόβλημα της λειψυδρίας ώστε να θέσουν τους προβληματισμούς τους. Στο κλίμα που έχει δημιουργηθεί, γίνεται ανταλλαγή σκέψεων και απόψεων για το νερό.

Δηλαδή η Ε.Υ.Δ.Α.Π. υλοποιεί ένα εκπαιδευτικό πρόγραμμα που στοχεύει στην ενημέρωση και την ευαισθητοποίηση των μαθητών σε θέματα ορθολογικής

διαχείρισης των υδάτινων πόρων και προστασίας του περιβάλλοντος. Πρώτα απ' όλα απεικονίζεται ηλεκτρονικά η εταιρική της ταυτότητα με τη βοήθεια πλούσιου φωτογραφικού υλικού, την προβολή slides και βιντεοκασέτας καθώς και τη χρήση CD-ROM.

Αναλυτικότερα οι στόχοι του προγράμματος είναι:

- ✓ Να κατανοήσουν οι μαθητές τη σπουδαιότητα του νερού στη καθημερινή ζωή
- ✓ Να εξοικειωθούν με τους τρόπους καθαρισμού του πόσιμου νερού
- ✓ Να αντιληφθούν την ανάγκη περιορισμού της σπατάλης στην κατανάλωση του νερού και της σωστής χρήσης του.

Το πρόγραμμα, το οποίο διεξάγεται εδώ και επτά χρόνια, περιλαμβάνει και την ξενάγηση των παιδιών στη Μονάδα Επεξεργασίας Νερού του Γαλασίου, προκειμένου να γνωρίσουν από κοντά τη διαδικασία καθαρισμού του νερού. Είναι φανερό το ενδιαφέρον από τα σχολεία και μεγάλο. Οι μαθητές κάθε φορά ανταποκρίνονται με ενθουσιασμό και στο τέλος του προγράμματος αποχωρούν ικανοποιημένοι. Σ' αυτό βέβαια συμβάλλει και η προσφορά αναμνηστικών δώρων από την εταιρεία (έντυπα για το νερό, τετράδια, στυλό κλπ).

Η Ε.Υ.Δ.Α.Π., για την καλύτερη προβολή της και για την ενημέρωση των καταναλωτών, εκδίδει κάποια έντυπα, όπως:

- Ενημερωτικό δελτίο των οικονομικών στοιχείων της Ε.Υ.Δ.Α.Π. (2002)
- Αλλαγή του αριθμού κλήσης της υπηρεσίας εξυπηρέτησης των πελατών (2003)
- Η Ε.Υ.Δ.Α.Π. χθες – σήμερα – αύριο (2004)
- Το περιοδικό «Πηγή της ενημέρωσης» που εκδίδεται από τη διεύθυνση Δημοσίων Σχέσεων σε τριμηνιαία βάση από το 1995. ασχολείται με θέματα υπηρεσιακών δραστηριοτήτων, εργασιακών σχέσεων, πολιτιστικών εκδηλώσεων των εργαζομένων και με γενικότερα θέματα κοινωνικού προβληματισμού.

Ιδιαίτερα σημαντική για την προβολή της Ε.Υ.Δ.Α.Π. θεωρείται και η παρουσίαση της χορηγικής σχέσης Ε.Υ.Δ.Α.Π. – Σ.Ε.Γ.Α.Σ..

11.2. ΓΕΝΙΚΑ ΓΙΑ ΤΙΣ ΔΗΜΟΤΙΚΕΣ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΙΣ ΥΔΡΕΥΣΗΣ ΚΑΙ ΑΠΟΧΕΤΕΥΣΗΣ

Για τις ανάγκες της παρούσας εργασίας, επισκεφτήκαμε τις Δ.Ε.Υ.Α. που βρίσκονται στο νομό Αρκαδίας, στο νομό Αχαΐας καθώς και Λακωνίας.

Στο νομό Αρκαδίας, η επιχείρηση ονομάζεται Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Τριπόλεως. Τα γραφεία όπου στεγάζεται είναι καινούργια και βρίσκονται πολύ κοντά στο κέντρο της πόλεως. Μπορεί εύκολα κάθε πολίτης να πάει εκεί για να εξοφλήσει τους λογαριασμούς του. Επίσης, οι καταναλωτές μπορούν να απευθυνθούν στους αρμόδιους της Δ.Ε.Υ.Α.Τ. για τυχόν απορίες ή προβλήματα που μπορεί να αντιμετωπίζουν. Το προσωπικό της Δ.Ε.Υ.Α.Τ. δέχεται με ευγένεια και ευχαρίστηση τους πολίτες και είναι πρόθυμο να τους εξυπηρετήσει. Αυτό μας έγινε περισσότερο αντιληπτό όταν τους ζητήσαμε να μας απαντήσουν στα ερωτηματολόγια που αφορούσαν την παρούσα εργασία.

Στο νομό Αχαΐας, η αντίστοιχη επιχείρηση ονομάζεται Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Πάτρας. Τα γραφεία της βρίσκονται μακριά από το κέντρο της πόλης, στην εθνική Πατρών-Πύργου. Κατά τη γνώμη μας, κάποιος πολίτης που δεν διαθέτει μεταφορικό μέσο είναι δύσκολο να πάει εκεί. Γι' αυτό το λόγο οι κάτοικοι μπορούν να εξοφλήσουν τους λογαριασμούς τους και σε άλλες υπηρεσίες που συνεργάζονται με τη Δ.Ε.Υ.Α.Π.. Κατά την επίσκεψή μας στην επιχείρηση, υπεύθυνοι του γραφείου προσωπικού απάντησαν στις ερωτήσεις που τους θέσαμε και καταλήξουμε στα συμπεράσματα τα οποία θα αναφερθούν παρακάτω.

Στο νομό Λακωνίας επισκεφτήκαμε τη Δημοτική Επιχείρηση Ύδρευσης Αποχέτευσης Σπάρτης, της οποίας οι εγκαταστάσεις βρίσκονται στο κέντρο της πόλεως. Όπως και στις προηγούμενες δύο, έτσι και εδώ συζητήσαμε για το σκοπό της επισκέψεως μας. Ο διευθυντής μάς είπε κάποια γενικά στοιχεία για την υπηρεσία, έλυσε τις οποιεσδήποτε απορίες μας που αφορούσαν τις Δ.Ε.Υ.Α. και ειδικά τη Δ.Ε.Υ.Α.Σ. .

Καταλήξαμε λοιπόν στα εξής:

Η Ε.Υ.Δ.Α.Π. είναι δημόσια υπηρεσία και αποτελεί κρατικό μονοπώλιο. Δεν συμβαίνει όμως ακριβώς το ίδιο και με τις Δ.Ε.Υ.Α.. Αν και κάνουν τις ίδιες εργασίες δεν έχουν καμία σχέση μεταξύ τους, αυτές είναι δημοτικές επιχειρήσεις. Μπορούμε να πούμε ότι αποτελούν «μονοπώλιο του δήμου», διότι όπως είναι γνωστό δεν υπάρχει αντικατάστατο των Δ.Ε.Υ.Α..

Με το νόμο 1069/80 έγινε αναφορά στα «κίνητρα για την ίδρυση των Επιχειρήσεων Ύδρευσης και Αποχέτευσης», όπου σύμφωνα με το άρθρο 1:

«Για την άσκηση των πάσης φύσεως δραστηριοτήτων του κυκλώματος ύδρευσης και αποχέτευσης της χώρας, με εξαίρεση την Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και το Βόλο, ιδρύθηκαν σε κάθε δήμο ή κοινότητα ενιαίες επιχειρήσεις ύδρευσης και αποχέτευσης. Οι παραπάνω επιχειρήσεις αποτελούν Ν.Π.Ι.Δ. κοινωφελούς χαρακτήρα και διέπονται από κανόνες της ιδιωτικής οικονομίας, εφόσον δεν ορίζεται κάτι άλλο από νόμο.»

Σε κάθε Δ.Ε.Υ.Α. υπάρχει ο Οργανισμός Εσωτερικής Υπηρεσίας, ο οποίος ρυθμίζει ζητήματα που αφορούν την οργάνωση, τη σύνθεση, τις αρμοδιότητες και τη λειτουργία των υπηρεσιών της, τον αριθμό των οργανικών θέσεων του τακτικού προσωπικού κατά υπηρεσία, την τοποθέτηση σε θέσεις σύμφωνα με τις ειδικότητες και ανάλογα με τις ανάγκες της υπηρεσίας, τον τρόπο πρόσληψης και απόλυσης, τις αποδοχές, την πειθαρχική ευθύνη και γενικά κάθε θέμα που έχει σχέση με την υπηρεσιακή κατάσταση και τα δικαιώματα του απασχολούμενου προσωπικού και τις υποχρεώσεις των Δ.Ε.Υ.Α. προς το προσωπικό που από την πρόσληψή του αποδέχεται τον Ο.Ε.Υ. ως εργασιακή σχέση.

Το διοικητικό συμβούλιο των Δ.Ε.Υ.Α. αποφασίζει, εγκρίνει και εκδίδει στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως της Ελληνικής Δημοκρατίας τη συγκρότηση-διάρθρωση των υπηρεσιών που τελούν κάτω από την εποπτεία και καθοδήγησή του. Αυτό βέβαια εξαρτάται από τον πληθυσμό και τις ανάγκες κάθε νομού στον οποίο εδρεύει η εκάστοτε Δ.Ε.Υ.Α.. Το επίπεδο της Διοικητικής και Οργανωτικής διάρθρωσης είναι Διεύθυνση, Υπηρεσία, Τμήμα, Γραφείο.

Μερικά από τα Γραφεία που συγκροτούν τις μονάδες, είναι :

- ο Γραφείο προσωπικού και μισθοδοσίας-εκπαίδευσης προσωπικού
- ο Γραφείο Γραμματείας-Γενικού Πρωτοκόλλου-Γενικών καθηκόντων
- ο Γραφείο εξυπηρέτησης πελατών
- ο Γραφείο κίνησης-συντήρησης και επισκευών οχημάτων
- ο Γραφείο μελετών-σχεδιασμού-προγραμματισμού
- ο Γραφείο ειδικών μελετών-τοπογραφίσεων
- ο Προστασίας περιβάλλοντος
- ο Διαχείρισης υδατίνων πόρων, διαφύλαξης υδροφόρου ορίζοντα
- ο Γραφείο Διεθνών και Δημοσίων Σχέσεων, κτλ

11.3. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΩΝ Δ.Ε.Υ.Α.

Όπως διαπιστώσαμε παραπάνω, οι Δ.Ε.Υ.Α διαθέτουν γραφεία Δημοσίων Σχέσεων, τα οποία βρίσκονται τυπικά στα οργανογράμματά τους. Ουσιαστικά τις όποιου είδους Δημόσιες Σχέσεις των Δ.Ε.Υ.Α. τις ασκεί το Γραφείο Προσωπικού ή το Γραφείο Εξυπηρέτησης Πελατών ή κάποιο άλλο τμήμα ανάλογα την περίπτωση.

Το Γραφείο Δημοσίων και Διεθνών Σχέσεων, όπου υπάρχει, επιμελείται την προβολή της δραστηριότητας της επιχείρησης, το συντονισμό και την οργάνωση της επαφής της κάθε Δ.Ε.Υ.Α. με όλες τις υπηρεσίες, τα υπουργεία, άλλες Δ.Ε.Υ.Α. κτλ, την έκδοση δελτίων τύπου, το συντονισμό και την οργάνωση των επαφών της με διεθνείς οργανισμούς, την ευρωπαϊκή κοινότητα, την τήρηση αρχείου δημοσιεύσεων και τέλος την εισήγηση για συνδρομές σε εκδόσεις που την ενδιαφέρουν. Σε αντίθετη περίπτωση, γεγονός που συμβαίνει τις περισσότερες φορές, τις παραπάνω εργασίες τις επιμελούνται κάποια από τα υπόλοιπα γραφεία της υπηρεσίας.

Πρώτα απ' όλα η Δ.Ε.Υ.Α. φροντίζει να έχει καλές σχέσεις με το προσωπικό της (εσωτερικό κοινό). Η ασφάλεια, η ευγένεια, η σωστή συνεργασία και οι άδειες του προσωπικού της είναι δεδομένα. Πολλές φορές (από το Γραφείο Προσωπικού) προγραμματίζονται, οργανώνονται και εκτελούνται εκπαιδευτικά προγράμματα για το τακτικό και με σύμβαση προσωπικό της για την περαιτέρω ενημέρωσή του. Αυτό δείχνει πολύ θετικό στα μάτια του απλού πολίτη όπου αντιλαμβάνεται ότι η υπηρεσία φροντίζει να έχει πάντοτε ενημερωμένο προσωπικό για την καλύτερη εξυπηρέτηση του κοινού της.

Επίσης δεν ξεχνά τα παιδιά των εργαζομένων της. Ο Γενικός Επιχειρηματικός Διευθυντής έχοντας υπόψη του την ανάλογη πρόοδο της επιχείρησης, κάνει εισήγηση για την πραγματοποίηση κάποιων εκδηλώσεων. Η πιο συνηθισμένη είναι η χορήγηση χρηματικού βραβείου στα παιδιά των εργαζομένων της που αριστεύουν στις απολυτήριες εξετάσεις στη μέση ή ανώτερη ή ανώτατη εκπαίδευση.

Η κάθε Δ.Ε.Υ.Α. φροντίζει να ενημερώνει τους πολίτες για την κατάσταση στην οποία βρίσκεται. Σύμφωνα με το νόμο 1069/80, άρθρο 19, υποχρεούται κάθε χρόνο να συντάσσει Ειδικό ενημερωτικό Τεύχος Καταναλωτού.

Σε αυτό το Τεύχος αναφέρονται, μεταξύ άλλων, τα ουσιώδη και αναγκαία προς ενημέρωση στοιχεία για τις δραστηριότητες της επιχείρησης. Αυτά λαμβάνονται από τον ετήσιο απολογισμό και τις εκθέσεις της οικονομικής κατάστασης, από την απογραφή της περιουσίας της, από το Ετήσιο Πρόγραμμα Επενδύσεων με τις πηγές

χρηματοδότησής του, από το αποτέλεσμα του διαχειριστικού ελέγχου, από τις δαπάνες διοίκησης, λειτουργίας και συντηρήσεως. Ακόμα αναφέρεται στην παραγωγικότητα της επιχείρησης, την κατάσταση του προσωπικού, τις αμοιβές της διοίκησης και του προσωπικού καθώς και στοιχεία πάσης φύσεως δραστηριοτήτων της επιχείρησης.

Το Ειδικό Ενημερωτικό Τεύχος υπογράφεται από τον πρόεδρο και το γενικό διευθυντή της επιχείρησης. Μέρμνα της επιχείρησης είναι να σταλεί, το αργότερο εντός έξι μηνών από τη λήξη του οικονομικού έτους, στους καταναλωτές της επιχείρησης προς ενημέρωσή τους.

Η μη σύνταξη ή η μη αποστολή του ανωτέρου τεύχους συνιστά παράβαση του καθήκοντος.

Ο καταναλωτής μπορεί εύκολα, ξεφυλλίζοντας αυτό το τεύχος, να ενημερωθεί για οτιδήποτε αφορά τη Δ.Ε.Υ.Α. της πόλεώς του και να βγάλει τα απαραίτητα συμπεράσματα που θα του δημιουργήσουν μία εικόνα για αυτή. Έτσι προσπαθεί με κάθε τρόπο να κερδίσει την εμπιστοσύνη των πολιτών, αφήνοντάς τους ικανοποιημένους.

Προσπαθεί να διατηρήσει την αξιοπιστία της με διάφορους τρόπους. Πρώτα απ' όλα μεριμνά για τη διανομή νερού επί 24ώρου βάσεως και για την εφαρμογή των προγραμμάτων διανομής σε περιπτώσεις εκτάκτων ή προγραμματισμένων διακοπών της υδροδότησης καθώς και για τις ανακοινώσεις στον Τύπο των παραπάνω περιπτώσεων. Δηλαδή ενημερώνει πάντα τον καταναλωτή. Υπάρχουν και φορές που συντάσσεται ενημερωτικό πληροφοριακό δελτίο το οποίο εφόσον κρίνεται σκόπιμο δημοσιεύεται στον ημερήσιο τύπο ή μεταδίδεται από λοιπά μέσα ενημέρωσης του κοινού (ραδιόφωνο, τηλεόραση).

Ένας ακόμα τρόπος διατήρησης της αξιοπιστίας και της καλής εικόνας της προς τα έξω είναι η φροντίδα για την άμεση επέμβαση και αποκατάσταση οποιασδήποτε βλάβης όλο το 24ωρο και όλες τις μέρες του χρόνου.

Η Δ.Ε.Υ.Α. επηρεάζεται από τη γνώμη των καταναλωτών λόγω χάρη για τους λογαριασμούς ή υψηλά πάγια. Σε περίπτωση παραπόνων ή αιτημάτων των πελατών σκοπεύουν να τους ικανοποιήσουν. Επίσης έχει σκοπό και να επηρεάσει τους καταναλωτές στο να μη σπαταλούν νερό. Οι Δημόσιες Σχέσεις βοηθούν στο να περάσει αυτό το μήνυμα. Για να έχουν καλύτερα αποτελέσματα, συνεργάζονται και με ιδιωτικά γραφεία Δημοσίων Σχέσεων.

Χαρακτηριστικά παραδείγματα αυτής της συνεργασίας είναι τα παρακάτω:

- ❖ Διαφημιστικά μηνύματα στα κανάλια και ειδικά το καλοκαίρι, όπου τονίζεται η αξία του νερού, θυμίζει το έργο των Δ.Ε.Υ.Α. (και της Ε.Υ.Δ.Α.Π.) καθώς και την υποχρέωση για εξοικονόμηση του νερού.
- ❖ Διάφορα ένθετα που βρίσκουμε μαζί με τους λογαριασμούς ή ακόμα και σε εφημερίδες τα οποία τονίζουν πως «το νερό δεν είναι για πέταμα... είναι ζωή» και προτείνουν διάφορους τρόπους για την αποφυγή σπατάλης π.χ. «να μην πλένουμε πολύ ώρα το αυτοκίνητο με το λάστιχο», «να μην αφήνουμε ανοιχτή τη βρύση όσο πλένουμε τα δόντια μας», «να μην πλένουμε για ώρες τα φρούτα και τα λαχανικά κτλ...



Διαφημιστικά ενημερωτικά φυλλάδια της Δ.Ε.Υ.Α.Π. για τη συμμόρφωση των πολιτών για την εξοικονόμηση του νερού.

- ❖ Η δημιουργία αφισών οι οποίες θέλουν να περάσουν τα παραπάνω μηνύματα ή να προβάλουν το έργο των Δ.Ε.Υ.Α. ή ακόμα και να ενημερώσουν για κάποια εκδήλωση που πραγματοποιούν. Μια τέτοια αφίσα είναι και αυτή που δημιουργήθηκε το Σεπτέμβριο του 2004 στην Πάτρα για τον εορτασμό των 15 ετών (1990-2004) της παρουσίας και του δημιουργικού έργου της Δ.Ε.Υ.Α.Π.. Στη συγκεκριμένη γίνεται αναφορά στο επενδυτικό της έργο το οποίο αποτελεί «Μοχλό για την αναβάθμιση του περιβάλλοντος της Πάτρας και της ευρύτερης περιοχής». Ενδεικτικά αναφέρει πως τα έργα της αποχέτευσης κόστισαν 51.259.616 €, της ύδρευσης κόστισαν 19.844.535 € και του βιολογικού καθαρισμού κόστισαν 19.008.302 € και πως το Ταμείο Συνοχής της Ευρωπαϊκής Ένωσης που χρηματοδότησε τα έργα της συνέβαλε αποφασιστικά στην επιτυχία του έργου της.

Το Γραφείο Διαχείρισης Υδάτινων Πόρων - Διαφύλαξης Υδροφόρου Ορίζοντα, υποχρεούται στην εκπόνηση σχετικών ερευνών να συνεργάζεται με τους σχετικούς φορείς (Α.Ε.Ι. και Τ.Ε.Ι.) της χώρας και του εξωτερικού. Εδώ βλέπουμε πως το έργο της Δ.Ε.Υ.Α. περνά μέσα και από την εκπαίδευση. Οι φοιτητές μέσα από αυτές τις έρευνες, γνωρίζουν καλύτερα τις δραστηριότητές της και συμβάλουν ενεργά στην πραγματοποίησή τους. Με αυτό τον τρόπο δημιουργούν μία εικόνα για τη Δ.Ε.Υ.Α. που ανταποκρίνεται στην πραγματικότητα και κατανοούν καλύτερα τη συμβολή της στη βελτίωση της ζωής τους, σε θέματα που άπτονται των δραστηριοτήτων και των υποχρεώσεών της.

Επίσης η συνεργασία της με κρατικούς φορείς σε θέματα που την αφορούν είναι δεδομένη. Υπάρχουν όμως και περιπτώσεις που συνεργάζονται με το δήμο για την πραγματοποίηση των Δημοσίων Σχέσεών της. Κάποιες φορές τις Δημόσιες Σχέσεις ασκεί ο ίδιος ο δήμαρχος, ανάλογα βέβαια τις υποχρεώσεις του. Σε αντίθετη περίπτωση ορίζει άτομα από το συμβούλιο του δήμου τα οποία θα συνεργαστούν με τη Δ.Ε.Υ.Α. για την πραγματοποίηση όσο το δυνατόν καλύτερων Δημοσίων Σχέσεων. Αυτή η συνεργασία βέβαια βοηθάει και στην προβολή του έργου του δήμου, δείχνει το ενδιαφέρον του για την εξυπηρέτηση των πολιτών σε όλους τους τομείς της καθημερινής τους ζωής όπου μπορεί να αντιμετωπίζουν κάποιο πρόβλημα.

11.4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Έπειτα από την έρευνά μας στις Δ.Ε.Υ.Α. Πατρών, Σπάρτης και Τριπόλεως καθώς και από τη μελέτη της εφημερίδας της κυβέρνησης, σε τεύχη που αφορούν τις Δ.Ε.Υ.Α. καταλήξαμε στα παρακάτω συμπεράσματα για την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων σε αυτές :

- ✓ Οι Δημοτικές Επιχειρήσεις Ύδρευσης και Αποχέτευσης των επαρχιακών πόλεων, ουσιαστικά δεν διαθέτουν ξεχωριστό τμήμα Δημοσίων Σχέσεων.
- ✓ Στο οργανόγραμμά τους υπάρχει τυπικά γραφείο Δημοσίων Σχέσεων.
- ✓ Συνήθως, όποιες εκδηλώσεις τις αφορούν τις αναλαμβάνει ο δήμος μόνος τους ή σε συνεργασία με αυτές.
- ✓ Από τη στιγμή που δεν έχουν γραφείο Δημοσίων Σχέσεων, τα υπόλοιπα γραφεία φροντίζουν να καλύπτουν αυτές τις ανάγκες, κυρίως το γραφείο προσωπικού.
- ✓ Πολλές φορές, για την πραγματοποίηση κάποιων εορταστικών εκδηλώσεων, τη δημιουργία ένθετων και την προβολή διαφημιστικών μηνυμάτων, συνεργάζονται με ιδιωτικές επιχειρήσεις Δημοσίων Σχέσεων.
- ✓ Το Ενημερωτικό Τεύχος Καταναλωτού εκδίδεται περιστασιακά και όχι ετησίως όπως προβλέπεται από το νόμο 1069/80. Η έκδοσή του εξαρτάται από τα έξοδά της (αν της το επιτρέπουν το εκδίδει) και από τα έργα της (αν έχει κάνει αρκετά και αξιοσημείωτα τα αναφέρει ώστε να ενημερώσει τον πολίτη).
- ✓ Την ενδιαφέρει η εικόνα που παρουσιάζει στους πολίτες. Σκοπός της είναι να διατηρεί θετική γνώμη και να μην χάσει την εμπιστοσύνη των καταναλωτών. Έτσι προσπαθεί με κάθε τρόπο να τους ικανοποιεί όλο το 24ωρο.
- ✓ Διαθέτουν γραφείο εξυπηρέτησης πελατών, στο οποίο μπορεί ο κάθε πολίτης να εκφράσει αιτήματα ή παράπονα, τα οποία η Δ.Ε.Υ.Α. φροντίζει να ικανοποιήσει ώστε να διατηρήσει μία θετική εικόνα προς τα έξω.
- ✓ Το προσωπικό που εκτελεί τις εργασίες του γραφείου είναι σχετικά ολιγάριθμο, με αποτέλεσμα να μην υπάρχουν άτομα να ασχοληθούν με τις Δημόσιες Σχέσεις σε βάθος και όχι επιφανειακά.

- ✓ Δεν υπάρχουν οι απαραίτητοι πόροι για τη δημιουργία γραφείου Δημοσίων Σχέσεων και την πρόσληψη νέου προσωπικού ειδικευμένο σε αυτό τον τομέα.
- ✓ Εννοείται πως το προσωπικό της θέλει να δημιουργηθεί ξεχωριστό τμήμα Δημοσίων Σχέσεων ώστε να προβάλλεται καλύτερα το έργο της και να αναπτυχθούν περισσότερο οι σχέσεις της με τους πολίτες και τις υπόλοιπες υπηρεσίες που υπάρχουν στο ελληνικό κράτος και όχι μόνο. Με αυτό τον τρόπο πιστεύουν πως θα βελτιωθεί ακόμα περισσότερο η υπηρεσία τους.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 12

*Οι Δημόσιες Σχέσεις της
Δημόσιας Επιχείρησης Ηλεκτρισμού*

12. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Η Δ.Ε.Η. είναι ένας οργανισμός, ο οποίος ιδρύθηκε με την επωνυμία «Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού» με το νόμο Ν.1468/50 (αφ. ΦΕΚ:169, Άρθρο 1). Έδρα της ορίζεται η Αθήνα. (Π.Δ. 57/85 Κεφ. Α, Άρθρο 1)

Ιστορική ανάδρομη - προ ΔΕΗ περίοδος:

Το 1889 φτάνει το Ηλεκτρικό στην Ελλάδα. Η Γενική Εταιρεία Εργοληψιών κατασκευάζει στην Αθήνα, στην οδό Αριστείδου, την πρώτη μονάδα παραγωγής ηλεκτρικού ρεύματος. Το πρώτο κτίριο που φωτίζεται είναι τα Ανάκτορα και πολύ σύντομα ο ηλεκτροφωτισμός επεκτείνεται στο ιστορικό κέντρο της πρωτεύουσας. Σιγά σιγά, χρόνο με το χρόνο, πολυεθνικές εταιρείες κάνουν την εμφάνισή τους στην Ελλάδα και το ρεύμα μεταδίδεται σε ολόκληρη τη χώρα. Το 1950 υπάρχουν στην Ελλάδα 400 περίπου εταιρείες παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας. Οι πρώτες ύλες που χρησιμοποιήθηκαν ήταν το πετρέλαιο και ο γαιάνθρακας που φυσικά εισάγονταν από το εξωτερικό.

1950-2000 : Πενήντα χρόνια ΔΕΗ

Τον Αύγουστο του 1950 ιδρύεται η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού χάριν του Δημοσίου συμφέροντος με σκοπό τη χάραξη και εφαρμογή μιας εθνικής ενεργειακής πολιτικής, η οποία μέσα από την εντατική εκμετάλλευση των εγχώριων πόρων, να κάνει το Ηλεκτρικό ρεύμα κτήμα και δικαίωμα του κάθε Έλληνα πολίτη, στη φθηνότερη δυνατή τιμή.

Αρκετά νωρίς, το 1956 αποφάσισε την εξαγορά όλων των ιδιωτικών και δημοσίων επιχειρήσεων παραγωγής ηλεκτρικής ενέργειας ώστε να υπάρχει ένας ενιαίος φορέας διαχείρισης. Τελικά η Δ.Ε.Η. εξαγόρασε όλες αυτές τις επιχειρήσεις και ενέταξε το προσωπικό τους στις τάξεις της.

2001-2005 Η σύγχρονη ΔΕΗ Α.Ε.

Από την 1^η Ιανουαρίου του 2001, με βάση το Ν. 2773/99 και το Π.Δ. 330 της 20^{ης} Δεκεμβρίου 2000, η Δ.Ε.Η. μετατράπηκε σε Ανώνυμη Εταιρεία. Από το Φεβρουάριο του 2001 ξεκίνησε η απελευθέρωση της αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας στην Ελλάδα (Νόμος 2773/99) στα πλαίσια της ολοκλήρωσης της εσωτερικής αγοράς ηλεκτρικής ενέργειας στην Ευρωπαϊκή Ένωση. Μετά τη μετατροπή της σε Ανώνυμη Εταιρεία, κύριος στρατηγικός στόχος της είναι η μεγιστοποίηση της αξίας προς τους έχοντες έννομο συμφέρον (μέτοχοι, εργαζόμενοι, συνεργαζόμενες επιχειρήσεις, Ελληνικό Κράτος, πελάτες).

Τα προαναφερθέντα σημαντικά γεγονότα, η είσοδος της στην Ελληνική Χρηματαγορά καθώς και του Λονδίνου (αρχές του 2001), απετέλεσαν σταθμό στην υπερπεντήκονταετή ιστορία της.

Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού, με τη μορφή την οποία έχει ήδη αποκτήσει, υποχρεούται να :

1. Διασφαλίζει την οικονομική αυτόρκεια .
2. Παρέχει την παραγόμενη ηλεκτρική ενέργεια προς τους αγροτικούς και αστικούς πληθυσμούς στη φθηνότερη δυνατή τιμή, ενεργώντας βάσει υγιών εμπορικών αρχών εκτός των πλαισίων της γενικότερης οικονομικής πολιτικής της χώρας.
3. Αποφεύγει τις αδικαιολόγητες διακρίσεις κατά την παροχή της ηλεκτρικής ενέργειας μεταξύ των διαφόρων περιοχών της χώρας και κατά του καθορισμού των τιμολογίων μεταξύ καταναλωτών αυτής της κατηγορίας.
4. Διαθέτει τα πραγματοποιούμενα έσοδα μετά την αφαίρεση κρατήσεων για σχηματισμό αποθεματικών, για τελειοποίηση και συμπλήρωση των εγκαταστάσεων, βελτίωση των όρων εξυπηρέτησης του κοινού και μείωση της τιμής της ηλεκτρικής ενέργειας, απαγορευμένης της διαθέσεως αυτών για σκοπούς ξένους προς τους δικούς της.

Η Δημόσια Επιχείρηση Ηλεκτρισμού έχει επίσης το αποκλειστικό προνόμιο (Ν.1468/50, Αρ. ΦΕΚ :169, Άρθρο 1) :

- Της κατασκευής, λειτουργίας και εκμετάλλευσης υδροηλεκτρικών εργοστασίων, θερμικών εργοστασίων και εθνικού δικτύου μεταφοράς του ηλεκτρικού ρεύματος,

- Της οποιασδήποτε συμφωνίας μεταξύ Δημόσιας Επιχείρησης Ηλεκτρισμού και ιδιωτικών επιχειρήσεων, η οποία συμφωνία εγκρίνεται από τον Υπουργό Συντονισμού και
- Για συμβάσεις παραγωγής και διάθεσης ηλεκτρικής ενέργειας. (Ν. 1468/50, Αρ. ΦΕΚ: 169, Άρθρο 1)

12.1. ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΠΟΥ ΔΗΜΙΟΥΡΓΟΥΝ ΘΕΤΙΚΗ ΕΙΚΟΝΑ ΤΗΣ Δ.Ε.Η. ΣΤΗΝ ΚΟΙΝΩΝΙΑ

Η Δ.Ε.Η. Α.Ε. εκτός από την κάλυψη των αναγκών της χώρας σε ηλεκτρισμό προσφέρει κοινωνικό έργο το οποίο είναι λιγότερο γνωστό. Με αυτό τον τρόπο κατορθώνει να διατηρεί μια καλή εικόνα στα μάτια των πολιτών.

Πρώτα απ' όλα, δημιουργεί φράγματα σε διάφορους ποταμούς της χώρας, με αποτέλεσμα να αναδεικνύονται τοπία φυσικού κάλλους ενώ ταυτόχρονα αρδεύει μεγάλες γεωργικές εκτάσεις που αλλιώς θα μαράζωναν, ειδικά σε περιόδους ανομβρίας.

Επίσης, μεταφέροντας την παραγωγή ενέργειας εκτός Αττικής, κυρίως στη Βόρεια Ελλάδα, έχει προσφέρει μεγάλη βοήθεια στην καταπολέμηση της ανεργίας, έχει βοηθήσει στην ανάπτυξη πόλεων που παλαιότερα ήταν υποβαθμισμένες, παράλληλα δίνοντας μεγάλη έμφαση στη χρήση εγχώριων πηγών ενέργειας, έχει συνεισφέρει τα μέγιστα στην εξοικονόμηση συναλλάγματος.

Από τη στιγμή που έγινε η εισαγωγή της Δ.Ε.Η. στα χρηματιστήρια Αθηνών και Λονδίνου, η Διοίκηση της εταιρείας ενδιαφέρεται πλέον άμεσα για την πορεία της μετοχής και τους χιλιάδες μέτοχους που της εμπιστεύτηκαν τα κεφάλαιά τους για να έχουν μια αποδοτική επένδυση. Επιπλέον, ενδιαφέρεται να διατηρεί καλές σχέσεις με τους μετόχους της αλλά και με τους υποψήφιους προς επένδυση μετόχους δημιουργώντας ένα ένθερμο κλίμα αμοιβαίας εμπιστοσύνης μέσω επικοινωνιακής φιλοσοφίας και στρατηγικής Δημοσίων Σχέσεων. Αυτός είναι και ένας από τους λόγους που κάθε χρόνο πραγματοποιείται η Ετήσια Γενική Συνέλευση, στην οποία καλεσμένοι είναι όλοι οι μέτοχοι της εταιρείας, όπου παρουσιάζεται ο απολογισμός της προηγούμενης χρονιάς. Στη Γενική Συνέλευση, η Διοίκηση παρουσιάζει τα

οικονομικά στοιχεία της εταιρείας και παράλληλα τον σχεδιασμό για τα επόμενα μελλοντικά σχέδιά της.

Θεωρούμε πως είναι πολύ σημαντική για την εταιρεία η δημιουργία κλίματος εμπιστοσύνης απέναντι στους μετόχους της. Η άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων γενικά και ειδικότερα για τους μετόχους της, αποτελούν το άλφα και το ωμέγα στη διατήρηση του κύρους της στην κοινωνία. Ξοδεύει αρκετά χρήματα διαφημίζοντας την πορεία της μέσα από τα Μ.Μ.Ε. αλλά και τις παρουσιάσεις της στον έντυπο τύπο. Από την τηλεόραση συνήθως παρουσιάζονται τα μεγάλα σχέδια επενδύσεων τα οποία βρίσκονται σε εξέλιξη ενώ στις εφημερίδες και τα περιοδικά παρουσιάζονται κυρίως τα οικονομικά της στοιχεία (ισολογισμός).

Εκτός από τη διατήρηση θετικής εικόνας στην Ελλάδα, ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζουν οι Δημόσιες Σχέσεις της στο εξωτερικό. Γι' αυτό το λόγο δαπανούνται μεγάλα χρηματικά ποσά, επενδύοντας στις «καλές» Δημόσιες Σχέσεις με τους επενδυτές του εξωτερικού, κυρίως διοργανώνοντας «Road Show» σε διάφορες χώρες. Αναλυτικότερα, η Διοίκηση, πηγαίνει σε μια χώρα του εξωτερικού και παρουσιάζει την πορεία της εταιρείας σε μεγάλους θεσμικούς επενδυτές όπου ενδιαφέρονται να επενδύσουν στη μετοχή της Δ.Ε.Η. Α.Ε. θεωρούμε σκόπιμο να αναφέρουμε πως η τιμή εισαγωγής των μετοχών της ΔΕΗ στο Ελληνικό χρηματιστήριο έγινε στην τιμή των 11 ευρώ ανά μετοχή, ενώ σήμερα διαπραγματεύεται στην τιμή των 22,5 ευρώ. Επίσης, φέτος θα διανείμει μέρισμα 0,90 ευρώ ανά μετοχή, αυτό αντιστοιχεί σε μερισματική απόδοση της τάξεως του 2,5%. Όπως μπορεί να γίνει αντιληπτό, οι μέτοχοι οι οποίοι επένδυσαν στη Δ.Ε.Η. έχουν αποκομίσει σημαντικές υπεραξίες.

Η Δ.Ε.Η., όμως, δεν ενδιαφέρεται μόνο για τους μετόχους της. Θεωρεί πολύ σημαντική τη δημιουργία και διατήρηση καλών σχέσεων με τους ίδιους τους πελάτες της. Για το λόγο αυτό δημιουργήθηκε ειδικό τμήμα εξυπηρέτησης πελατών με απώτερο σκοπό την πληρέστερη ικανοποίηση των αναγκών τους. Ο πελάτης μπορεί να πηγαίνει στα τοπικά υποκαταστήματα που βρίσκονται σε ολόκληρη την Ελλάδα και να αναφέρει τυχόν βλάβες ή προβλήματα που αντιμετωπίζει σχετικά με τις υπηρεσίες της Δ.Ε.Η.. Σε περίπτωση που αδυνατεί ή δεν κρίνεται απαραίτητη η επίσκεψή του έχει τη δυνατότητα να τηλεφωνεί και να αναφέρει το προσωπικό του παράπονο ή τυχόν πρόβλημα ή να ενημερώνεται για οποιαδήποτε λειτουργία όσον αφορά δυνατότητες που του προσφέρονται.

Στους λογαριασμούς που εκδίδει η Δ.Ε.Η., υπάρχουν ενημερωτικά φυλλάδια για τους καταναλωτές που αφορούν εναλλακτικές μορφές ενέργειας, τρόπους

εξοικονόμησης ηλεκτρικής ενέργειας ακόμα και διάφορες τιμολογιακές πολιτικές για της ώρες μη αιχμής ώστε να εξοικονομούν χρήματα από την κατανάλωση του ρεύματος.

Ένας ακόμη τρόπος εξυπηρέτησης των πελατών της, ο οποίος θεωρείται ως επιπλέον θετικό για τη διατήρηση της καλής της εικόνας, είναι οι διάφοροι εναλλακτικοί τρόποι εξόφλησης των λογαριασμών είτε μέσα από τραπεζικούς λογαριασμούς, είτε μέσω internet, είτε στα τοπικά καταστήματα ΠΡΟΠΟ κ.α.

12.2. ΟΙ ΔΗΜΟΣΙΕΣ ΣΧΕΣΕΙΣ ΤΗΣ Δ.Ε.Η.

Όπως έχει ήδη αναφερθεί, η έδρα της Δ.Ε.Η. βρίσκεται στην Αθήνα. Το ίδιο ισχύει και για το τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της. Υπάρχει το κεντρικό τμήμα στην Αθήνα, το οποίο έχει ανταποκριτή επικοινωνίας σε κάθε μονάδα. Ακολουθείται μία κεντρική πολιτική και όχι αυτόνομη.

Πιο αναλυτικά, στην Αθήνα εδρεύει η Διεύθυνση Επικοινωνίας. Σε κάθε γενική διεύθυνση υπάρχει ένας συντονιστής επικοινωνίας και σε κάθε μονάδα υπάρχει ο ανταποκριτής επικοινωνίας. Υπάρχει μεταξύ τους ένα είδος κάθετης και αμφίδρομης επικοινωνίας. Για οποιαδήποτε δραστηριότητα, έρχονται οδηγίες από το κεντρικό τμήμα της Αθήνας προς τους συντονιστές των Γενικών Διευθύνσεων, οι οποίοι, με τη σειρά τους, προωθούν αυτές στους ανταποκριτές επικοινωνίας κάθε μονάδας. Τελικά οι ανταποκριτές επικοινωνίας, μόνοι τους ή με τη βοήθεια κάποιων υπαλλήλων της Δ.Ε.Η. εφαρμόζουν τις εκάστοτε οδηγίες ώστε να πραγματοποιηθούν οι Δημόσιες Σχέσεις.

Εμείς επισκεφτήκαμε τα γραφεία της επιχείρησης που βρίσκονται στους Νομούς Αρκαδίας, Αχαΐας και Λακωνίας, τα οποία εποπτεύονται από την περιφέρεια διανομής ηλεκτρικού ρεύματος Πελοποννήσου-Ηπείρου (οι περιφέρειες συνολικά είναι πέντε, Αττικής, Μακεδονίας-Θράκης, Πελοποννήσου-Ηπείρου, Κεντρικής Ελλάδος και Νήσων). Συζητήσαμε με τους ανταποκριτές επικοινωνίας των τριών αυτών μονάδων. Σε κάθε μονάδα υπάρχει ένας ανταποκριτής, ο οποίος πολλές φορές δεν καταφέρνει μόνος του να πραγματοποιήσει τις Δημόσιες Σχέσεις. Ο χρόνος του αποδεικνύεται ανεπαρκής για τη διοργάνωση εορταστικών και λουτών εκδηλώσεων.

Ανεξαρτήτως των ενεργειών των ανταποκριτών στα πλαίσια των Δημοσίων Σχέσεων η δράση των εργαζομένων της σε πολιτιστικό επίπεδο είναι αρκετά πλούσια. Έχουν δημιουργηθεί 21 περίπου αυτόνομοι πολιτιστικοί σύλλογοι και η χορωδία «Οι Αρχιτραγουδιστές» που λειτουργούν με ευθύνη της Διεύθυνσης Επικοινωνίας. Κάθε χρόνο διοργανώνονται με επιτυχία σε όλη την Ελλάδα εκδηλώσεις όπως θεατρικές παραστάσεις, χοροί, διάφορες εκθέσεις, αθλητικές δραστηριότητες, εκδρομές κ.τ.λ. που απευθύνονται όχι μόνο στους εργαζόμενους της Δ.Ε.Η. αλλά και στις τοπικές κοινωνίες. Μέλη των συλλόγων αποτελούν οι εργαζόμενοι και συνταξιούχοι της εταιρείας. Μερικοί αναφέρονται παρακάτω:

1. Πολιτιστικός και Φυσιολατρικός σύλλογος εργαζομένων Δ.Ε.Η., ο Φυσιολάτρης.
2. Πολιτιστικός αθλητικός σύλλογος προσωπικού
3. Πολιτιστικός σύλλογος εργαζομένων Δ.Ε.Η. (Ν. Φλώρινας)
4. Εκπολιτιστικός επιμορφωτικός σύλλογος υπάλληλων Δ.Ε.Η. (Ν. Σερρών)
5. Μορφωτικός σύλλογος προσωπικού Δ.Ε.Η. (Ν. Κομοτηνής)
6. Πολιτιστικό κέντρο εργαζομένων (Δ.Ε.Η. Λάρισας)
7. Σκοπευτικός όμιλος Δ.Ε.Η.
8. Εκπολιτιστικός σύλλογος προσωπικού Δ.Ε.Η. (Ν. Πέλλας)
9. Ορειβατικός σύλλογος υπάλληλων Δ.Ε.Η. περιοχής Νήσων
10. Επιμορφωτική λέσχη προσωπικού Δ.Ε.Η. Χανίων
11. Μορφωτική ψυχαγωγική λέσχη προσωπικού Δ.Ε.Η. (Ν. Ηρακλείου)
12. Μορφωτική ψυχαγωγική λέσχη προσωπικού Δ.Ε.Η. Αιτωλοακαρνανίας
13. Πανελλήνιος Ορειβατικός σύλλογος προσωπικού Δ.Ε.Η.
14. Επιμορφωτική λέσχη προσωπικού Δ.Ε.Η. περιοχής Ρεθύμνου
15. Πολιτιστικός και αθλητικός σύλλογος προσωπικού Δ.Ε.Η. (Ν. Δράμας)
16. Λέσχη υπαλλήλων Δ.Ε.Η. Ξάνθης
17. Πολιτιστική λέσχη προσωπικού Δ.Ε.Η. Βόλου
18. Ιστοπλοϊκός όμιλος προσωπικού Δ.Ε.Η.
19. Πολιτιστικό κέντρο εργαζομένων και συνταξιούχων Δ.Ε.Η.
20. Αθλητικός αναπηρικός σύλλογος Πτολεμαΐδας
21. Όμιλος Συναδέλφων Εκδηλώσεων Αγάπη- Συναδέλφωση, Προσωπικού και συνταξιούχων Δ.Ε.Η. (Ν. Αχαΐας)

Από τους παραπάνω συλλόγους, ως βασικός φορέας των πολιτιστικών και καλλιτεχνικών δραστηριοτήτων στη Δ.Ε.Η. Α.Ε., θεωρείται ο Πολιτιστικός και Φυσιολατρικός σύλλογος Εργαζόμενων Δ.Ε.Η. «ο Φυσιολάτρης». Κύριοι στόχοι των συλλόγων, σύμφωνα με το καταστατικό τους είναι η εμπέδωση και η καλλιέργεια των πολιτιστικών αξιών, που αναδεικνύουν ως μέγιστη αξία την ανθρώπινη ολότητα μέσα από την ανάπτυξη συναδελφικών σχέσεων με την εξύψωση του μορφωτικού, πολιτιστικού και ψυχαγωγικού επιπέδου των μελών, την καλλιέργεια της ανθρώπινης κοινωνικής συνείδησης και συμπεριφοράς και την καλλιέργεια του πνεύματος, της τέχνης, της αγάπης προς τη φύση, της οικολογίας και του αθλητισμού, που θα ενισχύσει στην πραγματοποίηση μιας παγκόσμιας πολιτιστικής παιδείας.

12.2.1. ΕΠΗΜΕΡΟΥΣ ΔΡΑΣΤΗΡΙΟΤΗΤΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ Δ.Ε.Η.

Εκτός από τις παραπάνω οργανωμένες δραστηριότητες Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Δ.Ε.Η., υπάρχουν και άλλες που γίνονται μεμονωμένα στα υποκαταστήματά της σε όλη την Ελλάδα είτε σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Επικοινωνίας στην Αθήνα. Οι πιο σημαντικές αναφορικά είναι:

- Ο έρανος του Ερυθρού Σταυρού, ο οποίος πραγματοποιείται σε συνεργασία με τη Δ.Ε.Η.
- Η χριστουγεννιάτικη γιορτή που πραγματοποιεί για τα παιδιά των εργαζομένων
- Η κοπή της πρωτοχρονιάτικης πίτας
- Οι βραβεύσεις των αριστούχων μαθητών-παιδιών των εργαζομένων, με δώρα, επαίνους και χρηματικά ποσά
- Η έκδοση του περιοδικού «Ηλεκτρον»
- Η ιστοσελίδα της Δ.Ε.Η. στο διαδίκτυο, με τη διεύθυνση: www.dei.gr
- Τέλος, γίνεται μελέτη για την περίπτωση δημιουργίας γραφείου εκδρομών, το οποίο θα διοργανώνει εκδρομές για τους εργαζομένους της Δ.Ε.Η. και τις οικογένειές τους, με μειωμένες τιμές.

Σημείωση : Είναι άξιο αναφοράς η προβολή του έργου της μέσω μιας ενημερωτικής ταινίας, το «Πολυθέαμα» που παρουσιάζόταν από το 1989 μέχρι και το 2000 φέρνοντας σε επαφή το κοινό (πολίτες και μαθητές) με την παραγωγή, τη μεταφορά και τη διανομή του ηλεκτρικού ρεύματος.

Ένας ακόμη τομέας στον οποίο δίνει ιδιαίτερη σημασία η Δ.Ε.Η. είναι η παραγωγική της διαδικασία σε σχέση πάντα με την προστασία του περιβάλλοντος. Επειδή από τη φύση της είναι μια εταιρεία που κατέχει μεγάλα εργοστάσια και προκαλεί ζημιά στο περιβάλλον, προσπαθεί να εφαρμόζει με συνέπεια μια ολοκληρωμένη περιβαλλοντική στρατηγική, που βρίσκεται σε πλήρη εναρμόνιση με τους νόμους του Κράτους και τις Κοινοτικές Οδηγίες. Λαμβάνει πρωτοβουλίες για την μείωση εκπομπών επιβλαβών αερίων καθώς και την αντιμετώπιση της κλιματικής αλλαγής ώστε να αντικρίσει με αίσθημα κοινωνικής ευθύνης τον πολίτη. Προσπαθεί να παρουσιάσει στον κόσμο μια καλή εικόνα ώστε να μην την συνδέει απόλυτα και μόνο με «το μαύρισμα του ελληνικού καταγάλανου ουρανού».

Για το λόγο αυτό, στο παγκοσμίου εμβέλειας θέμα της κλιματικής αλλαγής, συνεργάζεται στενά με το Υπουργείο Ανάπτυξης και το ΥΠ.Ε.ΧΩ.Δ.Ε. στη διαμόρφωση των Ελληνικών θέσεων.

Η επιχείρηση λαμβάνει μια σειρά μέτρων για τον περιορισμό των εκπομπών διοξειδίου του άνθρακα που εστιάζονται σε πέντε κυρίως τομείς. Αυτοί είναι:

- η ένταξη του φυσικού αερίου ως νέου καυσίμου στην ηλεκτροπαραγωγή
- η ανάπτυξη των υδροδυνάμεων της χώρας
- η αξιοποίηση των ανανεώσιμων πηγών ενέργειας
- η εξοικονόμηση και ορθολογική χρήση ενέργειας
- η εφαρμογή των πλέον αποδοτικών τεχνολογιών καύσης λιγνίτη

12.3. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Με βάση την έρευνα που κάναμε στα υποκαταστήματα της Δ.Ε.Η. στην Πάτρα, τη Σπάρτη και την Τρίπολη, δημιουργήσαμε μία γενική εικόνα για το πώς λειτουργεί η Δ.Ε.Η. και για τη σχέση που έχει με τα υποκαταστήματά της. Εμείς βέβαια επικεντρώσαμε το ενδιαφέρον μας στην άσκηση των Δημοσίων Σχέσεών της

και στις οποιεσδήποτε δραστηριότητες κάνει για να διατηρεί τη φήμη της και γενικότερα τη θετική εικόνα της στην κοινωνία, στα μάτια του απλού πολίτη.

Αμέσως διαπιστώσαμε πως η καλή επικοινωνία, τόσο με τους πελάτες της όσο και με το προσωπικό της, αποτελεί πρωταρχικό στάδιο στα πλαίσια της λειτουργίας της. Στόχος της είναι η ικανοποίηση των καταναλωτών σε 24ωρη βάση. Είναι πρόθυμη να ακούει τυχόν παράπονα ή προβλήματα με σκοπό την επίλυσή τους. Εκτός από την άμεση εξυπηρέτηση του καταναλωτικού κοινού, φροντίζει και για τον καλύτερο και υγιέστερο τρόπο ζωής του. Συγκεκριμένα, προσπαθεί με κάθε τρόπο να ελαχιστοποιήσει τη μόλυνση του περιβάλλοντος από μέρους της, εφαρμόζοντας μία ολοκληρωμένη περιβαλλοντική στρατηγική.

Με τους διάφορους συλλόγους που έχει δημιουργήσει, στους οποίους μέλη της είναι οι εργαζόμενοι, καλλιεργεί πολιτιστικές αξίες, φροντίζει για την ανύψωση του μορφωτικού και ψυχαγωγικού επιπέδου των εργαζομένων, ενισχύει την αγάπη τους προς τη φύση, τον αθλητισμό κλπ.

ΚΕΦΑΛΑΙΟ 13

Γενικά Συμπεράσματα

Σκοπός της εργασίας αυτής ήταν η μελέτη της υπάρχουσας κατάστασης Δημοσίων Σχέσεων στο Δημόσιο Τομέα και συγκεκριμένα στο χώρο της Υγείας, εκπαίδευσης, της Νομαρχιακής και Τοπικής Αυτοδιοίκησης καθώς επίσης στη Δ.Ε.Η. και την Δ.Ε.Υ.Α. όσον αφορά την οργάνωση, τη μορφή και τον τρόπο λειτουργίας τους.

Μέσα από βιβλιογραφική μελέτη των Δημοσίων Σχέσεων και της εμπειρίας κατά την επαφή μας με τους παραπάνω Οργανισμούς, θελήσαμε να δώσουμε απαντήσεις σε μια σειρά ερωτημάτων που μας δημιουργήθηκαν καθώς επίσης να κατανοήσουμε την δράση και αναγκαιότητα ύπαρξης Γραφείων Δημοσίων Σχέσεων.

Τα ερωτήματα, αφορούν κυρίως την ύπαρξη ή μη Γραφείων Δημοσίων Σχέσεων στους Οργανισμούς, το κατά πόσο αυτά λειτουργούν και συμβάλλουν στην εξομάλυνση δυσχερειών εντός της επιχείρησης και έπειτα στην ενίσχυση της θετικής εικόνας του οργανισμού προς τα έξω. Παράλληλα, θελήσαμε να εμβαθύνουμε κυρίως στις προϋποθέσεις που χρειάζονται για την επάνδρωση ενός καλά οργανωμένου τμήματος όσον αφορά την απαραίτητη μόρφωση των στελεχών ή περαιτέρω εξειδίκευσής τους, τα μέσα και τους πόρους που απαιτούνται για την εύρυθμη υλοποίηση των προγραμμάτων κ.τ.λ. Επίσης, μας ενδιέφερε η άποψη των υφισταμένων για την αναγκαιότητα ενός τέτοιου τμήματος και τέλος τα προβλήματα που αντιμετωπίζει κατά την λειτουργία του.

Κατά την επαφή μας στους Οργανισμούς αυτούς, κατανοήσαμε τις αυξημένες υποχρεώσεις που έχουν έναντι του κοινωνικού συνόλου και κρίναμε απαραίτητη την εφαρμογή πολιτικής Δημοσίων Σχέσεων. Αυτό συνίσταται στο γεγονός, κυρίως, ότι οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν μια από τις σύγχρονες επικοινωνιακές λειτουργίες, που αποβλέπουν στη δημιουργία κλίματος αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης μεταξύ ενός οργανισμού και του κοινού στο οποίο απευθύνεται. Με βάση την προσωπική μας εμπειρία ο Ιδιωτικός Τομέας έχει εδώ και πολλά χρόνια κατανοήσει την αναγκαιότητα των Δημοσίων Σχέσεων, δεν συμβαίνει όμως το ίδιο και με τους Οργανισμούς του Δημοσίου οι οποίοι εξάλλου παρουσιάζουν μεγαλύτερο ενδιαφέρον λόγω της έκτασης του κοινού στο οποίο απευθύνονται.

Παρ' όλη την πολύχρονη ύπαρξη του στον ελλαδικό χώρο, ο θεσμός των Δημοσίων Σχέσεων δεν έχει καταφέρει να λειτουργήσει όπως θα έπρεπε. Υπάρχουν ποικίλα προβλήματα άσκησης Δημοσίων Σχέσεων όπως η γραφειοκρατική λειτουργία, ο κομματισμός και η αναξιοπιστία, το κρατικό απόρρητο και η προπαγανδιστική αντίληψη. Αναλυτικότερα:

Η γραφειοκρατική αντιμετώπιση

Πρόκειται για την πλέον σοβαρή αντινομία του δημόσιου τομέα. Όλοι τη γνωρίζουν και την επικρίνουν αφού προκαλεί αδράνεια των λειτουργιών, επιφέρει συγκράτηση πρωτοβουλιών και αναπαράγει συνθήκες απρόσωπων σχέσεων. Οι Δημόσιες Σχέσεις, λόγω της εντονότατης γραφειοκρατίας του δημόσιου τομέα στο σύνολό του, αντιμετωπίζουν σοβαρό πρόβλημα. Η καθυστέρηση εξυπηρέτησης από πλευράς χρόνου αρχικά και ποιότητας στη συνέχεια, συχνά καταστρέφει την «εικόνα» των οργανισμών στα μάτια του μέσου πολίτη.

Ο κομματισμός και η έλλειψη αξιοκρατίας

Είναι μια πρακτική που διακονίζεται στη χώρα μας από το 19^ο αιώνα με αμείωτη ένταση. Καθώς αυξάνεται, προκαλεί επιλεκτική και προνομακή εξυπηρέτηση κάποιων σε βάρος του συνόλου των πολιτών, με αποτέλεσμα να δημιουργούνται έριδες και εντάσεις. Δυστυχώς το συγκεκριμένο φαινόμενο αναπαράγεται λόγω της μονιμότητας.

Οι Δημόσιες Σχέσεις εξαιτίας του κομματισμού και της αναξιοκρατίας αντιμετωπίζουν οξύτατο πρόβλημα σε σχέση με την αξιοπιστία τους και σε σχέση με την εμπιστοσύνη του κοινού.

Το κρατικό απόρρητο και η προπαγανδιστική θεώρηση

Πρόκειται για το κύριο χαρακτηριστικό γνώρισμα της ελληνικής δημόσιας διοίκησης. Αν και τις τελευταίες δεκαετίες έχει παρουσιάσει βελτίωση, δεσπόζει ως πρακτική, οδηγώντας στην έλλειψη πρόσβασης στις πραγματικές πηγές των γεγονότων, στην αδυναμία ενημέρωσης για τα δεδομένα λήψης των αποφάσεων, κ.ο.κ. Τα παραπάνω συμβαίνουν ιδίως μέσω της επίκλησης του εθνικού συμφέροντος, του κρατικού απόρρητου κλπ.

Οι Δημόσιες σχέσεις, λόγω του κρατικού απορρήτου και της προπαγανδιστικής θεώρησης των δεδομένων, έχουν ν' αντιμετωπίσουν ουσιώδη προβλήματα. Τα κυριότερα είναι το κενό πληροφόρησης για την επεξεργασία στοιχείων, η αδιαφάνεια που οδηγεί στην ελλιπή ενημέρωση του πολίτη και η προσφυγή σε αντιδεοντολογικές μεθόδους στις οποίες οι Δημόσιες Σχέσεις είναι αντίθετες. Ιδίως σε ζητήματα που αφορούν στην εξωτερική πολιτική, στην εθνική άμυνα, στις ένοπλες δυνάμεις, στα σώματα ασφαλείας...

Οι λοιπές αντινομίες του κράτους

Δρουν παράλληλα με τις τρεις προαναφερθείσες και έχουν επίσης σημαντική σπουδαιότητα. Είτε δυσχεραίνουν την ορθολογική άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων, είτε ελαχιστοποιούν το ρόλο τους στην κοινωνία, είτε λειτουργούν αντιθετικά προς τις Δημόσιες Σχέσεις. Αυτές είναι οι εξής:

- Η ένταση της παραπληροφόρησης σε μια εποχή που δεσπόζει ο όγκος και η ποιότητα της πληροφορίας λόγω της εύκολης πρόσβασης σ' αυτή.
- Οι δυσλειτουργίες και οι καταγγελίες για τη «διαπλοκή» (με τον παλαιότερο όρο «σκάνδαλα») στην κρατική διοίκηση.
- Η περιορισμένη, ελλιπής ή ελάχιστη ενημέρωση σχετικά με κάθε νεοσύστατο θεσμό που προέρχεται από τον ευρύτερο δημόσιο τομέα.
- Η γενικότερη ελλειμματική στην πλειοψηφία της λειτουργίας των κρατικών οργανισμών και υπηρεσιών.
- Η συνολική «εικόνα» της δημόσιας διοίκησης η οποία για τον μέσο πολίτη φαντάζει να οφείλεται περισσότερο στην τύχη παρά στον προγραμματισμό, στο μακρόχρονο σχεδιασμό, στη συνέπεια, στο ήθος.

Από την άλλη μεριά θελήσαμε να κατανοήσουμε το «πώς» οι Δημόσιες Σχέσεις υπάρχουν και λειτουργούν σε ορισμένους Οργανισμούς του Δημοσίου. Το Γραφείο Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί όργανο με δικό του τρόπο δράσης και ενισχύει συμπληρωματικά στην όλη λειτουργία της οργάνωσης του Οργανισμού. Με την συμβολή και της Διοίκησης αποσκοπεί στην εξασφάλιση, την πλήρη υποστήριξη και συμμετοχή των εργαζομένων στον Οργανισμό για την σωστή λειτουργία του Γραφείου Δημοσίων Σχέσεων. Βασικό ρόλο στην επίτευξη του σκοπού αυτού διαδραματίζει η Διοίκηση. Χωρίς την συμμετοχή της που θεωρείται αναγκαία, κάθε προσπάθεια για την καλύτερη επικοινωνία και εξυπηρέτηση του κοινού είναι σίγουρο πως θα αποβεί άκαρπη. Χρειάζεται, λοιπόν, μια προγραμματισμένη, συντονισμένη, ουσιαστική, συνεχής και συνεπής προσπάθεια των συντελεστών που αφορούν την λειτουργία ενός Οργανισμού ως σημαντικού παράγοντα της προώθησης των Δημοσίων Σχέσεων και του σκοπού τους.

Άλλα προβλήματα είναι η έλλειψη προγραμματισμού, σχεδιασμού, έλλειψη ενημέρωσης για τους νεοσύστατους οργανισμούς και αυξημένη παραπληροφόρηση.

Προβλήματα Δημοσίων Σχέσεων

Είναι γεγονός αδιαμφισβήτητο ότι η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων αποτελεί μεγάλη σπουδαιότητα, κυρίως εξαιτίας του αναγνωρισμένου κοινωνικού ρόλου που επιτελούν.

Το κράτος επηρεάζει σε πολύ μεγάλο βαθμό την καθημερινή ζωή του πολίτη. Πολύ περισσότερο, όταν η παρουσία του σύγχρονου κράτους, των ποικίλων Οργανισμών και των αμέτρητων Υπηρεσιών του, αποτελούν ένα πολύπλοκο σύστημα διοικητικής και λειτουργικής πρακτικής. Ο θεσμός των Δημοσίων Σχέσεων μεσολαβεί στην επικοινωνία του κράτους με τον πολίτη. Ειδικότερα ο θεσμός αυτός επιδιώκει την γενικότερη ενημέρωση του πολίτη, να τον κάνει κοινωνό των προσπαθειών του και να ενεργοποιήσει το λανθασμένο δυναμικό του.

Όπως είναι γνωστό όλοι οι επαγγελματικοί κλάδοι παρουσιάζουν προβλήματα, αδυναμίες και ιδιομορφίες. Οι Δημόσιες Σχέσεις όμως από την φύση τους παρουσιάζουν μια σειρά προβλημάτων, που ουσιαστικά σηματοδοτούν τόσο την ίδια τους την άσκηση όσο και το μέλλον των ασχολούμενων με το αντικείμενο αυτό. Διαπιστώσαμε ποικίλα προβλήματα κατά την άσκησή τους εκτός των ήδη προαναφερομένων, τα οποία τα παρουσιάζουμε παρακάτω:

A. Η αυτοανακήρυξη επαγγελματιών

Το βασικό πρόβλημα και η αντινομία του κλάδου ξεκινά από την έλλειψη ορίων που θα κατοχυρώνουν το επάγγελμα και θα το προστατεύουν από τη συσσώρευση στις Δημόσιες Σχέσεις πολλών και ετερόκλητων στοιχείων.

Η αυτοανακήρυξη επαγγελματιών του κλάδου οφείλεται στα μεν δυσδιάκριτα όρια της υπόστασης των Δημοσίων Σχέσεων και στη συνακόλουθη έλλειψη κοινής αποδοχής για το προσφερόμενο έργο που επιτελούν καθώς και στο πραγματολογικό αίτιο της οικειοποίησης του χώρου από παρεμφερείς ειδικότητες και επαγγελματίες κυρίως της διαφήμισης, του Μάρκετινγκ και της δημοσιογραφίας. Τα δυσδιάκριτα όρια των Δημοσίων Σχέσεων έχουν ως αποτέλεσμα πολλοί οργανισμοί να γεμίσουν από στελέχη που ως κύρια προσόντα διέθεταν μια «κάποια» άνεση και «αέρα», συμπαθητική ή ευχάριστη εμφάνιση και μιας αμφίβολης κοινωνικότητας. Σαν αποτέλεσμα, ως στελέχωση τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων να ορίζονται άτομα μη γνώστες του αντικειμένου, άτομα με επιμέρους γνώσεις, όπως μάρκετινγκ,

διαφήμισης, πωλήσεων και όχι εξειδικευμένα στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων, έχοντας στην κατοχή τους πτυχία που να αποδεικνύουν την γνώση τους.

B. Ο αυτοσχεδιασμός των πολλών

Το πρόβλημα αυτό είναι απόρροια του παραπάνω. Οι πρώτοι επαγγελματίες του κλάδου πρωταρχικά είδαν περισσότερο σαν λειτούργημα και λιγότερο ως επάγγελμα τον κλάδο. Στη συνέχεια έγινε προσπάθεια από διάφορους επαγγελματίες, λόγω της ανάγκης για την εφαρμογή τους, να αναγάγουν και να καθιερώσουν τις Δημόσιες Σχέσεις ως επάγγελμα. Ορισμένοι από αυτούς αναφορικά είναι ο Ν. Παυλίδης, ο Γ. Αποστολάτος, ο Δ. Μαγκλιβέρας κ.ά., οι οποίοι με πολυετείς σπουδές, καθημερινό αγώνα και πρακτική κατάφεραν σε ένα πολύ μεγάλο βαθμό να πείσουν τον Έλληνα πολίτη για την χρησιμότητα των Δημοσίων Σχέσεων και την καθιέρωσή τους ως επάγγελμα. Παράλληλα, όμως, πολλοί που δεν είχαν το επιστημονικό και εκπαιδευτικό υπόβαθρο ανακηρύσσοντας τον εαυτό τους ως «αυτοδίδακτο» άρχισαν να ασχολούνται με τις Δημόσιες Σχέσεις παραχαράσσοντας το νόημα και την κοινωνική ωφελιμότητα, δυσχεραίνοντας την προοπτική των Δημοσίων Σχέσεων στην Ελλάδα.

Γ. Ο χρόνος απόδοσης και αξιολόγησης του έργου

Ένα άλλο σημαντικό πρόβλημα που παρουσιάζεται είναι η διαπίστωση ότι η αναγνώριση του έργου που επιτελεί ο σύμβουλος Δημοσίων Σχέσεων απαιτεί χρόνο, διότι τα αποτελέσματα ενός προγράμματος δεν είναι άμεσα, αλλά έμμεσα και σταθερά. Οι Δημόσιες Σχέσεις παρουσιάζουν το πρόβλημα, σε αντίθεση με άλλους κλάδους, για παράδειγμα, ο κλάδος των πωλήσεων, ο οποίος δεν χρειάζεται ανταπόδειξη του έργου του. Το πρόβλημα αυτό έγκειται στην ιδεολογία που διακατέχει τον απλό πολίτη ότι το ορατό αποτέλεσμα συνήθως εκτιμάται, το αόρατο, που στην ουσία συμβάλλουν οι Δημόσιες Σχέσεις και που απαιτεί σκληρή προσπάθεια και γνώσεις στον τομέα αυτό, είναι δύσκολο να το διαγνώσει κανείς. Γι' αυτό το λόγο υπάρχει μια μερική δυσπιστία όσον αφορά την συμβολή του κλάδου.

Είναι αναγκαίο να γίνει προσπάθεια οργανωμένη περιορισμού των προβλημάτων που δρουν ανασταλτικά και δυσχεραίνουν την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων καθώς επίσης και προσπάθεια ένταξης του τμήματος σε όλους τους Οργανισμούς του Δημοσίου κυρίως, γιατί στον ιδιωτικό τομέα ήδη λειτουργούν οργανωμένα τμήματα και δίνεται ιδιαίτερη έμφαση και προσοχή στην ανάπτυξή τους.

Η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων δίνει ηθική και υλική δύναμη στον Οργανισμό που ακολουθεί οργανωμένα προγράμματα και πολιτική και ακολουθεί αρχές της κοινωνικής επικοινωνίας. Τα οφέλη που προκύπτουν πρωταρχικά αφορούν το εσωτερικό περιβάλλον του Οργανισμού και στη συνέχεια στο κοινωνικό σύνολο. Οι Δημόσιες Σχέσεις συντελούν στην ανάπτυξη πνεύματος συναντιλήψεως και συνεργασίας στα πλαίσια διαλόγου, βοηθώντας στην άμυνα της κοινωνίας εναντίον των προθέσεων για επιβολή ανελεύθερων πολιτικών, κοινωνικών ή και οικονομικών συστημάτων και καθεστώτων. Παράλληλα, δρα καταλυτικά εξαλείφοντας ανεύθυνες τάσεις και οδηγεί σε λύσεις στα πλαίσια του εφικτού και κοινά παραδεκτού, σύμφωνα με τις κατευθύνσεις του κοινωνικού συνόλου.

Συνεπώς, η εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στους Οργανισμούς δύναται να επηρεάσει το μέλλον και την γενική αποδοχή από μέρους του κοινωνικού συνόλου σε συνδυασμό με τις υπηρεσίες που προσφέρει στο σύνολό τους. Τα αποτελέσματα που προκύπτουν από την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων είναι δυνατόν να συγκεντρωθούν σε:

- ⇒ Όσα αφορούν την εντός του Οργανισμού κατάσταση.
- ⇒ Όσα αφορούν τις εξωτερικές σχέσεις τους, δηλαδή τις σχέσεις τους με την κοινή γνώμη.

I. Αποτελέσματα εντός του Οργανισμού

Το κυριότερο εσωτερικό αποτέλεσμα το οποίο δύναται να επηρεάσει την εν συνεχεία προς τα έξω άσκηση Δημοσίων Σχέσεων είναι η επίτευξη κατανοήσεως και συνεργασίας μεταξύ των ατόμων που απαρτίζουν το εργαζόμενο δυναμικό του Οργανισμού και κυρίως στις σχέσεις που αναπτύσσονται μεταξύ εργοδότη - εργαζομένων. Η συνεργασία αυτή, που γίνεται τόσο για την κάλυψη των ανθρώπινων αναγκών όσο και τις ανθρώπινες απαιτήσεις, στηρίζεται στο νέο ρόλο που διαδραματίζει, τόσο ο Οργανισμός, όσο και ο εργαζόμενος στα πλαίσια μιας ευρύτερης ανοιχτής κοινωνίας βασισμένης στην κοινωνική συναίνεση. Χρειάζεται από μέρους της Διοίκησης με την συμβολή των Δημοσίων Σχέσεων να δοθεί ιδιαίτερη έμφαση στον εργαζόμενο και να εξεταστεί σαν ανθρώπινη οντότητα, να αναγνωριστούν τα προβλήματα, οι επιθυμίες και οι ανάγκες που τον επηρεάζουν και διαδραματίζουν σπουδαίο ρόλο στην απόδοση της εργασίας του, παράλληλα όμως να

οριστούν τα καθήκοντα και οι υποχρεώσεις που έχει απέναντι στον εργοδότη και γενικά στον Οργανισμό. Είναι γεγονός ότι για την αποτελεσματικότερη απόδοση του εργαζομένου πρέπει να δοθούν απ' τον Οργανισμό κίνητρα που πηγάζουν από τις ανάγκες που τους δημιουργούνται. Τα κίνητρα αυτά ενοποιούν και εκφράζουν τις υλικές, πνευματικές και ηθικές συνθήκες που επιτρέπουν στον κάθε εργαζόμενο να αισθανθεί: **Υπεύθυνος** για τον τρόπο εκτέλεσής της αποστολής του, **ασφαλής** γιατί ανήκει σε μια ομάδα που του παρέχει βεβαιότητα για το σήμερα και το αύριο όσον αφορά την εργασία του. **Συμμέτοχος** γιατί έχει γίνει δεκτός σαν ισότιμο μέλος – συνétairos σε μια κοινή προσπάθεια, **ενδιαφερόμενος** γιατί στην εργασία του βρίσκει κίνητρα ικανοποίησης και προόδου.

Τα κυριότερα απ' αυτά τα κίνητρα είναι τα παρακάτω:

1. **Κίνητρα μισθού.** Ο εργαζόμενος επιθυμεί να λαμβάνει τακτικά το μισθό του στο συμφωνημένο χρόνο και ύψος χωρίς οποιαδήποτε περικοπή. Επιθυμεί επίσης την αύξηση του μισθού χρόνο με το χρόνο παράλληλα με την αύξηση του κόστους ζωής και των οικογενειακών βαρών αλλά και με τις ανάγκες που προκύπτουν από την εξελισσόμενη κοινωνική του θέση.
2. **Κίνητρα οικονομικής και διοικητικής συμμετοχής.** Ο εργαζόμενος επιθυμεί να συμμετέχει στη διοίκηση και στα οικονομικά αποτελέσματα του Οργανισμού. Το τμήμα σε συνεργασία με την Διοίκηση μπορεί να οργανώσει για παράδειγμα, συναντήσεις του προσωπικού του Οργανισμού, από τα ανώτερα στελέχη μέχρι απλούς υπαλλήλους, όπου θα ανακοινώνονται αποφάσεις, συστήματα και λειτουργίες που πρόκειται να προβεί ο Οργανισμός, να ακουστούν γνώμες ή τυχόν αντιγνώμες που ενδεχομένως να υπάρχουν και μέσω διαλόγου και ομαλής επικοινωνίας να δοθούν λύσεις και συμπεράσματα για την πορεία δράσης του Οργανισμού. Η εφαρμογή τέτοιου προγράμματος ενδεχομένως να ευαισθητοποιήσει τον εργαζόμενο, κάνοντάς τον πιο υπεύθυνο στην ποιότητα της συμμετοχής του στο παραγωγικό έργο. Από την άλλη μεριά, η εφαρμογή των κινήτρων αυτών απαλλάσσει τον Οργανισμό από συχνές αλλαγές στο προσωπικό, οι οποίες συνεπάγονται και ανάλογες δαπάνες.

3. **Κίνητρα ασφάλειας.** Η ασφάλεια για το παρόν καλύπτει την κοινωνική ασφάλιση του εργαζομένου από ατυχήματα, ασθένειες, συντάξεις κ.λπ. και ασφάλεια για το μέλλον του η οποία περιλαμβάνει κυρίως τις αποδοχές του.
4. **Κίνητρα ενημέρωσης.** Ο εργαζόμενος ως ενεργό μέλος του Οργανισμού και ως συμμετοχος στο έργο του, επιθυμεί να είναι ενημερωμένος για τα δρώμενα μέσα στον Οργανισμό και κυρίως σε θέματα που αφορούν την εργασία του. Η ενημέρωσή του αυτή συμβάλλει θετικά στην ενεργό συμμετοχή του στην κοινή προσπάθεια, γιατί είναι σε θέση να έρχεται σε επαφή άμεσα με την φιλοσοφία ή πολιτική του Οργανισμού κατά την πρακτική εφαρμογή της.
5. **Κίνητρα επικοινωνίας.** Αποτελούν απόρροια των προαναφερθέντων κινήτρων. Με την χρησιμοποίηση διαύλων επικοινωνίας, η Διοίκηση επιδιώκει το συγκερασμό των απόψεων της με εκείνες των συνεργατών της. Η επικοινωνία λειτουργεί ως κατευθυντήρια γραμμή δράσης κοινοποιώντας τις προθέσεις της Διοίκησης, συντελώντας στην αποφυγή διαφυγής χρόνου ή λαθών που οφείλονται σε τυχόν παρερμηνείες ή κακή συνεννόηση. Η έλλειψη επικοινωνίας μέσα στην ομάδα μπορεί να οφείλεται σε οργανικά αίτια, για παράδειγμα λόγω έλλειψης κατάλληλης οργανωτικής υποδομής ή έλλειψη ανάλογου πνεύματος από τους αρμόδιους φορείς της Διοίκησης. Η ανάπτυξη λοιπόν, της εσωτερικής επικοινωνίας αποτελεί ουσιαστική βοήθεια καλύτερης επίτευξης των αντικειμενικών σκοπών του.
6. **Κίνητρα εκπαίδευσης.** Η εκπαίδευση ή μετεκπαίδευση του προσωπικού τόσο σε θέματα που αφορούν την εκτέλεση της εργασίας του, όσο και σε θέματα γενικών γνώσεων αποτελεί αναγκαιότητα την σύγχρονη εποχή λόγω της συνεχούς εξέλιξης της επιστήμης και της τεχνολογίας. Η ύπαρξη κατάλληλα εκπαιδευμένου ανθρώπινου δυναμικού εξυπηρετεί τον ίδιο τον εργαζόμενο όσον αφορά την προσαρμοστική του δυνατότητα εντός του Οργανισμού, να αντεπεξέλθει στις δυσκολίες και απαιτήσεις που συνεπάγονται σε έναν Οργανισμό Δημοσίου φορέα, στην επίλυση προβλημάτων και αντιμετώπιση καταστάσεων καθώς και στην δημιουργία κλίματος ανθρωπίνων σχέσεων κ.ά. Επίσης, βοηθά την ίδια την επιχείρηση, γιατί μέσω της κατάλληλης

εκπαίδευσης ή επιμέρους εξειδίκευσης του προσωπικού, οι εργαζόμενοι γίνονται γνώστες ενός ευρέως φάσματος της επιστήμης και της τεχνολογίας, καθιστάμενοι ικανοί στην αντιμετώπιση κρίσεων του Οργανισμού, στην αποτελεσματικότερη οργάνωσή του, συμβάλλοντας έτσι στην ανάπτυξη και καλύτερη λειτουργία του. Τέλος, ενισχύει την οικονομία βοηθώντας εν συνεχεία την κοινωνία, αυξάνει την παραγωγικότητα συμβάλλοντας στην εκπλήρωση της κοινωνικής αποστολής του Οργανισμού, ενώ παράλληλα, η ύπαρξη εκπαιδευμένων επιχειρησιακών στελεχών αποτελεί μια χρήσιμη δυναμική παρουσία στο χώρο της εθνικής οικονομίας.

7. **Κίνητρα αναγνώρισεως του έργου.** Η αναγνώριση και επιβράβευση των προσπαθειών που καταβάλλει ο εργαζόμενος και κυρίως όταν εκφράζεται με υλικές ή ηθικές αμοιβές αποδεικνύουν τον έμπρακτο τρόπο ικανοποίησης του Οργανισμού συμβάλλοντας στην καλύτερη επαφή και συνεργασία του εργαζόμενου με αυτόν. Ο εργαζόμενος πρέπει να γνωρίζει ότι η προσφορά του προς όφελος του εργασιακού συνόλου παρακολουθείται, αξιολογείται και επιβραβεύεται. Ο εργαζόμενος, επιζητά η εργασία του να καθορίζεται με πνεύμα αντικειμενικής και ανεπιθρέαστης κρίσεως. Η έλλειψη τους δύναται να απογοητεύσει τα εργατικά και ευσυνειδήτητα άτομα προκαλώντας διαταραχές και συγκρούσεις που στην ουσία ζημιώνουν τον Οργανισμό στο σύνολό του.
8. **Κίνητρα καλών συνθηκών εργασίας.** Η ύπαρξη καλών συνθηκών στο χώρο του εργασιακού περιβάλλοντος είναι συνυφασμένη με την αποδοτικότερη λειτουργία του εργαζομένου και του έργου που παράγει. Η απαίτηση για καλές συνθήκες εργασίας παρουσιάζεται με τρεις μορφές:
- ✓ **Συνθήκες φυσικές** που περιλαμβάνουν το ωράριο απασχόλησης, τους χώρους παραγωγής και διαβίωσης (φωτισμός, χωρητικότητα, εξαερισμός, θέρμανση, καθαριότητα κ.λπ.), οι όροι της εκτελούμενης εργασίας (ψυχική κόπωση, ανία, ρυθμός εργασίας, τήρηση κανονισμών κ.ά.
 - ✓ **Συνθήκες ηθικές και ψυχολογικές** που περιλαμβάνουν τα στοιχεία εκείνα που συντελούν στην ανάπτυξη του ηθικού της συμμετοχής στην εργασιακή ομάδα, αναπτύσσονται κοινωνικές σχέσεις, επικοινωνία που οδηγούν στην ομαδοποίηση ατομικών στόχων, την αναγνώριση του παρεχόμενου έργου, κ.λπ.

- ✓ **Συνθήκες κοινωνικές**, που ανήκουν οι εκδηλώσεις και οι συμπεριστάσεις από τα μέλη της εργασιακής ομάδας δημιουργώντας ένα αίσθημα σιγουριάς για τον εργαζόμενο ότι ανήκει σε κάποια ομάδα, εκτιμήσεως και σεβασμού της προσωπικότητας του εργαζομένου από μέρους των συναδέλφων, «αυτοαξιολογήσεως» των ατομικών δυνατοτήτων του εργαζομένου ώστε να καταξιωθεί με βάση το έργο του κ.ά.



Σχηματική διαβάθμιση αναγκών κατά A. Maslow

Οι καλές συνθήκες εργασίας βοηθούν τον εργαζόμενο να πλησιάσει ψυχικά τον «χώρο» της εργασίας του, να βρίσκει ικανοποίηση από τη δουλειά του και να δένεται συναισθηματικά με αυτόν και τους συναδέλφους του.

Τα κίνητρα αυτά αποτελούν ενδεικτικό κατάλογο των πολλών πρωτοβουλιών και μέσων που έχει στη διάθεσή του ο Οργανισμός ο οποίος, μέσω των Δημοσίων Σχέσεων, πρέπει να συνδεθεί σταθερά και αποτελεσματικά με το εργαζόμενο δυναμικό του. Χρειάζεται να γίνει αντιληπτό ότι η εργασία δεν πρέπει να αντιμετωπίζεται μόνο σαν πηγή εισοδήματος αλλά σαν εκπλήρωση ενός καθήκοντος και παροχής μιας υπηρεσίας μέσα στα πλαίσια ενός κατάλληλα οργανωμένου ενδοϋπηρεσιακού περιβάλλοντος.

Ο ρόλος που καλούνται να φέρουν εις πέρας οι Δημόσιες Σχέσεις στο εσωτερικό του Οργανισμού έγκειται στο να εντοπίσουν και να αναγνωρίσουν τα προβλήματα και να επιδιώξουν την όσο το δυνατόν αμεσότερη επίλυσή τους μέσα από μια αρμονική ανάπτυξη σχέσεων. Με την σωστή εφαρμογή των παραπάνω οι εργαζόμενοι:

- ⇒ Θα αντιληφθούν ότι η καλή εικόνα του Οργανισμού τους αφορά και τους επηρεάζει άμεσα, όχι μόνο σαν συμμετέχοντες στην κοινή προσπάθεια, αλλά και
- ⇒ Θα εκτιμήσουν την άσκηση των Δημοσίων Σχέσεων σαν μια λειτουργία συλλογική, βασική για την ανάπτυξη και προβολή του Οργανισμού και εν τέλει ως μια φιλοσοφία που πρέπει να καθιερωθεί και να εφαρμοσθεί συλλογικά από όλους τους εργαζόμενους.

II. Αποτελέσματα εκτός του Οργανισμού

Τα αποτελέσματα από την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο εξωτερικό περιβάλλον του Οργανισμού οδηγούν στην κοινωνική ενημέρωση, αναγνώριση και συνεργασία.

- **Η ενημέρωση της κοινής γνώμης.** Διαδραματίζει σημαντικό ρόλο στην εθνική, κοινωνική, οικονομική, πολιτιστική ζωή ενός τόπου, συντελεί στη γενική καταξίωση του έργου των Οργανισμών και στην κατάταξή τους μέσα στην ζωή της χώρας. Η ενημέρωση της κοινής γνώμης γίνεται με την πληροφόρηση, τη μεθοδική ανάλυση και τη συστηματική προβολή των επιδιώξεων και του τρόπου εκτέλεσης του έργου του εκάστοτε Οργανισμού.
 - **Ανάπτυξη σχέσεων μεταξύ του Οργανισμού και της κοινής γνώμης.** Αποτελεί θετικό επακόλουθο της ενημέρωσης. Η ενημέρωση της κοινής γνώμης δεν αποσκοπεί μόνο στην ανάπτυξη καλών σχέσεων μεταξύ του Οργανισμού και των πολιτών που συνιστούν την κοινή γνώμη αλλά στοχεύει στην περαιτέρω εξέλιξή τους δημιουργώντας μακροχρόνια εμπιστοσύνη και εξυπηρέτηση.
- Επίσης, η ανάπτυξη σχέσεων και η αποδοχή του έργου του Οργανισμού από την κοινή γνώμη αποτελεί ενισχυτικό παράγοντα και δημιουργεί τις κατάλληλες προϋποθέσεις για την διεκπεραίωση του έργου αυτού. Επιπλέον η αναγνώριση της κοινής γνώμης βοηθά στην αύξηση του γοήτρου και στην απόκτηση κύρους

του Οργανισμού, στοιχεία που συμβάλλουν και δημιουργούν καλή εικόνα για τον Οργανισμό.

- **Επίτευξη στόχων.** Η συμπαράσταση της κοινής γνώμης βοηθά στην υπερπήδηση με μεγαλύτερη ευκολία εμποδίων και στην ενίσχυση της εκτέλεσης του έργου δημιουργώντας κατάλληλες προϋποθέσεις και συνθήκες. Έτσι λοιπόν, με την δημιουργία κατάλληλου κλίματος αναγνώρισεως και αποδοχής στα μάτια της κοινής γνώμης, καθίσταται ευκολότερη και πιο ομαλή η επίτευξη των στόχων του Οργανισμού. Οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν πετύχει τον σκοπό τους όταν καταφέρουν να δημιουργήσουν θετική εικόνα (Positive image) του Οργανισμού στα μάτια του απλού πολίτη ή στις ομάδες κοινού στις οποίες απευθύνεται.

ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Κατά την επίσκεψή μας στους Οργανισμούς στα πλαίσια της εργασίας και για την συγγραφή της διαπιστώσαμε την αναγκαιότητα εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων στους φορείς του Δημοσίου παρ' όλα αυτά, οι Δημόσιες Σχέσεις (σε οργανωμένο πλαίσιο) δεν εφαρμόζονται όσο πρέπει, αλλού λιγότερο, σε άλλες περιπτώσεις περισσότερο και σε μερικές καθόλου.

Παράλληλα, έγινε αντιληπτή η μη καλή οργάνωση και ο σωστός προγραμματισμός από μέρους των τμημάτων τουλάχιστον στους περισσότερους Οργανισμούς. Στον Δημόσιο Τομέα δεν έχει εφαρμοστεί και ενταχθεί πλήρως η άσκησή τους και αυτό το συμπεραίνουμε από το γεγονός ότι: α) Ειδικά τμήματα Δημοσίων Σχέσεων λειτουργούν σε ελάχιστους Οργανισμούς. β) Ευρύτατα, αποκαλούνται Δημόσιες Σχέσεις κάποια «Γραφεία Τύπου» ή «Γραφεία Ενημέρωσης ή Εξυπηρέτησης Πολιτών» που κάθε άλλο παρά καλύπτουν την αποστολή των Δημοσίων Σχέσεων. Πολλές φορές διαπιστώσαμε την εφαρμογή τους από «οργανωμένα» τμήματα. Δυσχέρειες εφαρμογής που αναστέλλουν την ανάπτυξή τους καθώς και την μη κατάλληλη και σωστή εκπαίδευση ή επιμέρους εξειδίκευση των στελεχών. Η εργασία τους και η δραστηριοποίησή τους στον τομέα αυτό είναι περισσότερο προϊόν πείρας και συνήθειας παρά γνώσης του κλάδου.

Παρ' όλα τα προβλήματα που αναφέρθηκαν παραπάνω η ολοκληρωμένη άσκηση Δημοσίων Σχέσεων στους διάφορους Οργανισμούς, αποτελεί πλέον αναγκαιότητα γιατί:

- Η χρηματοδότηση των σχετικών τμημάτων εντάσσεται στην συνολική χρηματοδότηση κάθε φορέα της Διοίκησης.
- Οι απαιτήσεις επικοινωνιακού χαρακτήρα των πολιτών έχουν αυξηθεί.
- Το κόστος έλλειψης των Δημοσίων Σχέσεων είναι μεγαλύτερο από το κόστος άσκησής του.

Τελειώνοντας την εργασία μας, με όλα αυτά που παραθέσαμε θελήσαμε να δώσουμε μια διαφωτιστική εικόνα στη θεωρία και στην πράξη των Δημοσίων Σχέσεων. Μια κατατοπιστική εικόνα, για τον τρόπο εφαρμογής τους στην Ελλάδα, τις δυσχέρειες και προβλήματα που αντιμετωπίζουν οι Οργανισμοί με την έλλειψη τους καθώς και εισηγήσεις για την πληρέστερη και αποτελεσματικότερη εφαρμογή τους στον κάθε τομέα και εκάστοτε Οργανισμό του Δημοσίου που επισκεφθήκαμε.

ΣΥΝΟΠΤΙΚΗ ΠΕΡΙΓΡΑΦΗ ΤΗΣ ΕΡΓΑΣΙΑΣ

Οι Δημόσιες Σχέσεις ως μία απ' τις κυριότερες σύγχρονες επικοινωνιακές λειτουργίες, στοχεύουν στη δημιουργία ενός κλίματος αμοιβαίας εμπιστοσύνης και κατανόησης μεταξύ ατόμων ή ομάδων.

Στα τέσσερα πρώτα κεφάλαια γίνεται εισαγωγή στην έννοια των Δημοσίων Σχέσεων ως αποτέλεσμα αναγκαίας επικοινωνίας του ανθρώπου για την κάλυψη των κοινωνικών του αναγκών. Οι Δημόσιες Σχέσεις παρουσιάζονται ως ένα υψίστης σημασίας κοινωνικό λειτουργήμα αμφίδρομης επικοινωνίας που μετά από έρευνα και μελέτη των αντικειμενικών στοιχείων του δεδομένου περιβάλλοντος και σωστής πληροφόρησης των διαλεγόμενων, προσπαθούν μέσω ελεύθερου διαλόγου να συντελέσουν στην παρουσίαση της αληθινής εικόνας του ενός προς τον άλλον, για να πετύχουν σε κλίμα αλληλοκατανόησης την ανάπτυξη των σχέσεων τους σε βάση αμοιβαίου συμφέροντος. Αναφέρονται οι υποχρεώσεις των επαγγελματιών ως μία λειτουργία που υπερβαίνει την ικανότητα του επικοινωνείν, η αποστολή τους η οποία αποβλέπει στη δημιουργία ενός θετικού περιβάλλοντος κοινής γνώμης για την καλύτερη και αποτελεσματικότερη Διοίκηση, τα στοιχεία που συμπεριλαμβάνονται στην διαδικασία εφαρμογής τους (Έρευνα, Σχεδίαση, Δράση και Επικοινωνία, Αξιολόγηση), στο κύριο έργο των στελεχών των Δημοσίων Σχέσεων καθώς και τις αρμοδιότητές τους και γίνεται διαχωρισμός μεταξύ των εννοιών Δημόσιες Σχέσεις, Διαφήμιση και Μάρκετινγκ.

Περιγράφεται η ιστορική εξέλιξη των Δημοσίων Σχέσεων ως μία οργανωτική λειτουργία ούσα κατά κύριο λόγο "αμερικάνικο προϊόν" η οποία μετά το τέλος του Β' Παγκοσμίου Πολέμου εμφανίστηκε στο χώρο της Ευρώπης και τη δεκαετία του '50 στην Ελλάδα. Τέλος, τονίζεται η ηθική και ο πρέπων επαγγελματισμός για την σωστή πρακτική των Δημοσίων Σχέσεων δίνοντας έμφαση στις προσπάθειες, τις υποχρεώσεις και τις αρνήσεις-απαγορεύσεις που συνθέτουν το επάγγελμα στο σύνολό τους.

Στο δεύτερο μέρος της εργασίας (κεφάλαιο 5) ορίζεται η έννοια του κράτους και τα στοιχεία που το αποτελούν. Δίνουμε ιδιαίτερη έμφαση στις σχέσεις του κράτους με τον πολίτη, ως βασική προϋπόθεση για την ανάπτυξη και εύρυθμη λειτουργία του και εν συνεχεία την αναγκαιότητα άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων για την επίτευξη του παραπάνω σκοπού. Θεωρούμε σκόπιμη την αναφορά στη διάκριση του κράτους σε Δημόσιο (και Ευρύτερο Δημόσιο) και Ιδιωτικό Τομέα, στις ομοιότητες και διαφορές που υπάρχουν κατά τον τρόπο άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων στους δύο τομείς και στην ανάλυση των Οργανισμών μη κερδοσκοπικού χαρακτήρα, επισημαίνοντας την αναγκαιότητα των Δημοσίων Σχέσεων για την επιβίωσή τους.

Στο τρίτο μέρος (κεφάλαιο 6) αναλύουμε την παρούσα κατάσταση των Οργανισμών που επισκεφτήκαμε όσον αφορά την ύπαρξη οργανωμένων τμημάτων Δημοσίων Σχέσεων. Μέσω έρευνας και διαλόγου με το προσωπικό των τμημάτων (όπου αυτά υπήρχαν) ή άλλων υπαλλήλων που επωμίζονταν κατά κάποιο τρόπο καθήκοντα Δημοσίων Σχέσεων. Δόθηκαν ερωτηματολόγια προς συμπλήρωση για την καταγραφή των απόψεων του προσωπικού σχετικά με τον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων, τον τρόπο εφαρμογής τους και τα προβλήματα που ενδεχομένως παρουσιάζονται κατά την υλοποίησή τους. Ακολουθεί βαθύτερη ανάλυση των ερωτηματολογίων, εξηγείται ο λόγος για τον οποίο έγινε η κάθε ερώτηση, σχολιασμός των απαντήσεων και η διαγραμματική απεικόνισή τους για την πληρέστερη καταγραφή των αποτελεσμάτων.

Στο τέταρτο μέρος (κεφάλαια 7, 8, 9, 10, 11, 12), αρχικά, αναφέρουμε εκτενέστερα για τον κάθε τομέα. Πρώτα γίνεται ανάλυση στους Δήμους, στα γενικά στοιχεία που τους συνθέτουν, στις ενέργειες που προβαίνουν για την ικανοποίηση των αναγκών των δημοτών, περιγραφή του τρόπου άσκησης των Δημοσίων Σχέσεων, προβλήματα που συνεπάγονται από την ελλιπή άσκησή τους, διάφορα σχόλια και προτάσεις για πιθανή επίλυσή τους μέσω οργανωμένου τμήματος Δημοσίων Σχέσεων.

Ακολουθεί ανάλυση των Οργανισμών Νομαρχιακής Αυτοδιοίκησης, των αρμοδιοτήτων τους, των σχέσεων τους με τους πολίτες καθώς και ο τρόπος που ασκούν Δημοσίες Σχέσεις. Μέσω παραδειγμάτων από την καθημερινότητα γίνονται αντιληπτές οι δυσχέρειες υλοποίησής τους ή θετικά στοιχεία που συντελούν στην ανάπτυξή τους.

Γίνεται αναφορά στην άσκηση τους στο χώρο της εκπαίδευσης στην Ελλάδα , στα προβλήματα που αντιμετωπίζουν τα δημόσια εκπαιδευτικά ιδρύματα (όλων των βαθμίδων), κάνουμε εισηγήσεις για την ανάπτυξη Δημοσίων Σχέσεων στα σχολεία και τη βελτίωσή τους στα ήδη υπάρχοντα τμήματα των τριτοβάθμιων Εκπαιδευτικών Ιδρυμάτων.

Η ίδια αναφορά γίνεται και στο χώρο της Υγείας, την διαπίστωση για το κατά πόσο υπάρχουν τμήματα Δημοσίων Σχέσεων και προτείνουμε την εφαρμογή τους για την καλύτερη εξυπηρέτηση των πολιτών.

Αναφερόμαστε στις Δ.Ε.Υ.Α. και τη Δ.Ε.Η. γράφοντας κάποια γενικά στοιχεία και την διαδικασία προγραμματισμού Δημοσίων Σχέσεων και την εφαρμογή τους προς όφελος των πελατών τους.

Τέλος, καταγράφουμε τις εντυπώσεις και τα συμπεράσματά μας από την έρευνα που διεξήχθη στους παραπάνω οργανισμούς του Δημοσίου. Αναλύουμε τα προβλήματα που παρουσιάζουν στο σύνολό τους, δίνουμε λύσεις και κίνητρα για την αντιμετώπισή τους, πιστεύοντας πως η οργανωμένη και προγραμματισμένη λειτουργία Δημοσίων Σχέσεων συμβάλλει στην αποτελεσματικότερη επικοινωνιακή πολιτική στο εσωτερικό και εξωτερικό περιβάλλον του οργανισμού και τη δημιουργία θετικής εικόνας στην κοινή γνώμη.



ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

Αναγνωστόπουλος Ν. Άλκης
Εισαγωγή στη Δημόσια Διοίκηση
Δικηγόρος-Καθηγητής Α.Τ.Ε.Ι.
Πάτρα

Δρ. Ευάγ. Φ. Θεοδωράτος
Ανθρώπινες Σχέσεις στην Εργασία
Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης
Αθήνα 1998

Δρ. Ευάγ. Φ. Θεοδωράτος
Δημόσιες Σχέσεις
Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης
Αθήνα 1997

Δρ. Ευάγ. Φ. Θεοδωράτος
Οργάνωση και Διοίκηση Επιχειρήσεων Ι
Εκδόσεις Αθ. Σταμούλης
Αθήνα 1999

Κουτούπης Π. Θαλής
Νέος Πρακτικός Οδηγός Δημοσίων Σχέσεων
Γ' Έκδοση ΓΑΛΛΙΟΣ

Λούτας Γεράσιμος
Η Θεωρία της Επιχειρησιακής Επικοινωνίας
Εφαρμογές στην Ελληνική Πραγματικότητα
Εκδόσεις Έλλην 2002

Μαγκλιβέρας Κ. Διονύσης
Κοινωνική Επικοινωνία
(Εγχειρίδιο Δημοσίων Σχέσεων)
Έβδομη Έκδοση
Εκδόσεις Παπαζήση
Αθήνα 1997

Μαγνήσαλης Γ. Κώστας
Ο προγραμματισμός στις Δημόσιες Σχέσεις
(Διαδικασία- Τεχνικά πρότυπα Εφαρμογής)
Εκδόσεις Interbooks
Αθήνα 1995

Μιχαλάς Τάσος
Δημόσιες Σχέσεις – Εργαλείο Δημιουργίας – Επιτυχίας
Εκδόσεις «ΙΩΝ»

Μπίλλης Α. Λεωνίδα
Επικοινωνία- Δημόσιες Σχέσεις
(Επιχειρησιακή και Κοινωνικο-οικονομική Προσέγγιση)
Εκδόσεις Interbooks

Μουμτζόγλου Αναστάσιος
Μάρκετινγκ στα Νοσοκομεία
Εκδόσεις Κ. και Π. Σμπίλιας Α.Ε.Β.Ε.
«Το οικονομικό» Αθήνα 2006

Ξύγγη Ι. Μαντώ
Δημόσιες Σχέσεις
(Προγραμματισμός και σωστή Επικοινωνία με το κοινό σας)
Εκδόσεις Προπομπός 2000

Παναγόπουλος Ιωάννης
Εισαγωγή στο Δίκαιο και στις βασικές αρχές του Αστικού Δικαίου
Δικηγόρος-Καθηγητής Α.Τ.Ε.Ι.
Πάτρα 1993

Πετρώφ Γιάννης
Τζωρτζάκης Κώστας
Τζωρτζάκη Αλεξία
Μάρκετινγκ-Μάνατζμεντ
Εκδόσεις Rosili
Έκδοση 1^η 2000

Δρ. Πιπερόπουλος Γιώργος
Επικοινωνώ άρα υπάρχω
(Δημόσιες Σχέσεις και Επικοινωνία)
Εκδόσεις Ελληνικά Γράμματα
Αθήνα 1996

Σκλαβούνης Ν. Γεώργιος
Δημόσιες Σχέσεις και Ελληνική πραγματικότητα
Β' Έκδοση Αθήνα

Σπηλιωτόπουλος Επαμεινώνδας
Εγχειρίδιο Διοικητικής Διοίκησης
Εκδόσεις Αν. Σάκκουλα
Αθήνα-Κοζάνη 2000

Φερούσης Σ. Δημήτρης
Η Δεοντολογία των Δημοσίων Σχέσεων
Εκδόσεις Interbooks

