

Η τοπική διάσταση της κοινωνικής ευθύνης των βιβλιοθηκών

Βαρβάρα Γεωργοπούλου

Υπεύθυνη Αρχείου – Βιβλιοθήκης Ο.Κ.Ε.



«Οικονομία της γνώσης» «Knowledge economy»

είναι μία οικονομία που
«χρησιμοποιεί τη γνώση ως το μηχανισμό - κλειδί της ανάπτυξης,
μια οικονομία όπου
η γνώση αποκτάται, δημιουργείται, διαδίδεται και χρησιμοποιείται
αποτελεσματικά με στόχο τη
βελτίωση της οικονομικής ανάπτυξης»

Παγκόσμια Τράπεζα



«Εταιρική Κοινωνική Ευθύνη»

Η έννοια αυτή συνίσταται στην κοινωνική, την ηθική -αλλά πάντως όχι τη νομική- υποχρέωση των εταιριών να επιδιώκουν, εκτός από το κέρδος, και σκοπούς που προάγουν το γενικότερο κοινωνικό συμφέρον, όπως η προστασία του περιβάλλοντος, η δημιουργία υποδομών, ή η τόνωση της πολιτιστικής δραστηριότητας.



Προϋποθέσεις υπεύθυνης κοινωνικής συμπεριφοράς

- ✓ Ικανό στελεχιακό δυναμικό
- ✓ Υποστήριξη τοπικών αρχών και φορέων



Οργανωτική δομή της κοινωνικά υπεύθυνης βιβλιοθήκης

Κοινωνικό Μάρκετινγκ (Social Marketing)

επικεντρώνεται:

- στη δημιουργία υψηλής προστιθέμενης αξίας στον πελάτη
- στη δόμηση επικερδούς σχέσης μαζί του

Philip Kotler & Gerald Zaltman



«4 P» - «Marketing Mix»

- ο Product - Προϊόν
- ο Price - Τιμή
- ο Place - Διανομή
- ο Promotion – Προώθηση





Υπεύθυνη κοινωνική συμπεριφορά

□ Εσωτερικό Περιβάλλον:

Εργαζόμενοι





Βέλτιστες πρακτικές (1)

□ Εκπαίδευση (β)

- Δυνατότητα εκπαίδευσης και κοινωνικής ένταξης ατόμων με διαφορετική μητρική γλώσσα από την επίσημη.
- Επαγγελματικού τύπου ενημέρωση σε θέματα που άπτονται των δραστηριοτήτων της κάθε τοπικής κοινωνίας.
- Ποιοτική αναβάθμιση της υγείας και του τρόπου ζωής των πολιτών.



Βέλτιστες πρακτικές (2)

□ Περιβάλλον

- Παροχή πληροφοριακού υλικού.
- Συμμετοχή σε δρώμενα για ενημέρωση των πολιτών.
- Συμμετοχή σε πρωτοβουλίας άμεσης περιβαλλοντικής παρέμβασης.
- Εφαρμογή περιβαλλοντικά φιλικών λύσεων



Βέλτιστες πρακτικές (3)

□ Προστασία καταναλωτή

- Συλλογή ενημερωτικού υλικού.
- Διάχυση της πληροφόρησης σε συνεργασία με καταναλωτικές οργανώσεις.
- Συμμετοχή σε δράσεις για καταναλωτικά θέματα.



Βέλτιστες πρακτικές (4)

□ Κοινωνική υπηρεσία σε ειδικές πληθυσμιακές ομάδες

- Τρίτη ηλικία
- Νέοι με παραβατική συμπεριφορά



Προβολή κοινωνικού έργου

Σωστό «μήνυμα» προβολής

Αποδέκτες «μηνύματος»:

- μεμονωμένα άτομα
- ομάδες ατόμων



Τρόποι προβολής κοινωνικού έργου

- Παραδοσιακοί τρόποι επικοινωνίας
- Διαδίκτυο
- Συμμετοχή της Βιβλιοθήκης στα πολιτιστικά δρώμενα
- Συνεργασία με τοπικά Μέσα Μαζικής Ενημέρωσης
- “Buzz Marketing”



«Πες μου και θα το ξεχάσω,
δείξε μου και ίσως το θυμηθώ,
κάνε με μέρος του και τότε θα καταλάβω»
Κινέζικη παροιμία

Σας ευχαριστώ!

