



ΔΙΕΘΝΕΣ ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΟΣ

ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ ΣΤΗ ΔΗΜΟΣΙΑ ΔΙΟΙΚΗΣΗ

Διπλωματική εργασία



ΕΝΕΡΓΕΙΕΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΩΝ ΥΠΑΛΛΗΛΩΝ ΝΟΜΟΥ ΗΜΑΘΙΑΣ (Ε.Α.Υ.Ν.Η.) ΚΑΙ Η ΑΝΤΙΛΗΨΗ ΤΟΥΣ ΑΠΟ ΤΟΥΣ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΟΥΣ

του

Μούρτη Αποστόλου (Α.Μ.539)

Επιβλέπων Καθηγητής

Καθηγητής Κοτζαϊβάζογλου Ιορδάνης

Υποβλήθηκε ως απαιτούμενο για την απόκτηση του μεταπτυχιακού διπλώματος
ειδίκευσης στη Δημόσια Διοίκηση

Βέροια, Φεβρουάριος 2024



Η παρούσα Διπλωματική Εργασία καλύπτεται στο σύνολό της νομικά δημόσια άδεια πνευματικών δικαιωμάτων Creative Commons

από

Αναφορά Δημιουργού - Μη Εμπορική Χρήση - Παρόμοια Διανομή



Υπεύθυνη Δήλωση

Με ατομική μου ευθύνη και γνωρίζοντας τις κυρώσεις που προβλέπονται από τον Κανονισμό Σπουδών του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Δημόσια Διοίκηση (ΜΒΑ) του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδας, δηλώνω υπεύθυνα ότι:

- ❖ Η παρούσα Διπλωματική Εργασία αποτελεί έργο αποκλειστικά δικής μου δημιουργίας, έρευνας, μελέτης και συγγραφής.
- ❖ Για τη συγγραφή της Διπλωματικής μου Εργασίας δεν χρησιμοποίησα ολόκληρο ή μέρος έργου άλλου δημιουργού ή τις ιδέες και αντιλήψεις άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται σαφής αναφορά στην πηγή προέλευσης (βιβλίο, άρθρο από επιστημονικό περιοδικό, ιστοσελίδα κ.λπ.).

Βέροια, 19/02/2024

Ο Δηλών: Απόστολος Μούρτης



Περίληψη

Οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν ένα επιστημονικό πεδίο το οποίο έχει αποκτήσει ιδιαίτερη αξία τα τελευταία χρόνια και λαμβάνει ολοένα και ευρύτερη αναγνώριση και αποδοχή σε όλα τα επίπεδα της σύγχρονης κοινωνίας. Οι Δημόσιες Σχέσεις στην Ελληνική Αστυνομία και συγκεκριμένα στο συνδικαλιστικό φορέα που είναι η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας και εφεξής «Ε.Α.Υ.Ν.Η.» είναι το αντικείμενο της παρούσας διπλωματικής εργασίας, σκοπός της οποίας είναι να διερευνηθεί ο τρόπος που εφαρμόζονται οι Δημόσιες σχέσεις εντός του Οργανισμού αυτού καθώς επίσης και πως αυτές γίνονται αντιληπτές από τον ίδιο τον Οργανισμό και το προσωπικό του. Ένα πρώτο μέρος της ερευνητικής μεθόδου που εφαρμόσαμε είναι αυτή της μελέτης περίπτωσης, μέσα από την οποία παρουσιάστηκαν αναλυτικά οι κυριότερες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. και ένα δεύτερο μέρος της ερευνητικής μεθόδου που εφαρμόσαμε αποτελούν οι προσωπικές συνεντεύξεις που έλαβαν χώρα σε ένα δείγμα 30 ατόμων τα οποία ενδεικτικά ανήκουν στο ανθρώπινο δυναμικό του οργανισμού, προέρχονται από κάθε βαθμίδα της Ιεραρχίας του Σώματος της Ελληνικής Αστυνομίας ενώ ταυτόχρονα ασκούν διαφορετικά καθήκοντα μεταξύ τους. Ο στόχος των συνεντεύξεων ήταν να διερευνηθεί και να αποτυπωθεί ο βαθμός απήχησης που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στην εσωτερική ομάδα κοινού στην οποία απευθύνεται. Η ανάλυση των αποτελεσμάτων έδειξε ότι τα άτομα που απαρτίζουν, το εσωτερικό κοινό των Δημοσίων Σχέσεων, γνωρίζουν σε πολύ μεγάλο βαθμό αρκετές από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. Επιπλέον, οι συμμετέχοντες στην έρευνα εκτιμούν βαθιά πως οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι πολύ σημαντικές για το ρόλο της Αστυνομίας στην κοινωνία, γιατί με αυτό τον τρόπο η Ελληνική Αστυνομία γίνεται πιο προσιτή στο ευρύ κοινό και η κοινωνία αισθάνεται ασφαλέστερη δείχνοντας εμπιστοσύνη στο έργο της. Τέλος, η πλειοψηφία των ατόμων της έρευνας ανέφεραν ότι η αντίληψη που έχουν για την εικόνα της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι θετικότερη μέσα από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. Τα συμπεράσματα της έρευνας μπορούν να αξιολογηθούν γενικότερα από τους φορείς του συνδικαλιστικού κινήματος στα σώματα Ασφαλείας και δη την Ελληνική Αστυνομία, έτσι ώστε ο Οργανισμός της Ελληνικής Αστυνομίας να ενδυναμώσει τη σχέση της με την κοινωνία και να βελτιώσει ακόμα περισσότερο το επίπεδο των υπηρεσιών της προς την κοινωνία.

Λέξεις - Κλειδιά: Δημόσιες Σχέσεις, επικοινωνία, Ελληνική Αστυνομία, δράσεις Δημοσίων Σχέσεων

Abstract

The field of Public Relations has gained significant importance in recent years, receiving increasing recognition and acceptance at all levels of modern society. Public Relations within the Hellenic Police, specifically within the trade union organization known as the Union of Police Officers of Imathia Prefecture, hereinafter referred to as "E.A.Y.N.H.," is the subject of this dissertation. The purpose is to investigate how Public Relations practices are implemented within this organization and how they are perceived by the organization and its personnel. The research methodology includes a case study, presenting a detailed analysis of the main Public Relations actions carried out by E.A.Y.N.H. Additionally, personal interviews were conducted with a sample of 30 individuals from various ranks within the Hierarchy of the Greek Police Force, each performing different duties. The goal of the interviews was to explore and document the level of impact that the Public Relations actions of E.A.Y.N.H. have within the internal audience it addresses. The analysis of the results showed that the internal audience of Public Relations is highly aware of many of the actions undertaken by E.A.Y.N.H. Furthermore, participants in the research deeply appreciate that the Public Relations actions of E.A.Y.N.H. are crucial for the role of the Police in society. This is because it makes the Greek Police more accessible to the general public, fostering a sense of trust in its work and contributing to a safer society. In conclusion, the majority of the research participants reported a more positive perception of E.A.Y.N.H. through its Public Relations actions. The findings of this research can be utilized by union in law enforcement agencies, particularly the Greek Police, to strengthen their relationship with society and further enhance the level of services provided to the community.

Keywords: Public Relations, communication, Hellenic Police, Public Relations actions

ΠΙΝΑΚΑΣ ΠΕΡΙΕΧΟΜΕΝΩΝ

Εισαγωγή	11
Θεωρητικό μέρος	12
Κεφάλαιο 1. Η σημασία και η έννοια των Δημοσίων Σχέσεων	12
Η εξέλιξη των Δημοσίων Σχέσεων – Προσεγγίσεις που αναπτύχθηκαν	12
Ορισμός των Δημοσίων Σχέσεων.....	14
Ο ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων σήμερα	16
Κεφάλαιο 2. Η στρατηγική των Δημοσίων Σχέσεων	18
Στάδιο 1. Ανάλυση και προσδιορισμός της παρούσας κατάστασης.....	19
Στάδιο 2. Καταγραφή επικοινωνιακών σκοπών και στρατηγικών στόχων.....	21
Στάδιο 3. Εφαρμογή των στρατηγικών που επιλέχθηκαν.	24 25
Στάδιο 4. Έλεγχος, αξιολόγηση και επαναπροσδιορισμός των στρατηγικών...	28
Κεφάλαιο 3. Τα εργαλεία των Δημοσίων Σχέσεων	28
Συνέντευξη Τύπου.....	29
Προσωπική συνέντευξη.....	30
Δελτία Τύπου.....	30
Αρθρογραφία.....	30
Ηλεκτρονικό Ταχυδρομείο.....	31
Διαδικτυακός τόπος του Οργανισμού (web site).....	31
Οργάνωση εκδηλώσεων.....	32
Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter, instagram, youtube κτλ.).....	33
Ενημερωτικά φυλλάδια – έντυπα.....	33
Πίνακες Ανακοινώσεων.....	34
Επιστολές.....	34
Χορηγίες.....	35
Περιοδικό της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	35
Δωρεές.....	37
Οργάνωση σεμιναρίων και ημερίδων.....	38
Δράσεις για το ευρύ κοινό	38
Οδηγός Υγιεινής και Ασφάλειας.....	39
Πρακτικό Μέρος	40

Σκοπός - Ερωτήματα - Μεθοδολογία έρευνας	40
Α΄ Μέρος	43
Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας	43
Ίδρυση της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	43
Αποστολή της Ε.Α.Υ.Ν.Η.	43
Μέσα για την πραγματοποίηση των σκοπών.....	44
Μέλη της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	45
Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	46
Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	48
Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η	49
1. Δελτία Τύπου.....	49
2. Συνεντεύξεις Τύπου.....	53
3. Συνεντεύξεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης.....	55
4. Επίσημη Ιστοσελίδα της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	58
5. Μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	60
6. Ημερίδες – συνέδρια.....	63
7. Εθελοντική συγκέντρωση, χρημάτων, ειδών ρουχισμού, τροφίμων κλπ.....	67
8. Εθελοντική αιμοδοσία.....	68
9. Εορταστικές εκδηλώσεις.....	70
10. Εκδηλώσεις για την ‘Ημέρα της Αστυνομίας’ και την ‘Ημέρα των Αποστράτων της Αστυνομίας’.....	73
11. Ημέρα πεσόντων Αστυνομικών.....	77
12. Βραβεύσεις.....	80
13. Εκπαιδεύσεις προσωπικού.....	82
14. Ίδρυμα Μέριμνας και Αριστείας Ελληνικής Αστυνομίας.....	83
15. Περιοδικό Αστυνομική Ανασκόπηση.....	85
Β΄ Μέρος	88
Παρουσίαση Διαδικασίας.....	88
Παρουσίαση Δείγματος.....	89
Παρουσίαση αποτελεσμάτων έρευνας.....	91
Σχολιασμός των ευρημάτων.....	96
Συμπεράσματα – Περιορισμοί της έρευνας – Προτάσεις για μελλοντική έρευνα	102

Βιβλιογραφία	108
Παράρτημα Ι	114
Παράρτημα ΙΙ	115

ΠΙΝΑΚΑΣ ΔΙΑΓΡΑΜΜΑΤΩΝ ΚΑΙ ΠΙΝΑΚΩΝ

Σχήμα 1: Τα στάδια διαμόρφωσης της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων	19
Πίνακας 1: Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας της ομάδας κοινού ανωτέρων στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας.....	89
Πίνακας 2: Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας της ομάδας κοινού Διοικητικών στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.....	90
Πίνακας 3: Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας της ομάδας κοινού χαμηλόβαθμα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας.....	90

ΕΥΧΑΡΙΣΤΙΕΣ

Οφείλω να ευχαριστήσω ιδιαίτερα τον επιβλέποντα Καθηγητή μου, κύριο Κοτζαϊβάζογλου Ιορδάνη για την πολύτιμη βοήθειά του στην εκπόνηση της παρούσας διατριβής, για την καθοδήγησή του σε κάθε στάδιο, το υψηλό επίπεδο επιστημονικής εποπτείας που μου παρείχε, αλλά και τη διαθεσιμότητα του να μου προκαλεί συνεχώς μέσα από τις εμπειρίες του το ενδιαφέρον για ακόμα βαθύτερη κατανόηση του επιστημονικού πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων.

Επίσης, οφείλω να ευχαριστήσω όλο το διδακτικό προσωπικό, και τον Πρόεδρο του Μεταπτυχιακού Προγράμματος στη Δημόσια Διοίκηση (MBA) του Διεθνούς Πανεπιστημίου Ελλάδας κo Πασχαλούδη Δημήτριο, για τις πολύτιμες γνώσεις που μου προσέφεραν, αλλά και για τη θερμή ανταπόκρισή τους στις επιστημονικές μου ανησυχίες.

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Στην εποχή της σύγχρονης κοινωνίας, η επικοινωνία αποτελεί την πυρήνα των σχέσεων μεταξύ των οργανισμών και της κοινότητας. Σε αυτό το πλαίσιο, οι Δημόσιες Σχέσεις αναδεικνύονται ως κρίσιμος παράγοντας για την καλή λειτουργία και την αποτελεσματική επικοινωνία των οργανισμών με το κοινό. (Seitel, 2017).

Οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν ένα επιστημονικό πεδίο όπου τα τελευταία χρόνια σημειώνει σημαντική εξέλιξη ενώ απολαμβάνει όλο και περισσότερη αναγνώριση από το κοινωνικό και οικονομικό περιβάλλον (Wilcox, Cameron, Reber, 2015). Αποτελεί δεδομένο πλέον πως οι καλές Δημόσιες Σχέσεις συνεισφέρουν σημαντικά στην επιτυχημένη λειτουργία μιας επιχείρησης ή ενός Οργανισμού και στη καθιέρωση μιας θετικής εικόνας του κοινού για την επιχείρηση ή τον Οργανισμό (Smith, 2005).

Η παρούσα εργασία επικεντρώνεται στη συγκεκριμένη σφαίρα των Δημοσίων Σχέσεων μέσα στο πλαίσιο δράσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας, ως θεσμός της συγκεκριμένης εργασιακής ομάδας αλλά και της τοπικής κοινωνίας, αναλαμβάνει έναν κρίσιμο ρόλο στη διατήρηση της συνοχής ανάμεσα στην Αστυνομία και την κοινωνία. Ωστόσο, η αποτελεσματική λειτουργία της απαιτεί όχι μόνο εξειδικευμένες ικανότητες στον τομέα της διοίκησης του Οργανισμού αλλά και επιδοτημένες Δημόσιες Σχέσεις που θα προάγουν την κατανόηση, τη συνεργασία και την εμπιστοσύνη μεταξύ του οργανισμού και της κοινωνίας.

Στο πλαίσιο αυτό, η εργασία προτίθεται να εξετάσει την πορεία και τη σημασία των Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η., εστιάζοντας στις στρατηγικές που χρησιμοποιούνται, την αντίληψη του κοινού, και τον αντίκτυπο τους στην εικόνα του οργανισμού."

Το πρώτο μέρος της εργασίας αποτελεί το Θεωρητικό Μέρος στο οποίο αναλύεται γενικά η σημασία και η έννοια των Δημοσίων Σχέσεων, η εξέλιξη των Δημοσίων Σχέσεων, τα στάδια διαμόρφωσης της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων, καθώς και τα εργαλεία που χρησιμοποιούν οι Δημόσιες Σχέσεις.

Το δεύτερο μέρος της εργασίας αποτελεί το Πρακτικό Μέρος στο οποίο χρησιμοποιείται η ερευνητική μέθοδος της μελέτης περίπτωσης αναφορικά με την ανάλυση του συγκεκριμένου αντικειμένου των Δημοσίων Σχέσεων στην Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας (Ε.Α.Υ.Ν.Η.). Η ανάλυση του αντικειμένου γίνεται σε δύο μέρη: Στο Α΄ Μέρος παρουσιάζονται και αναλύονται

ορισμένα βασικά χαρακτηριστικά του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. (αποστολή της Ε.Α.Υ.Ν.Η., λειτουργία, δράση, προσωπικό στελέχωσης, στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων,) και στη συνέχεια αναλύονται διεξοδικά οι κυριότερες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Για την παρουσίαση των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. αξιοποιούνται δεδομένα, τόσο από πρωτογενείς, όσο και από δευτερογενείς πηγές. Το Β' Μέρος καλύπτεται με την ανάλυση ενός μείζονος ζητήματος που αφορά την απήχηση και τον αντίκτυπο που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. σε τρεις σημαντικές ομάδες, κυρίως από το εσωτερικό κοινό της Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Για την ανάλυση του ζητήματος αυτού λήφθηκαν συνεντεύξεις σε ένα δείγμα 30 ατόμων που ενδεικτικά απαρτίζουν τις τρεις πιο σημαντικές εσωτερικές ομάδες κοινού στις οποίες στοχεύουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι οποίες είναι οι εξής:

- α) Τα ανώτερα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας
- β) Τα διοικητικά στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η.
- γ) Τα χαμηλόβαθμα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας

Στη συνέχεια, ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων από τις συνεντεύξεις με βάση τις απαντήσεις των ατόμων στα ερωτήματα που θέσαμε και κατόπιν γίνεται σχολιασμός των συμπερασμάτων που προέκυψαν μέσα από τις απαντήσεις των ατόμων που πήραν μέρος στην έρευνα.

Στην τελευταία ενότητα της διπλωματικής εργασίας αναλύονται διεξοδικά τα συμπεράσματα που εξήχθησαν από την μελέτη των ενεργειών των Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η. ενώ κλείνοντας την ενότητα αυτή γίνεται μια προσπάθεια προσέγγισης για μελλοντικές έρευνες στο πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων στο συνδικαλιστικό κίνημα.

ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Κεφάλαιο 1. Η έννοια και η σημασία των Δημοσίων Σχέσεων

Η εξέλιξη των Δημοσίων Σχέσεων – Προσεγγίσεις που αναπτύχθηκαν

Στη διάρκεια του χρόνου η ανάπτυξη του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων είναι άρρηκτα συνδεδεμένη με τις ιστορικές και κοινωνικές εξελίξεις που έχουν συντελεστεί μέσα στο πέρασμα των ετών. Αν και η ανθρώπινη συμπεριφορά από αρχαιοτάτων χρόνων είναι αυτή που ορίζει κυρίαρχα τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων, εντούτοις είναι καταγεγραμμένο πως η θεμελίωση και καθιέρωση της έννοιας των Δημοσίων Σχέσεων, με την επιστημονική της υπόσταση, θεωρείται από πολλούς ερευνητές ότι συντελέστηκε από τον Ivy Lee, στις Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής, στις αρχές του 20^{ου} αιώνα (περίπου το 1903). Αυτή είναι και η περίοδος της Βιομηχανικής Επανάστασης, συντέλεσε σε θεμελιώδη αλλαγές, τόσο σε επίπεδο των οικονομικών δεδομένων, όσο και στο επίπεδο της διάρθρωσης των κοινωνικών σχέσεων και δομών μέσα στις κοινωνία κυρίως του Δυτικού κόσμου.

Η Αρχική τάση του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων επικεντρώθηκε στη χειραγώγηση του κοινού και στη δημιουργία εντυπώσεων (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Ο στόχος ήταν λιτός. Οι ενέργειες επικεντρώνονταν με συγκεκριμένες μεθόδους σε ένα συγκεκριμένο αποτέλεσμα. Η προσέγγιση αυτή των Δημοσίων Σχέσεων αντιμετώπιζε το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων τυπικά, με πρόσκαιρες και ευκαιριακές αποφάσεις μόνο και μόνο για τις εφήμερες εντυπώσεις και συνήθως για να αποκομισθούν κάποια υποτιθέμενα οφέλη, συνήθως βραχυπρόθεσμης διάρκειας (Cropp & Pincus, 2001). Η αίσθηση που διακατείχε το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων στην αρχική του μορφή χαρακτηριζόταν από μια μονοτονική εστίαση σε συγκεκριμένου τύπου δράσεις κυρίως διεκπεραιωτικές, μόνο και μόνο για να στραφεί η γνώμη του κοινού προς μια συγκεκριμένη κατεύθυνση που είχε προκαθοριστεί από τον υποτιθέμενο στόχο (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

Η πρωτόγονη αυτή προσέγγιση, ωστόσο, είχε επιδερμικά αποτελέσματα και στην πραγματικότητα, δεν προσέφερε κανένα ουσιαστικό όφελος στην ανάδειξη της κυρίαρχης αποστολής που διαδραματίζουν οι Δημόσιες Σχέσεις στη σφαίρα της κοινωνικής ζωής. Στις μέρες μας, η προσέγγιση του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων έχει μετατοπιστεί: Πλέον οι Δημόσιες Σχέσεις δεν αποτελούν απλά και μόνο ένα εργαλείο επηρεασμού της κοινότητας ή ένα μέσο που χρησιμοποιούν οι επιχειρήσεις και οι Οργανισμοί για να διαχειριστούν τις εντυπώσεις που δημιουργούνται εξαιτίας

κάποιων ενεργειών (Κουτούπης, 2016). Αντίθετα, οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν μία ολοκληρωμένη διαδικασία, που διέπεται από επιστημονικές αρχές, η οποία έχει ως κεντρικό στόχο τη δημιουργία, την ανάπτυξη και καλλιέργεια αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης μεταξύ των Οργανισμών και του κοινού, οι οποίες θα έχουν βάθος και διάρκεια στο χρόνο (Heath, 2001). Πρωταρχικά, σκοπός των Δημόσιων Σχέσεων δεν είναι να στοχεύουν στο πώς θα επηρεάσουν τις διάφορες ομάδες κοινού, αλλά και στο πώς θα ευαισθητοποιούν τη Διοικητική Αρχή προκειμένου να ανταποκρίνεται η δημόσια εικόνα του Οργανισμού στις προσδοκώμενες επιθυμίες των ομάδων κοινού του (Ξύγγη, 2012). Οι Δημόσιες Σχέσεις, δηλαδή, πλέον ορίζονται από ένα μοντέλο δράσης με κύριο στόχο την οικοδόμηση θεμελιωδών σχέσεων του Οργανισμού με το κοινό, οι οποίες στηρίζονται σε διαρκή εμπιστοσύνη και στην αξιοπιστία (Kim & Cho, 2019). Βασική προϋπόθεση λοιπόν είναι ο Οργανισμός να αντιλαμβάνεται και να κατανοεί τις ανάγκες, τις αντιλήψεις και τις ανησυχίες των ανθρώπων της κοινότητας και των ομάδων κοινού (Theunissen, 2019). Η σύγχρονη αυτή προσέγγιση θεώρησης των Δημοσίων Σχέσεων ανοίγει ένα πλούσιο πεδίο αναζήτησης της σπουδαιότητας που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις για την επιτυχημένη λειτουργία των Οργανισμών. Επιπλέον, η προσέγγιση αυτή δίνει έμφαση τα σημεία στα οποία τελικά διαφοροποιείται σημαντικά το αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων από τα άλλα πεδία που ενδεχομένως αναπτύσσονται μέσα στους κόλπους ενός Οργανισμού ή μιας επιχείρησης.

Ορισμός των Δημοσίων Σχέσεων

Η θεωρητική προσέγγιση της εξέλιξης του επιστημονικού πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων, η συζήτηση των προσεγγίσεων αυτών που αναπτύχθηκαν, καθώς και η ανάλυση της σχέσης που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις με άλλα τμήματα της λειτουργίας μιας επιχείρησης ή Οργανισμού, όπως το management, φέρνουν στο προσκήνιο ένα καίριο ερώτημα: τι είναι τελικά οι Δημόσιες Σχέσεις;

Στο ερώτημα αυτό επιχείρησαν να δώσουν απάντηση πολλοί επιστήμονες οι οποίοι διατύπωσαν πολλαπλούς ορισμούς, με αρκετές διαφοροποιήσεις μεταξύ τους πολλές φορές (Edwards, 2012). Οι Cutlip et al. (2000) έχουν ορίσει τις Δημόσιες Σχέσεις ως ‘μια λειτουργία της Διοίκησης’ βάση της οποίας διατηρούνται αμοιβαία επωφελείς σχέσεις ανάμεσα σε έναν Φορέα και στις ομάδες κοινού από τις οποίες εξαρτάται η επιτυχία ή η αποτυχία του’. Ένας άλλος ορισμός προκύπτει από τους Coombs and Holladay (2007) οι οποίοι αποτυπώνουν την άποψη ότι ‘Δημόσιες Σχέσεις είναι η διαχείριση αμοιβαία επιδραστικών σχέσεων στο πλαίσιο ενός δικτύου

σχέσεων μεταξύ ομάδων κοινών και Οργανισμών'. Το 2012 η Αμερικανική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων (Public Relations Society of America) αποτύπωσε τον κάτωθι ορισμό: 'Δημόσιες Σχέσεις είναι μια επικοινωνιακή διαδικασία στρατηγικής σημασίας η οποία οικοδομεί αμφοτέρως ωφέλιμες σχέσεις μεταξύ Οργανισμών και επιχειρήσεων και των ομάδων κοινών τους' (Seitel, 2017).

Στη Χώρα μας, η ορολογία «Δημόσιες Σχέσεις» αποτελεί πιστή μετάφραση κατά λέξη του αγγλικού όρου public relations. Ωστόσο, η λέξη public αποδόθηκε αδόκιμα με τη λέξη «δημόσιες» αντί πιθανόν για την καταλληλότερη που θα ήταν η λέξη «κοινό». Η Ελληνική Εταιρεία Δημοσίων Σχέσεων έχει υιοθετήσει τον παρακάτω ορισμό: Οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν κοινωνικό λειτούργημα αμοιβαίας επικοινωνίας η οποία μετά από έρευνα και μελέτη των αντικειμενικών στοιχείων του δεδομένου περιβάλλοντος, προσπαθεί μέσω άκριτου διαλόγου να συντελέσει στην παρουσίαση της αληθινής εικόνας του ενός προς τον άλλο, να αναπτυχθούν οι σχέσεις τους σε βάση αμοιβαίου συμφέροντος.

Λαμβάνοντας υπόψη τους παραπάνω ορισμούς παρατηρούμε ότι στις προσπάθειες ανάλυσης του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων τονίζεται έντονα η διαδικασία της επικοινωνίας και η έννοια της δημιουργίας σχέσεων μεταξύ Οργανισμών και κοινού. Επιπλέον, όλες αυτές οι προσπάθειες απόδοσης του όρου των Δημοσίων Σχέσεων τείνουν να εμβαθύνουν στην έννοια της αμοιβαιότητας αυτής της σχέσης, η οποία πρέπει να διέπεται από αξιοπιστία, σεβασμό και κατανόηση. Το τελευταίο χρονικό διάστημα, όλο και περισσότεροι μελετητές του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων δίνουν ιδιαίτερη έμφαση στην ηθική υπόσταση των Δημοσίων Σχέσεων και είναι υπέρμαχοι του γεγονότος πως ότι οι Δημόσιες Σχέσεις είναι πιο αποτελεσματικές όταν βασίζονται σε ηθικές αρχές που καθορίζουν την εφαρμογή του έργου των Δημοσίων Σχέσεων με τη μέγιστη δυνατή υπευθυνότητα (Watson, 2014). Η ύπαρξη κανόνων και αξιακού κώδικα αυξάνει την εμπιστοσύνη του κοινού στον Κλάδο των Δημοσίων Σχέσεων και οδηγεί τους επαγγελματίες που ασχολούνται με τον τομέα αυτό στο να εφαρμόζουν τις βέλτιστες πρακτικές άσκησης της λειτουργίας των Δημοσίων Σχέσεων (Hutchison, 2002). Επιπροσθέτως, ο Αξιακός κώδικας βοηθά στη δημιουργία μίας επαγγελματικής κοινότητας, όπου οι επιστήμονες και επαγγελματίες των Κλάδου των Δημοσίων Σχέσεων απολαμβάνουν κοινές θεμελιώδεις αξίες (Day, Dong & Robins, 2001). Αποτελεί πραγματικό γεγονός πως τα τελευταία χρόνια, ο Κλάδος των Δημοσίων

Σχέσεων έχει σημειώσει σημαντική ανάπτυξη και κερδίζει ολοένα και μεγαλύτερο έδαφος στην αποδοχή του από την επιστημονική κοινότητα.

Ο ρόλος των Δημοσίων Σχέσεων σήμερα

Οι Δημόσιες Σχέσεις, ως επιστημονικό πεδίο τα τελευταία χρόνια αναγνωρίζονται όλο και περισσότερο και παρουσιάζουν σημαντική ανάπτυξη, τόσο σε αριθμητικά δεδομένα, όσο και σε αποδοχή. Ειδικότερα στη σημερινή εποχή η οποία χαρακτηρίζεται ιδιαίτερα ευμετάβλητη σε κοινωνικό, οικονομικό, πολιτισμικό, και πολιτικό πλαίσιο, η σπουδαιότητα εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων κρίνεται ακόμα πιο αναγκαία. Ήδη στην Αμερική, πάνω από 250.000 επιστήμονες και επαγγελματίες δραστηριοποιούνται στο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων, σύμφωνα με επίσημα στατιστικά δεδομένα του Ομοσπονδιακού Ινστιτούτου Εργασίας (Seitel, 2017). Επιπλέον, πάνω από 250 εκπαιδευτικά ιδρύματα στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής παρέχουν εκπαιδευτικά προγράμματα, τόσο σε προπτυχιακό, όσο και μεταπτυχιακό επίπεδο, με αντικείμενο μελέτης τις Δημόσιες Σχέσεις.

Σε παγκόσμιο επίπεδο, η εξάπλωση των Δημοσίων Σχέσεων είναι ακόμα πιο αλματώδης. Στην Ευρώπη, πάνω από 100 εκπαιδευτικά ιδρύματα προσφέρουν εκπαιδευτικά προγράμματα στο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων, ενώ στη Δημοκρατία της Κίνας (ίσως τη μεγαλύτερη οικονομία στον κόσμο σήμερα), πάνω από μισό εκατομμύριο επαγγελματίες απασχολούνται στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων (Wilcox, Cameron, Reber, 2015). Η Διεθνής Ένωση Δημοσίων Σχέσεων (International Public Relations Association), η οποία έχει ιδρυθεί το 1948, πλέον εκπροσωπεί Ενώσεις από πάνω από 80 χώρες. Πλέον, πολλές επιχειρήσεις και Οργανισμοί ανά τον κόσμο, δημιουργούν ειδικά τμήματα και γραφεία με αντικείμενο εργασιών τις Δημόσιες Σχέσεις προσλαμβάνοντας εξειδικευμένους επαγγελματίες στον τομέα αυτό. Ενδεικτικά αναφέρουμε ότι μόνο το Υπουργείο Εθνικής Άμυνας της Αμερικής (γνωστό και ως Πεντάγωνο) απασχολεί γύρω στους 7.000 επαγγελματίες που ασχολούνται με το αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων.

Λαμβάνοντας υπόψη μας τις παραπάνω επισημάνσεις, αντιλαμβάνεται εύκολα κανείς πως οι Δημόσιες Σχέσεις αποτελούν έναν επαγγελματικό κλάδο ο οποίος εξελίσσεται ραγδαία και διαφαίνεται να έχει σημαντικές προοπτικές εξέλιξης και καταξίωσης στο κοινωνικό γίγνεσθαι. Όταν οι Δημόσιες σχέσεις επιτυγχάνουν το

στόχο τους , συμβάλλουν σε πολύ υψηλό βαθμό στην επιτυχημένη πορεία ενός Οργανισμού ή μιας επιχείρησης και στην εδραίωσή του στο κοινωνικό περιβάλλον (Mykkänen & Vos, 2015).

Αποτελεί μια σταθερά διαπίστωση πως η αποτελεσματικότητα των Δημοσίων Σχέσεων εξαρτάται από πολλές συνθήκες και άλλους τόσους πολλούς παράγοντες . Ένας σημαντικός παράγοντας ο οποίος όχι μόνο προσδιορίζει, αλλά καθορίζει και τα αποτελέσματα των Δημοσίων Σχέσεων είναι το πεδίο της στρατηγικής που διέπει τις Δημόσιες Σχέσεις. Παρακάτω θα αναπτυχθεί ιδιαίτερα αυτός ο τομέας, ο οποίος είναι πολύ σημαντικός για την επιτυχημένη αποτελεσματικότητα της λειτουργίας των Δημοσίων Σχέσεων.

Κεφάλαιο 2. Η στρατηγική των Δημοσίων Σχέσεων

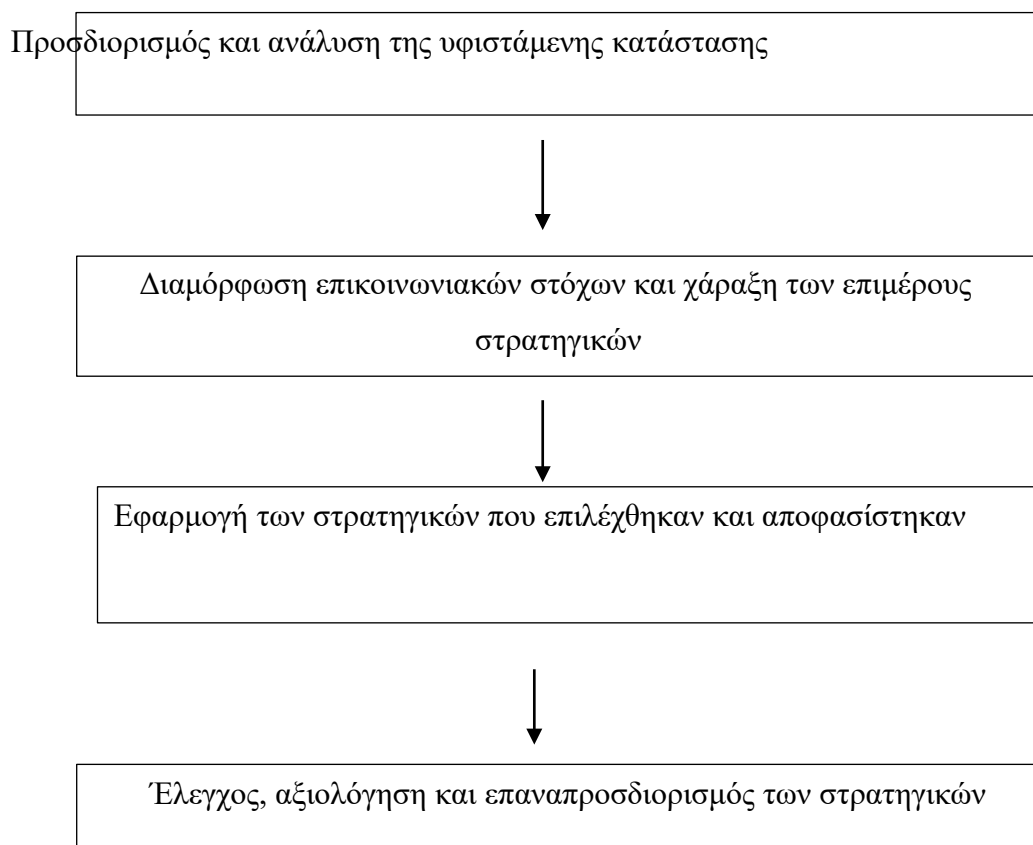
Οι Δημόσιες Σχέσεις δεν είναι απλά και μόνο ένα σύνολο τεχνικών επιλογών που εφαρμόζονται εξατομικευμένα στους Οργανισμούς ή τις επιχειρήσεις, ούτε εξαντλούνται μόνο στη μετάδοση μηνυμάτων (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Αντίθετα, ο κάθε Οργανισμός ή επιχείρηση οφείλει να έχει μια ξεκάθαρη και ολοκληρωμένη στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων η οποία θα προκύπτει από τον ρόλο, την αποστολή και τους σκοπούς που έχει ο Οργανισμός ή η επιχείρηση (Μαγκλιβέρας, 1997). Επιπλέον, ο τομέας της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων πρέπει να είναι αλληλένδετη με τις υπόλοιπες λειτουργίες του Οργανισμού και έτσι να εντάσσεται στη γενικότερη νοοτροπία, αντίληψη και φιλοσοφία του Οργανισμού όσον αφορά τη εξωτερική εικόνα του (Ξύγγη, 2012).

Ο καθορισμός της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων είναι ένα σύνολο επιστημονικών διεργασιών οι οποίες περιλαμβάνουν συγκεκριμένα στάδια. Τα στάδια αυτά είναι τα εξής (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016):

- Προσδιορισμός και ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης.
- Διαμόρφωση επικοινωνιακών στόχων και χάραξη των επιμέρους στρατηγικών.
- Εφαρμογή των στρατηγικών που επιλέχθηκαν και αποφασίστηκαν.
- Έλεγχος, αξιολόγηση και επαναπροσδιορισμός των στρατηγικών.

Τα παραπάνω στάδια αυτά είναι πολύ καθοριστικά για τη διαδικασία διαμόρφωσης της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων. Τα στάδια αυτά δεν αποτελούν ξεχωριστές και αυτοτελείς διαδικασίες, αλλά κάθε στάδιο αλληλοσυμπληρώνει το ένα το άλλο. Η συμβολή του κάθε σταδίου αξιολογείται ισότιμα για την αποτελεσματικότητα της λειτουργίας των Δημοσίων Σχέσεων για αυτό και η παράλειψη εκάστου ενός θα επηρεάσει αρνητικά όλη τη διαδικασία (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Στη συνέχεια θα παρουσιαστούν αναλυτικά καθένα από αυτά τα στάδια.

Το παρακάτω Σχήμα παρουσιάζει παραστατικά το μοντέλο της διαδικασίας των σταδίων:



Σχήμα 1: Τα στάδια διαμόρφωσης της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων

Στάδιο 1. Προσδιορισμός και ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης

Το στάδιο αυτό αποτελεί το πρωταρχικό βήμα στη διαμόρφωση της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων. Είναι ένα πολύ σημαντικό στάδιο, καθώς η μη εύστοχη εκτίμηση της υφιστάμενης κατάστασης, μπορεί να οδηγήσει όλη η διαδικασία σε αποτυχία (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Κύριο χαρακτηριστικό εργαλείο αυτού του σταδίου για την αναγνώριση και αξιολόγηση της παρούσας κατάστασης είναι η έρευνα. Η έρευνα εκτιμάται ως ιδιαίτερα σημαντική στη χάραξη της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων καθώς τα στοιχεία και τα δεδομένα που θα συλλεχθούν, θα αποτελέσουν τον οδηγό σχεδιασμού για τη χάραξη, τον προγραμματισμό και την εφαρμογή των κατάλληλων στρατηγικών (Seitel, 2017). Πρόδηλα, η σωστή και εμπειριστατωμένη μελέτη θα προσφέρει τις επιστημονικές

εγγυήσεις για την επιτυχημένη λειτουργία των Δημοσίων Σχέσεων (Wilcox, Cameron & Reber, 2015).

Το στάδιο αυτό της έρευνας στην ουσία αφορά την αντικειμενική και μεθοδική συγκέντρωση, καταγραφή, ανάλυση και επεξεργασία των δεδομένων που προκύπτουν αναφορικά με ένα δεδομένο ζήτημα ή αντικείμενο (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Η έρευνα παρέχει τις πρωτογενείς πληροφορίες που είναι απαραίτητες για το σχεδιασμό της στρατηγικής των Δημοσίων Σχέσεων, αλλά και για την αξιολόγηση της αποτελεσματικότητας τους (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

Η διεξαγωγή μιας έρευνας αποτελείται από συγκεκριμένες φάσεις. Αυτές είναι οι παρακάτω:

- Διατύπωση, αναγνώριση και μελέτη του συγκριμένου ζητήματος ή αντικειμένου.
- Συγκέντρωση όσο το δυνατόν περισσότερων δεδομένων και πληροφοριών πάνω στο συγκεκριμένο προς έρευνα ζήτημα.
- Εφαρμογή της κατάλληλης μεθόδου έρευνας.
- Επεξεργασία των αποτελεσμάτων που προκύπτουν από την έρευνα.
- Ανάλυση των αποτελεσμάτων.
- Αξιοποίηση και αξιολόγηση των αποτελεσμάτων.

Η έρευνα διακρίνεται σε διάφορους τύπους. Ένας κλασικός διαχωρισμός της έρευνας που εμπεριέχεται στη βιβλιογραφία είναι ανάμεσα στην τυπική και την άτυπη έρευνα (Ξύγγη, 2012). Ορισμένες άτυπες τεχνικές έρευνας είναι οι κάτωθι:

α) Δημιουργία πηγών πληροφόρησης με άτομα ή επιχειρήσεις που διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνία.

β) Διατήρηση ενημερωμένων αρχείων και βιβλιοθήκης που να μπορούν να προσφέρουν έγκυρη πληροφόρηση πάνω σε ένα αντικείμενο.

γ) Οργάνωση ειδικών συμβουλευτικών ομάδων (teams) που αποτελούνται από άτομα με ειδικές γνώσεις με στόχο την ανταλλαγή απόψεων, την αντικειμενική πληροφόρηση και τη διατύπωση προτάσεων.

δ) Οργάνωση ολιγάριθμων ομάδων συζήτησης (focus groups), με στόχο να παραχθεί γνώση για ορισμένα θέματα όπως οι προτιμήσεις κοινού, οι πεποιθήσεις, οι απόψεις απέναντι σε ένα συγκεκριμένο ζήτημα κτλ. (Wilcox, Cameron & Reber, 2015).

Ομοίως ορισμένες τυπικές τεχνικές έρευνας είναι οι ακόλουθες:

α) Η Συλλογή δεδομένων από βιβλιοθήκες, εφημερίδες, αρχεία εταιρειών ή από ηλεκτρονικές βάσεις δεδομένων(data bases).

β) Ποιοτική ανάλυση περιεχομένου (content analysis) των γραπτών μηνυμάτων, εκθέσεων, ή αναφορών με σκοπό την κωδικοποίηση των μηνυμάτων και την ποιοτική ανάλυση τους (Choi & Lin, 2008).

γ) Δημιουργία ποσοτικών ερευνών οι οποίες χρησιμοποιούν στατιστικές μεθόδους και αριθμητικά στοιχεία προκειμένου να εξαχθούν μετρήσιμα και 'απτά' συμπεράσματα πάνω σε ένα ζήτημα. Οι ποσοτικές έρευνες συνήθως χρησιμοποιούν κλίμακες και ερωτηματολόγια τα οποία εμπεριέχουν προσεκτικά σχεδιασμένες ερωτήσεις προς ένα δείγμα ατόμων (Punch, 2014). Τα δεδομένα που εξάγονται, γίνονται αντικείμενο επεξεργασίας με βάση στατιστικές μεθόδους οι οποίες προσφέρουν χρήσιμα και αντικειμενικά στοιχεία για την εξαγωγή και αξιολόγηση των συμπερασμάτων.

δ) Οργάνωση συνεντεύξεων οι οποίες διαθέτουν το πλεονέκτημα, το να μπορούν να κατανοηθούν περισσότερο ποιοτικά και πιο πολύ εις βάθος οι απόψεις και οι συγκεκριμένες ιδεοληψίες και αντιδράσεις κτλ. του κοινού (Wilcox, Cameron & Reber, 2015).

ε) Οργάνωση και διεξαγωγή δημοσκοπήσεων που χρησιμοποιούν δειγματοληπτικές μεθόδους με στόχο την αποτύπωση των τάσεων που επικρατούν στην κοινή γνώμη (Watson, 2012).

Στάδιο 2. Διαμόρφωση επικοινωνιακών σκοπών και στρατηγικών στόχων

Μετά την ανάλυση της υφιστάμενης κατάστασης και τη διεξαγωγή έρευνας, το επόμενο στάδιο είναι η διαμόρφωση των επικοινωνιακών σκοπών και των στρατηγικών που απορρέουν από τους σκοπούς αυτούς. Οι στόχοι που θα θέσει ο Οργανισμός δεν πρέπει να είναι αόριστοι και αφηρημένοι (Κουτούπης, 2016). Αντιθέτως, οι στόχοι οφείλουν να διαμορφώνονται ως απόρροια της ανάλυσης της υφιστάμενης κατάστασης και να είναι συγκεκριμένοι, καθορισμένοι χρονικά και όσο το δυνατόν περισσότερο προσδιορισμένοι με βάση μετρήσιμα δεδομένα (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Για το λόγο αυτό, ένας στόχος που έχει προσδιοριστεί σωστά, πρέπει να πληροί τις ακόλουθες προϋποθέσεις :

- I. Πόσο επιτυχημένα μπορεί να ανταποκριθεί σε μια δεδομένη κατάσταση,
- II. Πόσο ρεαλιστικός και επιτεύξιμος είναι ο στόχος,
- III. Πόσο μπορεί να είναι 'μετρήσιμος' και να αξιολογηθεί.

Οι στόχοι των Δημοσίων Σχέσεων ενός Οργανισμού μπορεί να αφορούν διάφορα θέματα (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Ορισμένα από αυτά μπορεί να είναι τα ακόλουθα:

- Ποια εικόνα θα επιλέξει και θα παρουσιάσει προς τα έξω ο Οργανισμός.
- Πώς θα διαμορφωθεί ο τρόπος επικοινωνίας του με τις διαφορετικές ομάδες κοινού.
- Πώς θα διαμορφωθεί η εσωτερική οργανωσιακή δομή του Οργανισμού έτσι ώστε να αναπτυχθεί και η επικοινωνία μεταξύ των εργαζομένων.
- Ποια στάση θα υιοθετήσει ο Οργανισμός ως προς τις σχέσεις του με την κοινότητα και τους άλλους Οργανισμούς.

Είναι σημαντικό οι στόχοι που θέτει ο Οργανισμός να βρίσκονται σε άμεση συνέργεια με την αποστολή του Οργανισμού. Η αποστολή του Οργανισμού καθορίζει το σκοπό ύπαρξής του, το όραμα που πρεσβεύει, όπως επίσης και την πορεία και τον προσανατολισμό που έχει αναφορικά με τη λειτουργία του μέσα στο κοινωνικό σύνολο (Smith, 2005). Ουσιαστικά, ο Οργανισμός ορίζει μόνος του τη δραστηριότητα την οποία επιτελεί και αυτή είναι η ταυτότητα της αποστολής του (Huang-Horowitz, 2015).

Ο Οργανισμός θα πρέπει να θέτει τις προϋποθέσεις ώστε να έχει σταθερές στο χρόνο και διαρκείς σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης με το εξωτερικό κοινό του (Starck & Kruckeberg, 2001). Είναι ιδιαίτερα σημαντικό να αντιλαμβάνεται σε ποιους απευθύνεται, ποιες είναι οι ανάγκες του κοινού του, να παρέχει τεκμηριωμένες πληροφορίες, να μην παραπλανά και να λειτουργεί με τέτοιο τρόπο ώστε οι πελάτες να απολαμβάνουν μία θετική εικόνα από τον Οργανισμό (Κουτούπης, 2016). Οι ίδιες αρχές ισχύουν αναφορικά και με τις σχέσεις του Οργανισμού με την τοπική κοινωνία, όπου ο Οργανισμός πρώτος οφείλει να 'επενδύσει' στη δημιουργία καλών σχέσεων με την κοινωνία, με στόχους μακρόπνοου χαρακτήρα, που θα διατηρούν κανάλια ανοιχτής και ειλικρινούς επικοινωνίας μαζί της (Johnston & Lane, 2018). Ο Οργανισμός οφείλει να συνειδητά να αντιληφθεί την κοινωνική ευθύνη που έχει απέναντι στην κοινωνία με την οποία βρίσκεται σε σχέσεις αμοιβαίας εξάρτησης (Daugherty, 2001). Επομένως, αποτελεί μοναδική επιλογή ο προσδιορισμός των στόχων του Οργανισμού να καθορίζεται από την αμοιβαία και ενεργή συνεργασία του με την κοινότητα (Willis, 2012). Αυτό προϋποθέτει, αναπόφευκτα, ο Οργανισμός να εργάζεται στην αντίληψη των αναγκών της κάθε κοινότητας, τις ιδιαιτερότητες της, τις αξίες από τις οποίες διακατέχεται, τους προβληματισμούς που αντιμετωπίζει,

καθώς και τις προσδοκίες και απόψεις που έχει (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016).

Αναφορικά με τις σχέσεις του Οργανισμού με το εσωτερικό κοινό του, είναι προφανές ότι όταν ένας Οργανισμός επιτυγχάνει ειλικρινή και εποικοδομητική επικοινωνία με τους εργαζομένους του, τότε και οι εργαζόμενοι είναι περισσότεροι παραγωγικοί, γεγονός το οποίο έχει θετικό αποτύπωμα σε όλη τη λειτουργία του Οργανισμού (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Οι Δημόσιες Σχέσεις πρέπει να έχουν ως στόχο την παραγωγή θετικού κλίματος στο εργασιακό περιβάλλον το οποίο χαρακτηρίζεται από αμοιβαία εμπιστοσύνη των δύο μερών δηλ του Οργανισμού και των εργαζομένων, από αίσθημα αναγνώρισης, κινητοποίησης, ασφάλειας, γνώσης, εκτίμησης, υπερηφάνειας για την αποστολή του Οργανισμού, καθώς και από δυνατότητα συνεργασίας και συμμετοχής των εργαζομένων στη διαδικασία έκφρασης προτάσεων και ιδεών και στη λήψη αποφάσεων (Vercic & Vokic, 2018). Οι στόχοι Δημοσίων Σχέσεων προς αυτή την κατεύθυνση που μπορούν να οριστούν περικλείουν την ενημέρωση και πληροφόρηση των εργαζομένων για τους σκοπούς του Οργανισμού, την εδραίωση μιας αμφίδρομης επικοινωνίας στο εσωτερικό του Οργανισμού, την δημιουργία μιας αίσθησης έμπρακτης απόδειξης ότι ο Οργανισμός στηρίζει και νοιάζεται για τους εργαζόμενους του, την ενθάρρυνση της συμμετοχής των εργαζομένων στις αποφάσεις που λαμβάνονται, καθώς και τη δημιουργία διαδικασιών αναγνώρισης των εργαζομένων κτλ. (Ruck & Welch, 2012).

Ο Οργανισμός, αφού προσδιορίσει τους επικοινωνιακούς στόχους, έπειτα θα σχεδιάσει τις κατάλληλες στρατηγικές προκειμένου να επιτευχθούν οι επικοινωνιακοί στόχοι που είχαν καθοριστεί. Οι στρατηγικές που θα επιλεγούν αποτελούν και το σχέδιο δράσης, το οποίο θα πρέπει να ανταποκρίνεται με έγκυρο και πειστικό τρόπο στο πώς θα επιτευχθούν οι επικοινωνιακοί στόχοι που τέθηκαν προηγουμένως (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Ουσιαστικά, το σχέδιο των στρατηγικών, είναι αυτό το οποίο αποτυπώνει συγκεκριμένα τις διαδικασίες που θα ακολουθηθούν προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι που έχει θέσει ο Οργανισμός (Smith, 2005).

Η διαμόρφωση της κάθε είδους στρατηγικής απαιτεί δημιουργικότητα στη σκέψη, ευρηματικότητα και πρωτοτυπία (Smith, 2005). Όμως, για να είναι ένα σχέδιο ενεργειών αποτελεσματικό, πρέπει να λαμβάνονται υπόψη του ορισμένες παράμετροι και μια εξ αυτών σημαντική ρεαλιστική παράμετρος αποτελεί ο προϋπολογισμός που θα χρειαστεί για την εφαρμογή των στρατηγικών (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Η εξασφάλιση των οικονομικών πόρων που απαιτούνται

για την υλοποίηση των στρατηγικών αποτελούν ένα βασικό παράγοντα και προϋπόθεση που απαιτείται οπωσδήποτε να ληφθεί υπόψη όταν καταρτίζεται ένα σχέδιο στρατηγικών (Κουτούπης, 2016). Μάλιστα, επειδή αρκετές φορές, τα στρατηγικά σχέδια είναι δυναμικά, θα πρέπει οπωσδήποτε να υπάρχει συνεχής αξιολόγηση και υπενθύμιση για την οικονομική κάλυψη του συνεχιζόμενου αυτού σχεδίου (Ξύγγη, 2012). Μια ακόμα σημαντική παράμετρος είναι η επιλογή των κατάλληλων μέσων που θα απαιτηθούν προκειμένου να υλοποιηθεί σωστά μια στρατηγική (Wilcox, Cameron, & Reber, 2015). Επιπροσθέτως, μια επίσης αρκετά κρίσιμη παράμετρος είναι η επιλογή της κατάλληλης χρονικής στιγμής στην οποία θα αποφασιστεί να λάβει χώρα κάθε στρατηγική (Seitel, 2017).

Στάδιο 3. Εφαρμογή των στρατηγικών που επιλέχθηκαν

Το στάδιο αυτό αποτελεί το πιο εμφανές τμήμα της λειτουργίας των Δημοσίων Σχέσεων. Στο στάδιο αυτό παίρνουν ‘σάρκα και οστά’ οι στρατηγικές που είχαν σχεδιαστεί προκειμένου να επιτευχθούν οι επικοινωνιακοί στόχοι που είχαν οριστεί. Οι διάφορες στρατηγικές έχουν τη δυνατότητα να πραγματοποιούνται ξεχωριστά για κάθε ομάδα κοινού.

Η διαδικασία εφαρμογής των στρατηγικών απαιτεί λεπτομερή καταγραφή των συγκεκριμένων φάσεων ή δραστηριοτήτων που πρέπει να ακολουθηθούν (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Το πρόγραμμα εφαρμογής των στρατηγικών αποτελείται από ένα σύνολο διαδοχικών βημάτων και τεχνικών που αποτυπώνουν αναλυτικά τον τρόπο με τον οποίο θα υλοποιηθεί μια συγκεκριμένη δραστηριότητα (Smith, 2005). Όπως αναφέρθηκε παραπάνω, ο υπολογισμός του κόστους θα πρέπει να είναι ακριβής, αναλυτικός δυναμικός στην εξέλιξη του και να καθορίζεται συγκεκριμένα για κάθε στρατηγική που εφαρμόζεται.

Είναι σημαντικό να σημειωθεί πως η επιτυχία της κάθε στρατηγικής εξαρτάται από την επίδραση που έχει στην κάθε ομάδα κοινού που απευθύνεται (Ξύγγη, 2012). Για αυτό λοιπόν, οι στρατηγικές θα πρέπει να προσαρμόζονται με ιδιαίτερο τρόπο στις ανάγκες και τα ιδιαίτερα χαρακτηριστικά της κάθε ομάδας κοινού.

Οι στρατηγικές Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιούνται μπορεί να αφορούν διάφορες δράσεις ανάλογα με τη στόχευση για κάθε ομάδα κοινού (Κουτούπης, 2016). Χαρακτηριστικά μερικές στρατηγικές μπορεί να περιλαμβάνουν τις εξής ενέργειες:

- Υλοποίηση κάποιων προγραμμάτων εκπαίδευσης των εργαζομένων,
- Υλοποίηση ορισμένων συστημάτων επιβράβευσης της προσπάθειας των

υπαλλήλων,

- Καθιέρωση ομοιόμορφων τρόπων εξυπηρέτησης των πελατών,
- Υλοποίηση προγράμματος ξενάγησης επισκεπτών στις εγκαταστάσεις του Οργανισμού,
- Δημοσιοποίηση μηνυμάτων που αφορούν τη θέση του Οργανισμού απέναντι σε ένα ζήτημα που αφορά την κοινωνία - κοινότητα κτλ.

Στάδιο 4. Έλεγχος, αξιολόγηση και επαναπροσδιορισμός των στρατηγικών

Κλείνοντας λοιπόν αυτόν τον κύκλο των σταδίων εφαρμογής των στρατηγικών έρχεται η Αξιολόγηση, όπου στην ουσία τελικώς κάνουμε λόγο για την εκτίμηση των αποτελεσμάτων που επήλθαν συγκριτικά με τους αναμενόμενους στόχους. Η αξιολόγηση είναι εξίσου σημαντική με τα υπόλοιπα τρία στάδια που προαναφέραμε καθώς αποτυπώνει το κατά πόσο οι στρατηγικές που εφαρμόστηκαν πέτυχαν τους προκαθορισμένους στόχους (Watson, 2012). Μέσω αυτής της διαδικασίας, γίνεται ο εντοπισμός των πιθανών αποκλίσεων που ενδεχομένως παρατηρούνται μεταξύ των προκαθορισμένων στόχων και αυτών που τελικώς επιτεύχθηκαν με τις αντίστοιχες δαπάνες (Smith, 2005). Το στάδιο του ελέγχου και της αξιολόγησης λειτουργεί ως ένα εργαλείο για να βελτιωθούν οι παρεχόμενες δράσεις των Δημοσίων Σχέσεων (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

Για να γίνει σωστά η αξιολόγηση πρέπει να πληρούνται κάποια συγκεκριμένα κριτήρια. Τα κριτήρια αυτά στην πραγματικότητα είναι ερωτήματα για τα οποία απαιτούνται πειστικές απαντήσεις (Ξύγγη, 2012). Ορισμένα από αυτά τα ερωτήματα είναι τα ακόλουθα:

- Ποια ήταν τα αποτελέσματα των δράσεων που εφαρμόστηκαν;
- Υπήρξε σωστή προσέγγιση των ομάδων κοινού;
- Έγινε κατανοητό από τις ομάδες κοινού το μήνυμα των δράσεων που εφαρμόστηκαν;
- Εντοπίστηκαν απρόβλεπτοι παράγοντες ή συγκυρίες η οποίες επέδρασαν είτε θετικά είτε αρνητικά στο αποτέλεσμα;
- Επιτεύχθηκαν οι προκαθορισμένοι στόχοι;
- Υπήρξε σωστός σχεδιασμός των δράσεων;
- Εντοπίστηκαν ανεκτίμητα δεδομένα που επηρέασαν την πορεία και την αποτελεσματικότητα των δράσεων;
- Υπάρχει η δυνατότητα επαναπροσδιορισμού των δεδομένων σταδίων προκειμένου να επιτευχθεί αύξηση των αποτελεσμάτων αντίστοιχων μελλοντικών προγραμμάτων;
- Ο προϋπολογισμός των δράσεων ήταν επαρκής;

Αξίζει να σημειωθεί πως η αξιολόγηση αποτελεί μια διαδικασία η οποία στηρίζεται σε μεθόδους με αντικειμενικά κριτήρια προκειμένου να αποτυπωθούν με ακρίβεια και τεκμηρίωση συμπεράσματα με σχετική ασφάλεια (Volk, 2016). Οι

μέθοδοι αξιολόγησης είναι διάφοροι ανάλογα με τη στρατηγική που εφαρμόστηκε, την ομάδα κοινού στην οποία απευθύνονταν το μήνυμα, το στοιχείο χαρακτήρα του στόχου που είχε τεθεί κτλ. (Watson, 2012). Κάποιες από τις πιο δημοφιλείς μέθοδοι αξιολόγησης των Δημοσίων Σχέσεων είναι οι κάτωθι:

- Καταμέτρηση του δείγματος στο οποίο εκτέθηκε ένα μήνυμα Δημοσίων Σχέσεων.
- Καταμέτρηση της επισκεψιμότητας ενός μηνύματος στο Διαδίκτυο.
- Καταμέτρηση των αιτημάτων βάση των οποίων αιτούνται τα άτομα περαιτέρω πληροφόρηση
- Καταμέτρηση των ατόμων που έλαβαν μέρος σε κάποια δράση που σχεδιάστηκε και εφαρμόστηκε.
- ‘Σφυγμομέτρηση’ της στάσης της ομάδας κοινού απέναντι στην εφαρμοσμένη στρατηγική που σχεδιάστηκε με βάση κυρίως ερωτηματολογίων ή άλλων εργαλείων που μετρούν μια σειρά μεταβλητών παραγόντων όπως π.χ. κατά πόσο έγινε κατανοητό από τα άτομα το μήνυμα της δράσης που επιλέχθηκε και εφαρμόστηκε, εάν υπήρξε και κατά πόσο ικανοποίηση από τη δράση, τα άτομα πόσο υψηλά εκτιμούν τη σημαντικότητα της κάθε δράσης και πώς τη βαθμολογούν κτλ.
- Καταμέτρηση της αναγνωσιμότητας των εντύπων ή των άρθρων που συντάσσει ένας Οργανισμός βάση αντίστοιχων δεικτών.

Εν γένει η αξιολόγηση γίνεται βάση τόσο ποσοτικών όσο και ποιοτικών κριτηρίων (Thyrlow et al., 2017). Επιπροσθέτως, ενώ είθισται το στάδιο του ελέγχου και της αξιολόγησης να γίνονται στο τέλος κάθε εφαρμοσμένης δράσης των Δημοσίων Σχέσεων, εντούτοις, χρήσιμο είναι κάθε προηγούμενο στάδιο να τίθεται σε επιμέρους αξιολόγηση έτσι ώστε τυχόν λάθη ή παραλείψεις να προλαμβάνονται και να επαρκεί ο χρόνος για διορθωτικές αλλαγές. (Κοτσαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016).

Επιπλέον, για τη σωστή αξιολόγηση των δράσεων των Δημοσίων Σχέσεων, χρήσιμο είναι ο Οργανισμός να έχει τη δυνατότητα να εφαρμόζει μηχανισμούς ανατροφοδότησης (feedback), έτσι ώστε να λαμβάνει γνώση συνεχώς για τις δράσεις που υλοποιούνται και για αντίστοιχες τις αντιδράσεις των ομάδων κοινού (Seitel, 2017). Μία τεκμηριωμένη αξιολόγηση βασίζεται κυρίως στη σωστή πληροφόρηση η οποία και αποτελεί βασική προϋπόθεση για την ορθή λειτουργία της.

Στην περίπτωση όπου ο έλεγχος και η αξιολόγηση διαπιστώσουν πως υπάρχουν αποκλίσεις από τους τιθόμενους στόχους των δράσεων των Δημοσίων Σχέσεων, τότε οι επιλογές είναι οι εξής: είτε να επαναπροσδιοριστούν οι στόχοι και να γίνουν πιο πραγματικοί, είτε να επιχειρηθεί να τροποποιηθούν οι ενέργειες που ήδη έχουν υλοποιηθεί (Ξύγγη, 2012). Και στις δύο παραπάνω επιλογές, θα πρέπει να αναγνωριστούν τα αίτια και οι συνθήκες που ευθύνονται για τις αποκλίσεις.

Γενικά, το στάδιο του ελέγχου, της αξιολόγησης και επαναπροσδιορισμού της στρατηγικής των δράσεων των Δημοσίων Σχέσεων είναι μια πολύ σημαντική διαδικασία. Η αξιολόγηση ανοίγει νέους ορίζοντες για ένα δυναμικό πρόγραμμα δράσεων και ενεργειών και στην περίπτωση ακόμα όπου το πρόγραμμα τελικά αποδώσει τα αναμενόμενα, εντούτοις, αποτελεί κέρδος για κάθε μελλοντική χρήση η γνώση που αποκτήθηκε σχετικά με την αποτελεσματικότητα του προγράμματος (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Στην περίπτωση όπου ο έλεγχος και η αξιολόγηση έχουν ένα αρνητικό αποτύπωμα ως προς την αποτελεσματικότητά του, αυτό μπορεί να αποτελέσει ένα οδηγό για την αποφυγή μελλοντικών λαθών, ενώ στην αντίθετη περίπτωση η αξιολόγηση ενός προγράμματος με θετικό πρόσημο θα ενισχύσει την διαδικασία αξιοποίησης όλων των θετικών στοιχείων σε μελλοντικά προγράμματα και νέες δράσεις των Δημοσίων Σχέσεων.

Κεφάλαιο 3. Τα εργαλεία των Δημοσίων Σχέσεων

Οι Δημόσιες Σχέσεις έχουν στη διάθεση τους ένα ευρύ κατάλογο από εργαλεία τα οποία δύναται να αξιοποιούν προκειμένου να εκπληρώνουν την αποστολή και τους στόχους που έχουν οι Οργανισμοί. Στο κεφάλαιο αυτό παρουσιάζονται ορισμένα βασικά εργαλεία Δημοσίων Σχέσεων και αναλύεται ο ιδιαίτερος ρόλος και χαρακτήρας του κάθε εργαλείου ξεχωριστά.

- **Συνέντευξη Τύπου.** Η συνέντευξη Τύπου είναι ένα εργαλείο βάση του οποίου εύκολα δίνεται η ευκαιρία να μεταδοθούν ειδήσεις και να γίνει παρουσίαση των πληροφοριών την ίδια στιγμή σε όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Πιπερόπουλος, 2007). Η συνέντευξη Τύπου λαμβάνει χώρα συνήθως όταν ο Οργανισμός θέλει να τονίσει με την ανακοίνωση αυτή ορισμένα πολύ σημαντικά νέα τα οποία απαιτούν ιδιαίτερη παρουσίαση και διεξοδική ανάλυση, έτσι ώστε να γίνει περισσότερο κατανοητή η είδηση, μέσα από την αλληλεπίδραση μεταξύ του Οργανισμού και των εκπροσώπων των μέσων ενημέρωσης (Ξύγγη, 2012). Η συνέντευξη Τύπου, επίσης, πραγματοποιείται όταν κριθεί ότι θα ήταν χρήσιμο να συζητηθούν αναλυτικά οι πτυχές ενός γεγονότος ή μιας είδησης οι οποίες δεν θα μπορούσαν να αποτυπωθούν ολοκληρωμένα και με βαθιά ανάλυση σε ένα δελτίο Τύπου. Η επιτυχημένη συνέντευξη Τύπου απαιτεί καλή προετοιμασία και σωστό προγραμματισμό (Μαγκλιβέρας, 1997). Ορισμένες προϋποθέσεις που πρέπει να ισχύουν προκειμένου μια συνέντευξη Τύπου να θεωρηθεί επιτυχημένη είναι οι εξής: α) οι εκπρόσωποι των μέσων ενημέρωσης να λαμβάνουν έγκαιρα την πρόσκληση του, β) σωστή επιλογή του χώρου που θα πραγματοποιηθεί η συνέντευξη Τύπου, γ) προγραμματισμός επαρκούς χρονικού πλαισίου για τη διεξαγωγή της συνέντευξης, δ) διάθεση προς χρήση των κατάλληλων οπτικοακουστικών μέσων και ε) διαθεσιμότητα υλικού με πρόσθετες πληροφορίες για τα Μέσα Ενημέρωσης (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Κατά τη διάρκεια της συνέντευξης Τύπου παρουσιάζονται και αναλύονται τα γεγονότα, οι ειδήσεις και τα δεδομένα που σχετίζονται με το συγκεκριμένο θέμα της συνέντευξης Τύπου. Οι εκπρόσωποι των μέσων ενημέρωσης έχουν τη δυνατότητα ελεύθερα να πραγματοποιούν ερωτήσεις αναφορικά με τα ζητήματα τα οποία έχουν αναλυθεί. Οι ερωτήσεις αυτές δίνουν την ευκαιρία στον Οργανισμό να παρέχει πρόσθετες πληροφορίες που θα βοηθήσουν στην μεγαλύτερη κατανόηση των δεδομένων ή των γεγονότων που έχουν λάβει χώρα. Πρόσθετα, οι απαντήσεις στις ερωτήσεις που τίθενται δίνουν τη δυνατότητα στον Οργανισμό να

αποτυπώνει με σαφήνεια και κρυστάλλινα τις θέσεις του πάνω στο ζήτημα με αφορμή το οποίο διοργανώθηκε η συνέντευξη Τύπου (Wilcox, Cameron & Reber, 2015).

➤ **Προσωπική συνέντευξη.** Στα πλαίσια των σχέσεων με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, ένα ακόμα εργαλείο που αξιοποιούν οι Δημόσιες Σχέσεις είναι η πραγματοποίηση προσωπικών συνεντεύξεων με κάποιον εκπρόσωπο του τύπου (έντυπου ή ηλεκτρονικού), ή ενός μέσου ραδιοφώνου ή τηλεόρασης (Κουτούπης, 2016). Στη συνέντευξη, παρέχεται προφορική πληροφόρηση για ορισμένα θέματα που ο Οργανισμός θεωρεί ότι είναι σημαντικό να μεταδοθούν στο κοινό διαμέσου της συνέντευξης. Κεντρικό χαρακτηριστικό της συνέντευξης που πραγματοποιείται μέσα από μια προσωπική συνάντηση με κάποιον εκπρόσωπο ενός μέσου ενημέρωσης είναι ότι το πρόσωπο που δίνει τη συνέντευξη θα πρέπει να έχει διασαφηνίσει μέσα του ποια είναι τα μηνύματα που θέλει να μεταδώσει σε εκείνους/ες που θα διαβάσουν το άρθρο ή θα ακούσουν τη συνέντευξη στο ραδιόφωνο ή την τηλεόραση (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Επιπλέον, είναι σημαντικό να έχει προηγηθεί καλή γνώση των θεμάτων, έτσι ώστε το άτομο που δίνει τη συνέντευξη να μπορεί να απαντήσει στις διάφορες ερωτήσεις που θα του γίνουν. Οι απαντήσεις οφείλουν να είναι ειλικρινείς και ξεκάθαρες και σε καμία περίπτωση δεν θα πρέπει να δίνεται η εντύπωση ότι υπάρχει προσπάθεια να αποφευχθεί μια ερώτηση. Εάν ένα θέμα είναι απόρρητο, το άτομο που δίνει τη συνέντευξη μπορεί να δηλώσει με ευθύ και ευγενικό τρόπο ότι δεν μπορεί να δώσει περαιτέρω πληροφορίες πάνω σε αυτό το ζήτημα. Η προετοιμασία παίζει σημαντικό ρόλο για την επιτυχή έκβαση μιας συνέντευξης (Smith, 2005). Μάλιστα, πριν διεξαχθεί η συνέντευξη, τα δύο μέρη είναι καλό να συμφωνήσουν από πριν σε κάποιους όρους, όπως για παράδειγμα εάν μπορούν να μεταδοθούν ορισμένες πληροφορίες χωρίς να κατονομαστεί η πηγή, εάν μπορούν να αποκαλυφθούν κάποιες πληροφορίες οι οποίες δεν θα δημοσιευτούν (off the record πληροφόρηση), εάν θα χρησιμοποιηθούν μαγνητόφωνα και θα ηχογραφηθεί το περιεχόμενο της συνέντευξης κτλ.

➤ **Δελτία Τύπου.** Τα δελτία Τύπου αποτελούν ένα από τα πιο άμεσα και συχνά εργαλεία που διαθέτουν οι Δημόσιες Σχέσεις ενός Οργανισμού ή μιας επιχείρησης. Τα δελτία Τύπου μπορούν να σταλούν σε εκατοντάδες μέσα μαζικής ενημέρωσης για αυτό και συγκροτούν μια από τις πιο διαδεδομένες μορφές επικοινωνίας του Οργανισμού με τις διάφορες ομάδες κοινού (Ξύγγη, 2012). Η πιο συνηθισμένη μορφή δελτίου Τύπου αφορά το δελτίο που σχετίζεται με την ανακοίνωση των νέων του

Οργανισμού, οτιδήποτε δηλαδή, που ένας Οργανισμός θεωρεί ότι έχει αξία και αποτελεί ευκαιρία για δημοσιότητα και προσέλκυση της προσοχής του κοινού (Κουτούπης, 2016). Υπάρχουν διάφορα είδη δελτίων Τύπου ανάλογα με τη θεματολογία που καλύπτουν και ανάλογα με το κοινό στο οποίο απευθύνονται (Μαγκλιβέρας, 1997). Για παράδειγμα, διακρίνονται οι εξής κατηγορίες δελτίων τύπου: α) δελτία Τύπου που αφορούν επιχειρησιακά ή τεχνικά θέματα και αναφέρονται σε ειδικά ζητήματα που αφορούν συγκεκριμένους επαγγελματικούς κλάδους και εταιρείες, β) δελτία Τύπου που αφορούν θέματα εξυπηρέτησης των καταναλωτών/πελατών, όπως πληροφόρηση για διάφορες υπηρεσίες π.χ. υπηρεσίες τουρισμού, διατροφής, μόδας, υγειονομικής φροντίδας, πολιτισμού κτλ. γ) δελτία Τύπου που αφορούν χρηματοοικονομικά θέματα, όπως αναφορές κερδών μιας επιχείρησης, συγχώνευσης εταιρειών, εξαγορές κτλ. δ) δελτία Τύπου που αφορούν την παροχή συγκεκριμένων πληροφοριών για προϊόντα οι οποίες αναφέρονται στα χαρακτηριστικά κάθε προϊόντος, την απόδοση του, τις ιδιότητες του κτλ. και με αυτό τον τρόπο βοηθούνται οι καταναλωτές στη λήψη αποφάσεων για αγορές. Το μέγεθος ενός δελτίου Τύπου δεν θα πρέπει να είναι πολύ εκτενές, ενώ τα μηνύματα τα οποία εμπεριέχονται στο δελτίο Τύπου θα πρέπει να είναι σαφή και κατανοητά (Πιπερόπουλος, 2007). Επιπλέον, εάν το δελτίο Τύπου συνοδεύεται από φωτογραφίες, αυτές θα πρέπει να 'ταιριάζουν' και να βρίσκονται σε αντιστοιχία με την κεντρική κατεύθυνση του περιεχομένου του δελτίου.

- **Άρθρογραφία.** Μια άλλη μορφή προβολής της εικόνας και της δραστηριότητας ενός Οργανισμού είναι η παρουσίαση ενός σχετικού άρθρου σε μια εφημερίδα ή περιοδικό. Αρκετές φορές, οι εφημερίδες και τα περιοδικά δημοσιεύουν άρθρα που περιλαμβάνουν πληροφορίες και ειδήσεις που έχουν να κάνουν με τα προϊόντα μιας εταιρείας ή τη δράση ενός Οργανισμού. Το άρθρο μπορεί να καλύπτει ένα γεγονός, μία ιδέα-καινοτομία, μία είδηση κτλ. που σχετίζεται άμεσα με το έργο που επιτελεί ο Οργανισμός (Ξύγγη, 2012). Με αυτό τον τρόπο, οι αναγνώστες ενημερώνονται για τον Οργανισμό και μαθαίνουν λεπτομέρειες που συμβάλλουν στην ανάπτυξη της ουσιαστικής εικόνας για το έργο και την αποστολή του Οργανισμού (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Επιπλέον, άλλες φορές, ένα άρθρο μπορεί να παρουσιάσει στοιχεία του Οργανισμού που αφορούν οικονομικά δεδομένα, όπως για παράδειγμα ισολογισμούς, ανακοίνωση μερισμάτων, κέρδη, κύκλοι εργασιών κτλ. Η δημοσίευση των οικονομικών στοιχείων 'χτίζει' μια εικόνα διαφάνειας του Οργανισμού και

αυξάνει την αξιοπιστία του στο κοινό.

- **Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο.** Η ραγδαία ανάπτυξη της τεχνολογίας έχει οδηγήσει τον κλάδο των Δημοσίων Σχέσεων να αξιοποιήσει τα οφέλη και τις νέες δυνατότητες που έχουν παρουσιαστεί στη σύγχρονη εποχή (Kent & Saffer, 2014). Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο είναι ένα άμεσο εργαλείο που διαθέτει ο Οργανισμός για να ενημερώσει, να παρέχει πληροφορίες, διευκρινήσεις και να επιλύσει απορίες, τόσο στους εργαζομένους του, όσο και σε διάφορες ομάδες κοινού με τις οποίες σχετίζεται εξωτερικά (Wilcox, Cameron & Reber, 2015). Το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο έχει σαφή πλεονεκτήματα: αποτελεί ένα μέσο που είναι γρήγορο (ένα μήνυμα μπορεί να μεταδοθεί σε λίγα λεπτά στην άλλη άκρη της γης μεταφέροντας κείμενο, ήχο, εικόνα ή βίντεο), αξιόπιστο και οικονομικό (η αποστολή ηλεκτρονικών μηνυμάτων δεν κοστίζει τίποτα εάν κάποιος είναι συνδεδεμένος στο Διαδίκτυο).

- **Δικτυακός τόπος του Οργανισμού (web site).** Στη σύγχρονη ηλεκτρονική εποχή είναι σημαντικό για τις επιχειρήσεις και τους Οργανισμούς να έχουν δημιουργήσει τις δικές τους εταιρικές ιστοσελίδες (δικτυακοί τόποι). Ο δικτυακός τόπος του Οργανισμού αποτελεί μια ενιαία ηλεκτρονική πλατφόρμα που πληροφορεί το κοινό για όλες τις βασικές διαδικασίες και λειτουργίες του Οργανισμού. Ο χρήστης που επιλέγει να επισκεφτεί το δικτυακό τόπο ενός Οργανισμού έχει τη δυνατότητα να ενημερωθεί για τις δραστηριότητες και υπηρεσίες του Οργανισμού, αλλά και να πλοηγηθεί με εύκολο τρόπο, στο περιεχόμενο όλων των αποθετηρίων και τμημάτων που έχει αναπτύξει ο Οργανισμός (Wilcox, Cameron & Reber, 2015). Με αυτό το εργαλείο, ο Οργανισμός μπορεί να απευθυνθεί, τόσο στο εσωτερικό, όσο και εξωτερικό κοινό του, αλλά και στην ευρύτερη κοινότητα και σε κάθε χρήστη που αναζητά έγκριτο ψηφιακό περιεχόμενο και αξιόπιστη πληροφόρηση για το έργο του Οργανισμού (Zhu & Han, 2014). Ο δικτυακός τόπος βοηθά τον Οργανισμό να αναπτύξει και να μεταδώσει πληροφορίες, τόσο γύρω από την ταυτότητα του (αποστολή, πολιτικές, έργα κτλ.), όσο και γύρω από τις υπηρεσίες που παρέχει και τους τομείς στους οποίους δραστηριοποιείται (Hong, 2013). Επιπλέον, μια ιστοσελίδα στο διαδίκτυο δείχνει ότι ο Οργανισμός είναι διαθέσιμος σε ένα ευρύτερο περιβάλλον που ξεφεύγει από τα στενά όρια της γεωγραφικής περιοχής στην οποία δραστηριοποιείται. Με αυτό τον τρόπο, άτομα από όλο τον κόσμο μπορούν να επικοινωνήσουν και να γνωρίσουν τον Οργανισμό διευρύνοντας έτσι την πρόσβαση

του Οργανισμού ή της επιχείρησης στην αγορά. Τέλος, ένας δικτυακός τόπος είναι ανοιχτός όλο το 24ωρο δίνοντας τη δυνατότητα στο κοινό να αντλήσει πληροφορίες για τον Οργανισμό οποιαδήποτε στιγμή το επιθυμεί.

➤ **Οργάνωση εκδηλώσεων.** Ένα σημαντικό εργαλείο των Δημοσίων Σχέσεων που συνεισφέρει στην επικοινωνία των στόχων της επιχείρησης ή του Οργανισμού είναι οι εκδηλώσεις οι οποίες οργανώνονται από την επιχείρηση ή τον Οργανισμό και έχουν ως στόχο την ανάπτυξη σχέσεων με το εκάστοτε κοινό (Κουτούπης, 2016). Ένα πρωταρχικό συστατικό κατά το σχεδιασμό και εκτέλεση μιας εκδήλωσης είναι ο προσδιορισμός του στόχου και του σκοπού της (Wen & Duan, 2008). Μερικοί πιθανοί στόχοι μιας εκδήλωσης μπορεί να είναι η ευαισθητοποίηση του κοινού στο οποίο απευθύνεται ο Οργανισμός, καθώς και η αύξηση της αναγνωρισιμότητας ενός προϊόντος ή μιας υπηρεσίας (Yao, 2007). Ο σχεδιασμός μιας εκδήλωσης περιλαμβάνει αποφάσεις που αφορούν τη θεματολογία της εκδήλωσης, τον χώρο, τους πόρους που θα διατεθούν, τη διάρκεια της εκδήλωσης, τη διαμόρφωση των κατάλληλων χώρων, τα τεχνικά χαρακτηριστικά και απαιτήσεις σε ήχο και εικόνα κτλ. (Gupta, 2003). Τα παραπάνω συστατικά στοιχεία εξαρτώνται άμεσα από το μέγεθος, την έκταση της εκδήλωσης, αλλά και από το σκοπό που εξυπηρετεί η κάθε εκδήλωση και δράση (Heckman et al., 2010). Η επικοινωνία της εκδήλωσης αποκτά ιδιαίτερη σημασία, διότι μέσα από μια σωστή επικοινωνιακή στρατηγική θα μπορέσει ο Οργανισμός να εντάξει την εκδήλωση στο γενικότερο χαρακτήρα της εικόνας του έτσι ώστε οι ενδιαφερόμενοι να εμπλουτίσουν την αντίληψή τους για τον Οργανισμό και να δουν την εκδήλωση σαν κομμάτι της συνολικής επικοινωνιακής εικόνας και ταυτότητας του Οργανισμού και όχι σαν ένα μεμονωμένο γεγονός που μπορεί να διοργανώθηκε συγκυριακά (Wood, 2009).

➤ **Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (facebook, twitter, instagram, youtube κτλ.)** Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχουν γίνει αναπόσπαστο κομμάτι του σύγχρονου τρόπου ζωής. Οι Δημόσιες Σχέσεις αξιοποιούν αυτό το εργαλείο προκειμένου να βοηθήσουν τους Οργανισμούς να έρθουν πιο κοντά με τις ομάδες κοινού τους και να αλληλοεπιδράσουν δυναμικά μαζί τους (Wilcox, Cameron & Reber, 2015). Το facebook και το X (πρώην twitter) είναι συχνά οι πρώτες πύλες επικοινωνίας για πολλά άτομα, πελάτες, συνεργάτες κτλ. που μπορούν να έχουν ερωτήσεις ή απορίες για τις υπηρεσίες της εταιρείας ή του Οργανισμού. Είναι σημαντικό ο Οργανισμός να

ανταποκρίνεται και να επικοινωνεί άμεσα και να μην αφήνει ερωτήσεις του κοινού αναπάντητες γιατί διαφορετικά, δημιουργείται η εντύπωση ότι ο Οργανισμός είναι αναξιόπιστος και αδιάφορος στις ανάγκες των ατόμων (Qin & Men, 2019). Επιπλέον, η επικοινωνία σε πραγματικό χρόνο βοηθά στην οικοδόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης με το κοινό και αποτελεί ένα έμπρακτο δείγμα ότι ο Οργανισμός διακατέχεται από υψηλό αίσθημα εξυπηρέτησης και σεβασμού προς το κοινό του (Doyle & Lee, 2016). Επιπρόσθετα, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης διευκολύνουν τη βελτίωση της αναγνωρισιμότητας μιας επιχείρησης και τη δημιουργία της δικής της ξεχωριστής ταυτότητας (Xifra & Huertas, 2008). Το γεγονός ότι ένας Οργανισμός είναι ενεργός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης ενισχύει το αίσθημα κύρους του Οργανισμού και δημιουργεί το ενδιαφέρον για νέες δυναμικές ομάδες κοινού στο να προσεγγίσουν και να νιώσουν οικεία με το έργο και τη λειτουργία του Οργανισμού (Yang & Kent, 2014).

- **Ενημερωτικά Φυλλάδια - Έντυπα.** Πέρα από την αξιοποίηση των σύγχρονων ηλεκτρονικών μέσων, ένας Οργανισμός μπορεί να χρησιμοποιήσει και πιο παραδοσιακά εργαλεία για να μεταδώσει πληροφορίες, νέα, ειδήσεις και να αλληλοεπιδράσει με τις ομάδες κοινού του. Ορισμένα από αυτά τα παραδοσιακά εργαλεία είναι τα έντυπα και τα ενημερωτικά φυλλάδια που περιλαμβάνουν πληροφορίες και νέα που ο Οργανισμός θεωρεί ότι θα αποτελέσουν χρήσιμα δεδομένα για το κοινό (Smith, 2015). Ένα βασικό χαρακτηριστικό που επηρεάζει θετικά την απήχηση των φυλλαδίων και των εντύπων είναι το περιεχόμενό τους: είναι σημαντικό τα ενημερωτικά φυλλάδια και τα έντυπα να έχουν προσεγμένα κείμενα και άρτια εμφάνιση για να μπορούν να κεντρίζουν το ενδιαφέρον του κοινού (Πιπερόπουλος, 2007).
- **Πίνακες ανακοινώσεων.** Τα εργαλεία αυτά έχουν ως στόχο να εκθέσουν πληροφορίες σε καθορισμένες τοποθεσίες προκειμένου να επικοινωνήσουν σημαντικά και επίκαιρα μηνύματα στους υπαλλήλους ενός Οργανισμού. Οι αναρτήσεις στον πίνακα ανακοινώσεων βοηθούν στην υπενθύμιση σημαντικών πληροφοριών και δεδομένων και εξυπηρετούν τα άτομα που επιθυμούν σαφή, αξιόπιστη και χειροπιαστή πληροφόρηση (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Τα πόστερ και οι πίνακες ανακοινώσεων χρησιμοποιούνται επίσης, για να δώσουν έμφαση σε ιδέες και να επικοινωνήσουν μηνύματα τα οποία χρειάζεται να γίνουν αντιληπτά με ξεκάθαρο και αποτελεσματικό τρόπο (Smith, 2005). Η επιτυχία της λειτουργίας τους εξαρτάται

από πολλούς παράγοντες όπως για παράδειγμα από το εάν ανανεώνονται συχνά, εάν είναι τοποθετημένοι σε κατάλληλη θέση, εάν περιέχουν μηνύματα ευανάγνωστα κτλ.

➤ **Επιστολές.** Το εργαλείο αυτό παρουσιάζει ένα ιδιαίτερο χαρακτηριστικό: μια επιστολή έχει τη δυνατότητα να εκτυπωθεί και να αποσταλεί μαζικά, αλλά ταυτόχρονα διατηρεί τον προσωπικό χαρακτήρα απέναντι στο άτομο που τη λαμβάνει (Κουτούπης, 2016). Για το λόγο αυτό, οι Δημόσιες Σχέσεις αξιοποιούν αυτό το εργαλείο, που εάν και αρκετά παλιό, εντούτοις παραμένει αποτελεσματικό. Αποδέκτες μιας επιστολής μπορεί να είναι είτε οι εργαζόμενοι του Οργανισμού, είτε κάποιιοι παράγοντες του εξωτερικού κοινού του Οργανισμού, όπως για παράδειγμα οι πελάτες, εξωτερικοί συνεργάτες, αντιπρόσωποι, φορείς που συνδέονται με τη λειτουργία του Οργανισμού κτλ. Συνήθως, οι επιστολές χρησιμοποιούνται όταν προκύψει κάποιο σημαντικό γεγονός το οποίο δεν επιδέχεται καθυστέρηση ανακοίνωσης και η διαπροσωπική επαφή με όλους τους ενδιαφερόμενους δεν είναι εφικτή (Πιπερόπουλος, 2007). Επιπλέον, οι επιστολές μπορούν να χρησιμοποιηθούν όταν έχουν συμβεί κάποιες νέες και ενδιαφέρουσες εξελίξεις στις δραστηριότητες του Οργανισμού ή και όταν ακόμα υπάρχουν κάποια αρνητικά γεγονότα και ο Οργανισμός αποφασίζει ότι θα ήθελε να δώσει ένα προσωπικό τόνο στη διαδικασία εξήγησης των γεγονότων αυτών (Smith, 2005). Μια επιστολή μπορεί να γραφτεί με τρόπο που να απαντά πειστικά και αξιόπιστα σε κάποια ενδεχόμενα παράπονα ή διαμαρτυρίες που έχουν εκφραστεί. Ο στόχος μιας τέτοιας επιστολής είναι να βελτιώσει την εικόνα του Οργανισμού στο εκάστοτε κοινό του. Γενικά, το κείμενο της επιστολής θα πρέπει να είναι περιεκτικό, πλήρες, άμεσο και σαφές. Οι προτάσεις θα πρέπει να συνδέονται νοηματικά μεταξύ τους και χρήσιμο θα ήταν να αποφεύγονται οι υπερβολικές και πομπώδεις εκφράσεις και τα ασαφή μηνύματα. Η παρουσίαση της επιστολής, επίσης, θα πρέπει να είναι καλαίσθητη και καλοσχεδιασμένη. Ένα άλλο σημαντικό στοιχείο είναι και η επιλογή του φακέλου πάνω στον οποίο θα πρέπει οπωσδήποτε να αναγράφεται το λογότυπο του Οργανισμού.

➤ **Χορηγίες.** Στο πλαίσιο της εταιρικής κοινωνικής ευθύνης, ένας Οργανισμός ή επιχείρηση μπορεί να αναλάβει τη χορηγία διαφόρων πολιτιστικών δραστηριοτήτων και γεγονότων, όπως για παράδειγμα συναυλιών, εκθέσεων τέχνης, αθλητικών αγώνων, επιστημονικών projects κτλ. (Uhrich et al., 2014). Οι χορηγίες ενισχύουν τη φήμη και την εικόνα ενός Οργανισμού ή επιχείρησης και δημιουργούν δημοσιότητα

μέσω της κάλυψης των πολιτιστικών δραστηριοτήτων από τα μέσα ενημέρωσης (Smith, 2005). Οι χορηγίες αποτελούν ένα σημαντικό εργαλείο των Δημοσίων Σχέσεων και έχουν ως στόχευση την αναγνώριση της κοινωνικής προσφοράς του Οργανισμού από την κοινή γνώμη (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Επιπλέον, μέσω των χορηγιών, ο Οργανισμός δείχνει ότι δεν ενδιαφέρεται μόνο για την επιτυχία των στόχων του, αλλά αντιμετωπίζει το ρόλο και την αποστολή του μέσα στο πλαίσιο της συνολικής λειτουργίας της κοινωνίας (Wilcox, Cameron & Reber, 2015). Με αυτό τον τρόπο, ο Οργανισμός δείχνει ότι νοιάζεται για την ευημερία του κοινωνικού συνόλου, για την άνοδο του πολιτισμικού και βιοτικού επιπέδου των ατόμων, αλλά ακόμα και για τη διατήρηση των πολιτισμικών αξιών της ευρύτερης κοινότητας μέσα στο πλαίσιο της οποίας δραστηριοποιείται (Chien et al, 2011). Έτσι, μπορεί να υποστηρίζει δραστηριότητες που αφορούν τη μουσική, τα εικαστικά, τις παραδοσιακές τέχνες, να στηρίζει οικονομικά τις βιβλιοθήκες σχολείων, διάφορες εκδόσεις ιστορικών αρχείων και τις δραστηριότητες μορφωτικών ιδρυμάτων. Επιπρόσθετα, μπορεί να συνδράμει με χορηγίες το έργο φορέων που επικεντρώνουν τις προσπάθειές τους στην αντιμετώπιση προβλημάτων ατόμων και ομάδων (π.χ. συλλόγους ασθενών, κοινωνικές οργανώσεις) αλλά και φορέων που ασχολούνται με τη διατήρηση της παράδοσης και της πολιτιστικής κληρονομιάς. Επίσης, μπορεί να στηρίζει ομάδες που αναλαμβάνουν αθλητικές πρωτοβουλίες για την απασχόληση των νέων, αλλά και να βραβεύει νέους που έχουν διακριθεί σε αθλητικές, καλλιτεχνικές, επιστημονικές και εκπαιδευτικές δράσεις (π.χ. βραβεύσεις αριστούχων μαθητών/φοιτητών). Ακόμα, μπορεί να αποτελεί τον χορηγό σε επιστημονικά συνέδρια και ημερίδες υγείας που έχουν ως κεντρική θεματολογία την προαγωγή της υγείας και της ποιότητας ζωής των ατόμων. Μια άλλη στόχευση των χορηγιών είναι οι ευπαθείς κοινωνικές ομάδες, όπου ένας Οργανισμός μπορεί να στηρίζει οικονομικά δομές που υποστηρίζουν άτομα που χρειάζονται φροντίδα όπως π.χ. κέντρα ημερήσιας φροντίδας ηλικιωμένων, κέντρα βρεφών, κέντρα απασχόλησης ατόμων με αναπηρία, ειδικά σχολεία κτλ.

- **Περιοδικό του Οργανισμού** . Το εργαλείο αυτό αφορά την ύπαρξη μιας εσωτερικής έκδοσης του Οργανισμού με στόχο την πληροφόρηση, γνώση και ενημέρωση των υπαλλήλων του Οργανισμού όσον αφορά διάφορα ζητήματα που αφορούν τη λειτουργία του. Ο στόχος αυτής της εσωτερικής έκδοσης είναι να αναπτυχθεί η αίσθηση του κοινού σκοπού μεταξύ των υπαλλήλων και του

Οργανισμού, να προωθηθεί η κατανόηση των στόχων του Οργανισμού και να ενθαρρυνθούν οι ευνοϊκές στάσεις των υπαλλήλων προς τον Οργανισμό (Ξύγγη, 2012). Η ύπαρξη του περιοδικού του Οργανισμού βοηθά τους υπαλλήλους να αντιληφθούν πιο ξεκάθαρα τους σκοπούς του Οργανισμού αλλά και τις στρατηγικές που υλοποιούνται για την επίτευξή τους (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Επιπλέον, ενισχύεται το ομαδικό πνεύμα και η συναισθηματική και ψυχική σύνδεση του εργαζόμενου με τον Οργανισμό. Το περιοδικό του Οργανισμού μπορεί να απηχεί σε κάποια σημεία τις θέσεις και απόψεις της Διεύθυνσης του Οργανισμού, ωστόσο υπάρχουν πολλές περιπτώσεις που υπάλληλοι με εξειδικευμένες γνώσεις, κλίσεις ή ενδιαφέροντα προσκαλούνται να γράψουν άρθρα σχετικά με θέματα που κρίνονται ότι θα ενδιαφέρουν το προσωπικό. Με αυτό τον τρόπο ενθαρρύνεται η ανάπτυξη νέων ιδεών και δημιουργούνται ερεθίσματα για δημιουργικές προσπάθειες που μπορεί να προάγουν τους συνολικούς σκοπούς του Οργανισμού (Seitel, 2017). Επιπλέον, το περιοδικό του Οργανισμού μπορεί να φιλοξενεί άρθρα πιο γενικού περιεχομένου τα οποία όμως αποτελούν τη βάση προκειμένου το προσωπικό να αποκτήσει μια ευρύτερη κατανόηση των λειτουργιών και των στόχων όλου του Οργανισμού καθώς και της σύνδεσης του με την κοινωνία. Με αυτό τον τρόπο οι υπάλληλοι του Οργανισμού γίνονται κοινωνοί των αξιών του Οργανισμού και έτσι μπορούν πιο εύκολα να μεταδώσουν τα μηνύματα και τη φιλοσοφία που διέπει τον Οργανισμό στο ευρύ κοινό (Teixeira et al., 2015). Για να είναι επιτυχημένο το περιοδικό του Οργανισμού πρέπει να καλύπτει τις ανάγκες τόσο του Οργανισμού όσο και των υπαλλήλων (Smith, 2005). Οι υπάλληλοι πρέπει να νιώθουν ότι το περιοδικό είναι ελκυστικό, ευανάγνωστο και να περιέχει πληροφόρηση που τους αφορά και είναι χρήσιμη στην καθημερινή τους λειτουργία (Πιπερόπουλος, 2007). Στο περιοδικό, επίσης, μπορεί να περιέχονται στήλες που θα περιγράφουν τα επιτεύγματα, τις διακρίσεις και τις εξαιρετικές αποδόσεις ορισμένων υπαλλήλων. Το γεγονός αυτό ενισχύει την αίσθηση των εργαζομένων ότι οι προσπάθειες τους αναγνωρίζονται από τον Οργανισμό.

- **Δωρεές.** Εκτός από τις χορηγίες, μια επιχείρηση ή Οργανισμός μπορεί να πραγματοποιεί δωρεές προς Ιδρύματα, αδύναμες κοινωνικές ομάδες ή κοινωνικές οργανώσεις κλπ. με στόχο την έμπρακτη βοήθειά τους σε τομείς που έχουν ανάγκη (Heath, 2001). Υπάρχουν πολλές περιπτώσεις που μια επιχείρηση ή ένας Οργανισμός μπορεί να προβεί σε δωρεά προς συγκεκριμένες ομάδες ατόμων. Για παράδειγμα, ένας Οργανισμός μπορεί να αγοράσει και να κάνει δωρεά ένα ειδικά διαμορφωμένο

αυτοκίνητο για τη διευκόλυνση της μετακίνησης των ατόμων με αναπηρία, να κάνει δωρεά σύγχρονων υπολογιστών σε σχολεία και κοινωνικούς φορείς για τις εκπαιδευτικές ανάγκες των σπουδαστών ή να κάνει δωρεά κάποιων σύγχρονων μηχανημάτων σε νοσοκομεία για την κάλυψη σοβαρών λειτουργιών νοσηλείας και περίθαλψης των ασθενών (π.χ. σύγχρονοι αγγειογράφοι, γραμμικοί επιταχυντές, ακτινοθεραπευτικά μηχανήματα κτλ.). Οι δωρεές ενισχύουν την καλή φήμη του Οργανισμού, αυξάνουν την εμπιστοσύνη της κοινωνίας στο έργο που επιτελεί και ενδυναμώνουν το ενδιαφέρον του κοινού για την εικόνα του Οργανισμού (Asemah et al., 2013).

- **Οργάνωση σεμιναρίων και ημερίδων.** Στο πλαίσιο της αμφίδρομης αλληλεπίδρασης με το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό κοινό του, ένας Οργανισμός μπορεί να οργανώσει σεμινάρια, συνέδρια και ημερίδες με στόχο την επιμόρφωση του προσωπικού ή την ευαισθητοποίηση του ευρύτερου κοινού πάνω σε ζητήματα που σχετίζονται με τη δράση του Οργανισμού (Κουτούπης, 2016). Η θεματολογία των σεμιναρίων μπορεί να περιλαμβάνει ποικίλα αντικείμενα, όπως για παράδειγμα την πρόληψη σε θέματα υγείας, την ευαισθητοποίηση πάνω σε θέματα ανθρωπίνων δικαιωμάτων, την επαγγελματική κατάρτιση των στελεχών, την επιμόρφωση σε ζητήματα αντιμετώπισης του επαγγελματικού στρες κτλ. Σε άλλη περίπτωση, ένας Οργανισμός μπορεί να μην οργανώνει ο ίδιος κάποιο σεμινάριο, αλλά να συμμετέχει σε διεπιστημονικές συναντήσεις και συμπόσια συνεισφέροντας με την τεχνογνωσία και την εμπειρία του στην ανάλυση, κατανόηση και αντιμετώπιση φαινομένων που απασχολούν ευρύτερα την κοινωνία
- **Δράσεις για το κοινωνικό σύνολο (π.χ. εθελοντική αιμοδοσία κτλ.).** Μια επιχείρηση ή Οργανισμός οφείλει να έχει καλές σχέσεις με την τοπική κοινότητα και να δείχνει έμπρακτα ότι ενδιαφέρεται για την κοινωνική ευημερία των κατοίκων της (Κουτούπης, 2016). Επιπλέον, είναι σημαντικό να ασπάζεται και να υιοθετεί τις αξίες της κοινωνικής αλληλεγγύης, της συνεργασίας, του σεβασμού προς τον συνάνθρωπο που πρέπει να διέπουν τις σχέσεις μεταξύ των ανθρώπων σε μια κοινωνία (Seitel, 2017). Οι Δημόσιες Σχέσεις ενός Οργανισμού οφείλουν να έχουν ως πρώτη προτεραιότητα τον παράγοντα αυτό σχεδιάζοντας δράσεις που μεταδίδουν το μήνυμα ότι ο Οργανισμός διαθέτει κοινωνική συνείδηση η οποία χαρακτηρίζεται από ένα αίσθημα προσφοράς προς τον άνθρωπο και συνεργασίας με την τοπική κοινότητα (Ξύγγη, 2012). Στο πλαίσιο αυτής της αντίληψης, ο

Οργανισμός μπορεί να οργανώσει δράσεις με συγκεκριμένη στόχευση, όπως για παράδειγμα, εθελοντική αιμοδοσία, η οποία μεταδίδει άμεσα το μήνυμα της προσφοράς προς το κοινωνικό σύνολο, λόγω των αυξανόμενων αναγκών αίματος που χρειάζονται άνθρωποι που το έχουν ανάγκη προκειμένου να μπορέσουν να βοηθηθούν. Επιπλέον, ένας Οργανισμός ή επιχείρηση μπορεί να αναλάβει και άλλες δράσεις όπως π.χ. την οργάνωση εθελοντικής προσφοράς συλλογής ειδών πρώτης ανάγκης, την παραχώρηση των εγκαταστάσεων του Οργανισμού για συναντήσεις και δραστηριότητες διάφορων κοινωνικών φορέων της κοινότητας, την ενθάρρυνση της εμπλοκής των εργαζομένων του σε εθελοντικές δράσεις προσφοράς προς διάφορες ευπαθείς κοινωνικές ομάδες κτλ. (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

- **Οδηγός Υγιεινής και Ασφάλειας.** Το εργαλείο αυτό στοχεύει στην ενδυνάμωση της αίσθησης ασφάλειας και υγείας των εργαζομένων. Η ασφάλεια και η υγεία των εργαζομένων πρέπει να αποτελεί πρώτη προτεραιότητα για κάθε επιχείρηση και Οργανισμό για αυτό και ο τομέας των Δημοσίων Σχέσεων δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα στο ζήτημα αυτό (Verra et al., 2019). Οι οδηγοί που εκδίδονται από τον Οργανισμό σε τακτική βάση παρέχουν πληροφόρηση πάνω σε σημαντικά θέματα υγείας που αφορούν τους κανόνες ασφάλειας και υγιεινής, καθώς και τους υγειονομικούς κανονισμούς που διέπουν την εργασία των υπαλλήλων (Hakro & Jinshan, 2019). Επιπλέον, οι οδηγοί αποτελούν ένα τρόπο συνεχούς υπενθύμισης των μέτρων ασφαλείας που πρέπει να λαμβάνουν οι εργαζόμενοι για την προστασία της υγείας και ασφάλειας τους (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Μέσω αυτών των οδηγών ενισχύεται η αίσθηση του υπαλλήλου ότι ο Οργανισμός νοιάζεται για την υγεία, την προστασία και την ασφάλειά του.

ΠΡΑΚΤΙΚΟ ΜΕΡΟΣ

Σκοπός – Ερωτήματα – Μεθοδολογία έρευνας

Στην παρούσα διπλωματική εργασία θα χρησιμοποιηθεί η ερευνητική μέθοδος της μελέτης περίπτωσης, μιας μεθόδου η οποία χρησιμοποιείται ευρέως στο επιστημονικό πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων (Cutler, 2004). Το αντικείμενο της μελέτης μας θα εστιαστεί στην ανάλυση της εφαρμογής των ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων στον Οργανισμό της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας, καθώς και στον τρόπο με τον οποίο τις αντιλαμβάνονται και τις αξιολογούν οι τρεις σημαντικές ομάδες κοινού από το εσωτερικό περιβάλλον της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Η ανάλυση του συγκεκριμένου αντικειμένου των Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η. θα πραγματοποιηθεί σε δύο βασικά μέρη, στα οποία διατυπώνονται ξεχωριστά ερευνητικά ερωτήματα.

Α' μέρος. Ο σκοπός αυτής της ενότητας είναι να εξετάσουμε το πώς εφαρμόζονται οι Δημόσιες Σχέσεις στον Οργανισμό της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Από το σκοπό προκύπτουν τα ακόλουθα ερευνητικά ερωτήματα:

α) Πόσο σημαντικές θεωρούνται από τον Οργανισμό της Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι Δημόσιες Σχέσεις προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι του Οργανισμού.

β) Εάν οι ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων εφαρμόζονται στο πλαίσιο ενός συγκεκριμένου στρατηγικού σχεδίου επικοινωνιακής πολιτικής.

γ) Ποιες ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων πραγματοποιούνται από τον Οργανισμό της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Αρχικά, θα παρουσιαστούν, ορισμένα βασικά στοιχεία αναφορικά με τα χαρακτηριστικά του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η., όπως είναι η αποστολή της, η λειτουργία της, οι Υπηρεσίες που διαθέτει, καθώς και το προσωπικό που στελεχώνει τις Υπηρεσίες της Ελληνικής Αστυνομίας στο Νομό Ημαθίας. Στη συνέχεια θα ακολουθήσει η παρουσίαση της στρατηγικής Δημοσίων Σχέσεων που

εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., και η ανάλυση των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί. Για την εξέταση των ερευνητικών ερωτημάτων της παρούσας έρευνας θα αξιοποιηθούν δεδομένα, τόσο από πρωτογενείς, όσο και από δευτερογενείς πηγές. Συγκεκριμένα, όσον αφορά στις πρωτογενείς πηγές, θα πραγματοποιηθούν συνεντεύξεις με δύο στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας αντίστοιχα, τον κο Χατζηπαναγιωτίδη Αλέξανδρο (Αρχιφύλακα) που υπηρετεί στο Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και την κα Μήτκα Πασχαλίνα (Υπαστυνόμο Β΄) που υπηρετεί ως Οργανωτική Γραμματέας της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας. Όσον αφορά στις δευτερογενείς πηγές, θα αντληθούν δεδομένα από το διαδίκτυο, από δημοσιεύματα στον έντυπο και ηλεκτρονικό Τύπο, από αναρτήσεις που δημοσιεύει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που διαθέτει, από το αρχειακό και φωτογραφικό υλικό του Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. κλπ.

Β΄ μέρος. Το Β΄ μέρος θα ασχοληθεί με την ανάλυση ενός πολύ σημαντικού ζητήματος που αφορά στην απήχηση και στον αντίκτυπο που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στις συγκεκριμένες ομάδες εσωτερικού κοινού στις οποίες απευθύνονται. Για το σκοπό αυτό θα πραγματοποιηθούν συνεντεύξεις σε συνολικά 30 άτομα τα οποία δυνητικά αποτελούν μέλη της Ένωσης στα οποία απευθύνεται η Ε.Α.Υ.Ν.Η.:

- α) Εσωτερική ομάδα κοινού που αφορά τα ανώτερα στελέχη του προσωπικού της Ελληνικής Αστυνομίας στο Νομό Ημαθίας (αστυνομικοί γενικών και ειδικών καθηκόντων, πολιτικοί υπάλληλοι κτλ)
- β) Εσωτερική ομάδα κοινού που αφορά διοικητικά στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η. που λόγω θέσεως βρίσκονται σε σχέση αλληλεπίδρασης και συνεργασίας με τον Οργανισμό,
- γ) Εσωτερική ομάδα κοινού που αφορά τα χαμηλόβαθμα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας στο Νομό Ημαθίας.

Γενικά, η συνέντευξη αποτελεί ένα πολύ διαδεδομένο εργαλείο έρευνας στον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων με πολλά πλεονεκτήματα (Lindenmann, 2006). Συγκεκριμένα, η συνέντευξη επιτρέπει στους ερωτώμενους να εκφράσουν αυτό που θέλουν να πουν με ακρίβεια και έτσι παρέχεται η δυνατότητα να διερευνηθεί σε βάθος το υπό μελέτη θέμα και να αναδειχθούν όλες οι διαστάσεις του ζητήματος μέσα από τις ελεύθερες αποκρίσεις των ερωτώμενων (Heath, 2001).

Τα ερευνητικά ερωτήματα που απορρέουν από τον σκοπό της μελέτης είναι τα ακόλουθα:

α) Πόσο σημαντικές θεωρούν τις Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι συγκεκριμένες ομάδες κοινού.

β) Ποιες ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. γνωρίζουν οι συγκεκριμένες ομάδες κοινού.

γ) Πώς αξιολογούν – αντιλαμβάνονται τις Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι συγκεκριμένες ομάδες κοινού.

Οι ερωτήσεις που τέθηκαν στις συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε τόσο στο Α΄ Μέρος με τα στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η., όσο και στο Β΄ Μέρος με τα 30 άτομα που αποτελούν μέλη των τριών βασικών ομάδων κοινού στις οποίες απευθύνεται η Ε.Α.Υ.Ν.Η., παρατίθενται στα Παραρτήματα Ι και ΙΙ, αντίστοιχα στο τέλος της εργασίας.

Α' ΜΕΡΟΣ

Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας

Ίδρυση της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας με τη σημερινή της μορφή δημιουργήθηκε το 1995. Το Σωματείο λειτουργεί με βάση τις διατάξεις του Ν. 1264/1982, όπως τροποποιήθηκε με τον Ν. 2265/1995, τον Ν. 3938/2011, τον Ν.4873/2021 και τον Ν. 4808/2021.

Αποστολή της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Σύμφωνα με τις καταστατικές διατάξεις της, αποστολή της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι:

1. Η προάσπιση και προαγωγή της έννομης και ηθικοκοινωνικής θέσης των Αστυνομικών Υπαλλήλων, που αποτελεί ουσιώδη και απαραίτητα άρα για τη σωστή άσκηση των υπηρεσιακών καθηκόντων τους.

2. Η επαγγελματική, οικονομική, εργασιακή και κοινωνική εξύψωση των μελών του.

3. Η βελτίωση και δημιουργία όρων προς αρτιότερη και αποτελεσματικότερη επιτέλεση των υπηρεσιακών καθηκόντων των Αστυνομικών που να ικανοποιεί το υγιές και υπεύθυνο Δημοκρατικό αίσθημα του Ελληνικού Λαού.

4. Η μελέτη και εισήγηση συγκεκριμένων μέτρων για την προαγωγή της επαγγελματικής επάρκειας, την ηθικοκοινωνική κατοχύρωση και τη βελτίωση των συνθηκών έναρξης, διαδρομής και πέρατος της σταδιοδρομίας των Αστυνομικών Υπαλλήλων.

5. Η διαφύλαξη και προώθηση των συμφερόντων των μελών του και η ανάπτυξη πνεύματος συνεργασίας και αλληλεγγύης μεταξύ των.

6. Η επικοινωνία και συνεργασία του Σωματείου με ομοειδή Σωματεία άλλων Νομών της χώρας.

7. Η διοργάνωση εκδηλώσεων και συμμετοχή σε εκδηλώσεις πρόσφορες και κατάλληλες για την πνευματική και ψυχοσωματική ανέλιξη των μελών του Σωματείου προς το Σκοπό δημιουργίας υπευθύνων και συγκροτημένων Υπαλλήλων της Ελληνικής Δημοκρατικής Πολιτείας.

8. Η ανάπτυξη πρωτοβουλιών συμμετοχής σε θέματα, προβλήματα, ανάγκες και καταστάσεις ευρύτερου κοινωνικού χαρακτήρα και σημασίας, όπως σταυροφορία

και αιμοδοσία, αντιμετώπιση θεομηνιών, πυρκαϊών, σεισμών κλπ και πέραν των υπηρεσιακώς διατεταγμένων, προς χάρη του γενικού κοινωνικού οφέλους.

9. Η καθιέρωση ηθικών και υλικών ανταμοιβών των Αστυνομικών για την αποτελεσματική συμβολή τους, στην αντιμετώπιση σοβαρών και σπουδαίων εγκληματικών περιπτώσεων.

10. Η ίδρυση Ομίλων και Συνεταιρισμών.

11. Η δημιουργία Ταμείου Αλληλοβοήθειας και αλληλεγγύης προς αντιμετώπιση έκτακτων και σοβαρών οικονομικών αναγκών των μελών του Σωματείου και των οικογενειών τους.

12. Η δημιουργία τράπεζας αίματος για τις ανάγκες των μελών του σωματείου και των οικογενειών τους. Υπεύθυνος διαχείρισης και λειτουργίας της τράπεζας αίματος θα ορίζεται μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου με απόφαση αυτού ως Πρόεδρος αυτής.

Μέσα για την πραγματοποίηση των σκοπών της

Η Πραγματοποίηση των σκοπών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. θα επιδιώκεται με κάθε πρόσφορο και νόμιμο μέσο, σύμφωνα με τις διατάξεις του Συντάγματος αλλά και των νόμων που διέπουν τη λειτουργία των συνδικαλιστικών φορέων της Ελληνικής Αστυνομίας.

Ειδικότερα:

1. Με τη συγκέντρωση προτάσεων των μελών του, την επεξεργασία και προώθηση τους σε ειδικές συνεδριάσεις του Δ.Σ. ή της Γ.Σ.
2. Με τη δημιουργία επιτροπών σε κάθε κατάσταση για τη μελέτη των προβλημάτων, την επεξεργασία θέσεων και την προώθηση τους στο Διοικητικό Συμβούλιο
3. Με τη συστηματική ενημέρωση των μελών του σωματείου, των προϊσταμένων και της κοινής γνώμης, για τα προβλήματα και τα αιτήματα των μελών.
4. Με τη σύμπραξη και συνεργασία με άλλες δημοσιοϋπαλληλικές οργανώσεις που έχουν αντίστοιχους σκοπούς και με την εγγραφή και συμμετοχή σε δευτεροβάθμιο όργανο.
5. Με την καταγγελία και έγκληση στις δικαστικές Αρχές, για την προστασία των μελών του.
6. Με τη σύσταση ταμείου Αλληλοβοήθειας και αλληλεγγύης.
7. Με τη δημιουργία τράπεζας αίματος.
8. Με τη σύσταση καταναλωτικού πιστωτικού και οικοδομικού συνεταιρισμού.
9. Με τη σύσταση τμήματος τύπου, επικοινωνίας και ενημέρωσης με σκοπό : α) Την έκδοση δελτίου τύπου, περιοδικού και ανταποκρίσεων δημοσιευμάτων, β) Την οργάνωση

μορφωτικών συγκεντρώσεων, διαλέξεων, σεμιναρίων, γ) Την ενημέρωση της κοινής γνώμης για το 'έργο' των αστυνομικών υπαλλήλων δ) Τη λειτουργία εντευκτηρίου και βιβλιοθήκης.

10. Με την οργάνωση συγκεντρώσεων, εορτών, συνεστιάσεων, λαχειοφόρων αγορών, συναυλιών, εκδρομών κ.λ.π.

11. Με την οργάνωση και λειτουργία παιδικών σταθμών, κατασκηνώσεων για τα μέλη και τις οικογένειες τους.

12. Με τη δημιουργία τμημάτων θεάτρου, ζωγραφικής, φωτογραφίας κ.λ.π. με έγκριση της Γ.Σ. και σύμφωνα με τους ιδιαίτερους κανονισμούς που εκείνη θα ψηφίσει.

Μέλη της Ένωσης Αυτονομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας

Τα μέλη της Ε.Α.Υ.Ν.Η. αποτελείται από αστυνομικό προσωπικό το οποίο υπηρετεί σε υπηρεσίες της Ελληνικής Αστυνομίας εντός των γεωγραφικών ορίων του Νομού Ημαθίας. Αυτά χωρίζονται σε τακτικά και επίτιμα μέλη.

Α' ΤΑΚΤΙΚΑ

Τακτικά μέλη του Σωματείου μπορούν να γίνουν οι εν ενεργεία αστυνομικοί υπάλληλοι της Ελληνικής Αστυνομίας όλων των βαθμών, οι οποίοι υπηρετούν σε Υπηρεσίες που εδρεύουν μέσα στα γεωγραφικά όρια της Διεύθυνσης Αστυνομίας Ημαθίας, της Σχολής Δοκίμων Αστυφυλάκων Νάουσας καθώς και της Σχολής Μετεκπαίδευσης και Επιμόρφωσης Βορείου Ελλάδος η οποία εδρεύει στη Βέροια.

Β' ΕΠΙΤΙΜΑ

Επίτιμα μέλη ανακηρύσσονται με απόφαση της Γενικής Συνέλευσης πρόσωπα που πρόσφεραν εξαιρετικές υπηρεσίες στο Σωματείο και την Αστυνομία, καθώς και τα ιδρυτικά μέλη της. Αυτά συμμετέχουν τιμητικά σε όλες τις εκδηλώσεις του Σωματείου χωρίς δικαίωμα ψήφου.

Στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Όπως έχει τονιστεί, ο κάθε Οργανισμός οφείλει να έχει μια σαφή και ολοκληρωμένη στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων η οποία θα πρέπει να είναι ενταγμένη στη γενικότερη αντίληψη και φιλοσοφία του συγκεκριμένου Οργανισμού (Ξύγγη, 2012). Η φιλοσοφία αυτή έχει άμεση σχέση με τον ιδιαίτερο ρόλο, την αποστολή και τους αντικειμενικούς σκοπούς που έχει ο Οργανισμός (Μαγκλιβέρας, 1997).

Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας είναι υπό μία έννοια Δημόσιος Οργανισμός καθώς λειτουργεί, διοικείται από και απευθύνεται, κυρίαρχα σε Δημόσιους λειτουργούς. Για το σκοπό αυτό, γενικότερα το συνδικαλιστικό κίνημα των αστυνομικών το οποίο εδράζει στους κόλπους της Ελληνικής Αστυνομίας έχει προχωρήσει στην χάραξη συγκεκριμένων επιχειρησιακών σχεδίων που αποτελούν οδηγό για την εφαρμογή των ενεργειών και δράσεων που έχουν ως στόχο την προάσπιση των δικαιωμάτων των μελών του. Σημαντική θέση στην κατάρτιση αυτών των επιχειρησιακών σχεδίων, κατέχει το επικοινωνιακό σχέδιο του προγράμματος, μέσα στο οποίο τονίζεται με ιδιαίτερη έμφαση το γεγονός ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. επιβάλλεται να επιδιώκει την ανάπτυξη αμοιβαίων σχέσεων εμπιστοσύνης με την κοινωνία και τους πολίτες καθώς και με τα μέλη της προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της ασφάλειας και της κοινωνικής ειρήνης αφενός για την Ελληνική Αστυνομία, αφετέρου δε για την κατοχύρωση των δικαιωμάτων αλλά και των υποχρεώσεων των ίδιων των αστυνομικών απέναντι στην κοινωνία αλλά και την ίδια τους την υπηρεσία.

Για το σκοπό αυτό έχουν τεθεί μια σειρά από προτεραιότητες Δημοσίων Σχέσεων προκειμένου να μπορέσει το μήνυμα της «Το συνδικαλιστικό κίνημα δίπλα στον συνάδερφο» να μεταδοθεί με ευκρίνεια και να εδραιωθεί στη συνείδηση των αστυνομικών. Οι προτεραιότητες αυτές έχουν συγκεκριμένη στρατηγική και στόχευση προς τις διάφορες ομάδες κοινού προς τις οποίες απευθύνεται η Ε.Α.Υ.Ν.Η. (Seitel, 2017). Η στρατηγική αυτή κινείται προς τις εξής κατευθύνσεις:

-Μετάδοση μιας ενιαίας εικόνας προς το εσωτερικό κοινό του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. ότι η Αστυνομία έχει και ανθρώπινο πρόσωπο και αποτελεί θεματοφύλακα των αρχών του αξιακού συστήματος της κοινωνίας.

-Ανάδειξη του κοινωνικού προφίλ της Αστυνομίας ως ένας Οργανισμός παραγωγής κοινωνικού έργου και όχι μόνο καταστολής, που στέκεται δίπλα στον πολίτη και αναπτύσσει ισχυρή, σταθερή και ειλικρινή αμοιβαία σχέση μαζί του.

-Ενίσχυση του κύρους και της αξιοπιστίας της Αστυνομίας, ως ένας σοβαρός Δημόσιος Οργανισμός που διέπεται από επαγγελματισμό και αφοσίωση στο έργο του και χαρακτηρίζεται από διεθνή, ολοκληρωμένα πρότυπα λειτουργίας.

-Ενίσχυση του κύρους και της αξιοπιστίας του συνδικαλιστικού κινήματος, ως ένας σοβαρός θεσμός που διέπεται από επαγγελματισμό και αφοσίωση στο έργο του και χαρακτηρίζεται από ανιδιοτέλεια και ολοκληρωμένα πρότυπα λειτουργίας.

-Δημιουργία διαδραστικής και αμφίδρομης σχέσης με τους πολίτες και τα μέσα μαζικής ενημέρωσης, έτσι ώστε να καταστεί η Αστυνομία πιο ανοιχτή στην κοινωνία, μέσα από την υπεύθυνη και αντικειμενική πληροφόρηση των πολιτών αναφορικά με τις ποικίλες πτυχές της καθημερινής λειτουργίας της Αστυνομίας.

-Βελτίωση του επιπέδου συνεργασίας της Ε.Α.Υ.Ν.Η. με τους κοινωνικούς φορείς προκειμένου να εργαστούν μαζί για να αντιμετωπίσουν τις κοινωνικές ανάγκες και προκλήσεις.

-Προβολή του κοινωνικού έργου που παράγει η Ελληνική Αστυνομία με σκοπό την τόνωση της εμπιστοσύνης του κοινού στην Αστυνομία και την οικοδόμηση ισχυρών σχέσεων αμοιβαίας εμπιστοσύνης με την κοινωνία.

-Μετάδοση ενός μηνύματος απόλυτου σεβασμού και εγγύησης της προστασίας των ανθρωπίνων δικαιωμάτων όλων των ανθρώπων μέσα από την εφαρμογή της νομοθεσίας και των μέτρων που αποσκοπούν στη διασφάλιση τους.

-Μετάδοση ενός μηνύματος κοινού σκοπού στο εσωτερικό κοινό του Οργανισμού αναφορικά με τις αξίες που πρεσβεύει ο Οργανισμός για τη βελτίωση των κοινωνικών συνθηκών και την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων.

-Ενίσχυση της εμπιστοσύνης των μελών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στον Οργανισμό και επίτευξη αισθήματος εμπιστοσύνης, εκτίμησης και υπερηφάνειας για την αποστολή του Οργανισμού.

-Επίτευξη μιας αίσθησης έμπρακτης απόδειξης ότι το συνδικαλιστικό κίνημα υποστηρίζει και νοιάζεται για τους εργαζόμενους του και τις οικογένειες του.

Στην κατεύθυνση της υλοποίησης των στρατηγικών στόχων που έχουν τεθεί από το συνδικαλιστικό κίνημα, το επικοινωνιακό πρόγραμμα της Ε.Α.Υ.Ν.Η. προβλέπει μια σειρά από δράσεις Δημοσίων Σχέσεων οι οποίες εφαρμόζονται, τόσο ως προς το εξωτερικό, όσο και ως προς το εσωτερικό κοινό του Οργανισμού της Ένωσης. Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας το τελευταίο διάστημα έχει δώσει πολύ μεγάλη έμφαση στον Τομέα των Δημοσίων Σχέσεων για αυτό και

έχει θεσπιστεί αρμόδιο στέλεχος υπεύθυνος τμήματος Δημοσίων Σχέσεων ο οποίος είναι επιφορτισμένος με την υλοποίηση των δράσεων αυτών.

Παρακάτω, θα παρουσιαστεί η λειτουργία του Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και στη συνέχεια θα αναλυθούν διεξοδικά και λεπτομερειακά οι ενέργειες και δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. με σκοπό να οικοδομηθούν ισχυρές σχέσεις αμοιβαίας εμπιστοσύνης, τόσο με το εξωτερικό κοινό της (πολίτες, φορείς, συλλόγους, οργανώσεις), όσο και με το εσωτερικό κοινό της (προσωπικό, υπάλληλοι και εργαζόμενοι στην Ελληνική Αστυνομία).

Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Η ανάδειξη της σημαντικότητας που έχει το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων στους συνδικαλιστικούς φορείς της Ελληνικής Αστυνομίας σφραγίζεται από το γεγονός ότι, ήδη από το 1995, έχει θεσπιστεί η σύσταση θέσεως Υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων σε όλα τα Διοικητικά συμβούλια τόσο των πρωτοβαθμίων οργανώσεων όσο και του δευτεροβάθμιου οργάνου των συνδικαλιστικών φορέων της Ελληνικής Αστυνομίας με στόχο την προβολή του έργου της και την ενημέρωση των πολιτών για τις δραστηριότητες της Αστυνομίας. Συγκεκριμένα, η Ε.Α.Υ.Ν.Η. έχει συστήσει θέση υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων στο Διοικητικό της Συμβούλιο, η οποία έχει ως κύριο αντικείμενο την προβολή των δράσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., την οργάνωση διαφόρων εκδηλώσεων κοινωνικού, μορφωτικού, επιστημονικού και πολιτιστικού χαρακτήρα, την ανάπτυξη σχέσεων με συλλόγους, σωματεία και κοινωνικούς φορείς, αλλά και τη μέριμνα για την αρωγή του προσωπικού και των μελών των οικογενειών τους. Ειδικότερα, με βάση τις διατάξεις του Ν. 1264/1982, όπως τροποποιήθηκε με τον Ν. 2265/1995, τον Ν. 3938/2011, τον Ν.4873/2021 και τον Ν. 4808/2021, οι αρμοδιότητες του Υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων είναι οι ακόλουθες:

α. μέριμνα για τη συμμετοχή της Ε.Α.Υ.Ν.Η. σε εκδηλώσεις εθνικών εορτών και άλλων επετείων και η αντιπροσώπευσή της σε πολιτιστικές και κοινωνικές εκδηλώσεις που οργανώνονται από άλλους φορείς,

β. μέριμνα για την οργάνωση τελετών, δεξιώσεων εκθέσεων, συνεδρίων και λοιπών κοινωνικών και πολιτιστικών εκδηλώσεων για την προβολή του έργου της Ε.Α.Υ.Ν.Η.,

γ. αναλαμβάνει την οργάνωση μορφωτικών, πολιτιστικών και ψυχαγωγικών εκδηλώσεων για το προσωπικό της Ελληνικής Αστυνομίας και των οικογενειών τους,

δ. μεριμνά για την εισήγηση τρόπων για την ηθική αρωγή του προσωπικού και των μελών των οικογενειών τους,

ε. συντελεί στην ανάπτυξη σχέσεων με συλλόγους, σωματεία και οργανώσεις κοινωνικού, μορφωτικού, επιστημονικού και πολιτιστικού χαρακτήρα,

στ. μεριμνά για την ανάπτυξη σχέσεων με άλλες συνδικαλιστικές ενώσεις αστυνομικών, διεθνείς ενώσεις αστυνομικών και ομίλους φίλων της Ελληνικής Αστυνομίας,

ζ. μεριμνά για τη διοργάνωση αθλητικών εκδηλώσεων για φιλανθρωπικούς και ψυχαγωγικούς σκοπούς, σε συνεργασία με την Υπηρεσία Φυσικής Αγωγής και Αθλητισμού αλλά και άλλους φορείς,

η. Υποστηρίζει τη διεξαγωγή της εθιμοτυπικής αλληλογραφίας του Προέδρου της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και τη συνολική παρουσία της σε θέματα εθιμοτυπίας,

θ. τήρηση αρχείου με παρουσιάσεις, ομιλίες και διαλέξεις της Ηγεσίας της Ε.Α.Υ.Ν.Η.,

Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Παρακάτω αναλύονται λεπτομερειακά, οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι οποίες απευθύνονται, τόσο ως προς το εξωτερικό, όσο και ως προς το εσωτερικό κοινό της. Επιπλέον, παρατίθενται πρόσφατα παραδείγματα, αλλά και σχετικό φωτογραφικό υλικό στο οποίο απεικονίζονται οι δράσεις αυτές.

1. Δελτία Τύπου

Τα δελτία Τύπου αποτελούν ένα από τα πιο συνηθισμένα και διαδεδομένα εργαλεία των Δημοσίων Σχέσεων ενός Οργανισμού (Ξύγγη, 2012). Ως εκ τούτου, η Ε.Α.Υ.Ν.Η. αξιοποιεί αυτό το εργαλείο στο πλαίσιο της επικοινωνιακής στρατηγικής που εφαρμόζει ως προς το εξωτερικό κοινό της. Ειδικότερα, ο κος Χατζηπαναγιωτίδης Αλέξανδρος (Αρχιφύλακας) που υπηρετεί ως αιρετός στο Διοικητικό Συμβούλιο της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στη θέση του υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων, μας ανέφερε ότι:

«Η Ε.Α.Υ.Ν.Η. εκδίδει συχνά Δελτία Τύπου προκειμένου να ενημερωθεί η κοινή γνώμη και οι πολίτες για τις δράσεις της.»

Η αναζήτηση που πραγματοποιήσαμε στο αρχειακό υλικό της Ε.Α.Υ.Ν.Η., το οποίο βρίσκεται στον ιστότοπο www.eaynh.gr, έδειξε ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. εμφανίζει πολύ πλούσια δράση όσον αφορά την έκδοση Δελτίων Τύπου.

Παρακάτω, παρουσιάζεται ενδεικτικά μόνο ένα δείγμα από Δελτία Τύπου που έχει εκδώσει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., και τα οποία αντλήσαμε από το ιστότοπο της (www.eaynh.gr).

Παράδειγμα 1.

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Διοργάνωση χορού της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων διοργανώνει χοροεσπερίδα την 22/06/2023 στο γήπεδο Πατρίδας Ημαθίας. Η εκδήλωση πραγματοποιείται με την ευγενική υποστήριξη της Τοπικής Κοινότητας Πατρίδας και του Πολιτιστικού Συλλόγου «Ευστάθιος Χωραφάς».

Μέρος των εσόδων θα διατεθεί στα «ΠΑΙΔΙΑ ΤΗΣ ΑΝΟΙΞΗΣ» για την Ανέγερση του Κέντρου Δημέρευση Ημερήσιας Φροντίδας στην πόλη της Βέροιας (Δ.Δ. Πατρίδας).

*Φωτογραφία 1.1: Εικόνα από την χοροεσπερίδα της Ε.Α.Υ.Ν.Η. την 22/06/2023
(Πηγή: social media eaynh)*



Παράδειγμα 2

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Διοργάνωση Ημερίδας της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για τα μέλη της.

Την 6 Σεπτεμβρίου 2023, στο ξενοδοχείο «Λοζίτσι» στη Βέροια, η Ένωση μας πραγματοποίησε Ημερίδα για τους γονείς αστυνομικούς, τα τέκνα των οποίων θα φοιτήσουν στην Α΄ Δημοτικού, με θέμα «Διαταραχές λόγου, ομιλίας, διάσπαση προσοχής και μαθησιακές δυσκολίες, Αιτία - συμπτώματα - θεραπεία καθώς και Προετοιμασία του παιδιού μας για την ομαλή ένταξη στην σχολική κοινότητα.», με ομιλήτρια την ειδική Παιδαγωγό και Λογοθεραπευτή κα Λουκία Χατζηβασιλείου Λογοθεραπεύτρια, υπεύθυνη των κέντρων Λογοθεραπείας "Κλεψύδρα" !

Μετά το πέρας της εκδήλωσης, χορηγήθηκαν σχολικές τσάντες και γραφική ύλη σε όλα τα παιδιά της Α΄ Δημοτικού!

Η εκδήλωση έκλεισε με τις ευχές όλων μας για μία καλή σχολική σταδιοδρομία σε όλα τα παιδιά!

Φωτογραφία 1.2: Εικόνα από την Ημερίδα σε θέματα ένταξης ανήλικων παιδιών στην εκπαιδευτική κοινότητα. (Πηγή: social media eaynh)



Παράδειγμα 3

ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ

Εθελοντική αιμοδοσία της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Την Παρασκευή 10/03/2023 σε χώρο του Αστυνομικού Μεγάρου Ημαθίας ο οποίος μας παραχωρήθηκε, πραγματοποιήσαμε την πρώτη του έτους, εθελοντική αιμοδοσία της Ένωσης μας. Αστυνομικοί που υπηρετούν σε διάφορες υπηρεσίες της Διεύθυνσης Αστυνομίας Ημαθίας και της Σχολής Μετεκπαίδευσης και Επιμόρφωσης Ελληνικής Αστυνομίας Βορείου Ελλάδος, προσήλθαν να ενισχύσουν την τράπεζα αίματος που διατηρεί η Ένωση μας στο Γενικό Νοσοκομείο Βέροιας. Οφείλουμε να

ευχαριστήσουμε θερμά το ιατρικό και νοσηλευτικό προσωπικό της κινητής μονάδας του τμήματος αιμοδοσίας του Γ.Ν. Βέροιας για την άπογη συνεργασία τους και τον επαγγελματισμό τους κατά την εκτέλεση του λειτουργήματος τους.

Με την αθρόα προσέλευση των συναδέρφων μας, στέλνουμε το μήνυμα πως η εθελοντική αιμοδοσία δεν είναι μόνο πράξη αγάπης είναι και στάση ζωής. Οι 43 συνάδερφοι μας αυτή τη φορά εκπλήρωσαν το καθήκον τους, όχι στην υπηρεσία αλλά στο κοινωνικό σύνολο.

Δίνεις 10' λεπτά απ' το χρόνο σου και ίσως χαρίσεις μια ολόκληρη ζωή!

Φωτογραφία 1.3: Εικόνα από τη διαδικασία αιμοληψίας (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



2. Συνεντεύξεις Τύπου

Όπως έχει σημειωθεί, η συνέντευξη Τύπου αποτελεί ένα εργαλείο των Δημοσίων Σχέσεων προκειμένου να μεταδοθούν οι ειδήσεις και οι πληροφορίες ταυτόχρονα σε όλα τα μέσα μαζικής ενημέρωσης (Πιπερόπουλος, 2007). Στο πλαίσιο της στόχευσης αυτής, η Ε.Α.Υ.Ν.Η. πραγματοποιεί συνεντεύξεις Τύπου, ιδιαίτερα όταν υπάρχουν σημαντικά και καίρια ζητήματα που ενδιαφέρουν άμεσα το ευρύ κοινό (Ξύγγη, 2012). Ο κος Χατζηπαναγιωτίδης, χαρακτηριστικά μας ανέφερε ότι: *«Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας επιλέγει να παραχωρήσει συνεντεύξεις Τύπου για θέματα που χαρακτηρίζονται ως ιδιαίτερος σημαντικά και τα οποία μπορεί να περιλαμβάνουν:*

- τη διοργάνωση μίας πολύ σημαντικής Ημερίδας,*
- την υπεράσπιση των αστυνομικών μελών της για θέματα που απασχολούν την κοινωνία,*
- την ανάληψη πρωτοβουλιών σε ένα κεντρικό θέμα που αφορά άμεσα τους πολίτες μιας περιοχής π.χ. τη διάπραξη αζιόποινων πράξεων σε βάρος ευπαθών ομάδων.*

Η επιτυχημένη συνέντευξη Τύπου απαιτεί καλή προετοιμασία και σωστή οργάνωση (Μαγκλιβέρας, 1997) γι' αυτό και τα βήματα που ακολουθεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. ως προς την υλοποίηση μιας συνέντευξης Τύπου είναι τα εξής:

- Καθορισμός της ημερομηνίας και του χώρου στον οποίο θα λάβει χώρα η συνέντευξη Τύπου.
 - Πρόσκληση των εκπροσώπων των Μέσων Ενημέρωσης.
 - Προετοιμασία των κατάλληλων οπτικοακουστικών μέσων αλλά και τυχόν υλικού με επιπλέον πληροφορίες για τα Μέσα Ενημέρωσης.
 - Δυνατότητα στους παρευρισκόμενους δημοσιογράφους να κάνουν ερωτήσεις στους ομιλητές οι οποίοι θα δώσουν διευκρινιστικές απαντήσεις με τις οποίες θα επιτευχθεί η σύνθεση και ολοκλήρωση της εικόνας της παρουσίασης των γεγονότων.
- Παρακάτω, παρουσιάζεται ενδεικτικά ένα παράδειγμα από μια πρόσφατη Συνέντευξη Τύπου του Προέδρου της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και αφορούσε τη συνδιοργάνωση Ημερίδας με το δικηγορικό Σύλλογο Βέροιας με θέμα « Ασφαλής πλοήγηση στο διαδίκτυο» .

Φωτογραφία 2.1: Ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. μαζί με τον πρόεδρο του Δικηγορικού Συλλόγου Βέροιας ενημερώνει τη δημοσιογράφο στη Συνέντευξη Τύπου (Πηγή: www.laosnews.gr)



3.

Συν

εντεύξεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης

Ένα επιπρόσθετο εργαλείο που αξιοποιούν οι Δημόσιες Σχέσεις ενός Οργανισμού είναι η παραχώρηση συνεντεύξεων σε μέσα μαζικής ενημέρωσης (Κουτούπης, 2016). Η Ε.Α.Υ.Ν.Η. εφαρμόζει αυτό το εργαλείο στο πλαίσιο της επικοινωνίας της με το εξωτερικό κοινό της και παραχωρεί ενίοτε συνεντεύξεις σε μέσα όπως εφημερίδες, ραδιοφωνικούς και τηλεοπτικούς σταθμούς προκειμένου να ενημερώσει τους πολίτες. Όπως σημειώνεται στη βιβλιογραφία των Δημοσίων Σχέσεων, το άτομο που δίνει τη συνέντευξη θα πρέπει να έχει πολύ καλή γνώση των θεμάτων έτσι ώστε να μπορεί να απαντήσει στις διάφορες ερωτήσεις που θα του γίνουν (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001) γι αυτό και η Ε.Α.Υ.Ν.Η. τα τελευταία χρόνια ορίζει πάντα τον Πρόεδρο του Διοικητικού Συμβουλίου, ο οποίος έχει καθοριστεί από το καταστατικό της Ε.Α.Υ.Ν.Η. να παρευρίσκεται σε τηλεοπτικές και ραδιοφωνικές εκπομπές όταν προσκαλείται αντιπρόσωπος των αστυνομικών συνδικαλιστικών φορέων.

Η αναζήτηση που πραγματοποιήσαμε στο Διαδίκτυο, όσο και στο αρχειακό υλικό της Ε.Α.Υ.Ν.Η., έδειξε ότι ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. προσκαλείται τακτικά σε ραδιοφωνικές και τηλεοπτικές εκπομπές για να σχολιάσει ζητήματα της επικαιρότητας, αλλά και να παρουσιάσει τις δράσεις και ενέργειες της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για διάφορα θέματα που απασχολούν το κοινωνικό σύνολο. Τα θέματα που καλείται να σχολιάσει και να αναπτύξει περιλαμβάνουν ζητήματα που άπτονται, τόσο του αστυνομικού ενδιαφέροντος, όσο και ζητήματα που έχουν να κάνουν με

πρωτοβουλίες της Ε.Α.Υ.Ν.Η. αναφορικά με κοινωνικά προβλήματα που αφορούν τους πολίτες.

Παρακάτω ακολουθούν παραδείγματα από συνεντεύξεις και εμφανίσεις σε τηλεοπτικές εκπομπές που έχει πραγματοποιήσει ο εκπρόσωπος της Ελληνικής Αστυνομίας, τις οποίες συλλέξαμε έπειτα από αναζήτηση στο Διαδίκτυο:

Φωτογραφία 3.1: Ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. καλεσμένος στην εκπομπή του ραδιοφωνικού σταθμού Status fm, μιλά για το ζήτημα της επαναλειτουργίας του Τμήματος Δοκίμων Αστυφυλάκων Νάουσας. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



Φωτογραφία 3.2: Ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. κ. Μούρτης Απόστολος καλεσμένος στην εκπομπή του Blue Sky «Αστυνομία και Κοινωνία», μιλά για τη Δημόσια Ασφάλεια. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών Blue Sky.)



Φωτογραφία 3.3: Ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. καλεσμένος σε ραδιοφωνική εκπομπή του σταθμού 'Ακου99.6" μιλά για την Ανέγερση του Νέου Αστυνομικού Μεγάρου Ημαθίας. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών inveria.gr)



Φωτογραφία 3.4: Ο Πρόεδρος της Ε.Α.Υ.Ν.Η. καλεσμένος στην εκπομπή του pellatv «Βήμα στην Κεντρική Μακεδονία» μιλά για την αντιμετώπιση της πανδημίας Covid19. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών pellatv)



4. **σημος Ιστότοπος της Ε.Α.Υ.Ν.Η.**

Στη σύγχρονη ηλεκτρονική εποχή, στο πλαίσιο της ενδυνάμωσης της επικοινωνίας με την κοινωνία, οι Οργανισμοί έχουν δημιουργήσει τις δικές τους εταιρικές ιστοσελίδες (δικτυακοί τόποι) μέσω των οποίων παρέχεται η δυνατότητα στα άτομα να ενημερώνονται για τις δραστηριότητες και υπηρεσίες του Οργανισμού (Wilcox, Cameron & Reber, 2015). Η αναζήτηση που πραγματοποιήσαμε στο Διαδίκτυο έδειξε ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η αξιοποιεί αυτό το εργαλείο των Δημοσίων Σχέσεων και έχει αναπτύξει τον δικό της επίσημο διαδικτυακό τόπο (www.eaynh.gr) ο οποίος αποτελεί μια ενιαία ηλεκτρονική πλατφόρμα που πληροφορεί τις διάφορες ομάδες κοινού για όλες τις βασικές διαδικασίες και λειτουργίες του Οργανισμού της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας. Μέσα στον ιστότοπο αυτό υπάρχουν αναλυτικές πληροφορίες για μια σειρά θεμάτων που αφορούν βασικά ζητήματα της οργάνωσης και λειτουργίας της Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Ο ιστότοπος αυτός υπηρετεί το βασικό χαρακτηριστικό της διαφάνειας που πρέπει να διέπει τον τομέα των Δημοσίων Σχέσεων (Watson, 2014). Μέσα από τον ιστότοπο της Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι αστυνομικοί έχουν πρόσβαση σε βασικές πληροφορίες για το πώς λειτουργεί η Ένωση, τη δομή, τη διάρθρωση, το οργανόγραμμα της, λαμβάνουν πληροφόρηση για τις τρέχουσες εξελίξεις πάνω στο αντικείμενο των αποφάσεων του Διοικητικού Συμβουλίου.

Η αναζήτηση που πραγματοποιήσαμε στον επίσημο ιστότοπο της Ε.Α.Υ.Ν.Η. έδειξε ότι το συνδικαλιστικό κίνημα εν γένει παρουσιάζει στο ευρύ κοινό επαρκείς πληροφορίες για τις παρακάτω θεματικές:

-Δομή και οργανόγραμμα της Πρωτοβάθμιας Οργάνωσης.

-Ανθρώπινο δυναμικό της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

-Περιγραφή των δομών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

-Διευθύνσεις και τηλέφωνα για όλα τα Αστυνομικά Τμήματα και τις Υπηρεσίες της Ελληνικής Αστυνομίας σε όλη την Ελλάδα.

-Ενημέρωση για τρέχουσες εξελίξεις αστυνομικών υποθέσεων.

-Χρήσιμες συμβουλές σε διάφορες κατηγορίες πολιτών για τις βασικές αναπροσαρμογές των Νόμων (Ποινικό Δίκαιο και Ποινική Δικονομία).

-Αστυνομικές διατάξεις και κανονισμοί που διέπουν τη λειτουργία της Ελληνικής Αστυνομίας.

-Προσφορές παροχών υπηρεσιών και ειδών από διάφορους φορείς προς τα μέλη της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Φωτογραφία 4.1: Ο επίσημος ιστότοπος της Ε.Α.Υ.Ν.Η.. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών Ε.Α.Υ.Ν.Η.)

The screenshot shows the website of the Hellenic Association of Police Officers (E.A.Y.N.H.). The header includes the logo and navigation menu with categories like 'ΑΡΧΙΚΗ', 'ΤΑ ΝΕΑ ΤΗΣ ΕΝΩΣΗΣ', 'ΔΕΛΤΙΟ ΤΥΠΟΥ', 'ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΑ ΝΕΑ', 'ΚΑΦΕΝΕΙΟ Η ΕΛΛΑΣ', and 'ΕΠΙΚΟΙΝΩΝΙΑ'. There are also social media links for Facebook and a 'ΔΗΜΙΟΥΡΓΙΑ ΛΟΓΑΡΙΑΣΜΟΥ' button. The main content area features several sections: 'ΘΕΜΑΤΑ ΔΙΟΙΚΗΤΙΚΟΥ ΣΥΜΒΟΥΛΙΟΥ - ΑΝΑΚΟΙΝΩΣΕΙΣ' with a 'ΛΑΧΕΙΑ ΚΛΗΡΩΣΗΣ' announcement; 'ΝΟΜΟΘΕΣΙΑ' with articles on 'Νέος Ποινικός Κώδικας' and 'Νέος Κώδικας Ποινικής Δικονομίας'; and 'ΧΡΗΣΙΜΑ ΤΗΛΕΦΩΝΑ' listing various hotlines like '111 88' for electronic reporting and '112' for police assistance.

5. **Έσα κοινωνικής δικτύωσης της E.A.Y.N.H.**

Στην κατεύθυνση του ίδιου στόχου της ανάπτυξης της διαφάνειας της εικόνας της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας και της ανοιχτής αλληλεπίδρασης με το ευρύ κοινό, η E.A.Y.N.H. αξιοποιεί από το 2015 τις δυνατότητες των μέσων κοινωνικής δικτύωσης και έχει δημιουργήσει λογαριασμό στην πλατφόρμα facebook - Meta. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν πλέον αναπόσπαστο κομμάτι του σύγχρονου τρόπου ζωής για αυτό και η E.A.Y.N.H. υλοποιεί αυτή τη δράση που της επιτρέπει να έρθει πιο κοντά και με το εσωτερικό κοινό της και να αλληλεπιδράσει δυναμικά μαζί του. Επιπλέον, τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης αποτελούν ένα διαδραστικό εργαλείο που προσελκύει και κεντρίζει πιο έντονα το ενδιαφέρον των ατόμων (Seitel, 2017), κάτι που φαίνεται να αποτελεί ένα πολύ σημαντικό παράγοντα προκειμένου η Αστυνομία να έρθει κοντά στον πολίτη και να εκπληρώσει το στρατηγικό της στόχο, που είναι να αισθάνεται ο πολίτης οικεία με την εικόνα και το έργο της Αστυνομίας. Η αναζήτηση που πραγματοποιήσαμε στο Διαδίκτυο έδειξε ότι ο λογαριασμός στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιεί η E.A.Y.N.H. είναι ο εξής:

https://www.facebook.com/profile.php?id=100064249143152&locale=el_GR

Συγκεκριμένα, στον ιστότοπο της E.A.Y.N.H. σχετικά με τους λογαριασμούς κοινωνικής δικτύωσης αναφέρεται χαρακτηριστικά: «*Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας (E.A.Y.N.H.) ακολουθώντας την εξέλιξη της τεχνολογίας*

και την ανάγκη για άμεση και έγκυρη ενημέρωση των μελών της, σας καλωσορίζει στη νέα ιστοσελίδα της www.eaynh.gr μέσω της οποίας θα ενημερώνεστε άμεσα για κάθε είδηση και εξέλιξη που αφορά την Αστυνομία σε τοπικό και εθνικό επίπεδο και όχι μόνο.

Εντός της ιστοσελίδας θα βρείτε θεματικές ενότητες όπως είναι : Τα νέα της Ένωσης όπου εκεί θα βρείτε όλη την δραστηριότητα της Ένωσης μας, Δελτία Τύπου όπου θα αναρτώνται όλα τα Δελτία τύπου της Ένωσης μας , Αστυνομικά νέα όπου θα μπορείτε να διαβάζετε νέα που αφορούν στο Σώμα της Αστυνομίας , Προσφορές όπου εκεί θα αναρτώνται όλες οι προσφορές που αφορούν τα μέλη της Ένωσης μας, Νομοθεσία εντός της θεματικής ενότητας αυτής θα υπάρχει πλήθος Αστυνομικών Διατάξεων, Προεδρικών Διαταγμάτων και νόμων που αφορούν δικαιώματα και υποχρεώσεις αστυνομικού προσωπικού, που διέπουν το σώμα της Ελληνικής Αστυνομίας αλλά και κάθε τι που είναι χρήσιμο στον σύγχρονο Έλληνα Αστυνομικό προκειμένου να εμπλουτιστεί με γνώση πάνω στο αντικείμενο εργασίας του. Τέλος στην νέα ιστοσελίδα μας θα βρείτε τη θεματική ενότητα Καφενείο η ΕΛΛΑΣ μέσω της οποίας θα δίνεται η δυνατότητα να αναπτυχθούν θέματα από τους χρήστες (forum).

Τα στοιχεία που φαίνονται μέσα από το λογαριασμό facebook, της Ε.Α.Υ.Ν.Η. δείχνουν ότι υπάρχει αρκετά μεγάλη ανταπόκριση του κοινού σε αυτή τη δράση Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ένωση. Ενδεικτικό της απήχησης που έχουν τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι ότι ο ιστότοπος τον πρώτο χρόνο λειτουργίας είχε 65.000 μοναδικούς επισκέπτες.

Φωτογραφία 5.1: Ο λογαριασμός facebook της Ε.Α.Υ.Ν.Η. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



Ένωση Αστρονομικών Ημαθίας

427 "Μου αρέσει!" • 433 ακόλουθοι

Κάντε κράτηση τώρα

Σας αρέσει

Μήνυμα

[Δημοσιεύσεις](#)

[Πληροφορίες](#)

[Ονομαστικές αναφορές](#)

[Κριτικές](#)

[Ακόλουθοι](#)

[Περισσότερα](#)



Φωτογραφία 5.4: Ανάρτηση της E.A.Y.N.H. στο youtube αναφορικά με τη μετάδοση κοινωνικού μηνύματος της Αστρονομίας Ημαθίας προς τους πολίτες. (Πηγή: Αρχείο



6. Ημερίδες - συνέδρια

Η οργάνωση ημερίδων και συνεδρίων είναι μια πολύ σημαντική δράση Δημοσίων Σχέσεων που ενισχύει την αμφίδρομη αλληλεπίδραση ενός Οργανισμού με το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό κοινό του (Κουτούπης, 2016). Όπως προκύπτει από το αρχειακό υλικό εκδηλώσεων – δράσεων του Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας αλλά και της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Αστυνομικών Υπαλλήλων «Π.Ο.ΑΣ.Υ.», ο συνδικαλιστικός φορέας της Ελληνικής Αστυνομίας, οργανώνει μια σειρά από ημερίδες και συνέδρια στην προσπάθεια να συνεισφέρει στον εμπλουτισμό των γνώσεων των στελεχών της, αλλά και στην ενίσχυση της συνεργασίας της με φορείς της πολιτείας, ινστιτούτα και οργανώσεις που δραστηριοποιούνται από κοινού στην μελέτη και αντιμετώπιση κοινωνικών ζητημάτων. Η αναζήτηση στον ιστότοπο της Ε.Α.Υ.Ν.Η & της Π.Ο.ΑΣ.Υ. έδειξε ότι οι ημερίδες, τα συνέδρια και τα εκπαιδευτικά σεμινάρια στα οποία συμμετέχει το συνδικαλιστικό κίνημα περιλαμβάνουν ένα πλατύ εύρος θεματικών ενοτήτων, ορισμένες από τις οποίες είναι οι εξής:

- Βία και ανήλικο θύμα, σπάζοντας τον φαύλο κύκλο
- Ασφαλής πρωτεύουσα, οδηγός για ασφαλή Ελλάδα
- Ασφαλής πλοήγηση στο διαδίκτυο
- Είναι επικίνδυνο το επάγγελμα του Αστυνομικού;;; Γιατί;;;
- Αστυνομία και Ανθρώπινα Δικαιώματα

Ακολουθούν παραδείγματα και φωτογραφίες από ημερίδες που έχουν διοργανώσει οι συνδικαλιστικοί φορείς τα οποία αντλήσαμε μέσα από το Διαδίκτυο,

Παράδειγμα 1

Ημερίδα με θέμα «Βία και ανήλικο θύμα, σπάζοντας τον φαύλο κύκλο», την οποία διοργάνωσε η Πανελλήνια Ομοσπονδία Αστυνομικών Υπαλλήλων στις 29-9-2023 στο Ξενοδοχείο Τιάνια στην Αθήνα.

Την εκδήλωση πλαισίωσαν με ομιλίες οι:

- «Ο Πρόεδρος της Πανελλήνιας Ομοσπονδίας Γερακαράκος Γρηγόριος»,
- «ο Υπουργός Προστασίας του Πολίτη κ. Ιωάννης ΟΙΚΟΝΟΜΟΥ»,
- «Η Πρόεδρος της Επιτροπής Δικαιωμάτων και Ισότητας Αστυνομικού Προσωπικού της Ομοσπονδίας κα Σοφία ΒΑΓΕΝΑ»,

- «Ο Εγκληματολόγος και Καθηγητής της Αστυνομικής Ακαδημίας κ. Άγγελος ΤΣΙΓΚΡΗΣ»,
- «Ο Δικηγόρος και Εγκληματολόγος κ. Παναγιώτης ΠΑΠΑΪΩΑΝΝΟΥ»,
- «Ο Αστυνομικός Υποδιευθυντής, Ψυχολόγος από την Υποδιεύθυνση Προστασίας Ανηλίκων κ. Νίκος ΣΤΑΜΑΤΟΓΙΑΝΝΗΣ».

Φωτογραφία 6.1: Εικόνα από την συγκεκριμένη Ημερίδα με θέμα «Βία και ανήλικο θύμα, σπάζοντας τον φαύλο κύκλο» που πραγματοποιήθηκε στο ξενοδοχείο ΤΙΤΑΝΙΑ. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της ΠΟΑΣΥ)



Παράδειγμα 2

Επιστημονική ημερίδα με θέμα “ Ασφαλής πρωτεύουσα, οδηγός για ασφαλή Ελλάδα ” διοργανώθηκε από την Πανελλήνια Ομοσπονδία Αστυνομικών Υπαλλήλων στην Αθήνα στις 20/07/2023.

Την εκδήλωση πλαισίωσαν με ομιλίες οι:

- ο Υφυπουργός Προστασίας του Πολίτη κ. Κωνσταντίνος ΚΑΤΣΑΦΑΛΟΣ,
- ο Δήμαρχος Αθηναίων κ. Κώστας ΜΠΑΚΟΓΙΑΝΝΗΣ
- ο Αρχηγός της Ελληνικής Αστυνομίας, Αντιστράτηγος κ. Λάζαρος ΜΑΥΡΟΠΟΥΛΟΣ
- ο Ομότιμος Καθηγητής Εγκληματολογίας κ. Ιωάννης ΠΑΝΟΥΣΗΣ
- η Διευθύντρια του Π.Μ.Σ. "Εγκληματολογία" και του Εργαστηρίου Αστεακής Εγκληματολογίας του Παντείου Πανεπιστημίου, Αντιπρόεδρος της Ελληνικής Εταιρείας Εγκληματολογίας κα Χριστίνα ΖΑΡΑΦΩΝΙΤΟΥ.

Φωτογραφία 6.2: Εικόνα από την συγκεκριμένη Ημερίδα με θέμα Ασφαλής πρωτεύουσα, οδηγός για ασφαλή Ελλάδα ” διοργανώθηκε από την Πανελλήνια Ομοσπονδία Αστυνομικών Υπαλλήλων στην Αθήνα στις 20/07/2023. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών του ΠΟΑΣΥ)



Φωτογραφία 6.3: Εικόνα από το Προεδρείο της συγκεκριμένης Ημερίδας (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών ΠΟΑΣΥ)



Παράδειγμα 3

Ημερίδα με θέμα “ Ασφαλής πλοήγηση στο διαδίκτυο” η οποία διοργανώθηκε από την Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος Ελληνικής Αστυνομίας και τη Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Ημαθίας στη Βέροια στις 26/11/2015 στο Χώρο Τεχνών του Δήμου Βέροιας.

Την εκδήλωση πλαισίωσαν με ομιλίες οι:

- ο Προϊστάμενος της Διεύθυνσης Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος Ελληνικής Αστυνομίας Υποστράτηγος κ. Εμμανουήλ ΣΦΑΚΙΑΝΑΚΗΣ,
- ο Διοικητής της Σχολής Μετεκπαίδευσης και Επιμόρφωσης Ελληνικής Αστυνομίας Βόρειας Ελλάδας κ. ΚΟΥΓΚΑΣ Διονύσιος
- η Διευθύντρια Β/θμιας Εκπαίδευσης Ημαθίας κ. ΜΑΥΡΙΔΟΥ Αναστασία.

Φωτογραφία 6.4: Εικόνα από την συγκεκριμένη Ημερίδα με θέμα “ Ασφαλής πλοήγηση στο διαδίκτυο” η οποία διοργανώθηκε από την Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας σε συνεργασία με τη Διεύθυνση Δίωξης Ηλεκτρονικού Εγκλήματος Ελληνικής Αστυνομίας και τη Διεύθυνση Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης Ημαθίας στη Βέροια στις 26/11/2015 στο Χώρο Τεχνών του Δήμου Βέροιας (Πηγή: διαδίκτυο)

7.



Εθελοντική συγκέντρωση, χρημάτων, ειδών ρουχισμού, τροφίμων κλπ.

Μια σημαντική δράση Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι η συγκέντρωση χρημάτων, αλλά και ειδών πρώτης ανάγκης (αναλώσιμα είδη, ρούχα, τρόφιμα, παιχνίδια κτλ.) από τα μέλη της με σκοπό την ενίσχυση φιλανθρωπικών ιδρυμάτων σε όλη τη χώρα, ειδικά σε περιόδους όπου φυσικά φαινόμενα έχουν προκαλέσει μεγάλες καταστροφές. Τέτοιου είδους δράσεις Δημοσίων Σχέσεων ενισχύουν την καλή φήμη του Οργανισμού και αυξάνουν την θετική εικόνα του κοινού για τον Οργανισμό (Asemah et al., 2013).

Ακολουθούν σχετικές φωτογραφίες οι οποίες αντλήθηκαν από το διαδίκτυο, το φωτογραφικό αρχείο της Π.Ο.ΑΣ.Υ. και της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Φωτογραφία 7.1: Μέλη της Ε.Α.Υ.Ν.Η. συγκεντρώνουν αγαθά για τους πληγέντες πυρόπληκτους το 2018

(Πηγή: διαδίκτυο)



Φωτογραφία 7.2: Συγκέντρωση μπουκαλιών νερού για την κάλυψη αναγκών από τους πλημμυροπαθείς της Θεσσαλίας του τυφώνα Daniel “Οκτώβριος 2023» (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών ΠΟΑΣΥ)



8. Εθελοντική αιμοδοσία

Η εθελοντική αιμοδοσία είναι μια σημαντική δράση Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί ένας Οργανισμός προκειμένου να δείξει το έμπρακτο ενδιαφέρον του για το κοινωνικό σύνολο και την υγεία των κατοίκων της τοπικής κοινότητας (Κουτούπης, 2016). Η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας, διατηρεί

δικής Τράπεζα αίματος στο Γενικό Νοσοκομείο Βέροιας, είναι μέλος του Εθνικού μητρώου Αιμοδοσίας και πραγματοποιεί συχνά εθελοντική αιμοδοσία του προσωπικού της με στόχο τη συγκέντρωση φιαλών αίματος που χρησιμοποιούνται για τις ανάγκες κυρίως των μελών της. Το αίμα που συγκεντρώνεται από την εθελοντική αιμοδοσία διατίθεται κυρίως για τις ανάγκες των μελών της και των μελών των οικογενειών τους και σε εξαιρετικές περιπτώσεις ενισχύονται πολίτες του Νομού Ημαθίας οι οποίοι έχουν ιδιαίτερα αυξημένη ανάγκη.

Φωτογραφία 8.1: Εικόνα από την πραγματοποίηση εθελοντικής αιμοδοσίας της Ε.Α.Υ.Ν.Η. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



τογραφία 8.2: Εικόνα από την πραγματοποίηση εθελοντικής αιμοδοσίας της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

(Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



9. Εορταστικές εκδηλώσεις

Όπως περιγράφεται στον επίσημο ιστότοπο της Ε.Α.Υ.Ν.Η. (www.eaynh.gr), η Ε.Α.Υ.Ν.Η. διοργανώνει εορταστικές εκδηλώσεις σε όλες τις πόλεις του Νομού Ημαθίας σε ετήσια βάση. Κάθε χρόνο οργανώνεται χοροεσπερίδα σε κέντρο διασκέδασης, η οποία απευθύνεται και στα μέλη της Ένωσης αλλά και στους πολίτες του Νομού Ημαθίας στις οποίες φιλοξενούνται καλλιτέχνες γνωστής φήμης του ελληνικού πενταγράμμου και έχουν μεγάλη απήχηση από το κοινό του Οργανισμού τόσο από το εσωτερικό όσο και από το εξωτερικό. Μια επίσης πολύ δημοφιλής εκδήλωση που οργανώνει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. κάθε χρόνο, είναι ο παιδικός Χριστουγεννιάτικος Χορός, στον οποίο συμμετέχουν όλα τα τέκνα των μελών της Ένωσης. Μέσω της δράσης αυτής μεταδίδεται το μήνυμα ότι ο συγκεκριμένος Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. συμμετέχει στο εορταστικό πνεύμα των ημερών και θέλει να συμβάλει στην ψυχαγωγία και τη χαρά των οικογενειών του προσωπικού του (Seitel, 2017).

Επιπλέον, όπως μας ανέφερε ο κος Χατζηπαναγιωτίδης, *«η Ε.Α.Υ.Ν.Η., παράλληλα με τη δυνατότητα που δίνει στα παιδιά των Αστυνομικών να συμμετάσχουν στον ετήσιο Χριστουγεννιάτικο παιδικό χορό, διοργανώνει παιδικές παραστάσεις για τα παιδιά του προσωπικού της με συμμετοχή ταχυδακτυλουργών, κλόουν, χορό, κληρώσεις δώρων, αναψυκτικά για τους γονείς κλπ. Τα παιδιά συμμετέχουν με πολύ ενθουσιασμό και μάλιστα, ειδικά οι χριστουγεννιάτικοι χοροί, χαρίζουν άφθονη διασκέδαση, χαρά και χαμόγελα στα μικρά παιδιά που παρευρίσκονται»*.

Ακολουθούν φωτογραφίες οι οποίες αντλήθηκαν από το φωτογραφικό αρχείο της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και τον ιστότοπο της.

Φωτογραφία 9.1: Εικόνα από την παιδική παράσταση «Ο Καρυοθραύστης» που διοργανώθηκε για τα παιδιά των αστυνομικών στο Χώρο Τεχνών Δήμου Βέροιας (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



Φωτογραφία 9.2: Εικόνα από την παιδική παράσταση «Ο Καρυθραύστης» που διοργανώθηκε για τα παιδιά των αστυνομικών στο Χώρο Τεχνών Δήμου Βέροιας (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



Φωτογραφία 9.3:Εικόνα από τη συναυλία που οργάνωσε η Ε.Α.Υ.Ν.Η. την 22/06/2023 στο Γήπεδο Πατρίδας Βέροιας με καλλιτέχνη το Γιάννη Πλούταρχο (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



10. Εκδηλώσεις για την ‘Ημέρα της Αστυνομίας’ και την ‘Ημέρα των Αποστράτων της Αστυνομίας’

Η Ελληνική Αστυνομία δίνει μεγάλη έμφαση στην πραγματοποίηση εορταστικών εκδηλώσεων για να τιμηθεί ο Έλληνας Αστυνομικός. Έτσι κάθε χρόνο, στις 20 Οκτωβρίου πραγματοποιούνται εκδηλώσεις σε όλες τις πόλεις της Ελλάδας, κυρίαρχα στις πρωτεύουσες των νομών, για να εορταστεί η «Ημέρα της Αστυνομίας», η οποία θεσμοθετήθηκε από την Πολιτεία για να τιμήσει το έργο της Ελληνικής Αστυνομίας. Την ημέρα εκείνη, η οποία είναι και η γιορτή του Αγίου Αρτεμίου, του Προστάτη του Σώματος της Ελληνικής Αστυνομίας, τελείται το πρωί Δοξολογία στη Μητρόπολη, χοροστατούντος του Μητροπολίτη, κατάθεση στεφάνων, ανάγνωση της ημερήσιας διαταγής του Αρχηγού της Ελληνικής Αστυνομίας και ακολουθεί δεξίωση, παρουσία των αρχών της πόλης. Επιπλέον, η Ελληνική Αστυνομία, έχει καθιερώσει και τιμά την ‘Ημέρα των Αποστράτων της Ελληνικής Αστυνομίας’, η οποία εορτάζεται στην εορτή των Αγίων Πάντων κάθε χρόνο. Την ημέρα εκείνη, πραγματοποιείται Δοξολογία και δέηση υπέρ αποστράτων Αστυνομικών στη Μητρόπολη κάθε νομού και ακολουθούν οι χαιρετισμοί και η καθιερωμένη δεξίωση παρουσία της Ηγεσίας της Αστυνομίας, αλλά και των αποστράτων της Αστυνομίας. Στις εκδηλώσεις αυτές, εκπροσωπείται πάντα το συνδικαλιστικό κίνημα από τους

εκπροσώπους των πρωτοβαθμίων και δευτεροβαθμίων οργανώσεων. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στο επικοινωνιακό σχέδιο αντεγκληματικής πολιτικής 2020-2024 της Ελληνικής Αστυνομίας, οι εκδηλώσεις αυτές υπηρετούν συγκεκριμένους στόχους:

- αποτελούν μια έμπρακτη ένδειξη της ευγνωμοσύνης που δείχνει η Αστυνομία σε όσους έχουν προσφέρει τις υπηρεσίες τους σε αυτή,
- αποτελούν μια απόδειξη ότι η Ελληνική Αστυνομία δεν ξεχνά όσους υπηρέτησαν σε αυτή,
- αποτελούν ένδειξη ότι η Αστυνομία αναγνωρίζει την προσφορά όλων των αστυνομικών που έχουν υπηρετήσει στο Σώμα,
- επιδιώκουν την ενδυνάμωση των σχέσεων μεταξύ του εν ενεργεία και εν αποστρατεία αστυνομικού προσωπικού.

Οι συγκεκριμένες εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται έχουν ιδιαίτερη σημασία, καθώς δείχνουν ότι ο Οργανισμός διαθέτει μια ενιαία ταυτότητα και προσπαθεί να προωθήσει την αίσθηση του κοινού σκοπού μεταξύ των υπαλλήλων του (Wood, 2009). Ακολουθούν φωτογραφίες από τις εκδηλώσεις που πραγματοποιεί η Διεύθυνση Αστυνομίας Ημαθίας για να τιμήσει την 'Ημέρα της Αστυνομίας' και την 'Ημέρα των Αποστράτων της Ελληνικής Αστυνομίας' οι οποίες αντλήθηκαν από το διαδίκτυο.

Φωτογραφία 10.1: Δοξολογία στον Ιερό Ναό Αγίων Αναργύρων Βέροιας για την Ημέρα της Αστυνομίας παρουσία της Ηγεσίας της Αστυνομίας (Πηγή: διαδίκτυο)



Φωτογραφία 10.2: Δοξολογία στον Ιερό Ναό Αγίων Αναργύρων Βέροιας για την Ημέρα Τιμής των Αποστράτων παρουσία της Ηγεσίας της Αστυνομίας, Βουλευτών του Νομού

καθώς και των Αρχόν του Νομού Ημαθίας (Πηγή: διαδίκτυο)



**ΓΕΝΙΚΗ ΠΕΡΙΦΕΡΕΙΑΚΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΚΗ ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΚΕΝΤΡΙΚΗΣ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ / ΔΙΕΥΘΥΝΣΗ ΑΣΤΥΝΟΜΙΑΣ ΗΜΑΘΙΑΣ**

11. Φόρος τιμής στους πεσόντες Αστυνομικούς

Σύμφωνα με τις καταστατικές διατάξεις της Πανελλήνια Ομοσπονδίας Αστυνομικών Υπαλλήλων, έχει καθιερωθεί κάθε πρώτο Ψυχосάββατο του έτους, σε κάθε πόλη της Ελλάδας να τελείται επιμνημόσυνη δέηση μετά τη Θεία Λειτουργία προς τιμήν των Αστυνομικών που έχασαν τη ζωή τους εν ώρα υπηρεσίας και ακολουθεί κατάθεση στεφάνων παρουσία των τοπικών αρχών. Η πρωτοβουλία έχει ως στόχο να αποδώσει την οφειλόμενη τιμή στη μνήμη των αστυνομικών και μεταδίδει ένα ισχυρό μήνυμα ενότητας, συνοχής και ομοψυχίας του Οργανισμού της Ελληνικής Αστυνομίας ο οποίος με αυτό τον τρόπο δείχνει ότι αναγνωρίζει την προσφορά του κάθε στελέχους της (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001). Επιπλέον, τα τελευταία χρόνια, το συνδικαλιστικό κίνημα ενίοτε προβαίνει και σε μιας άλλη ενέργεια απότισης φόρου τιμής στους πεσόντες Αστυνομικούς, η οποία περιλαμβάνει την ονοματοδοσία οδών με τα ονόματα Αστυνομικών που έχασαν τη ζωή τους κατά την εκτέλεση του καθήκοντος. Έτσι, μετά από αίτηση της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας και έγκριση των τοπικών δημοτικών συμβουλίων έχουν ήδη ονοματοδοθεί ανώνυμοι οδοί με τα ονόματα των ‘Χαράλαμπου Αμανατίδη’ στο Πανόραμα Βέροιας, Γεωργίου Αθανασόπουλου στην πλατεία της Πατρίδας Ημαθίας, Αστυνομικών οι οποίοι έχασαν τη ζωή τους εν ώρα υπηρεσίας. Οι τελετές ονοματοδοσίας περιλάμβαναν την τέλεση τρισάγιου παρουσία των τοπικών αρχών, της ηγεσίας της Αστυνομίας, των Αστυνομικών συναδέλφων και των οικογενειών των εκλιπόντων και ακολούθησαν σχετικές ομιλίες, καθώς και τα αποκαλυπτήρια των σχετικών οδών. Ακολουθούν φωτογραφίες από τη τελετή ονοματοδοσίας των οδών με τα ονόματα των Αστυνομικών που έχασαν τη ζωή τους εν ώρα καθήκοντος οι οποίες αντλήθηκαν από το ιστότοπο τοπικών μέσων ενημέρωσης.

Φωτογραφία 11.1: Τελετή ονοματοδοσίας οδού «Ειδικού Φρουρού Χαράλαμπος Αμανατίδης» στο Πανόραμα Δήμου Βέροιας παρουσία της οικογένειας του εκλιπόντος, του Δημάρχου, της Ηγεσίας της Αστυνομίας και πλήθος κόσμου.

(Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών του ιστότοπου www.veriotis.gr)



Φωτογραφία 11.2: Επιμνημόσυνη Δέηση στην Πλατεία Αρχιφύλακα Γεωργίου Αθανασόπουλου στην Πατρίδα Ημαθίας, παρουσία του Διευθυντή Αστυνομίας Ημαθίας Σιμούλη Χρήστου, του Αντιδημάρχου Παιδείας Σοφιανίδη Γεωργίου, αστυνομικών εν ενεργεία και εν αποστρατεία και πλήθος κόσμου. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών ιστοτόπου Verianet)

12.



Βραβεύ

σεις

Μια δράση Δημοσίων Σχέσεων που απευθύνεται στο εσωτερικό κοινό του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι η οργάνωση ειδικών εκδηλώσεων βράβευσης, στις οποίες απονέμονται τιμητικές διακρίσεις και βραβεία σε Αστυνομικούς. Το συνδικαλιστικό κίνημα, προσπαθώντας να αποδείξει την έμπρακτη αναγνώριση στις προσπάθειες του προσωπικού της, βραβεύει εκείνους τους Αστυνομικούς που έχουν επιδείξει εξέχοντα ζήλο και έργο, ειδικά όταν με τις πράξεις τους έχουν καταφέρει να σώσουν από βέβαιο κίνδυνο κάποιον πολίτη ή ανήλικο. Στις εκδηλώσεις αυτές απονέμονται τιμητικές πλακέτες στους Αστυνομικούς από την Ε.Α.Υ.Ν.Η., η οποία εκφράζει με αυτό τον τρόπο την επιβράβευση στο έργο των Αστυνομικών, αλλά και την ευγνωμοσύνη της για την ανάδειξη προς την κοινωνία του ανθρώπινου προσώπου της Αστυνομίας. Μέσα από αυτές τις εκδηλώσεις βράβευσης, ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. δείχνει ότι στηρίζει και αναγνωρίζει την προσφορά του προσωπικού και επιβραβεύει τις πράξεις που υπηρετούν το όραμα του Οργανισμού για ένα ανθρώπινο πρόσωπο (Haski-Leventhal, 2018).

Ακολουθούν φωτογραφίες από τις εκδηλώσεις βράβευσης που οργανώνει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι οποίες αντλήθηκαν από το φωτογραφικό αρχείο της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Φωτογραφία 12.1: Εκδήλωση βράβευσης Αστυνομικών μελών της πρώτης ΟΠΚΕ στην Ελλάδα πριν από 25 έτη, παρουσία του Υφυπουργού Οικονομικών κ Βεσυρόπουλου Αποστόλου, βουλευτών, εκπροσώπων φυσικής Ηγεσίας του Σώματος και τοπικών αρχόντων. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)



Φωτ

ογραφία 12.2: Εκδήλωση βράβευσης Αστρονομικών μελών της πρώτης ΟΠΚΕ στην Ελλάδα πριν από 25 έτη, παρουσία του Υφυπουργού Οικονομικών κ Βεσυρόπουλου Αποστόλου, βουλευτών, εκπροσώπων φυσικής Ηγεσίας του Σώματος και τοπικών αρχόντων. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών ιστότοπος veriotis.gr)



Φωτογραφία 12.3: Βράβευση και απονομή τιμητικών πλακετών σε Αστυνομικούς της Διμοιρίας Υποστήριξης Ημαθίας που διακρίθηκαν για τις ενέργειές τους, στην αντιμετώπιση της εισβολής μεταναστών στον Έβρο τον Μάρτιο 2020. (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ε.Α.Υ.Ν.Η.)

13.



Ενδο

Ύπηρεσιακές εκπαιδεύσεις

Η δυνατότητα δια βίου εκπαίδευσης των εργαζομένων ενός Οργανισμού έχει πολλαπλά οφέλη, τόσο για τον ίδιο τον εργαζόμενο που αποκτά περισσότερα επαγγελματικά προσόντα και αισθάνεται μεγαλύτερη ικανοποίηση για τον Οργανισμό, όσο και για τον ίδιο τον Οργανισμό που αυξάνει την αποδοτικότητα και την καινοτομία (Tansky & Cohen, 2002). Η Ε.Α.Υ.Ν.Η. διοργανώνει μια σειρά από τακτικές και περιοδικές εκπαιδεύσεις προκειμένου οι Αστυνομικοί να εμπλουτίζουν τις γνώσεις τους επί του αντικειμένου αρμοδιότητάς τους και να εφοδιάζονται με δεξιότητες σε μια σειρά από ζωτικούς τομείς δράσης (π.χ. τεχνολογικές εξελίξεις, αυτοάμυνα, εφαρμογή ασκήσεων αποτροπής τρομοκρατικών ενεργειών, τεχνικές διαπραγμάτευσης κτλ.). Προκειμένου να επιτύχει το σκοπό της, καλεί εκπαιδευτές οι οποίοι να είναι εμπειρογνώμονες από αστυνομικές υπηρεσίες άλλων χωρών.

Ακολουθούν φωτογραφίες από ενδοϋπηρεσιακές εκπαιδεύσεις που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. τις οποίες αντλήσαμε από το διαδίκτυο:

Φωτογραφία 13.1: Πραγματοποίηση εκπαιδευτικού σεμιναρίου αυτοάμυνας – τεχνικών αυτοπροστασίας από διεθνώς αναγνωρισμένους εκπαιδευτές (Πηγή: ιστότοπος e-periskopisi.gr)



14. Ίδρυμα Μέριμνας και Αριστείας της Ελληνικής Αστυνομίας.

Μια δράση που απευθύνεται αποκλειστικά στο εσωτερικό κοινό του Οργανισμού της Ελληνικής Αστυνομίας κατά συνέπεια και της Ε.Α.Υ.Ν.Η., είναι η λειτουργία κατασκήνωσης για τα παιδιά των αστυνομικών. Όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά στον ιστότοπο της Ελληνικής Αστυνομίας, από το 1992, η Ελληνική Αστυνομία έχει συστήσει το Ίδρυμα 'Μέριμνας και Αριστείας της Ελληνικής Αστυνομίας', με σκοπό τη λειτουργία της παιδικής κατασκήνωσης στον Άγιο Ανδρέα Ν. Μάρκρης Αττικής, για τα παιδιά του εν ενεργεία και εν αποστρατεία προσωπικού της Αστυνομίας καθώς και των δυο ειδικών λογαριασμών. Η κατασκήνωση λειτουργεί με δυνατότητα φιλοξενίας 400 παιδιών κατασκηνωτών και διαθέτει:

- θερινό κινηματογράφο,
- εστιατόριο και μαγειρεία,
- αθλητικά γήπεδα ποδοσφαίρου, μπάσκετ, βόλεϊ,
- παιδική χαρά σύμφωνα με τις σύγχρονες ευρωπαϊκές προδιαγραφές,
- πολιτιστικό κέντρο για τη δημιουργική απασχόληση των κατασκηνωτών,
- παραλία με πύργο παρατήρησης ναυαγοσώστη, ομπρέλες και ξαπλώστρες,
- κυλικείο.

Κάθε καλοκαιρινή σεζόν φιλοξενούνται στις εγκαταστάσεις των κατασκηνώσεων του Αγίου Ανδρέα Νέας Μάκρης Αττικής περίπου 1000 παιδιά του προσωπικού του Σώματος, ενώ τα τελευταία χρόνια, η Ελληνική Αστυνομία προκειμένου να ικανοποιήσει τις ανάγκες των οικογενειών του προσωπικού, που λόγω χιλιομετρικής απόστασης αδυνατούν να δηλώσουν συμμετοχή στην κατασκήνωση στον Άγιο Ανδρέα Ν. Μάκρης Αττικής, έχει προβεί στη μίσθωση ιδιωτικών και δημοτικών κατασκηνώσεων σε άλλες περιοχές της χώρας. Για τη λειτουργία των κατασκηνώσεων, το Ίδρυμα «Μέριμνας και Αριστείας» ενημερώνει στις αρχές κάθε έτους εγγράφως όλες τις Υπηρεσίες του Σώματος και τις Ενώσεις Αποστράτων προκειμένου να γνωρίζουν όλοι οι Αστυνομικοί τις προϋποθέσεις, τα δικαιολογητικά που απαιτούνται και τις λοιπές λεπτομέρειες της φιλοξενίας στην κατασκήνωση. Επιπλέον, το Ίδρυμα 'Μέριμνας και Αριστείας της Ελληνικής Αστυνομίας' έχει συστήσει δύο λογαριασμούς Αρωγής, με σκοπό την παροχή οικονομικής ενίσχυσης στο προσωπικό της Ελληνικής Αστυνομίας και των μελών των οικογενειών τους και συγκεκριμένα τον Ειδικό λογαριασμό αρωγής προσωπικού της Ελληνικής Αστυνομίας και τον Λογαριασμό αρωγής ορφανών τέκνων προσωπικού Ελληνικής Αστυνομίας και Πυροσβεστικού Σώματος. Η λειτουργία της κατασκήνωσης εντάσσεται στη γενικότερη επικοινωνιακή πολιτική της Ελληνικής Αστυνομίας προς το εσωτερικό κοινό της με στόχο να δείξει ότι είναι ένας Οργανισμός που ενδιαφέρεται έμπρακτα για τις ανάγκες των εργαζομένων και προσπαθεί να παρέχει επιπρόσθετες παροχές ως αναγνώριση του έργου που επιτελεί το προσωπικό (Ruck & Welch, 2012).

Ακολουθούν φωτογραφίες από την παιδική κατασκήνωση της Ελληνικής Αστυνομίας στον Άγιο Ανδρέα Ν. Μάκρης Αττικής οι οποίες αντλήθηκαν από τον επίσημο ιστότοπο της Ελληνικής Αστυνομίας (www.astynomia.gr):

Φωτογραφία 14.1: Η είσοδος της κατασκήνωσης της Ελληνικής Αστυνομίας

(Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ελληνικής Αστυνομίας)



Φωτογραφία 14.2: Μέρος του εσωτερικού χώρου της κατασκήνωσης της Ελληνικής Αστυνομίας (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών της Ελληνικής Αστυνομίας)



15. Περιοδικό ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’

Η Ελληνική Αστυνομία, τουλάχιστον εδώ και 70 χρόνια εκδίδει σε διμηνιαία μορφή το περιοδικό ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’, το οποίο συστήθηκε για πρώτη φορά στο αστυνομικό κοινό με την ονομασία ‘Επιθεώρηση Χωροφυλακής’ και αποτελεί ένα ενημερωτικό και επιμορφωτικό περιοδικό που απευθύνεται, τόσο σε Αστυνομικούς, όσο και στο ευρύ κοινό. Η ύπαρξη ενός περιοδικού του Οργανισμού αποτελεί μια βασική δράση Δημοσίων Σχέσεων όπως αυτό περιγράφεται στο τεύχος του Ιανουαρίου του έτους 1991 και επιδιώκει να ενισχύσει το ομαδικό πνεύμα του προσωπικού και τις ευνοϊκές στάσεις των υπαλλήλων προς τον Οργανισμό, αλλά και επιπρόσθετα βοηθά τις διάφορες ομάδες εξωτερικού κοινού να κατανοήσουν καλύτερα τις λειτουργίες του Οργανισμού (Ξύγγη, 2012). Όπως αναφέρεται σχετικά στον ιστότοπο του περιοδικού (www.policemagazine.gr): *Οι σελίδες του περιοδικού φιλοξενούν μια ποικιλία θεμάτων όπως άρθρα κοινωνικού, ιστορικού, ψυχολογικού, ιατρικού και ψυχαγωγικού χαρακτήρα. Επιπλέον, μέσα στο περιοδικό παρουσιάζονται οι σημαντικές δράσεις της Αστυνομίας μέσα στο δίμηνο, τα τελευταία υπηρεσιακά και συνδικαλιστικά νέα καθώς και νέα της αστυνομικής επικαιρότητας που αποτελούν αντικείμενο ενδιαφέροντος για το προσωπικό της Αστυνομίας αλλά και τους πολίτες γενικότερα. Στην ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’ αρθρογραφούν τόσο αστυνομικοί με*

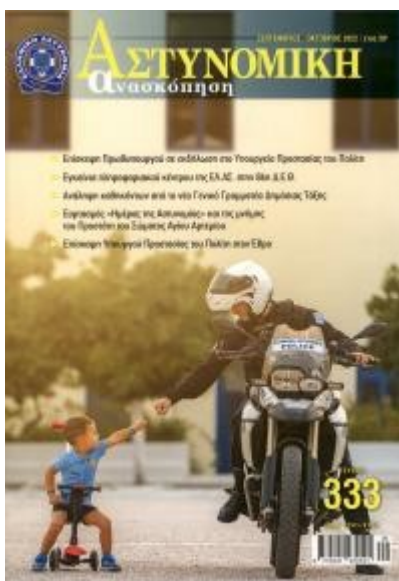
εξειδικευμένες γνώσεις όσο και επιστήμονες του ευρύτερου επιστημονικού χώρου. Το περιοδικό εκδίδεται από το 1953, μοιράζεται δωρεάν σε όλες τις αστυνομικές υπηρεσίες της Ελλάδας και διαθέτει ψηφιακό αρχείο εντός του οποίου ο κάθε χρήστης μπορεί να ανατρέξει και να διαβάσει όποιο τεύχος και όποιο άρθρο του περιοδικού επιθυμεί.

Βασική στήλη της διμηνιαίας αυτής περιοδικής έκδοσης τιτλοφορείται «Συνδικαλιστικά νέα» και παρουσιάζει όλες τις δράσεις Επικοινωνίας και Δημοσίων Σχέσεων των συνδικαλιστικών φορέων, πρωτοβαθμίων και δευτεροβαθμίων οργανώσεων της Ελληνικής Αστυνομίας. Επίσης, εκτός του ενημερωτικού – επιμορφωτικού χαρακτήρα που έχει το περιοδικό, η ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’ εξυπηρετεί και ένα σημαντικό κοινωφελή σκοπό. Τα έσοδα που προκύπτουν κυρίως από τις διαφημίσεις και από τις μηνιαίες συνδρομές (0.75 λεπτά το μήνα) διατίθενται στο μεγαλύτερο μέρος τους για την οικονομική ενίσχυση τριών διαφορετικών κατηγοριών ανθρώπων που έχουν σοβαρές ανάγκες: α) αστυνομικοί που έχουν τραυματιστεί ή έχουν προσβληθεί από κάποια σοβαρή ασθένεια β) ορφανά τέκνα υπαλλήλων της Αστυνομίας και γ) τέκνα υπερπολύτεκνων οικογενειών της Αστυνομίας. Σύμφωνα με τα επίσημα στοιχεία του περιοδικού, τον τελευταίο χρόνο πάνω από 340.000 ευρώ δόθηκαν ως οικονομική χρηματική ενίσχυση στις παραπάνω κατηγορίες του προσωπικού της Ελληνικής Αστυνομίας που αντιμετωπίζει οικονομικές ανάγκες.

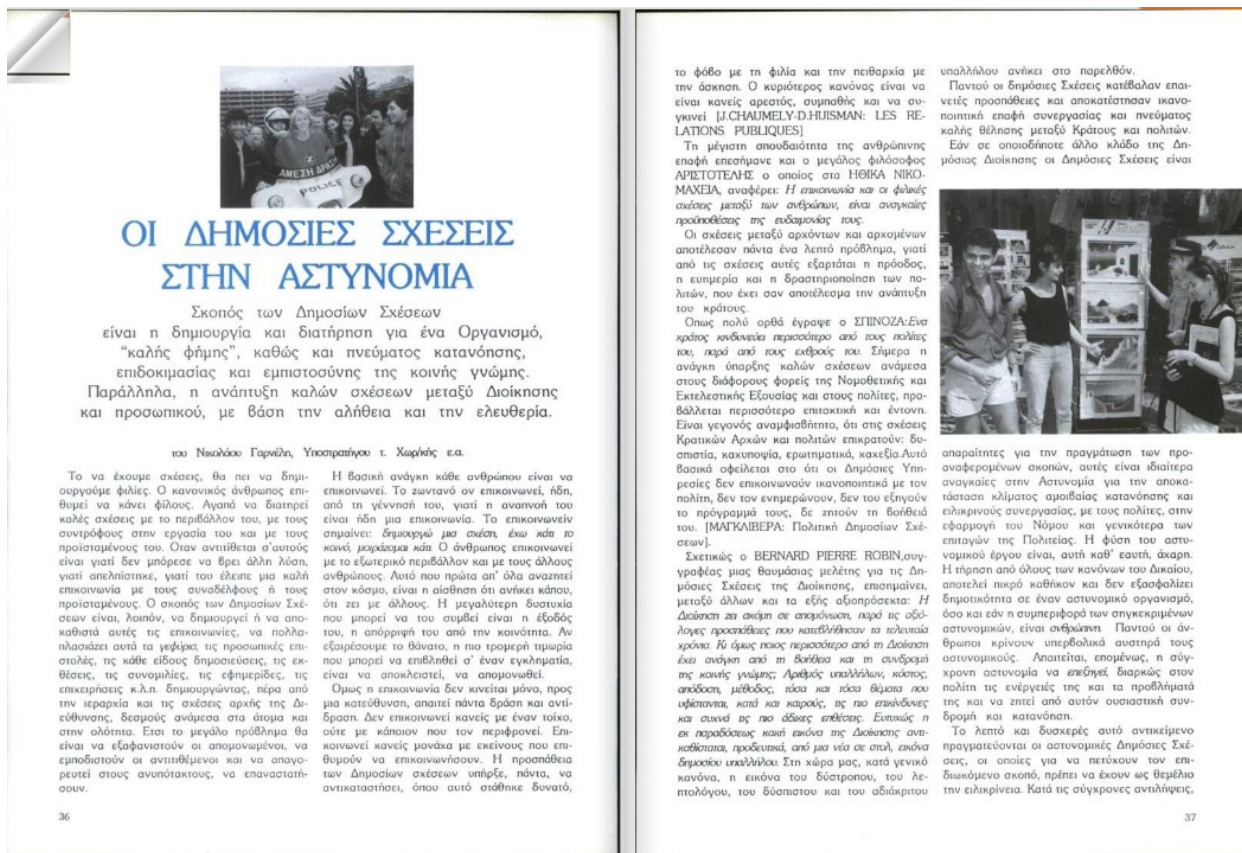
Ακολουθούν φωτογραφίες του περιοδικού ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’ τις οποίες αντλήσαμε από το φωτογραφικό αρχείο του περιοδικού.

Φωτογραφία 15.1: Εξώφυλλα του περιοδικού ‘Επιθεώρηση Χωροφυλακής & Αστυνομική Ανασκόπηση’

(Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών του περιοδικού ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’)



Φωτογραφία 15.2: Επιλεγμένα άρθρα στις σελίδες του περιοδικού ‘Αστυνομική Επιθεώρηση’ (Πηγή: Αρχείο φωτογραφιών του περιοδικού ‘Αστυνομική Επιθεώρηση’)



Β' ΜΕΡΟΣ

Στην ενότητα αυτή θα αναλυθεί διεξοδικά το ζήτημα της απήχησης και του αντίκτυπου που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στην εσωτερική ομάδα κοινού στην οποία απευθύνεται. Συγκεκριμένα, θα περιγραφούν τα αποτελέσματα από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε με 30 άτομα που ενδεικτικά απαρτίζουν τη συγκεκριμένη ομάδα κοινού στην οποία στοχεύουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Διαδικασία

Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν σε συνολικά 30 άτομα τα οποία αποτελούν μέλη της εσωτερικής ομάδας κοινού στην οποία απευθύνεται η Ε.Α.Υ.Ν.Η.:

- 1) 10 ανώτερα στελέχη του προσωπικού της Ελληνικής Αστυνομίας και μέλη της Ένωσης,
- 2) 10 διοικητικά στελέχη που βρίσκονται σε σχέση αλληλεπίδρασης με Ε.Α.Υ.Ν.Η,
- 3) 10 χαμηλόβαθμα στελέχη της ιεραρχίας της Ελληνικής Αστυνομίας και μέλη της Ένωσης.

Αναφορικά με το δείγμα της εσωτερικής ομάδας κοινού που αφορά τα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας και μέλη της Ε.Α.Υ.Ν.Η. επιλέξαμε αστυνομικούς διαφόρων κατηγοριών από διάφορες Υπηρεσίες και Αστυνομικά Τμήματα του Νομού Ημαθίας προκειμένου να υπάρχει όσο το δυνατόν πιο σφαιρική και αντιπροσωπευτική εκπροσώπηση των απόψεων των στελεχών που απαρτίζουν το προσωπικό της Ελληνικής Αστυνομίας. Συγκεκριμένα, πραγματοποιήσαμε συνεντεύξεις σε 14 αστυνομικούς γενικών καθηκόντων, 3 πολιτικούς υπαλλήλους, , 10 πρώην συνοριοφύλακες, 2 πρώην ειδικούς φρουρούς και 1 αξιωματικό ειδικών καθηκόντων (γιατρό - παθολόγο) που υπηρετούν στην Ελληνική Αστυνομία. Οι μισοί από τους αστυνομικούς που συμμετείχαν στις συνεντεύξεις ήταν αξιωματικοί. Οι συνεντεύξεις πραγματοποιήθηκαν στα γραφεία και στους χώρους εργασίας των στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας. Οι Υπηρεσίες στις οποίες εργάζονται οι αστυνομικοί του δείγματος της έρευνάς μας είναι το Επιτελείο της Διεύθυνσης Αστυνομίας Ημαθίας, το Τμήμα Ασφαλείας Βέροιας, η Σχολή Μετεκπαίδευσης και Επιμόρφωσης Βορείου Ελλάδος, η Ομάδα 'ΔΙΑΣ', η ομάδα Ο.Π.Κ.Ε., το Αστυνομικό Τμήμα Βέροιας, Το Αστυνομικό Τμήμα Αλεξάνδρειας, το Τμήμα

Ασφαλείας Νάουσας, η Τροχαία Βέροιας και το Τμήμα Δίωξης Μετανάστευσης Ημαθίας.

Όλα τα άτομα που προσεγγίσαμε δέχτηκαν να συμμετάσχουν στην έρευνα. Όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες διαμένουν στην Ημαθία. Παρακάτω ακολουθούν τα δημογραφικά χαρακτηριστικά του δείγματος των 30 ατόμων.

Δείγμα

Όσον αφορά το δείγμα της έρευνας, στους παρακάτω Πίνακες 1-3 παρουσιάζονται τα δημογραφικά χαρακτηριστικά των συμμετεχόντων κάθε ομάδας κοινού.

1. Ανώτερα Στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας

ΠΙΝΑΚΑΣ 1

Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας

Ηλικία	M.O.= 39 έτη
Φύλο	
Άνδρες	7
Γυναίκες	3
Εκπαιδευτικό επίπεδο	3
Απόφοιτοι/ες Μέσης Εκπαίδευσης	1
Απόφοιτοι/ες Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης	9

2. Διοικητικά στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας

Ηλικία M.O.= 43 έτη

Φύλο

Άνδρες 5

Γυναίκες 5

Εκπαιδευτικό επίπεδο

Απόφοιτοι/ες Μέσης Εκπαίδευσης 0

Απόφοιτοι/ες Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης 10

3. Χαμηλόβαθμα στελέχη της Ελληνικής Αστυνομίας

ΠΙΝΑΚΑΣ 3

Δημογραφικά Δεδομένα των συμμετεχόντων της έρευνας

Ηλικία M.O.= 46 έτη

Φύλο

Άνδρες 5

Γυναίκες 5

Εκπαιδευτικό επίπεδο

Απόφοιτοι/ες Μέσης Εκπαίδευσης 4

Απόφοιτοι/ες Τριτοβάθμιας εκπαίδευσης 6

Παρουσίαση ερευνητικών αποτελεσμάτων

Παρακάτω ακολουθεί η ανάλυση των αποτελεσμάτων από τις συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε με βάση τις απαντήσεις των ατόμων στις ερωτήσεις που τους θέσαμε.

Ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. που γνωρίζουν οι τρεις εσωτερικές ομάδες κοινού

Όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες ανέφεραν ότι γνωρίζουν αρκετές δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Οι πιο συχνές ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που αναφέρθηκαν και από τις τρεις ομάδες κοινού είναι τα δελτία Τύπου που εκδίδει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. για να ενημερώσει το ευρύ κοινό για τις δράσεις της, οι συνεντεύξεις που δίνει σε μέσα μαζικής ενημέρωσης, καθώς και οι εορταστικές εκδηλώσεις.

Ενδιαφέρον προκαλεί το εύρημα ότι τα άτομα της εσωτερικής ομάδας κοινού των χαμηλόβαθμων στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας γνώριζαν αρκετά παραπάνω δράσεις Δημοσίων Σχέσεων από τις υπόλοιπες δύο ομάδες κοινού, γεγονός το οποίο εξηγείται λόγω της καθημερινής, προσωπικής επαφής που έχει η ομάδα αυτή με το αντικείμενο της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Συγκεκριμένα, η ομάδα των χαμηλόβαθμων στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας ανέφερε επιπρόσθετες δράσεις όπως το ίδρυμα Μέριμνας και Αριστείας της Ελληνικής Αστυνομίας, η εθελοντική αιμοδοσία, καθώς και οι εκδηλώσεις απότισης φόρου τιμής στους πεσόντες Αστυνομικούς.

Η σημασία των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για τις συγκεκριμένες ομάδες κοινού

Όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες και από τις τρεις ομάδες κοινού θεώρησαν ότι οι ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι πολύ σημαντικές, τόσο για την εικόνα της ίδιας της Ε.Α.Υ.Ν.Η., όσο και για το έργο που επιτελεί στο κοινωνικό σύνολο εν γένει η Ελληνική Αστυνομία. Μερικές χαρακτηριστικές απαντήσεις που σταχυολογήσαμε είναι οι ακόλουθες:

«Όσο πιο πολύ προβάλλει η Ένωση αστυνομικών υπαλλήλων αυτά που κάνει, τόσο πιο πολύ και ο κόσμος αξιολογεί θετικά το έργο της Ελληνικής Αστυνομίας»

Αστυνομικός - Αρχιφύλακας, 33 ετών, άνδρας, απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

«Με τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων η Ε.Α.Υ.Ν.Η., η Αστυνομία γίνεται πιο προσιτή στους πολίτες»

Αρκετοί/ες συμμετέχοντες/ουσες (18 στους 30) έδωσαν έμφαση στο γεγονός ότι μέσα από τις ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. που ενημερώνουν για τις δράσεις της Αστυνομίας, οι πολίτες και η κοινωνία αισθάνονται πιο ασφαλείς. Όπως χαρακτηριστικά δήλωσε μία γυναίκα, ανώτερο διοικητικό στέλεχος Της Ελληνικής Αστυνομίας, ετών 46: *«Ειδικά οι δράσεις για το ηλεκτρονικό έγκλημα και την ασφάλεια του διαδικτύου που κάνει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. θεωρώ ότι λειτουργούν συμβουλευτικά και σε γονείς για το πώς να προσεγγίσουμε καλύτερα τα παιδιά μας έτσι ώστε να αποφύγουν τους κινδύνους από όλες αυτές τις νέες πλατφόρμες δικτύωσης». Επιπλέον, ένας άλλος πολιτικός υπάλληλος, άνδρας ετών 54, απόφοιτος Δευτεροβάθμιας Εκπαίδευσης ανέφερε χαρακτηριστικά: *«Γίνεται γνωστό το έργο των αστυνομικών με τα Δελτία Τύπου και με τις συλλήψεις που κάνουν και τις υποθέσεις που εξιχνιάζουν και έτσι και εμείς αισθανόμαστε πιο ασφαλείς».**

Άλλοι/ες συμμετέχοντες/ουσες (10 στους 30) τόνισαν ότι η σημαντικότητα των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. έγκειται στο γεγονός ότι με αυτό τον τρόπο η Ελληνική Αστυνομία γίνεται πιο προσιτή στο ευρύ κοινό. Όπως χαρακτηριστικά ανέφερε μια γυναίκα, αστυνομικός ετών 39, απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης: *«Η μεγαλύτερη επιβράβευση για εμάς, είναι η αποδοχή του κόσμου στο δύσκολο επάγγελμα που κάνουμε».* Ένας άλλος αστυνομικός, άνδρας, ετών 44 παρατήρησε ότι: *«Πιστεύω ότι αυτό κάνει τους πολίτες να απευθύνονται με περισσότερη άνεση και ευκολία στην Ελληνική Αστυνομία για το πρόβλημά τους».*

Τέλος, μια άλλη κατηγορία απαντήσεων (8 στους 30) εστιάστηκε στην αναφορά ότι μέσω των ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η., η κοινωνία αισθάνεται μεγαλύτερη εμπιστοσύνη στο έργο της Ελληνικής Αστυνομίας.

«Έχω γίνει αποδέκτης συγχαρητηρίων μετά από δημοσίευμα της Ε.Α.Υ.Ν.Η για συλλήψεις που είχαμε κάνει».

Αστυνομικός, 35 ετών, άνδρας, απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

Γνώση των συγκεκριμένων ομάδων κοινού του γεγονότος ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. συμμετέχει ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων/ουσων έδειξαν ότι οι τέσσερις στους/ις 10 από την ομάδα κοινού των ανώτερων στελεχών, οι έξι στους/ις 10 από την ομάδα κοινού των κατώτερων στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και όλοι/ες από την ομάδα κοινού

των διοικητικών στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. γνωρίζουν ότι η Ένωση έχει τον δικό της επίσημο διαδικτυακό ιστότοπο και έχει δημιουργήσει ειδικό λογαριασμό στο facebook.

Οι περισσότεροι/ες συμμετέχοντες/ουσες δήλωσαν ότι από όλες τις ηλεκτρονικές εφαρμογές της Ε.Α.Υ.Ν.Η., κυρίως έχουν αξιοποιήσει την εφαρμογή Viber ως μέσο ενημέρωσης. Ο βασικός λόγος που αναφέρθηκε ήταν για να αντλήσουν πληροφορίες που τους χρειάζονταν για διάφορα ζητήματα. Παρακάτω ακολουθούν ορισμένες χαρακτηριστικές απαντήσεις:

«Οι διαχειριστές της εφαρμογής Viber αναρτούν με μεγάλη συχνότητα δράσεις της Ένωσης αλλά και ενημερώσεις αναφορικά με την εργασία μας, πολύ πιο γρήγορα από την ίδια την υπηρεσία»

Ανώτερο διοικητικό στέλεχος Ε.Α.Υ.Ν.Η., άνδρας ετών 39.

«Μπήκα πρόσφατα στην ιστοσελίδα της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για να δω προσφορές που απευθύνονται στα μέλη της Ένωσης και τις βρήκα ανανεωμένες και επικαιροποιημένες»

Αστυνομικός, άνδρας, ετών 48.

Αναφορικά με τους/ις συμμετέχοντες/ους που δεν γνώριζαν για τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης που αξιοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι κύριοι λόγοι που αναφέρθηκαν για το γεγονός ότι δεν το ήξεραν ήταν επειδή α) τα άτομα αυτά δεν είναι εξοικειωμένα με τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης β) δεν τους χρειάστηκε κάπου και γ) δεν έχουν δικούς τους λογαριασμούς στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και δεν χρησιμοποιούν τόσο πολύ στην καθημερινότητά τους το Διαδίκτυο και την εφαρμογή ανταλλαγής μηνυμάτων Viber.

Βασικές πηγές ενημέρωσης των συγκεκριμένων ομάδων κοινού για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Οι συμμετέχοντες/ουσες από τις ομάδες κοινού των ανώτερων διοικητικών στελεχών Ε.Α.Υ.Ν.Η., καθώς και των κατώτερων στελεχών δήλωσαν ότι οι κυριότερες πηγές ενημέρωσης για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. προέρχονται από το Διαδίκτυο, ωστόσο πρόσθεσαν ότι πληροφορούνται για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και από άλλες πηγές όπως διάφορα υπηρεσιακά έγγραφα που διαβιβάζονται στις Υπηρεσίες της Αστυνομίας και ενημερώνουν το προσωπικό αναφορικά με εκδηλώσεις εορταστικού, κοινωνικού, φιλανθρωπικού χαρακτήρα, καθώς και αφίσες που υπάρχουν στους χώρους των Υπηρεσιών Αστυνομικών καταστημάτων κλπ.

Βαθμός ικανοποίησης των συγκεκριμένων ομάδων κοινού για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Οι απαντήσεις που έδωσαν τα άτομα της έρευνας έδειξαν τα εξής:

Όσον αφορά στην ομάδα κοινού των ανώτερων στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας, οι επτά στους/ις 10 των συμμετεχόντων/ουσών ανέφεραν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι/ες και οι τρεις στους/ις 10 αρκετά ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Όσον αφορά στην ομάδα κοινού των ανώτερων διοικητικών στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι οκτώ στους/ις 10 των συμμετεχόντων/ουσών ανέφεραν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι/ες και οι δύο στους/ις 10 αρκετά ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Όσον αφορά στην ομάδα κοινού των κατώτερων στελεχών, οι οκτώ στους/ις 10 των συμμετεχόντων/ουσών ανέφεραν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι/ες και οι δύο στους/ις 10 αρκετά ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Επιθυμία που εκφράζουν οι συγκεκριμένες ομάδες κοινού για επιπλέον δράσεις που θα ήθελαν να πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Σε γενικές γραμμές, οι συμμετέχοντες/ουσες της έρευνας ανέφεραν ότι είναι σε υψηλό βαθμό ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., ωστόσο στην ερώτηση για το εάν θα επιθυμούσαν κάτι παραπάνω ή διαφορετικό, οι απαντήσεις εστιάστηκαν στα παρακάτω σημεία:

Μια κατηγορία απαντήσεων επικεντρώθηκε στη σύνδεση των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. με τον τομέα της ασφάλειας και της εφαρμογής του νόμου.

«Θα ήθελα η Ε.Α.Υ.Ν.Η. να προβάλλει πιο πολύ τις συλλήψεις που κάνουμε για να αισθάνεται και ο κόσμος πιο ασφαλής»

Αστυνομικός, 33 ετών, άνδρας, απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

«Καλό θα ήταν η Ε.Α.Υ.Ν.Η. να δημοσιοποιούσε ακόμα πιο πολύ τις επιτυχίες που έχουμε στην εξιχνίαση των εγκλημάτων, έτσι ώστε η κοινωνία να αντιληφθεί ακόμα περισσότερο ότι εμείς οι αστυνομικοί προσπαθούμε πολύ στο να κάνουμε καλά τη δουλειά μας»

Αστυνομικός, άνδρας, 29 ετών.

Μια άλλη κατηγορία απαντήσεων επικεντρώθηκε στη σύνδεση των Δημοσίων Σχέσεων της Ελληνικής Αστυνομίας με τη νέα γενιά.

«Θα ήθελα και στις μικρές πόλεις όπως είναι η Ημαθία, η Ε.Α.Υ.Ν.Η. να κάνει ενημερωτικές ημερίδες και να ενημερώνει τους εφήβους και τα παιδιά του σχολείου για διάφορα ζητήματα κλπ.»

Κατώτερο στέλεχος της Ελληνικής Αστυνομίας, 43 ετών, γυναίκα.

Μια κατηγορία απαντήσεων επικεντρώθηκε στη σύνδεση των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. με τα κοινωνικά προβλήματα της σύγχρονης εποχής.

«Θα ήθελα η Ε.Α.Υ.Ν.Η. να συμμετέχει σε δράσεις που αφορούν κοινωνικά ζητήματα και να συνεργαστεί ακόμα πιο πολύ με κοινωνικούς φορείς για την αντιμετώπιση των κοινωνικών προβλημάτων αναδεικνύοντας έτσι και τον ενεργό ρόλο της Αστυνομίας στην αντιμετώπιση τέτοιων φαινομένων»

Ανώτερο διοικητικό στέλεχος, Αξιωματικός της Ελληνικής Αστυνομίας, άνδρας, ετών 46.

Βαθμός αλλαγής των αντιλήψεων και της εικόνας των συγκεκριμένων ομάδων κοινού για την Ε.Α.Υ.Ν.Η. μέσα από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Όλοι οι συμμετέχοντες/ουσες της έρευνας και από τις τρεις ομάδες κοινού ανέφεραν ότι η αντίληψη τους για την Ε.Α.Υ.Ν.Η. έχει αλλάξει προς το καλύτερο και έχουν μια πιο θετική εικόνα για το συνδικαλιστικό κίνημα, στην εμπέδωση της οποίας συμβάλλουν κατά πολύ οι ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Παρακάτω ακολουθούν ορισμένες χαρακτηριστικές απαντήσεις που έδωσαν οι συμμετέχοντες/ουσες της έρευνας:

«Βλέπω ότι πλέον η Ε.Α.Υ.Ν.Η. εκσυγχρονίζεται»

Αξιωματικός, 54 ετών, άνδρας, απόφοιτος Τριτοβάθμιας Εκπαίδευσης.

«Το συνδικαλιστικό κίνημα ακολουθεί πλέον τις ανάγκες της εποχής»

Ανώτερο διοικητικό στέλεχος της Ε.Α.Υ.Ν.Η., άνδρας 41 ετών.

«Χαίρομαι γιατί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. έχει δημιουργήσει ένα περιβάλλον ενημέρωσης των μελών της, με αποτέλεσμα να έρχονται πιο κοντά οι νέοι συνάδερφοι μέσα στο συνδικαλιστικό κίνημα»

Διοικητικό στέλεχος της Ε.Α.Υ.Ν.Η., άνδρας 43 ετών.

«Παρατηρώ πως στην αντίληψη μου πλέον υπερισχύουν τα θετικά παρά τα αρνητικά για τη λειτουργία του συνδικαλιστικού κινήματος της Ελληνικής Αστυνομίας»
Αστυνομικός, άνδρας 31 ετών.

Σχολιασμός των ευρημάτων

Ο κύριος στόχος των συνεντεύξεων που πραγματοποιήσαμε ήταν να διερευνήσουμε το πώς αντιλαμβάνονται οι τρεις πιο σημαντικές ομάδες εσωτερικού κοινού τις Δημόσιες Σχέσεις που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. και να μελετήσουμε τον αντίκτυπο που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων στις ομάδες αυτές. Για το λόγο αυτό επιλέξαμε να πραγματοποιήσουμε συνεντεύξεις με άτομα που αποτελούν μέλη τριών βασικών ομάδων κοινού που αναφέρονται στο εσωτερικό κυρίως κοινό της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Συγκεκριμένα, όσον αφορά το κοινό αυτό, επικεντρωθήκαμε σε στελέχη που αφενός εργάζονται στον Οργανισμό της Ελληνικής Αστυνομίας, αφετέρου δε αποτελούν και μέλη του συνδικαλιστικού οργάνου που είναι η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας.

Ένα πρώτο βασικό εύρημα που εξάγεται από τα αποτελέσματα των απαντήσεων των ατόμων που συμμετείχαν στην έρευνα είναι ότι όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες και από τις τρεις ομάδες κοινού έχουν άμεση γνώση του γεγονότος ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. εφαρμόζει δράσεις Δημοσίων Σχέσεων. Ειδικότερα, οι κυριότερες δράσεις που ανέφεραν ότι γνωρίζουν τα άτομα είναι τα δελτία Τύπου που εκδίδει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι συνεντεύξεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης, οι ανακοινώσεις στην εφαρμογή Viber, εργαλεία που είναι αρκετά διαδεδομένα γενικώς στη διαδικασία εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων κάθε Οργανισμού ή επιχείρησης (Κουτούπης, 2016). Το γεγονός αυτό αποτελεί μια πρώτη θετική ένδειξη αναφορικά με την αναγνωρισιμότητα που έχουν οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. στις διάφορες ομάδες κοινού. Επιπρόσθετα, η ομάδα του εσωτερικού κοινού των στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και κατά συνέπεια της Ελληνικής Αστυνομίας, παρατηρήθηκε ότι γνώριζε αρκετές δράσεις Δημοσίων Σχέσεων, εύρημα το οποίο είναι αναμενόμενο λόγω της προσωπικής εμπλοκής και επαφής των αστυνομικών με την καθημερινή λειτουργία του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Η ομάδα των στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η., επίσης, ανέφερε αρκετές δράσεις Δημοσίων Σχέσεων οι οποίες έχουν ειδική στόχευση, κυρίως ως προς το εσωτερικό περιβάλλον του Οργανισμού, όπως για παράδειγμα ο εορτασμός της ‘Ημέρας της Αστυνομίας’, ο φόρος Τιμής στους πεσόντες Αστυνομικούς, οι βραβεύσεις των μελών της Ε.Α.Υ.Ν.Η., η εθελοντική αιμοδοσία κλπ. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι τα στελέχη της Αστυνομίας φαίνεται να

αναγνωρίζουν ότι ο Οργανισμός στον οποίο συμμετέχουν, κάνει προσπάθειες για να εκφράσει το ενδιαφέρον του για τους ίδιους. Η επίτευξη της αίσθησης των εργαζομένων ότι ο Οργανισμός νοιάζεται για τους υπαλλήλους του αποτελεί έναν από τους βασικούς στόχους των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων κάθε Οργανισμού και είναι ένας πολύ βασικός παράγοντας που επηρεάζει θετικά την αποδοτικότητα των στελεχών και την εικόνα που έχουν για τον Οργανισμό (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

Μια άλλη σημαντική διαπίστωση της έρευνας είναι ότι όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες θεώρησαν ότι οι Δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι πολύ σημαντικές. Η διαπίστωση αυτή έρχεται σε συμφωνία με μια βασική παραδοχή της βιβλιογραφίας ότι το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων έχει αποκτήσει μεγάλη αναγνώριση και κερδίζει ολοένα και περισσότερη αποδοχή από το ευρύ κοινό το οποίο αντιλαμβάνεται τη σημασία και τη σπουδαιότητα του (Κοτζαϊβάζογλου και Πασχαλούδης, 2016). Η ανάλυση των απαντήσεων έδειξε ότι οι συμμετέχοντες/ουσες της έρευνας και από τις τρεις ομάδες εσωτερικού κοινού ανέφεραν τρεις βασικούς λόγους για τους οποίους θεωρούν ότι οι Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι σημαντικές:

α) οι Δημόσιες Σχέσεις βοηθούν να δημοσιοποιούνται οι δράσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η. με αποτέλεσμα τα άτομα να νιώθουν πιο ασφαλή,

β) Οι Δημόσιες Σχέσεις κάνουν την Αστυνομία και την Ε.Α.Υ.Ν.Η. να είναι πιο ‘ανοιχτή’ στην κοινωνία και

γ) οι Δημόσιες Σχέσεις ενημερώνουν την κοινωνία για τις δράσεις της Αστυνομίας και της Ε.Α.Υ.Ν.Η. με αποτέλεσμα τα άτομα να απολαμβάνουν περισσότερο σεβασμό και εμπιστοσύνη από τους πολίτες.

Οι απόψεις αυτές των ατόμων και από τις τρεις ομάδες κοινού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. βρίσκονται σε αντιστοιχία με του βασικούς σκοπού , όπως αυτός έχει διαμορφωθεί στις καταστατικές διατάξεις εν γένει του συνδικαλιστικού κινήματος. Οι απόψεις των ατόμων δείχνουν ότι οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. μπορούν να συμβάλλουν σε μεγάλο βαθμό στην ουσιαστική μετάδοση του μηνύματος της ‘Αστυνομίας δίπλα στον πολίτη’, κάτι που αποτελεί βασική προτεραιότητα του συνδικαλιστικού κινήματος.

Επιπλέον, η αντίληψη των ομάδων εσωτερικού κοινού για τη σημαντικότητα της επίδρασης που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η. βρίσκεται σε συμφωνία με τον πρωταρχικό στόχο που πρέπει να θέτουν οι Δημόσιες Σχέσεις κάθε Οργανισμού που είναι η καλλιέργεια σχέσης εμπιστοσύνης και διαφάνειας μεταξύ του Οργανισμού και των ομάδων κοινού του (Heath, 2001).

Ένα ενδιαφέρον εύρημα της έρευνας είναι ότι οι συμμετέχοντες/ουσες σε ικανοποιητικό ποσοστό από την ομάδα κοινού των κατώτερων μελών και από την ομάδα κοινού των ανώτερων διοικητικών στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. καθώς και όλοι/ες οι συμμετέχοντες/ουσες από την ομάδα κοινού των ανωτέρων στελεχών της Ελληνικής Αστυνομίας γνώριζαν ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. χρησιμοποιεί τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Το γεγονός ότι η ομάδα των στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. γνώριζε αυτή τη δράση Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. σε σημαντικά υψηλότερο βαθμό από τις υπόλοιπες ομάδες κοινού μπορεί να εξηγηθεί, όπως αναφέρθηκε και νωρίτερα, λόγω της καθημερινής ενασχόλησης της ομάδας αυτής με τη λειτουργία του Οργανισμού – Ε.Α.Υ.Ν.Η. Τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και το Διαδίκτυο αποτελούν πλέον ένα αναπόσπαστο εργαλείο στη διαδικασία εφαρμογής των Δημοσίων Σχέσεων κάθε Οργανισμού ή επιχείρησης και την προεξάρχουσα τάση στο πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων (Ξύγγη, 2012). Τα περισσότερα άτομα που ανέφεραν ότι γνώριζαν ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. διαθέτει λογαριασμό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης δήλωσαν ότι χρησιμοποίησαν μια τέτοια υπηρεσία και έμειναν ικανοποιημένα από τη χρήση του. Ωστόσο, αναφέρθηκε και ένας αριθμός ατόμων που σημείωσαν ότι δεν είναι εξοικειωμένα με τις νέες τεχνολογίες και ότι δεν τους φάνηκε κάπου χρήσιμη αυτή η υπηρεσία. Παρά το γεγονός ότι, όπως φαίνεται, υπάρχουν άτομα που δεν χρησιμοποιούν ακόμα τόσο πολύ τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης, εντούτοις η Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι σημαντικό να δώσει μεγαλύτερη έμφαση στον τομέα αυτό και να καταβάλλει προσπάθειες στο να προωθήσει ακόμα περισσότερο στα άτομα των διαφόρων ομάδων κοινού το ενδιαφέρον τους για τους λογαριασμούς που διαθέτει ή που πρόκειται να διαθέσει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και στο Διαδίκτυο. Με αυτό τον τρόπο, θα διευρύνει τη δυνατότητα επικοινωνίας των ομάδων αυτών με την Ε.Α.Υ.Ν.Η. και θα ‘ανοιχτεί’ ακόμα περισσότερο στην κοινωνία, γεγονός που όπως σημειώθηκε προηγουμένως χαρακτηρίζεται ως πολύ σημαντικό από τα μέλη των διαφόρων ομάδων εσωτερικού κοινού.

Οι συμμετέχοντες/ουσες ανέφεραν, επίσης, ότι ενημερώνονται για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. από διάφορες πηγές και μέσα όπως το

Διαδίκτυο, τον έντυπο τύπο τοπικών εφημερίδων , κλπ. Η ομάδα των χαμηλόβαθμων στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. ανέφερε επιπρόσθετες πηγές πληροφόρησης που σχετίζονται με εσωτερικές διαδικασίες λειτουργίας όπως υπηρεσιακά έγγραφα, αφίσες στους χώρους των αστυνομικών Τμημάτων και τους πίνακες ανακοινώσεων αλλά και από την κυκλοφορία του περιοδικού 'Αστυνομική Ανασκόπηση'. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι υπάρχει μια ποικιλία στους τρόπους με τους οποίους έρχονται σε επαφή οι διάφορες ομάδες κοινού με τις ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., αλλά και ότι ο Οργανισμός αυτός, αξιοποιεί μια σειρά από πηγές ενημέρωσης προκειμένου να επικοινωνήσει τόσο με το εσωτερικό όσο και το εξωτερικό κοινό του. Όπως έχει τονιστεί στη βιβλιογραφία, η σχέση μεταξύ του Κλάδου των Δημοσίων Σχέσεων και των μέσων ενημέρωσης είναι μια σχέση συνεργατική και συμπληρωματική που διέπεται από ένα κοινό υπόβαθρο διάχυσης πληροφορίας (Seitel, 2017).

Μια άλλη βασική ερώτηση που διατυπώσαμε στη συνέντευξη αφορούσε την αξιολόγηση του βαθμού ικανοποίησης των ομάδων κοινού από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Τα ευρήματα της έρευνας έδειξαν ότι ένα εντυπωσιακά μεγάλο ποσοστό των συμμετεχόντων/ουσων και από τις τρεις ομάδες εσωτερικού κοινού ανέφεραν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Τα αποτελέσματα αυτά είναι ιδιαίτερα ενθαρρυντικά όσον αφορά το κατά πόσο οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιούνται από την Ε.Α.Υ.Ν.Η. καταφέρνουν να πετυχαίνουν το στόχο τους. Η άποψη των ομάδων κοινού για το βαθμό ικανοποίησής τους από τις Δημόσιες Σχέσεις της επιχείρησης ή Οργανισμού είναι ένα βασικό κριτήριο που προσδιορίζει το εάν και σε ποιο βαθμό οι συγκεκριμένες στρατηγικές Δημοσίων Σχέσεων που σχεδιάζονται και εφαρμόζονται από την επιχείρηση ή τον Οργανισμό πετυχαίνουν τους προκαθορισμένους στόχους (Watson, 2012). Στην περίπτωση του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η., φαίνεται ότι οι εσωτερικές ομάδες κοινού της, αναγνωρίζουν και επιδοκιμάζουν σε υψηλό βαθμό τις ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η.

Παρά το γεγονός ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων/ουσων ανέφεραν πολύ υψηλή ικανοποίηση από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων, εντούτοις υπάρχουν περιθώρια βελτίωσης. Ένας από τους βασικούς στόχους, άλλωστε, της αποτίμησης των δράσεων Δημόσιων Σχέσεων είναι να προσδιοριστούν τυχόν παραλείψεις ή

αδυναμίες έτσι ώστε να βελτιωθούν ακόμη περισσότερο οι παρεχόμενες δράσεις των Δημοσίων Σχέσεων ενός Οργανισμού (Baskin, Aronof & Lattimore, 2001).

Οι συμμετέχοντες/ουσες στην έρευνά μας επικεντρώθηκαν σε τρεις βασικές κατευθύνσεις όσον αφορά τις ενέργειες που θα επιθυμούσαν περισσότερο από τις Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η.:

α) εντατική και συχνότερη επικοινωνιακή προβολή των δράσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. που έχουν σχέση με επιτυχίες του Σώματος προκειμένου το αίσθημα της ασφάλειας του κόσμου να ενισχυθεί

β) προσέγγιση της νέας γενιάς μέσα από δράσεις που έχουν στόχο να ευαισθητοποιήσουν και να υποστηρίξουν τη νεολαία αναφορικά με το συνδικαλιστικό κίνημα

γ) αύξηση των δράσεων με κοινωνικό αποτύπωμα που συνδέονται με μια ουσιαστική συνδρομή της Αστυνομίας εν γένει στην επίλυση των κοινωνικών προβλημάτων.

Η θετική αξιολόγηση των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. από τους/ις συμμετέχοντες/ουσες της έρευνας είχε ως φυσικό επακόλουθο τη διαπίστωση ενός πολύ σημαντικού ευρήματος που έχει να κάνει με την αλλαγή των στάσεων των ατόμων απέναντι στην εικόνα του συνδικαλιστικού φορέα της Ελληνικής Αστυνομίας. Το γεγονός αυτό αποτελεί μια σοβαρή ένδειξη επιτυχημένης λειτουργίας του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων όταν καταφέρνει να επιφέρει θετικές αλλαγές στην αντίληψη και στη γνώμη των ομάδων κοινού για τον Οργανισμό (Smith, 2005). Στην έρευνά μας, αρκετοί/ές συμμετέχοντες/ουσες και από τις τρεις ομάδες εσωτερικού κοινού ανέφεραν ότι η εικόνα τους για την Ε.Α.Υ.Ν.Η. έχει αλλάξει προς το θετικότερο ως αποτέλεσμα των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων που γνωρίζουν ότι εφαρμόζει ο Οργανισμός. Συγκεκριμένα, οι περισσότεροι/ές συμμετέχοντες/ουσες εστίασαν σε σημεία – αλλαγές όπως ο εκσυγχρονισμός του συνδικαλιστικού φορέα, η ανάδειξη του κοινωνικού του προσώπου, η ενίσχυση του ρόλου της ως προστάτη των εργασιακών δικαιωμάτων των μελών του, η ενδυνάμωση της αξιοπιστίας και της διαφάνειας στην πληροφόρηση που μεταδίδει, καθώς και η αναβάθμιση της λειτουργίας του στο πλαίσιο των αλλαγών που συντελούνται στο κοινωνικό και πολιτισμικό περιβάλλον. Η μεταβολή των στάσεων των ομάδων εσωτερικού κοινού για το συνδικαλιστικό κίνημα και η βελτίωση της εικόνας της Ε.Α.Υ.Ν.Η. είναι μια διαδικασία που φαίνεται να υπογραμμίζει τον καθοριστικό ρόλο που έχει το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων ενός Οργανισμού στο να προωθεί την αλλαγή των

κοινωνικών αντιλήψεων και την αλληλοκατανόηση μεταξύ Οργανισμών και των ομάδων κοινού (Ξύγγη, 2012).

Οι απαντήσεις των συμμετεχόντων/ουσων αποτελούν μια ένδειξη ότι η στόχευση των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. πρέπει να κατευθύνεται σε πολλαπλά επίπεδα που συμπληρώνει το ένα το άλλο. Οι προτεραιότητες αυτές, έτσι όπως αξιολογούνται από τις ομάδες κοινού είναι σημαντικό να αποτελέσουν αναγκαία στοιχεία μιας συνολικής επικοινωνιακής πολιτικής της Ελληνικής Αστυνομίας που θα εστιάζεται, τόσο στην εμπέδωση της ασφάλειας, όσο και στην ενίσχυση της κοινωνικής συνοχής και στην ακόμα μεγαλύτερη προσέγγιση προς τις νεότερες ηλικίες.

Συμπεράσματα – Περιορισμοί της έρευνας – Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Το επιστημονικό πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων έχει γίνει αντικείμενο διατριβής πολλών ερευνών στη διεθνή βιβλιογραφία (Cheng, 2018). Αρκετά ερευνητικά στοιχεία δείχνουν ότι ο κλάδος των Δημοσίων Σχέσεων σε έναν Οργανισμό έχει καθοριστική συμβολή στην εν γένει λειτουργία και ανάπτυξη του Οργανισμού (Volk, 2016). Ο στόχος της παρούσας έρευνας ήταν να αναλύσουμε το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων στον Οργανισμό της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας. Η ανάλυση του αντικειμένου των Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η. πραγματοποιήθηκε σε δύο βασικά μέρη, στα οποία διατυπώσαμε ξεχωριστά ερευνητικά ερωτήματα.

Στο Α΄ Μέρος θέσαμε τρία ερευνητικά ερωτήματα που είχαν να κάνουν αντίστοιχα με το κατά πόσο ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. θεωρεί σημαντικές τις Δημόσιες Σχέσεις, το εάν εφαρμόζει κάποιο συγκεκριμένο στρατηγικό σχέδιο επικοινωνιακής πολιτικής και ποιες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων υλοποιεί ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η.. Χρησιμοποιώντας δεδομένα, τόσο από πρωτογενείς, όσο και από δευτερογενείς πηγές, διερευνήσαμε τη σημασία των Δημοσίων Σχέσεων για τον Οργανισμό του συνδικαλιστικού φορέα της Ελληνικής Αστυνομίας, αναλύσαμε τις βασικές αρχές λειτουργίας του Τμήματος Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., περιγράψαμε τη στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., η οποία προσδιορίζεται κυρίως στις καταστατικές διατάξεις των συνδικαλιστικών φορέων και ακολούθως προβήκαμε σε μια διεξοδική παρουσίαση των κυριότερων δράσεων Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί ο Οργανισμός, προκειμένου να απαντήσουμε στα ερευνητικά ερωτήματα που διατυπώσαμε.

Ένα πρώτο βασικό συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα μας είναι ότι ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. δίνει ιδιαίτερη βαρύτητα και θεωρεί πολύ σημαντική την πραγματοποίηση ενεργειών Δημοσίων Σχέσεων. Ο αριθμός και το εύρος των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιούνται, η εκπόνηση στρατηγικού επικοινωνιακού σχεδίου εφαρμογής Δημοσίων Σχέσεων, αλλά και η ίδρυση ανάθεση συγκεκριμένου ρόλου με καθήκοντα υπεύθυνου - αρμόδιου Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η., δείχνουν ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. αξιολογεί πολύ σοβαρά και θεωρεί ιδιαίτερα σημαντικό το αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων.

Στην παρούσα έρευνα περιγράψαμε συνολικά 15 δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. και αυτό αποτελεί μια ισχυρή ένδειξη ότι ο συγκεκριμένος Οργανισμός δίνει ιδιαίτερη έμφαση στο πεδίο αυτό και θεωρεί τις Δημόσιες Σχέσεις πολύ σημαντικές. Στην έρευνά μας παρουσιάσαμε μια σειρά από δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η. οι οποίες έχουν στόχευση στο εσωτερικό κοινό της. Ενδεικτικά, όσον αφορά τη στόχευση στο εσωτερικό κοινό της, παρουσιάστηκαν δράσεις Δημοσίων Σχέσεων, οι συνεντεύξεις Τύπου και οι συνεντεύξεις σε μέσα μαζικής ενημέρωσης, η οργάνωση εκδηλώσεων, οι ημερίδες και τα συνέδρια που οργανώνει και συμμετέχει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., οι δωρεές, χορηγίες και κοινωνικές δράσεις που πραγματοποιεί όπως εθελοντική συγκέντρωση, χρημάτων, ειδών ρουχισμού, τροφίμων και εθελοντική αιμοδοσία, οι πολιτιστικές δράσεις που οργανώνει, όπως οι εκδηλώσεις που πραγματοποιούνται για την ‘Ημέρα της Αστυνομίας’ και την ‘Ημέρα των Αποστράτων της Αστυνομίας’, οι εκδηλώσεις φόρου τιμής στους πεσόντες αστυνομικούς, οι βραβεύσεις αστυνομικών που διακρίθηκαν για τις ενέργειές τους, η έκδοση του περιοδικού ‘Αστυνομική Ανασκόπηση’, οι ενδοϋπηρεσιακές εκπαιδεύσεις που υλοποιούνται από την Ε.Α.Υ.Ν.Η., η ύπαρξη κατασκήνωσης για τις οικογένειες των αστυνομικών κλπ. Ιδιαίτερο ενδιαφέρον παρουσιάζει το γεγονός ότι η Ε.Α.Υ.Ν.Η. αξιοποιεί το Διαδίκτυο και τα μέσα κοινωνικής δικτύωσης έχοντας δημιουργήσει τον δικό της δικτυακό τόπο, καθώς και λογαριασμό στο facebook, ως μέσο επικοινωνίας, τόσο με το εξωτερικό, όσο και το εσωτερικό κοινό της. Το εύρημα αυτό δείχνει ότι ο Οργανισμός της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας φαίνεται να παρακολουθεί τις εξελίξεις στον ψηφιακό και τεχνολογικό τομέα οι οποίες έχουν καθοριστική επίδραση και στο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων. Σύμφωνα με διαπιστώσεις της βιβλιογραφίας, η διαδεδομένη χρήση των νέων τεχνολογιών στη σύγχρονη εποχή πρέπει να αποτελεί ένα σημαντικό εργαλείο για τον κλάδο των Δημοσίων Σχέσεων κάθε Οργανισμού ή επιχείρησης (Kent & Saffer, 2014).

Ένα δεύτερο συμπέρασμα που προκύπτει από την έρευνα είναι ότι ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. έχει καταρτίσει στρατηγικό σχέδιο το οποίο αποτελεί τον οδηγό και τη βάση για την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στο συνδικαλισμό. Όπως ανέφεραν τα δύο στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η., η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας έχει προσαρτήσει στις καταστατικές της διατάξεις καθήκοντα και συγκεκριμένες αρμοδιότητες υπευθύνου Δημοσίων Σχέσεων μέσα στις οποίες τονίζεται με ιδιαίτερη έμφαση η ανάγκη για την επιδίωξη της ανάπτυξης αμοιβαίων

σχέσεων εμπιστοσύνης με την κοινωνία και τους πολίτες αλλά και τους ίδιους τους αστυνομικούς προκειμένου να επιτευχθούν οι στόχοι της ασφάλειας και της κοινωνικής ειρήνης. Όλες οι παραπάνω δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που περιεγράφηκαν δείχνουν ότι ο επικοινωνιακός στόχος και η στρατηγική Δημοσίων Σχέσεων του Οργανισμού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για τη μετάδοση του μηνύματος «Δίπλα στο συνάδερφο, κοντά στον πολίτη» φαίνεται να βρίσκουν εφαρμογή σε σημαντικό βαθμό μέσα από το εύρος των Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιούνται. Όπως έχει τονιστεί στη βιβλιογραφία, οι στόχοι των Οργανισμών δημοσίου συμφέροντος είναι κυρίως η εμπέδωση της εμπιστοσύνης του κοινού στην αποστολή του Οργανισμού και η ανάπτυξη της συνεργασίας με την κοινωνία έτσι ώστε να καλλιεργηθεί και να αυξηθεί η θετική εικόνα για τον Οργανισμό (Willis, 2012).

Στο Β' Μέρος της έρευνας, πραγματοποιήσαμε 30 συνεντεύξεις με άτομα που απαρτίζουν τις τρεις πιο σημαντικές ομάδες εσωτερικού κοινού της Ε.Α.Υ.Ν.Η. για να διερευνήσουμε τον αντίκτυπο και την απήχηση που έχουν αυτές οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων στις συγκεκριμένες ομάδες κοινού. Τα ερευνητικά ερωτήματα που θέσαμε είχαν να κάνουν με το κατά πόσο οι συγκεκριμένες ομάδες κοινού θεωρούν σημαντικές τις ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που εφαρμόζει η Ε.Α.Υ.Ν.Η., ποιες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων γνωρίζουν και πώς τις αντιλαμβάνονται και τις αξιολογούν. Τα ευρήματα της έρευνας προσέφεραν αξιόλογα συμπεράσματα τα οποία είναι σημαντικό να αποτυπωθούν.

Ένα βασικό συμπέρασμα το οποίο μπορεί να εξαχθεί από την παρούσα έρευνα είναι ότι οι δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. φαίνεται να βρίσκουν απήχηση στις ομάδες εσωτερικού στις οποίες στοχεύουν. Καταρχάς, τα δυο στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η. απ' τα οποία πήραμε συνέντευξη ανέφεραν ότι σε όλες τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που υλοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η., έχουν παρατηρήσει ότι η ανταπόκριση του κόσμου είναι έκδηλη και πολύ θερμή. Επιπλέον, οι απαντήσεις των συμμετεχόντων/ουσων των τριών ομάδων κοινού στις συνεντεύξεις που πραγματοποιήσαμε έδειξαν ότι τα άτομα γνωρίζουν αρκετές δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. τις οποίες, αξιολογούν, σε υψηλό βαθμό, ως πολύ σημαντικές. Ένα άλλο σημαντικό κριτήριο, επίσης, που 'κορυφώνει' την απήχηση των Δημοσίων Σχέσεων έχει να κάνει με το βαθμό ικανοποίησης των ατόμων (Ξύγγη, 2012). Στην παρούσα έρευνα, διατυπώσαμε αυτήν την ερώτηση στους/ις συμμετέχοντες/ουσες οι οποίοι/ες σε μεγάλο βαθμό ανέφεραν ότι είναι πολύ ικανοποιημένοι/ες από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. και σε ένα

μικρότερο βαθμό ότι είναι αρκετά ικανοποιημένοι/ες. Το εύρημα αυτό αποτελεί μια ένδειξη ότι οι ομάδες κοινού της E.A.Y.N.H. δείχνουν να επιδοκιμάζουν τις επικοινωνιακές ενέργειες της Ένωσης που έχουν στόχο να προσεγγίσουν τις ομάδες κοινού της. Το δεδομένο αυτό μας οδηγεί, επιπλέον, στην εκτίμηση ότι οι ομάδες κοινού επιθυμούν την επίτευξη στενής σχέσης με την E.A.Y.N.H., γεγονός που τις κάνει, όπως ανέφεραν, να νιώθουν περισσότερη ασφάλεια, αλλά και εμπιστοσύνη και σεβασμό στο έργο των μελών της. Μάλιστα, το επιπρόσθετο εύρημα που αποτυπώνει ακόμα πιο ευδιάκριτα την επίδραση που έχουν οι Δημόσιες Σχέσεις στην αντίληψη και στις πεποιθήσεις των αστυνομικών είναι το γεγονός ότι η μεγάλη πλειοψηφία των συμμετεχόντων/ουσών της έρευνας ανέφερε ότι η εικόνα που έχουν για την Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας έχει αλλάξει προς το θετικότερο ως αποτέλεσμα των Δημόσιων Σχέσεων που εφαρμόζονται από την E.A.Y.N.H.. Η διαπίστωση αυτή μας οδηγεί στο συμπέρασμα ότι το πεδίο των Δημοσίων Σχέσεων μπορεί να διαδραματίσει ένα καίριο ρόλο και να συμβάλλει σημαντικά στην ανάπτυξη και ανάδειξη ενός προσώπου της Αστυνομίας που θα έχει 'κατακτήσει' την αναγνώριση και την αποδοχή από το κοινωνικό σύνολο.

Η παρούσα έρευνα που εκπονήσαμε έχει ορισμένους περιορισμούς: Ένας πρώτος περιορισμός έχει να κάνει με το γεγονός ότι το δείγμα των συμμετεχόντων/ουσών είναι αρκετά μικρό (30 άτομα από τις τρεις ομάδες εσωτερικού κοινού). Παρά το γεγονός ότι ορίσαμε αντιπροσωπευτικότητα στο δείγμα (π.χ. ίσος αριθμός ανδρών και γυναικών σε δυο από τις ομάδες κοινού, επιλογή αστυνομικών από διάφορες υπηρεσίες, και επιλογή υπαλλήλων – στελεχών του ίδιου του φορέα), είναι πιθανό τα συμπεράσματα της παρούσας έρευνας να μην μπορούν να γενικευτούν με απόλυτη αξιοπιστία. Επιπλέον, ένας άλλος περιορισμός αφορά το γεγονός ότι η αξιολόγηση της απήχησης των δράσεων Δημοσίων Σχέσεων της E.A.Y.N.H. στηρίχθηκε στις προσωπικές αναφορές των συμμετεχόντων/ουσών. Αρκετές έρευνες δείχνουν ότι οι προσωπικές αναφορές εξ ορισμού εμπεριέχουν ένα έντονο στοιχείο υποκειμενικότητας (Lindenmann, 2006). Ένας ακόμη περιορισμός της έρευνας αφορά τις συγκεκριμένες ερωτήσεις που διατυπώσαμε οι οποίες εξέτασαν συγκεκριμένα ερευνητικά ερωτήματα. Πιθανόν, θα μπορούσαμε να συμπεριλάβουμε στην έρευνα μας και άλλες ερωτήσεις που θα ήταν πιο εξειδικευμένες. Για παράδειγμα, θα μπορούσαμε να διερευνήσουμε και άλλα ζητήματα, όπως το κατά πόσο υπάρχει η αίσθηση στο προσωπικό ότι ο συνδικαλιστικός φορέας E.A.Y.N.H. μεριμνά για την ικανοποίηση των διαφόρων αναγκών τους για εκπαίδευση,

οικονομική ενίσχυση, ηθική συμπαράσταση ή το βαθμό στον οποίο τα προσωπικά νιώθει εργασιακό στρες. Αντίθετα, για την ομάδα κοινού των διοικητικών στελεχών της Ε.Α.Υ.Ν.Η. θα μπορούσαμε να διερευνήσουμε παράγοντες που σχετίζονται με την αξιολόγηση της συνεργασίας που υπάρχει με την Διοίκηση του Οργανισμού της Ελληνικής Αστυνομίας ή την αξιολόγηση του βαθμού ανταπόκρισης σε διάφορα αιτήματα που πιθανόν εκφράζονται από τους φορείς αυτούς. Τέταρτον, ένας ακόμη περιορισμός της έρευνας έχει να κάνει με το γεγονός ότι στη διαδικασία συλλογής δεδομένων από τις πρωτογενείς και δευτερογενείς πηγές, για κάποιες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων δεν καταφέραμε να συγκεντρώσουμε επαρκή στοιχεία για την ακριβή συχνότητα με την οποία πραγματοποιούνται οι δράσεις αυτές (π.χ. πόσο συχνά οργανώνονται οι εθελοντικές αιμοδοσίες).

Τα πορίσματα της έρευνάς μας έχουν σημαντικές προεκτάσεις για τον Οργανισμό του συνδικαλιστικού οργάνου «Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας» και τη λειτουργία του. Τα ευρήματα της έρευνάς μας θα μπορούσαν να αξιοποιηθούν από την Δευτεροβάθμια συνδικαλιστική οργάνωση της Ελληνικής Αστυνομίας η οποία είναι η Πανελλήνια Ομοσπονδία Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας, προκειμένου να διευρυνθεί και να αναβαθμιστεί ο Κλάδος των Δημοσίων Σχέσεων και να οργανωθούν και να σχεδιαστούν επιπρόσθετες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που θα βρίσκονται σε 'ταύτιση' με τις ανάγκες των ομάδων κοινού. Η έρευνά μας έδειξε ότι οι ομάδες εσωτερικού κοινού θεωρούν αυτές τις δράσεις πολύ σημαντικές, ένα συμπέρασμα που ο Οργανισμός της Ε.Α.Υ.Ν.Η. οφείλει να λάβει υπόψη του και να αξιοποιήσει σε μεγάλο βαθμό.

Η παρούσα έρευνα παράγει ιδέες και σκέψεις για περαιτέρω έρευνα πάνω στο αντικείμενο των Δημοσίων Σχέσεων των συνδικαλιστικών οργάνων της Ελληνικής Αστυνομίας. Μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να συμπεριλάβουν και άλλες ομάδες κοινού της Αστυνομίας, όπως για παράδειγμα δημοσιογράφους, στελέχη της τοπικής αυτοδιοίκησης καθώς και πρώην στελέχη του ίδιου φορέα ώστε να μπορεί να αναδειχθεί η εξέλιξη της αξιοποίησης των Δημοσίων Σχέσεων στο πέρασμα των ετών κλπ. Επιπλέον, μελλοντικές έρευνες θα μπορούσαν να σχεδιαστούν με τη χρήση συγκεκριμένων ερωτηματολογίων που θα περιλαμβάνουν επιπρόσθετες ερωτήσεις, ειδικά προσαρμοσμένες για κάθε διαφορετική ομάδα κοινού. Επίσης, εκτός από τις ατομικές συνεντεύξεις, μια άλλη δυνατότητα μελέτης του αντικειμένου των Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. θα μπορούσε να πραγματοποιηθεί με τη μέθοδο της χρήσης ομάδων εστιασμένης συζήτησης (focus groups). Οι ομάδες αυτές θα

μπορούσαν να περιλαμβάνουν άτομα μιας ξεχωριστής ομάδας κοινού ή και εναλλακτικά, άτομα από διαφορετικές ομάδες κοινού έτσι ώστε να συλλεχθούν πλούσια και λεπτομερειακά δεδομένα για τις αντιλήψεις, τις απόψεις και τις νοηματοδοτήσεις των διαφορετικών ομάδων κοινού για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η. Τέλος, ένας πολύ ενδιαφέρον τομέας έρευνας θα μπορούσε να αποτελέσει η μελέτη του πεδίου των Δημοσίων Σχέσεων των Συνδικαλιστικών Οργανώσεων σε καταστάσεις διαχείρισης κρίσεων και έκτακτων αναγκών, ειδικά όταν υπάρχουν γεγονότα που έχουν λάβει μεγάλες διαστάσεις και απασχολούν πολύ έντονα την κοινή γνώμη (π.χ. φυσικές καταστροφές, κοινωνικές εξεγέρσεις, αυστηρά περιοριστικά μέτρα για την αντιμετώπιση μιας πανδημίας κλπ.).

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Asemah, E. S., Okpanachi, R. A., & Edegoh, L. O. (2013). Business advantages of corporate social responsibility practice: A critical review. *New Media and Mass Communication*, 18, 45–54.
- Babiak, K., Mills, B., Tainsky, S., Juravich, M. (2012). An investigation into professional athlete philanthropy: Why charity is part of the game. *Journal of Sport Management*, 26, 159-176.
- Baskin, O., Aronoff, C., & Lattimore, D. (2001). *Δημόσιες σχέσεις: Το επάγγελμα και η άσκησή του (μτφρ. Αντώνονγλου Ε.)*. Εκδόσεις Παπαζήση.
- Cheng, Y. (2018). Looking back, moving forward: a review and reflection of the organization – public relationship (OPR) research. *Public Relations Review*, 44 (1), 120-130.
- Chien, P.M., Cornwell, T.B., Pappu, R. (2011). Sponsorship portfolio as a brand-image creation strategy. *Journal of Business Research*, 64, 142-149.
- Choi, Y., & Lin, Y.-H. (2009). Consumer responses to Mattel product recalls posted on Online Bulletin Boards: Exploring two types of emotion. *Journal of Public Relations Research*, 21, 198–207.
- Coombs, W.T., & Holladay, S.J. (2007). The negative communication dynamic: exploring the impact of stakeholder affect on behavioral intention. *Journal of Communication Management*, 11(4), 300-312.
- Cropp, F., & Pincus, J.D. (2001). The mystery of public relations: Unraveling its past, unmasking its future. Στο R.L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 189–203). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Cutler, A. (2004). Methodical failure: the use of case study method by public relations researchers. *Public Relations Review*, 30 (3), 365-375.
- Cutlip, S.M., Center, A.H., Broom, G.M. (2000). *Effective public relations* (8th edition). Upper Saddle River, N.J. : Prentice Hall.
- Daugherty, E.L. (2001). Public relations and social responsibility. Στο R.L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 389–402). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Day, K.D., Dong, Q., & Robins, C. (2001). Public relations ethics: An overview and discussion of issues for the 21st century. Στο R.L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 403-410). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

- Edwards, L. (2012). Defining the 'object' of public relations research: A new starting point. *Public Relations Inquiry*, 1 (1), 7-30.
- Gupta, S. (2003). Event marketing: Issues and challenges. *IIMB Management Review*, 15 (2), 87-96.
- Hakro, S., & Jinshan, L. (2019). Workplace employees' annual physical checkup and during hire on the job to increase health-care awareness perception to prevent disease risk: A work for policy-implementable option globally. *Safety and Health at Work*, 10 (2), 132-140.
- Haski-Leventhal, D. (2018). *Στρατηγική εταιρική κοινωνική ευθύνη* (μτφρ. Ρηγοπούλου Π.). Εκδόσεις Τζιόλα.
- Heath, R.L. (2001). *Handbook of public relations*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Heckman, M.A., Sherry, K., Mejia, D., & Gonzalez, E. (2010). Energy drinks: an assessment of their market size, consumer demographics, ingredient profile, functionality, and regulations in the United States. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 9 (3), 303-317.
- Hong, H. (2013). Government websites and social media's influence on government-public relationships. *Public Relations Review*, 39 (4), 346-356.
- Huang-Horowitz, N.C. (2015). Public relations in the small business environment: Creating identity and building reputation. *Public Relations Review*, 41 (3), 345-353.
- Hutchison, L. (2002). Teaching ethics across the public relations curriculum. *Public Relations Review*, 28 (3), 301-309.
- Johnston, K.A. & Lane, A.B. (2018). Building relational capital: The contribution of episodic and relational community engagement. *Public Relations Review*, 44 (5), 633-644.
- Kent, M.L. & Saffer, A.J. (2014). A Delphi study of the future of new technology research in public relations. *Public Relations Review*, 40 (3), 568-576.
- Kim, M. & Cho, M. (2019). Examining the role of sense of community: Linking local government public relationships and community-building. *Public Relations Review*, 45 (2), 297-306.
- Κοτζαϊβάζογλου, Ι. και Πασχαλούδης, Δ. (2002). *Οργανωσιακή επικοινωνία: Η επικοινωνία για επιχειρήσεις και Οργανισμούς*. Εκδόσεις Πατάκη.

- Κουτούπης, Θ.Π. (2016). *Δημόσιες Σχέσεις: θεωρία και πράξη*. Εκδόσεις Σάκκουλα.
- Lindenmann, W.K. (2006). *Public relations research for planning and evaluation*. Institute of Public Relations.
- Μαγκλιβέρας Δ.Κ. (1997). *Δημόσιες Σχέσεις*. Εκδόσεις Παπαζήση.
- Mykkänen, M. and Vos, M. (2015). The contribution of public relations to organizational decision making: insights from the literature. *Public Relations Journal*, 9 (2).
- Ξύγγη, Μ. (2012). *Δημόσιες Σχέσεις: θεωρητικές προσεγγίσεις και πρακτικές εφαρμογές*. Εκδόσεις Προπομπός.
- Πιπερόπουλος, Γ. (2007). *Επικοινωνώ άρα υπάρχω*. Εκδόσεις Μάρκου Ι.Γ. και Σία Ε.Ε.
- Punch, K.F.(2014). *Introduction to social research: Quantitative and Qualitative Approaches*. Sage Publications.
- Ruck, K., & Welch, M. (2012). Valuing internal communication; management and employee perspectives. *Public Relations Review*, 38 (2), 294-302.
- Seitel, F.P. (2017). *The practice of public relations (13th edition)*. Pearson Education Limited.
- Smith, R.D. (2005). *Strategic planning for public relations (2nd edition)*. Lawrence Erlbaum Associates.
- Smith, T., Hama, K. and Smith, P. (2003). The effect of successful trade show attendance on future show interest: exploring Japanese attendee perspectives of domestic and offshore international events. *Journal of Business and Industrial Marketing*, 18, 403-418.
- Starck, K. & Kruckeberg, D. (2001). Public relations and community: a reconstructed theory revisited. Στο R.L. Heath (Ed.), *Handbook of public relations* (pp. 51-60). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Tansky J. W. & Cohen D. J. (2001). The relationship between organizational support, employee development, and organizational commitment: An empirical study. *Human Resource Development Quarterly*, 12 (3), 285–300.
- Teixeira, M.R.N., Da Silva, L.C.F., & Ferreira, C.A.A. (2018). Influence of internal communication on the organizations' performance: proposition of model. *Future Studies Research Journal: Trends and Strategies*, 10, 214-237.

- Theunissen, P. (2019). Extending public relationship-building through the theory of politeness. *Public Relations Review*, 45 (3), 101784.
- Thyrlow, A, Kushniryk, A., Yue, A.R., Blanchette, K., Murchland, P., Simon, A. (2017). Evaluating excellence: A model of evaluation for public relations practice in organizational culture and context. *Public Relations Review*, 43 (1), 71-79.
- Uhrich, S., Koenigstorfer, J., Groeppel-Klein, A. (2014). Leveraging sponsorship with corporate social responsibility. *Journal of Business Research*, 67 (9), 2023-2029.
- Verčič, A.T. & Ćorić, D.S. (2018). The relationship between reputation, employer branding and corporate social responsibility. *Public Relations Review*, 44 (4), 444-452.
- Verčič, A.T. & Vokič, N. P. (2017). Engaging employees through internal communication. *Public Relations Review*, 43 (5), 885-893.
- Verra, S.E., Benzerga, A., Jiao, B., Ruggeri, K. (2019). Health promotion at work: A comparison of policy and practice across Europe. *Safety and Health at Work*, 10 (1), 21-29.
- Volk, S. C. (2016). A systematic review of 40 years of public relations evaluation and measurement research: looking into the past, the present, and future. *Public Relations Review*, 42 (5), 962-977.
- Watson, T. (2012). The evolution of public relations measurement and evaluation. *Public Relations Review*, 38 (3), 390-398.
- Watson, T. (2014). IPRA Code of Athens-The first international code of public relations ethics: Its development and implementation since 1965. *Public Relations Review*, 40 (4), 707-714.
- Wen, Y. and Duan, W. (2008). *Trade Show Marketing*. Taipei: Taiwan external trade development council.
- Wilcox, D.L., Cameron, G.T., Reber, B.H. (2015). *Public Relations: strategies and tactics (11th edition)*. Pearson Education Limited.
- Willis, P. (2012). Engaging communities: Ostrom's economic commons, social capital and public relations. *Public Relations Review*, 38 (1), 116-122.
- Wood, E. H. (2009). Evaluating event marketing: Experience or outcome? *Journal of Promotion Management*, 15 (1-2), 247-268.

Wu, J., Lilien, G.L. and Dasgupta, A. (2008). An exploratory study of trade shows formation and diversity. *Journal of Business-to Business Marketing*, 15 (4), 397-424.

- Xifra, J. & Huertas, A. (2008). Blogging PR: An exploratory analysis of public relations weblogs. *Public Relations Review*, 34 (3), 269-275.
- Yao, W. (2007). *Bible for exhibitions: winning strategies for attending trade shows*. Taipei: China Productivity Center.
- Zhu, L. & Han, G.K. (2014). Maintaining organization-public relationships on tourism Websites through relationship management strategies. *Public Relations Review*, 40 (5), 847-849.

Ηλεκτρονικές πηγές

www.astynomia.gr

<https://www.eaynh.gr/>

<https://www.facebook.com/profile.php?id=100064249143152>

<https://www.youtube.com/>

www.policemagazine.gr

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ Ι

Ερωτήσεις της συνέντευξης με τα δύο στελέχη της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

- Ποιες δράσεις Δημοσίων Σχέσεων πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Υπάρχει σχέδιο σε στρατηγικό επίπεδο που καθορίζει την εφαρμογή των Δημοσίων Σχέσεων στην Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Πώς λειτουργεί το Τμήμα Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Πόσο θεωρείτε ότι ο Οργανισμός της Ένωσης Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας θεωρεί σημαντικές τις Δημόσιες Σχέσεις;
- Πώς πιστεύετε ότι οι διάφορες ομάδες κοινού αντιλαμβάνονται τις Δημόσιες Σχέσεις που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Θεωρείτε ότι μέσα από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων προβάλλεται επαρκώς το κοινωνικό έργο που επιτελεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. και κατά συνέπεια η Ελληνική Αστυνομία;

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ ΙΙ

Ερωτήσεις της συνέντευξης με τα 30 άτομα που δυνητικά απαρτίζουν τις 3 εσωτερικές ομάδες κοινού της Ε.Α.Υ.Ν.Η.

- Ποιες ενέργειες Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η. γνωρίζετε;
- Πόσο σημαντικές θεωρείτε ότι είναι οι Δημόσιες Σχέσεις της Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Γνωρίζετε ότι η Ένωση Αστυνομικών Υπαλλήλων Νομού Ημαθίας συμμετέχει ενεργά στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης και εάν ναι, έχετε χρησιμοποιήσει κάποια αντίστοιχη υπηρεσία;
- Από πού έχετε ενημερωθεί ή ενημερώνεστε για τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Πόσο ικανοποιημένοι/ες είστε από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Θα επιθυμούσατε κάτι παραπάνω ή διαφορετικό από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων της Ε.Α.Υ.Ν.Η.;
- Έχει αλλάξει η αντίληψη και η εικόνα σας για το συνδικαλιστικό κίνημα μέσα από τις δράσεις Δημοσίων Σχέσεων που πραγματοποιεί η Ε.Α.Υ.Ν.Η.;