

Σχολικές βιβλιοθήκες και επικοινωνία: μέσα και τρόποι επικοινωνίας των Σ.Β. με το κοινό τους

Νάντια Χαραλαμποπούλου

Καθηγήτρια Αγγλικών, Βιβλιοθηκονόμος - Υπεύθυνη Σχολικής Βιβλιοθήκης Τυμπακίου

Htympaki@in.gr

Περίληψη

Η επικοινωνία αποτελεί μια σημαντική λειτουργία των σχολικών βιβλιοθηκών. Στις άμεσες προτεραιότητές τους πρέπει να είναι η αποτελεσματική επικοινωνία με το κοινό τους, ώστε να επιτύχουν το στόχο τους, που είναι η εξυπηρέτηση και υποστήριξη των εκπαιδευτικών αναγκών της σχολικής κοινότητας. Για να αναπτύξουν την επικοινωνία με το κοινό τους θα πρέπει να σχεδιάσουν σωστά τη στρατηγική επικοινωνίας τους. Συγκεκριμένα, θα πρέπει να καθορίσουν το βασικό σκοπό τους, να γνωρίζουν σε ποιο κοινό απευθύνονται, έχοντας διεξάγει έρευνα για την ανάλυση του κοινού τους, και να προγραμματίσουν τις κατάλληλες ενέργειες και μέσα.

Καθορισμός σκοπού

Στη σύγχρονη εποχή που όλα αλλάζουν ραγδαία εξαιτίας της υψηλής τεχνολογίας και της εύκολης διάχυσης της πληροφορίας και που ο πολιτισμός δεν αποτελεί πλέον προνόμιο ορισμένων κοινωνικών ομάδων αλλά δυνατότητα και δικαίωμα κάθε ατόμου, οι σχολικές βιβλιοθήκες, ως πολιτιστικοί οργανισμοί που διαχειρίζονται και προσφέρουν πολιτιστικές υπηρεσίες, καλούνται να λειτουργήσουν ως μέσο για τη δια βίου εκπαίδευση και ψυχαγωγία, χρησιμοποιώντας μίαν επικοινωνιακή πολιτική που θα επιτρέπει την ευχάριστη, πολλαπλή και αποκαλυπτική πρόσβαση στη γνώση.

Η σύγχρονη σχολική βιβλιοθήκη δεν είναι ένας χώρος στατικός με στόχο τη συλλογή και φύλαξη βιβλίων, αλλά ένας χώρος όπου το παραδοσιακό μοντέλο μάθησης μπορεί να αντικατασταθεί από τη σύγχρονη αντίληψη ότι η γνώση δεν μεταδίδεται, αλλά οικοδομείται. Είναι ένας πολυδύναμος πολιτιστικός οργανισμός με πολύπλευρες δραστηριότητες. Εκθέσεις βιβλίων και εικαστικών έργων, συναντήσεις με συγγραφείς, λέσχες ανάγνωσης, διαλέξεις, συναυλίες, προβολές ταινιών, είναι μερικές μόνο από τις δραστηριότητες που μπορεί να προσφέρει στο κοινό της. Η συνολική θεώρηση της σχολικής βιβλιοθήκης ως χώρου επικοινωνίας εμπεριέχει τη λειτουργία της ως χώρου συλλογής τεκμηρίων, ως χώρου μάθησης και ως χώρου ψυχαγωγίας. Αυτή η τρισδιάστατη λειτουργία προσδιορίζει ως ένα βαθμό τις δυνατότητες και τα μέσα επικοινωνίας με το κοινό. Αποδέκτης όλων των ενεργειών της σχολικής βιβλιοθήκης είναι η σχολική κοινότητα και η λειτουργία της αξιολογείται από την ικανοποίηση των αναγκών αυτού του κοινού για μελέτη, εκπαίδευση και ψυχαγωγία. Συνεπώς, σκοπός της οφείλει να είναι η ευαισθητοποίηση και προσέλκυση κατά προτεραιότητα της σχολικής κοινότητας και στη

συνέχεια της τοπικής κοινωνίας, η κάλυψη των αναγκών και προσδοκιών τους, η ανάπτυξη νέων ενδιαφερόντων που προσφέρουν καλύτερη ποιότητα ζωής και η ενεργός συμμετοχή του επισκέπτη στις διεργασίες που οδηγούν στη μάθηση και την ψυχαγωγία.

Έρευνες έχουν δείξει (Colbert 2001, p. 176) ότι ο μέσος άνθρωπος είναι εκτεθειμένος, συνειδητά ή ασυνείδητα, σε περίπου 250 με 3.000 μηνύματα καθημερινά. Από όλα αυτά τα μηνύματα, περίπου εβδομήντα πέντε θα παρατηρηθούν πραγματικά και μόνο δώδεκα θα συγκρατηθούν. Επομένως, όταν η σχολική βιβλιοθήκη γνωρίζει ότι το κοινό βομβαρδίζεται καθημερινά από χιλιάδες μηνύματα, οφείλει να εξετάσει τη διαδικασία της επικοινωνίας που ακολουθεί και να επιλέξει το μοντέλο επικοινωνίας που θα συντελέσει σε μια αποτελεσματική επικοινωνία. Αν αντιλαμβάνεται την επικοινωνία ως διαδικασία μετάδοσης ενός μηνύματος από ένα πομπό σ' ένα παθητικό δέκτη, τότε ακολουθεί το γραμμικό ή το μεταδοτικό μοντέλο. Αυτή η προσέγγιση εφαρμόζεται συχνά μέσα στην τάξη και απομακρύνει τους μαθητές. Ο υπεύθυνος της σχολικής βιβλιοθήκης όμως δεν επικοινωνεί με τους μαθητές με όρους επιβολής και αξιολόγησης. Όπως επισημαίνει ο Σπινκ (1990, σ. 132) «η βιβλιοθήκη είναι ένας τόπος ουδέτερος ο οποίος το καλοδέχεται (το παιδί) φροντίζοντας εξίσου και τους κακούς μαθητές, τους προικισμένους, τους ανήσυχους και τους ανασφαλείς». Συνεπώς το γραμμικό και το μεταδοτικό μοντέλο είναι αναποτελεσματικά για τη σχολική βιβλιοθήκη.

Αντίθετα, στο πολιτισμικό μοντέλο η επικοινωνία ασχολείται με την παραγωγή ερμηνείας κατόπιν διαπραγματεύσεως και όχι δια της επιβολής. Κατά την άποψη αυτή γίνονται δεκτές πολλαπλές ερμηνείες, αντί μιας και μοναδικής, οι οποίες είναι διαπραγματεύσιμες, ανόμοιες και όχι ενοποιημένες, και που δικαιολογημένα θεωρούνται υποκειμενικές. Αυτό το μοντέλο προϋποθέτει τη συμμετοχή, (Hooper-Greenhill, 1999, σσ. 47-48) και είναι ένα μοντέλο που ταιριάζει στη σχολική βιβλιοθήκη του 21^{ου} αιώνα. Ένα αντίστοιχο μοντέλο είναι το συστημικό, το οποίο θεωρεί τη διαδικασία της επικοινωνίας σαν ένα ανοιχτό σύστημα των σχέσεων των ανθρώπων μεταξύ τους, με τα μέσα επικοινωνίας και με το περιβάλλον τους. Σε αυτό το μοντέλο ο άνθρωπος βρίσκεται στο κέντρο της διαδικασίας και είναι ταυτόχρονα πομπός και δέκτης. (Ψύλλα, 1991, σ. 108-110)

Συνήθως υπάρχει κάποια απόσταση από τη θεωρία στην πράξη. Άλλωστε ένα μοντέλο αποτελεί μια απλουστευμένη, αφαιρετική εκπροσώπηση ενός τομέα της πραγματικότητας. Όμως, καλό θα ήταν οι σχολικές βιβλιοθήκες να μην μένουν προσκολλημένες σε ξεπερασμένα επικοινωνιακά μοντέλα, αλλά να προσανατολίζονται στην αξιοποίηση των πιο σύγχρονων επικοινωνιακών προσεγγίσεων και να προσπαθούν στην κατεύθυνση της σύγκλισης θεωρίας και πράξης.

Σχέση με το κοινό

Στη διαρκώς μεταβαλλόμενη σύγχρονη πραγματικότητα οι σχολικές βιβλιοθήκες αναπροσδιορίζουν το ρόλο τους, εξελίσσονται και διευρύνονται από χώρους εκπαίδευσης σε χώρους εμπειρίας μέσω της ενεργούς συμμετοχής του κοινού τους. Η σχέση με το κοινό τους δεν θεωρείται πια απλή και μονοδιάστατη. Έχει πλέον αναγνωριστεί ότι το κοινό δεν είναι ενιαίο, αλλά αποτελείται από ποικίλες ομάδες με διαφορετικές ανάγκες και επιθυμίες και τη δυνατότητα να επιλέξουν αν θα τις επισκεφτούν ή όχι. Θα μπορούσαμε να πούμε ότι το κοινό διακρίνεται σε τρεις κατηγορίες: τους συχνούς επισκέπτες, τους περιστασιακούς και αυτούς που δεν επισκέπτονται τη σχολική βιβλιοθήκη. Τι κάνει κάποιους να επισκέπτονται τη σχολική βιβλιοθήκη και άλλους όχι; Πως μπορούν οι σχολικές βιβλιοθήκες να τους πείσουν ότι αξίζει να τις επισκεφθούν;

Στην ανάλυση κοινού που έκανε η Marilyn Hood το 1980-81 στο Μουσείο Τέχνης του Τολέδο (όπως αναφέρεται από τον N. Kotler, 2008, σ. 163) αναγνωρίστηκαν έξι χαρακτηριστικά που επηρεάζουν τις επιλογές του κοινού για τον ελεύθερο χρόνο του είτε μόνα τους είτε σε συνδυασμό:

- η ύπαρξη κοινωνικής αλληλεπίδρασης,
- η αίσθηση ότι κάνεις κάτι που αξίζει,
- οι άνετες εγκαταστάσεις,
- η πρόκληση για νέες εμπειρίες,
- η ευκαιρία για μάθηση,
- η ενεργή συμμετοχή.

Οι σχολικές βιβλιοθήκες διαθέτουν τις άνετες εγκαταστάσεις και παρέχουν την ευκαιρία για μάθηση. Αποτελεί στοιχείο για τους υπεύθυνους των σχολικών βιβλιοθηκών να σχεδιάζουν τις δράσεις τους έτσι ώστε να ευνοούν την ενεργητική συμμετοχή του κοινού και την κοινωνική αλληλεπίδραση, να του δημιουργούν την αίσθηση ότι κάνει κάτι που αξίζει και ότι του παρέχεται η δυνατότητα για νέες εμπειρίες. Η σχολική βιβλιοθήκη ως ζωντανό κύτταρο της σχολικής κοινότητας έχει το πλεονέκτημα να βρίσκεται κοντά στην κοινότητα που απευθύνεται, είναι λιγότερο εκφοβιστική και πιο ευέλικτη. Η σχέση του υπευθύνου με τους μαθητές είναι καθαρά παιδαγωγική, υπερβαίνει εκείνη του φιλικού εξυπηρετητή ή του βοηθητικού προσωπικού του σχολείου. Στόχος παραμένει πάντα η ολόπλευρη καλλιέργεια του παιδιού δια μέσου της συλλογής και των μέσων που διαθέτει ο χώρος.

Άλλα οφέλη της έρευνας κοινού είναι η καλύτερη γνώση των χαρακτηριστικών του κοινού, η αξιολόγηση των δράσεων της σχολικής βιβλιοθήκης και η επίτευξη αποτελεσματικότερης επικοινωνίας με το κοινό, που αντιλαμβάνεται ότι η γνώμη του υπολογίζεται.

Μέσα επικοινωνίας

Στην προσπάθεια να εκπληρώσουν το σκοπό τους οι σχολικές βιβλιοθήκες χρησιμοποιούν ποικίλα μέσα επικοινωνίας. Επικοινωνούν με όλες τις εκφάνσεις της λειτουργίας τους. Συγκεκριμένα, με:

- την εσωτερική ατμόσφαιρα του χώρου. Η ησυχία, η καθαριότητα, τα χρώματα, ο φωτισμός, η ευχάριστη ατμόσφαιρα, η φιλική συμπεριφορά του/της υπεύθυνου/νης της βιβλιοθήκης επηρεάζουν την αποτελεσματική επικοινωνία με το κοινό, το οποίο πρέπει να νοιώθει ευπρόσδεκτο και επιθυμητό. Η ελλιπής ή μη εξυπηρέτηση του κοινού θα το δυσαρεστήσει και μπορεί να μην την επισκεφτεί ξανά, στερώντας από τον εαυτό του τη δυνατότητα να μορφωθεί και να διασκεδάσει καλλιεργώντας τον εαυτό του,
- την επαρκή σήμανση με πινακίδες και σήματα, που καθιστούν την πρόσβαση ευκολότερη. Η σήμανση μπορεί να είναι και ψηφιακή, με μια δυναμική αφίσα στους υπολογιστές χρηστών ή μια ενδιαφέρουσα εικόνα που σχετίζεται με το εβδομαδιαίο θέμα της βιβλιοθήκης,
- τη συμμετοχή σε εκπαιδευτικά προγράμματα και τη διοργάνωση εκδηλώσεων (λέσχες ανάγνωσης, έκδοση περιοδικών, βιβλιοπαιχνίδια, αφιερώματα, αγώνες σκακιού, γνώσεων, καλλιτεχνικοί, λογοτεχνικοί, θεατρικές παραστάσεις, μουσικές συναυλίες κ.ά. – για περισσότερες σχετικές πληροφορίες στο: <http://greeksschoolibs.blogspot.com>) Όλα αυτά συντελούν στην αμεσότερη και ουσιαστικότερη επαφή του κοινού με τη σχολική βιβλιοθήκη, δημιουργούν μια σχέση διάρκειας, εμπλέκουν το κοινό με δημιουργικό τρόπο και διευκολύνουν τη βιωματική προσέγγιση στη γνώση.

Για κάθε εκδήλωση είναι σκόπιμο να εντοπίζεται ένα πιθανό κοινό-στόχος (target group), που αφορά την κατηγορία των ανθρώπων που μπορεί να ενδιαφέρονται άμεσα και τους οποίους επιδιώκουν να προσελκύσουν οι υπεύθυνοι των σχολικών βιβλιοθηκών,

- το ενημερωτικό – διαφημιστικό υλικό (έντυπο υλικό, αφίσες, σελιδοδείκτες, ημερολόγια, ταινίες κ.ά.). Η αισθητική του υλικού καθρεφτίζει την αισθητική της σχολικής βιβλιοθήκης και παίζει σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της εικόνας της, αλλά επιπλέον συντελεί και στη διαμόρφωση της αισθητικής του κοινού της. Γι' αυτό χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή στο σχεδιασμό αυτού του υλικού,
- τη διασύνδεση με τα μέσα μαζικής ενημέρωσης για την προβολή της σχολικής βιβλιοθήκης και των δράσεών της. Καθώς οι σχολικές βιβλιοθήκες δεν διαθέτουν πόρους για διαφήμιση, μπορούν να χρησιμοποιήσουν τα μέσα μαζικής ενημέρωσης σαν ένα αποτελεσματικό μέσο για να προσεγγίσουν διαφορετικές ομάδες κοινού και για να διατηρήσουν μια ευνοϊκή κοινή γνώμη ή να ανατρέψουν μια αρνητική,
- την ιστοσελίδα ή το ιστολόγιο της σχολικής βιβλιοθήκης στο διαδίκτυο. Οι σχολικές βιβλιοθήκες οφείλουν να δραστηριοποιούνται επικοινωνιακά και στις δύο σύγχρονες πραγματικότητες, την πραγματική και την ψηφιακή όχι μόνο για την προβολή τους, αλλά και γιατί απευθύνονται κυρίως στους «αυτόχθονες» της ψηφιακής εποχής (digital natives, κατά τον Marc Prensky, 2001), στη γενιά που γεννήθηκε και μεγάλωσε μέσα στις τεχνολογικές εξελίξεις, που προτιμά τα γραφικά από το κείμενο και δεν θυμάται τη ζωή χωρίς Internet και

κινητό. Το ιστολόγιο υπερτερεί επικοινωνιακά της ιστοσελίδας, γιατί δεν εκθέτει απλά τα στοιχεία της ταυτότητας της σχολικής βιβλιοθήκης και κάποιες πληροφορίες για τις δραστηριότητές της, αλλά υπάρχει μια διαδραστικότητα με αυτούς που το παρακολουθούν. Είναι σημαντικό να προβάλλει με θετικό και πειστικό τρόπο τη φυσιογνωμία της βιβλιοθήκης και να προσφέρει σαφή και πλήρη πληροφόρηση για τις δραστηριότητες της. Όπως επισημαίνει ο Δάλλας (Αθανασοπούλου [κ.ά.] 2003, σ. 269) «ο ιστοχώρος... πρέπει να λειτουργεί ως πλήρης απεικόνιση του οργανισμού, της φυσιογνωμίας και των δραστηριοτήτων του στο σύνολό τους. Ένας ιστοχώρος φτωχός σε πληροφορίες ή σε πολιτιστική αξία δημιουργεί την εντύπωση ενός οργανισμού φτωχού σε πληροφορίες και σε αξία. Μέτρια ή άστοχη αισθητική δημιουργεί την εικόνα ενός κακόγουστου οργανισμού. Έλλειψη διαδραστικότητας ή ανεπαρκής ευχρηστία του ιστοχώρου παραπέμπει σε έναν οργανισμό που δεν εξυπηρετεί το κοινό του». Χρήσιμα είναι επίσης τα εργαλεία του WEB2 όπως τα ανοικτά για το ευρύ κοινό ning (τόποι κοινωνικής δικτύωσης, βλ. <http://iaslonline.ning.com/>) καθώς και το ολιγόλογο twitter, με την ευρεία πρόσβαση στο διαδικτυακό κοινό. Και τα δύο είναι διαδραστικά.

Για να βελτιωθεί η επικοινωνία χρειάζεται οι σχολικές βιβλιοθήκες να επιχειρήσουν να δώσουν ικανοποιητικές απαντήσεις σε ερωτήματα όπως: ποιος είναι ο λόγος της ύπαρξής μας; Τι σημαντικό παρέχουμε; Ποιο είναι το κοινό μας; Ανταποκρινόμαστε στις ανάγκες του; Ποιες επικοινωνιακά μοντέλα επηρεάζουν τη λειτουργία μας; Γιατί όπως τονίζει χαρακτηριστικά η Μαριάννα Ψύλλα (1992, σ. 209) σήμερα «το ζητούμενο είναι να επιτύχουμε την όσο το δυνατόν μεγαλύτερη επικοινωνία μέσα από διαδικασίες πληροφόρησης, διαλόγου και συμμετοχής».

Η επικοινωνία με το κοινό βελτιώνεται με την ενίσχυση της συμμετοχής του κοινού στις δραστηριότητες και τις εκδηλώσεις της σχολικής βιβλιοθήκης, ώστε να μην περιορίζεται σε παθητική λήψη πληροφοριών, αλλά να εμπλέκεται, να συμμετέχει γνωστικά, συναισθηματικά και σωματικά. Επιπλέον, η συλλογή υλικού χρειάζεται να αναβαθμίζεται και να χρησιμοποιείται αποτελεσματικά σύμφωνα με τις επιθυμίες και τις προσδοκίες του κοινού.

ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ

- Αθανασοπούλου, Α., Δάλλας, Κ., Μακρή, Α. & Χαμπούρη - Ιωαννίδου, Αικ. (2003) *Πολιτιστική επικοινωνία*, Τόμος Β' Μέσα Επικοινωνίας, Πάτρα: Ελληνικό Ανοικτό Πανεπιστήμιο
- Σπινκ, Τζων (1990), *Τα παιδιά ως αναγνώστες*, Αθήνα: Καστανιώτης
- Ψύλλα, Μ., (1991), *Η επικοινωνία σαν κοινωνική διεργασία*, Αθήνα: Επιστημονική Επετηρίδα Χαροκόπειου

- Ψύλλα, Μ. (1992), «Η επικοινωνία ως κινητήρια δύναμη της πολιτιστικής ανάπτυξης στο αστικό περιβάλλον: μια πρόταση», *Το Βήμα των Κοινωνικών Επιστημών, τόμος Β΄, τεύχος 9*, σσ.207-213.
- Colbert, F. [et al.] (2001), *Marketing culture and the arts*, Montreal: Ecole des Hautes Etudes Commerciales
- Hooper-Greenhill, E. (1999), «Σκέψεις για τη μουσειακή εκπαίδευση και επικοινωνία στη μεταμοντέρνα εποχή», *Αρχαιολογία*, Τόμ.72, Αρ. 3: σσ. 47-49.
- Kotler, N. [et al.] (2008), *Museum marketing and strategy*, San Francisco: Jossey-Bass
- Prensky, M. (2001), *Digital game-based learning*, New York: McGraw-Hill