

O HOLOGRAMĂ ÎNTR-UN SALON DE ÎNFRUMUȘETARE

✎ Loredana TIFINIUC

Activități și tehnici de relații publice; metode de adecvare a mesajelor; legislație în vigoare; avantaje și constrângeri; abilități, deprinderi, proceduri; oportunități, riscuri și amenințări; lecții învățate – aceștia au fost principalii itemi vehiculați, timp de zece zile, în cadrul *Cursului de informare și relații publice*, organizat de Direcția Informare și Relații Publice, în perioada 18-29 februarie a.c., pentru persoanele care își desfășoară activitatea în acest domeniu la diferite structuri/eșaloane militare.

Cum trebuie să fie un specialist în PR, când și cum trebuie să acționeze, ce instrumente are la îndemână, ce presupune acest domeniu (considerat, de unii, de nișă) în interiorul organismului militar – sunt întrebări la care au răspuns cei 14 absolvenți care au constituit cea de-a XXIV-a serie a unei forme de pregătire deja cu tradiție.

Make-up artist. „Cred că primul lucru pe care ar trebui să-l faci un ofițer de relații publice ar fi acela să-și deschidă un salon de înfrumusețare: să achiziționeze câteva tone de machiaj și fond de ten; să facă actorie și arte plastice; să fie căine când este luat peste picior, șopârlă când discută cu presa, pește când are de dat o declarație, cameleon când vorbește despre alții, pinguin când se raportează la organizația din care face parte. Să fie artilerist când doboară ținte în poligon, radiolocatorist, când urmărește traiectoria pe cer. Să fie, în același timp, polițist militar, șofer, cizmar, croitor, meteorolog și, cu toate acestea, să fie el însuși. Să-l felicite pe noul venit, să-i dorească sănătate celui care părăsește sistemul, să se bucure pentru fiecare și să plângă cu toți.” (căpitan Cristian ANDRIEȘ)

Sufleor. „Când vorbești în numele instituției din care faci parte – pe umerii tăi apasă o responsabilitate mult mai mare, mai ales că ai de-a face cu experți ai despicării firului în patru și mereu în căutare de senzațional. Atunci intri în rolul de ofițer de relații publice: prezinți evenimentele petrecute într-o lumină cât mai favorabilă – fără a inventa sau a denatura adevărul, dar trebuie să selectezi, din informațiile pe care le deții, pe acelea care afectează cel mai puțin; treabă deloc ușoară, având în vedere adversarii. Trebuie să știi să fii și actor sau, cel puțin, sufleor în piesa care se joacă – iar succesul depinde și de tine.” (maior Petru BABĂ)

Promotor. „Ofițerul de relații publice îmbunătățește înțelegerea reciprocă între militari și civili. În plus, aduce la cunoștința publicului resorturile atractivității serviciului militar, inițiază și susține programe publicitare, pentru a determina tinerii să urmeze cariera militară.” (căpitan Daniel OAIIE)

Paratrăsnet. „Oriunde ați lucra, vă frământă. Vă presează. Vi se cere să fiți văzut, să vă remarcați, să ieșiți în față. Imagine. Aceeași imagine care vă înghite, spre seară, în praful albastru al televizorului. Care vă pudrează genele.

Imagine, am spus – aici este problema! Lucrați într-o organizație în care șefii sunt stresați că nu ies în față. În care, atunci când ies, o fac pentru a scoate organizația din impas. Dintr-un fals impas! Pentru că totul se află la mâna celor care construiesc știri pentru a le vinde. Și care caută senzaționalul! Dar, niciodată, când e bine, nu e senzațional! Nu are organizația purtător de cuvânt? Ba da. O persoană și mai stresată, care scoate castanele din foc cu propria mână. Un paratrăsnet. Dar, vai!, ce

până ca imaginea negativă să afecteze organizația, specialistul în relații publice va avea timp să acționeze!” (căpitan Adrian LESENCIUC)

Link. „Ofițerul de relații publice este, făcând o paralelă cu domeniul IT, interfața dintre instituția militară și societatea însetată de informație. El este, de fapt, link-ul între întrebările lor și răspunsurile noastre.” (sublocotenent Cristian TIMOȘ)

schimbări, instituția pe care o reprezintă riscă să-și piardă credibilitatea. Iar aceasta este dată și de abilitățile personale – imaginație, creativitate, dinamism, omniprezență, responsabilitate, loialitate. Neuitând, desigur, și de cel mai mare dușman – timpul!” (căpitan Bogdan SIMION)

Disponibil. „O bună promovare a instituției vizează succesul. Cum se poate face acest lucru? Alegându-l pe cel mai bun. Cel mai bun specialist în comunicare, dispus la un efort pe termen lung. Și la o serie de renunțări...” (plutonier Marian ORMAN)

Zămbitor. „Râzând, îndreptăm moravurile; în glumă, spunem lucruri serioase, fără a supăra pe cineva. Este destul de greu să găsești cuvântul potrivit, la momentul potrivit, gândindu-te că, oricând, vei putea detona mintea unui jurnalist. Și, totuși, zâmbind, am putea deturna atenția crocodililor, iar aceștia ar putea scăpa prada!” (căpitan Flavius CAZAN)

Natural. „Intră cine vrea, rămâne cine poate! Ofițerul de relații publice trebuie să fie specialist în cât mai multe domenii ale vieții cazone, să știe ce spune și, mai ales, cum spune, să fie planificator, organizator și evaluator. Să fie natural și să aibă vocea celorlalți.” (căpitan-comandor (r) Petre CÎRCEI)

Logic. „Pentru a convinge, un ofițer de relații publice trebuie să aducă argumente logice sau afective, să adopte o anumită poziție ori conduită, să evite – ca argument – propria părere sau funcție, amenințarea, aluzia, insulta, tonul ridicat ori reducerea la tăcere. Iar, dacă totul merge prost, bucură-te – mâine poate fi mai rău!” (căpitan Remus ȘUCHEA)

Atent. „Ce dezamăgire... îmi pare rău că v-ați pierdut simțul realității... este tare interesant, m-ați făcut să râd... La subiectele cu lacrimi și suspine vă îngământăți cu toții, jelindu-vă care mai de care cât munciți și cât de puțin sunteți recompensați... iar aici bate vântul. Hai să râdem, mai ales că nu sunteți voi cei subapreciați! Chiar dacă eu am fost deștept sau celebru cinci minute. În schimb, dacă nu reușeam, cele cinci minute de celebritate se puteau transforma în cinci minute de tortură!” (plutonier-major Ioan BIDI)

Motivat. „Ca și în viață, în domeniul relațiilor publice este bine să-ți urmărești țelul, iar per aspera ad astra ar putea fi deviza care să-ți urmărească destinul!” (maior Romeo FERARU)

Util. „Să lucrezi în domeniul relațiilor publice este o experiență utilă, dar, dacă greșești, poate fi o experiență unică – la modul cel mai propriu!” (Octavian BUCIUMAN)

Generos. „După două săptămâni de relații publice, în timp ce mă pregăteam de o altă zi de curs, am fost lovit... de ideea că, totuși, aș putea fi un bunicel ofițer de relații publice!” (locotenent Bogdan NĂSTASE)



Mentori și discipoli la final de curs

descărcări electrice urmează a se produce în interior! Probabil că șefii nu știu. Dumneavoastră v-ați dat seama sub pulberea albăstrie a televizorului. Văzând cum se încheagă în fața dumneavoastră o hologramă. Da! Specialistul în relații publice trebuie să construiască o hologramă; o imagine a instituției; adevăratul paratrăsnet; în care poate lovi presa. Și,

Om bun la toate. „Ofițerul de relații publice este omul bun la toate, chiar dacă nu are o soluție la toate problemele, fiind conștient că schimbările din mediul intern și extern presupun o permanentă regândire, reorientare și re poziționare a strategiilor, tacticilor și modalităților de acțiune. Dacă nu relaționează eficient și oportun la aceste