



În timpul documentării în Comandamentul C. 4 A. Trt., cursanții au vizitat „Galeria comandanților”, unde sunt expuse tablourile comandanților acestei structuri

Cursanți ai U. N. Ap. la Cluj-Napoca

În perioada 15—19.01.2007, ofițerii cursanți ai Cursului postuniversitar de comunicare și relații publice de la Colegiul de Război din cadrul Universității Naționale de Apărare „CAROL I” au executat studii aplicative de stat major în zona de responsabilitate a Corpului 4 Armată Teritorial „Mareșal CONSTANTIN PREZAN”.

A avut loc o întâlnire cu reprezentanți ai conducerii Corpului 4 Armată Teritorial „Mareșal CONSTANTIN PREZAN”, ai Biroului de Relații Publice, ai redacției „Orizont militar” și Biroului Radio-Tv și a fost efectuată o vizită de documentare la două posturi de televiziune locale — Pro TV Cluj și Antena 1 Cluj.

Tot în această perioadă s-a realizat un schimb de experiență în domeniul comunicării organizaționale și al relațiilor publice cu personalul de relații publice din cadrul Ministerului Administrației și Internelor, al Inspectoratului Județean de Jandarmi Cluj, al Inspectoratului pentru Situații de Urgență „AVRAM IANCU” al Județului Cluj și al Ministerului Justiției, respectiv Penitenciarului de Înaltă Siguranță din Gherla. Rezultatele activităților de documentare ale ofițerilor cursanți ai Cursului postuniversitar de comunicare și relații publice s-au concretizat în publicarea unui supliment de relații publice în ziarul „Orizont militar”.

Locotenent-colonel Lucian NEGOIȚA



ORIZONT

MILITAR

Editor: Corpul 4 Armată Teritorial „Mareșal CONSTANTIN PREZAN”

Supliment de relații publice

Universitatea Națională de Apărare ★ Cursul postuniversitar de comunicare și relații publice ★ Nr. 2 — 31 ianuarie 2007



Formula succesului sau succesul formulei?

Chiar după mai mulți ani de activitate didactică în domeniul comunicării și relațiilor publice mă întreb dacă rezultatele celor ce se străduiesc pentru imaginea organizațiilor pe care le reprezintă se datorează unei formule elaborate a succesului sau se datorează unui

fortuit succes de conjunctură al formulei pe care o aplică?

Pe de o parte, știu că o formulă a succesului înseamnă studiu, înțelegere, aplicare, exersare, practică a teoriilor, metodelor și tehnicilor de specialitate. Ea presupune alocarea de resurse — oameni, materiale, bani, timp, spații — distribuite cu măsură și după strategii atent proiectate. Ne-am aștepta ca o astfel de formulă să conducă activitatea și ofițerul de relații publice spre succes, indiferent de structura căreia le aparțin, indiferent de mediul social în care se manifestă, indiferent de conjunctura și contextul relațional în care sunt prinse.

Pe de altă parte, știu că mulți alții ating starea de succes după o formulă proprie: relații bine cultivate cu cine și când trebuie, pricepere atât cât să permită exprimarea unei sintagme sonore într-un cadru ce pare că o reclamă, o acțiune de socializare cu voie bună și antren. Iar lucrurile merg bine pentru că nu se întâmplă nimic rău, ceea ce reprezintă o modalitate minimală, e drept, dar sigură, în același timp, de a măsura succesul.

Dar care variantă este mai bună? Cultivarea unei formule a succesului nu dă în toate cazurile rezultatele așteptate, iar succesul unei formule este irelevant pentru generalizarea unor situații. Poate o combinație farmaceutică între cele două ar fi nu doar o rețetă preventivă, ci și un remediu terapeutic pentru activitatea și ofițerul de relații publice.

Locotenent-colonel conf. univ. dr. Ioan DEAC

SOS-112

Pentru prima dată în România este reglementată unitar introducerea numărului european pentru apeluri de urgență, 112, a sistemului tehnic și organizațional al recepționării și transmiterii apelurilor de urgență, referitoare la incendii, accidente, urgențe medicale, dezastre și alte evenimente care implică intervenția rapidă a serviciilor specializate. 112 este numărul unic pentru apeluri de urgență pentru toate statele Uniunii Europene, la care se răspunde în mai multe limbi de circulație internațională, apelabil gratuit de la terminalele conectate în rețelele de telefonie fixă, mobilă sau alte sisteme, urmând ca pentru început acesta să fie introdus în paralel cu cele deja existente.

Sistemul Național Unic pentru Apeluri de Urgență (SNUAU) conform Legii 398/2002 are următoarele atribuții:

- primește și înregistrează automat apelurile de urgență comunicate prin telefon, radio, dispozitive automate de anunțare, semnalizare, alarmare ori prin alte mijloace, confirmând și localizând, pe cât posibil, apelurile primite;
- analizează, direcționează și transmite operativ apelurile de urgență către servicii specializate de intervenție și autorități competente (în funcție de natura evenimentelor și consecințele lor);
- transmite imediat Secretariatului Tehnic Permanent de pe lângă Comisia Guvernamentală de Apărare Împotriva Dezastrelor apelurile, datele și informațiile primite în cazul producerii dezastrelor;
- primește și înregistrează datele și informațiile privind evoluția evenimentelor și a intervențiilor;
- centralizează, stochează și pune la dispoziție autorităților abilitate datele privind apelurile de urgență gestionate.

Locotenent Mirela RUS

În Obiectiv

Consacrarea unui „brand instituțional”

Marea nevoie de transparență a instituțiilor statului și nevoia la fel de mare a presei de a servi intereselor populației prin informarea promptă a acesteia este o preocupare a tuturor instituțiilor din sfera siguranței naționale. Armata României se poate mândri, pe bună dreptate, că a reușit să dezvolte un sistem de informare și relații publice eficient, care răspunde nevoilor de promovare a unei imagini corecte a instituției militare.

Un exemplu reprezentativ pentru sistemul militar de informare și relații publice este Biroul Relații Pu-

se bucură din partea conducerii Corpului 4 Armată Teritorial. În acest sens, *generalul de brigadă dr. Dumitru SESERMAN*, locțiitorul comandantului, a subliniat rolul și importanța activității de relații publice pentru menținerea la cote înalte a imaginii instituției militare pentru consacrarea a ceea ce Domnia sa a numit un „brand instituțional”.

Menționând doar câteva dintre activitățile cu rezonanță internă și internațională desfășurate de militarii acestui corp, cu toții vom recunoaște că sectorul de informare și relații publice este unul cu „foc continuu”. Participarea la operațiile



blice al Corpului 4 Armată Teritorial „Mareșal CONSTANTIN PREZAN”. O confirmare onorantă ne-au dat-o reprezentanții a două posturi de televiziune din oraș — Pro TV și Antena 1 Cluj, care apreciază deschiderea pe care au găsit-o de fiecare dată la militari și care i-a ajutat în numeroase rânduri să-și întocmească materialele jurnalistice.

Dacă entuziasmul specialistului de relații publice este mai lesne de înțeles, trebuie să menționăm în mod special susținerea de care ei

multinaționale din Afganistan, Bosnia-Herțegovina, Irak, Kosovo, dar și cu observatori în Congo, Liberia, Burundi, Coasta de Fildeș a fost și este amplu mediatizată.

Conștienți de importanța muncii lor, ofițerii de relații publice și jurnaliștii militari nu vor lăsa să se stingă focul și vor întreține vii relațiile bune cu presa civilă, în folosul tuturor oștenilor români și a nației pe care o slujim.

Locotenent-colonel Rodica ABRUDAN

MAXIMA NOASTRA

„Dacă nu mi-ar mai rămâne decât un singur dolar, l-aș cheltui pentru relații publice.“

■ BILL GATES

În spatele „liniilor inamice”

Se vor împlini curând 4 luni de când învățăm și ne pregătim pentru a da piept cu jurnaliștii. Teoria o știm: jurnaliștii nu sunt și nu vor fi niciodată „inamicii” noștri, jurnaliștii sunt oameni obișnuiți, care au atât calități, cât și defecte. În periplul nostru de învățare și aprofundare am ajuns la Cluj-Napoca, unde două dintre obiectivele vizitate au fost redac-



țiile PRO TV Cluj și ANTENA 1 Cluj. Așadar, am dat piept cu „inamicul”. Și nu oriunde, ci chiar pe teritoriul lui. Și, surpriză! Am observat că într-adevăr sunt „oameni obișnuiți”. Niște profesioniști care au și ei, la rândul lor, șefi și lucrează la fel ca noi în condiții de stres și amenințări de termene-limită.

Surpriza cea mai mare a fost însă amabilitatea cu care ne-au răspuns la întrebări, în aceste momente în care rolurile se schimbaseră. De această dată, noi am pus întrebările, iar ei au răspuns sincer și prompt. Adică, exact cum și-ar dori ei să primească răspunsurile de la instituțiile noastre. Mai mult decât atât, am primit sfaturi pertinente. Domnul Lucian DANCIU – directorul ANTENA 1 Cluj, ne-a împărtășit din experiența lui și ne-a reîntărit ideea conform căreia transparența este și va fi întotdeauna liantul între instituțiile din Sistemul Național de Apărare și presă. Dacă noi nu îi „brănim” cu informații „de la sursă”, atunci putem să fim siguri că vor căuta ei singuri „alte surse”. Și le vor găsi! Lipsa informațiilor îi face pe jurnaliști să dea o amploare mult mai mare evenimentelor. Dacă însă le punem mereu la dispoziție informații, dacă îi ajutăm să se documenteze și nu refuzăm sec orice contact cu ei, rezultatele nu vor întârzia să apară.

Locotenent Oana-Maria BADILAS

Cinci principii de comunicare

Comunicarea în domeniul militar se dezvoltă în două direcții: prima, aceea de a oferi populației o imagine clară a armatei, ajutând-o să înțeleagă ce reprezintă și cât de importantă este aceasta, iar cea de a doua direcție, să ajute populația să înțeleagă că instituțiile militare se preocupă de problemele zilnice ale cetățenilor și este capabilă să ofere soluții.

Stilul de comunicare ce ar putea fi adoptat pentru domeniul militar trebuie să exprime aprobarea și dorința noastră de a împărtăși opiniei publice informații din domeniul apărării. În scopul de a face domeniul militar atractiv și de a le permite cetățenilor să înțeleagă și să aprobe deciziile strategice ale apărării, pot fi adoptate cinci principii de comunicare:

● **promptitudinea** – cel mai important principiu de comunicare, în-

trucât ambele „tabere” au de câștigat, atât jurnalistul, cât și instituția militară;

● **transparența** trebuie să fie principiul major al comunicării, care să permită transmiterea unei imagini a instituției militare apropiate de propria identitate;

● **credibilitatea** trebuie să creze relații de încredere nu numai între militari și mass-media, ci și între militari și opinia publică;

● **vizibilitatea** trebuie să le permită cetățenilor să vadă ce este în realitate armata;

● **claritatea** face posibilă înțelegerea armatei de către români, așa cum este ea. Această caracteristică a stilului de comunicare presupune dezvoltarea unei imagini și a unor mesaje care să fie înțelese de toată populația, fără ambiguitate.

Locotenent Marian NICORICI

Redactor-șef:
Locotenent-colonel
RODICA ABRUDAN

Responsabil de număr:
Colonel
IOAN DRĂGAN

Comunicarea - realitatea noastră

Comunicăm de când ne știm, nu-i așa? Dar de câte ori ne-am dat seama că strigăm pentru a fi auziți în loc să vorbim pentru a fi ascultați? Și asta datorită faptului că arta comunicării nu a reprezentat până acum o artă. Societatea românească a trebuit să facă față mai multor provocări, între care și aceea a dezvoltării unui alt model de comunicare. Acesta nu se mai bazează pe o sursă unică de mesaje, pe un control unic al canalelor de comunicare. Modelul care s-a dezvoltat în România se bazează pe o multitudine de emițători și canale mediatică: cotidiene, periodice, posturi de radio și televiziune locale sau naționale. Instituțiile de presă reconstruiesc realitatea pentru un public recunoscut ca eterogen.

Trăim într-o societate informațională, iar noi, ofițerii de relații publice, avem informația. Cel mai important este să realizăm că aceasta este o armă pentru cel care o deține, o țintă pentru cel care o dorește și materie primă strategică pentru factorii decizionali. Faptul că marea majoritate a comandanților au înțeles rolul deosebit al comunicării în managementul modern este o realitate și un lucru absolut benefic.

În egală măsură este îmbucurătoare includerea, în programele de învățământ ale tuturor instituțiilor militare de profil, a disciplinelor

care țin de spațiul comunicării și relațiilor publice. Avem, astfel, garanția că și viitorii comandanți vor fi familiarizați cu acest domeniu și că armata va comunica din ce în ce mai clar, mai coerent, mai rapid.

Din păcate însă, există încă multe zone de rezistență, determinate, în principal, de neînțelegerea importanței fenomenului comunicării, de

PUNCTE DE VEDERE

ideea falsă de competiție între anumite structuri, de cantonarea într-un conservatorism desuet, de vanități cu limite scăpate de sub control, precum și de beția pregătirii „multilaterale” conform căreia ești atât de „tare” în orice domeniu, încât orice tentativă de consiliere este echivalentă cu ofensa. Și totul se desfășoară sub deviza „performanța vorbește de la sine”.

Este adevărat, vorbește. Dar cu cine? Dacă ea, performanța, vorbește numai cu tine, cel care ai realizat-o, sau dacă vorbește singură, este ca și cum nu s-ar fi produs. Și asta pentru că nu știe nimeni ce ai făcut.

Și pentru ca cineva să știe, să afle despre noi și despre realizările noastre, trebuie să comunicăm, trebuie să devenim vizibili, dar, în același timp, să nu uităm că lumea este într-o continuă schimbare, iar rapiditatea schimbărilor elimină crearea tiparelor, proiectând situații noi.

Sublocotenent Anca ONOFREI

Două uniforme - o singură misiune

A cum 30 de ani, în 1977, o catastrofă se abătea asupra noastră. A fost cutremur mare. Noi, militarii, ne-am făcut datoria. Am acționat împreună și ne-am ajutat compatrioții. Apoi a venit august 2004. Inundațiile ne-au distrus agoniseala de o viață și chiar ne-au răpit semeni iubii. Pe Valea Troțușului, armata și jandarmii au acționat din nou. Dar vremurile rele nu ne-au iertat nici în iulie 2005. Iar apă! Pe lista naturii s-a bifat din nou Valea Troțușului.

Pe aceeași listă a apărut și zona Cosmești, Galați. Armata și jandarmeria și-au făcut iar datoria. Se pare că istoria ne-a vrut împreună. Am cooperat și am acționat împreună, deci am comunicat.

Locotenent Costin-Liviu BARBU



De la stânga la dreapta: locotenent Costin BARBU, locotenent Mirela RUS, locotenent-colonel Lucian NEGOIȚĂ, locotenent Oana BĂDILAS, colonel Ioan DRĂGAN, lect. univ. drd. Margareta BOACA, locotenent-colonel conf. univ. dr. Ioan DEAC, locotenent Marian NICORICI, locotenent-colonel Rodica ABRUDAN, sublocotenent Anca ONOFREI

Mulțumiri

Cadrele didactice ale U.N.Ap. și cursanții Colegiului de Război mulțumesc conducerii C. 4 A. Trt. pentru facilitățile asigurate pe timpul studiilor de stat major în teren

și redacției „Orizont militar” pentru sprijinul acordat în editarea prezentului supliment de relații publice.