

## ΤΟΜΕΑΣ ΔΗΜΟΣΙΩΝ ΣΧΕΣΕΩΝ

# Ποια βήματα γίνονται για την προάσπιση του επαγγέλματος;

Αυτό ήταν σε γενικές γραμμές το ερώτημα που θέσαμε στον Τομέα Δημοσίων Σχέσεων της ΕΔΕΕ, με αφορμή την πρόσφατη επικαιρότητα. Όπως μας λέει ο Κίμων Αντύπας, ο Τομέας επαγρυπνεί και δρομολογεί νέες πρωτοβουλίες.



Κίμων Αντύπας, Μέλος Διοικούσας Τομέα PR της ΕΔΕΕ.

**Η** ιδιότητα του επαγγελματία των Δημοσίων Σχέσεων βρέθηκε πρόσφατα και για άλλη μια φορά, στο επίκεντρο συζήτησης που «δαιμονοποιεί» τις μεθόδους του επαγγέλματος. Πώς αντιδρά σε όλα αυτά το θεσμικό όργανο του κλάδου και ποιες δράσεις δρομολογούνται; Τι έχει γίνει μέχρι σήμερα με πρωτοβουλίες που έχουν ήδη ληφθεί και αφορούν στην εκπαίδευση του κοινού, στην αποσαφήνιση του ρόλου των PR κ.ά.;

**Marketing Week:** Εδώ και μία δεκαετία περίπου, ένα από τα βασικά ζητήματα που απασχολούν τον κλάδο των PR, είναι η ανεπαρκής γνώση του κοινού για το τι είναι Δημόσιες Σχέσεις και

ΤΗΣ  
ΚΑΤΕΡΙΝΑΣ  
ΠΟΛΥΜΕΡΙΔΟΥ

η στρεβλή αντίληψη για τις μεθόδους που χρησιμοποιεί. Γιατί δεν έχει σταθεί δυνατό όλα αυτά τα χρόνια να αντιστραφεί αυτή η εικόνα;

**Κίμων Αντύπας:** Δεν θα συμφωνήσω με την αντίληψη αυτή. Η τελευταία δεκαετία κυρίως υπήρξε ένα χρονικό διάστημα όπου οι Δημόσιες Σχέσεις έκαναν αληθινά πρόοδο και σε σημαντικό βαθμό εδραιώθηκαν και στην επικοινωνιακή αγορά, ενώ ενισχύθηκε και η θέση τους στην αντίληψη της κοινής γνώμης. Σήμερα βλέπουμε ένα μεγάλο βαθμό αυτόνομων pitch του ιδιωτικού τομέα για διερεύνηση και συνεργασίες με εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων, ενώ συνεχώς επεκτείνεται η τεχνογνωσία και το εύρος των υπηρεσιών που οι εταιρείες Δημοσίων Σχέσεων προσφέρουν και η αγορά αντίστοιχα αναζητά. Φυσικά δεν μπορώ να ισχυριστώ ότι έχουμε φτάσει στο βαθμό ωρίμανσης των πιο προηγμένων αγορών αλλά αν μην ξεχνάμε πόσο πιο αργά -μόλις στις αρχές τις δεκαετίας του 1990- ξεκίνησε η προσφορά πραγματικού επιπέδου υπηρεσιών Δημοσίων Σχέσεων στη χώρα μας.

Στην κατεύθυνση της εκπαίδευσης της αγοράς και ιδιαίτερα από την ώρα που συγκροτήθηκε ο Τομέας PR της ΕΔΕΕ, έχουν αναληφθεί αρκετές πρωτοβουλίες εκπαίδευσης της αγοράς, είτε με συγκεκριμένες εκδόσεις, είτε με online ενέργειες, είτε ακόμη με πολλά εκπαιδευτικά προγράμματα προς στελέχη επιχειρήσεων και οργανισμών διευθυντικών στελεχών του χώρου μας, κυρίως σε συνεργασία με το Ινστιτούτο Επικοινωνίας και άλλους τομείς.

Για τη διατήρηση κάποιας στρεβλής εικόνας θέλω απλά να σχολιάσω ότι δεν είναι άμοιρο ευθυνών το γεγονός ότι διάφορα σχήματα ή πρόσωπα «αυτοχρίζονται» PR

practitioners και προσφέρουν, κατά τη γνώμη τους, υπηρεσίες PR εξαιρετικά αμφιλεγόμενου επιπέδου.

Δυστυχώς μια ακόμη έλλειψη του κράτους κάνει την εμφάνισή της εδώ, μη προσφέροντας το σωστό πλαίσιο για το ποιοι είναι οι επαγγελματίες, αυτοί που μπορούν να προσφέρουν τις υπηρεσίες αυτές. Ακόμη δεν μπορώ να μην αναφέρω -πρέπει να ομολογήσω σε όλη μεγάλη έκταση- τη διαστρεβλωμένη εικόνα που περνούν για το επάγγελμα διάφορα Μέσα και συνάδελφοί σας ανακრύσσοντας πολλάκις σε «Γνωστούς PR ανθρώπους» ή «Μεγάλες Κυρίες του PR» διάφορες κοσμικές και άλλες φιγούρες που περιπιδιμούν στις κοσμικές στήλες.

**Πρόσφατα εταιρεία-μέλος του Τομέα, έγινε στόχος δυσφημιστικών δημοσιευμάτων. Ποιες ενέργειες έγιναν από πλευράς Τομέα σχετικά;**

Το όνομα εταιρείας-μέλους του Τομέα ενεπλήχθη σε μια φημολογία που σε πολλές περιπτώσεις ξεπέρασε τα εσκαμμένα με δηλώσεις και αναφορές, παρά με ισχυρές αποδείξεις και ντοκουμέντα. Από την πλευρά του ο Τομέας, ως όφειλε, δεν μπορούσε να επιτρέψει τη συνέχιση αυτής της ακατάσχετης δυσφημιστικής αναφοράς στο επάγγελμα, λειτούργησε θεσμικά, δημοσιοποίησε εκ νέου τον κώδικα δεοντολογίας που προσυπογράφουν τα μέλη για να γίνουν δεκτά στον Τομέα και ανέλαβε πρωτοβουλίες, που δηλώνουν και τη δέσμευσή του στη διαφάνεια, προσκαλώντας παράλληλα και τους άλλους εμπλεκόμενους φορείς να συμμετάσχουν στη θεσμική αυτή προσπάθεια, στην κατεύθυνση της διαφάνειας και της εξυγίανσης διαφόρων «παθογενών συμπτωμάτων» από όποιο χώρο και αν προέρχονται. Δυστυχώς ακόμη αναμένουμε...

