



## STRATEGIA DE COMUNICARE ȘI RELAȚII PUBLICE

### a Asociației Ofițerilor în Rezervă din România (A.O.R.R.)

**Scopul fundamental** al Strategiei de Comunicare și Relații Publice a Asociației Ofițerilor în Rezervă din România constă în formarea, menținerea și consolidarea imaginii publice de valoare pozitivă a acesteia pe plan național și internațional, în conformitate cu misiunea, obiectivele și direcțiile de acțiune cuprinse în Statutul de organizare și funcționare. Acest document asigură nivelul strategic al comunicării și relațiilor publice organizaționale, fiind însoțit de Planul de Comunicare și Relații Publice al A.O.R.R., care susține nivelul operativ comunicațional și Ghidul managerial de comunicare și relații publice care concretizează nivelul tactic al comunicării publice organizaționale.

Asociația Ofițerilor în Rezervă din România (A.O.R.R.) este o organizație neguvernamentală, cu caracter nelucrative, autonomă și apolitică, înființată în anul 2004, membră a Confederației Interaliatelor a Ofițerilor în Rezervă (CIOR) din NATO și a Comitetului CIOR.

#### A. Imaginea publică pozitivă a asociației

Imaginea publică a A.O.R.R. se exprimă prin proiecția personalității, identității, reputației și caracterului acesteia în mentalul național și internațional și reprezintă o valoare care ține de patrimoniul său, fiind protejată prin constituție, legi și norme specifice și gestionată ca orice bun material și spiritual. Această imagine publică favorabilă este dată de calitatea reprezentării și recunoașterii activității A.O.R.R. în conștiința publicului, în funcție de aprecierile pozitive despre aceasta, despre ceea ce ea întreprinde și despre ceea ce ea comunică în activitatea sa. Este vorba despre „*cartea de identitate*” a asociației care exprimă trăsăturile individuale ale acesteia, personalitatea în întregul ei și prezentarea programelor, acțiunilor, ideilor și valorilor sale sub formă de „*imagini reale*” în fața publicului.

Construirea unei imagini publice favorabile în mediul internațional se realizează prin promovarea în opinia publică din alte state și în mediile internaționale a imaginii proprii a asociației, în scopul recunoașterii acesteia dincolo de granițele statale, regionale și mondiale.

**Compartimentul de Comunicare și Relații Publice** al A.O.R.R. activează în folosul exclusiv al acesteia, pe baza unui program comunicațional coerent, menit să satisfacă cerințele conducerii și membrilor acesteia și urmărește să atragă simpatia, bunăvoința, înțelegerea și sprijinul opiniei publice în toate activitățile întreprinse.

Cadrul juridic de organizare și funcționare a activității de comunicare și relații publice a A.O.R.R. este reglementat de Constituția României, Legea 544/2001 privind accesul la informații publice, însoțită de Metodologia de lucru, precum și normele juridice cuprinse în Dreptul Uniunii Europene și dreptul internațional. Astfel, Legea 544/2001, art. 4 arată: „Pentru asigurarea accesului oricărei persoane la informațiile de interes public, autoritățile și instituțiile publice au obligația de a organiza compartimente specializate de informare și relații publice sau de a desemna persoane cu atribuții în acest domeniu.” De asemenea, la art. 16 se arată: „Pentru asigurarea accesului mijloacelor de informare în masă la informațiile de interes public, autoritățile și instituțiile publice au obligația de a desemna un purtător de cuvânt, de regulă din cadrul compartimentelor de informare și relații publice.”



## B. Elemente strategice fundamentale de comunicare și relații publice ale A.O.R.R.

**Strategia A.O.R.R. se pune în aplicare prin Compartimentul de Comunicare și Relații Publice (C.C.R.P.) și include următoarele elemente comunicaționale strategice: interesele organizaționale; evaluarea oportunităților de reprezentare națională și internațională; direcțiile strategice de acțiune ale cadrelor militare în rezervă din asociație pe linie militară, prezidențială, parlamentară, guvernamentală, juridică, diplomatică și socială.**

### 1. Interesele organizaționale ale A.O.R.R.

**Interesele organizaționale** ale asociației dau esența Strategiei C.C.R.P. și reprezintă cele mai importante cereri, nevoi și valori naționale și internaționale. În speță, este vorba despre menținerea independenței naționale și integrității teritoriale ale României, realizarea stabilității politice, asigurarea protecției mediului, garantarea drepturilor și libertăților democratice, evidențierea onoarei și demnității națiunii române.

Semnificația interesului național pentru A.O.R.R. decurge din două dimensiuni concrete ale acestuia: pe de o parte, interesul național este definit în raport cu interesele naționale ale altor state; pe de altă parte, interesul național transcende intereselor private, cadru în care securitatea și apărarea României sunt direct corelate cu calitatea națiunii române de a fi membră a două mari organizații internaționale: NATO și Uniunea Europeană.

### 2. Oportunitățile de reprezentare națională și internațională ale A.O.R.R.

**Evaluarea oportunităților de reprezentare națională și internațională** ale A.O.R.R. oferă o valoare adăugată activității de comunicare și relații publice a asociației cu rolul de a analiza amenințările și pericolele la care poate fi expusă România și modul cum pot fi afectate în mod negativ interesele sale naționale. În acest context, A.O.R.R. identifică sursele, vulnerabilitățile și acțiunile reale și potențiale la care poate fi expusă România și acționează în consecință. Calitatea de membră a Confederației Interaliatate a Ofițerilor în Rezervă (C.I.O.R. - NATO) reflectă recunoașterea caracterului internațional al A.O.R.R., mediu favorabil în care activitatea de comunicare și relații publice trebuie să se caracterizeze prin dinamism și eficiență.

### 3. Direcțiile strategice de acțiune

**Direcțiile strategice de acțiune** decurg din interesele naționale și se concretizează în programe naționale care trebuie duse la îndeplinire și promovate prin C.C.R.P. Pe baza acestor programe naționale se formulează prioritățile și direcțiile strategice de acțiune pe **linie militară, prezidențială, parlamentară, guvernamentală, juridică, diplomatică și socială.**

Strategia pe **linie militară** stabilește obiectivele (misiunile) militare de îndeplinit, doctrina militară, mărimea, compoziția, structura, folosirea forței armate și resursele de apărare. A.O.R.R., prin structura sa specializată de comunicare, popularizează participarea Armatei României la misiunile internaționale,



asistență civilă și profesionalizarea armatei, conform prevederilor cuprinse atât în *Carta Albă a Apărării*, cât și în *Strategia militară*.

Totodată, se are în vedere conținutul doctrinei militare, concretizat în concepte strategice, căi și modalități de îndeplinire a obiectivelor militare, cuprinse în *Ghidul de planificare a apărării* și *Programul structurii de forțe*.

A.O.R.R. sprijină acțiunile și inițiativele **Administrației prezidențiale** pe linie de securitate și apărare națională și le face cunoscute prin planurile și programele de comunicare internă, externă și în relațiile cu mass-media.

La nivel **parlamentar**, conducerea și membrii A.O.R.R. conlucrează eficient cu comisiile de securitate, apărare și siguranță națională, având contribuții substanțiale în proiectarea bugetului de apărare a țării, în funcție de nevoile și interesele naționale și internaționale.

La nivel **gubernamental**, experiența cadrelor militare în rezervă din A.O.R.R. este luată în considerare de către factorii decizionali în întocmirea programului de guvernare în domeniul securității, apărării și dotării Armatei României și este făcută public prin structura sa specializată de comunicare.

A.O.R.R. se implică prin acțiunile sale de comunicare și relații publice pentru asigurarea stabilității **juridice** a societății românești și buna organizare și funcționare a statului de drept.

Pe **linie diplomatică**, A.O.R.R. desfășoară activități de comunicare publică în care se exprimă idei despre respectarea intereselor vitale în cadrul acordurilor internaționale, tratatelor bilaterale și multilaterale, dezvoltarea parteneriatelor cu alte țări și promovarea unor relații bune de vecinătate. Pe **linie socială**, A.O.R.R. comunică eficient pentru asigurarea bunăstării sociale, dezvoltarea unei puternice clase de mijloc, reducerea șomajului, oprirea emigrării, ocrotirea sănătății, dezvoltarea învățământului, culturii, turismului și sportului.

### C. Componentele esențiale ale activității de comunicare și relații publice a asociației

Activitatea comunicațională și de relații publice a A.O.R.R. cuprinde **trei componente esențiale: comunicarea internă, comunicarea externă și informarea publică prin mass-media.**

#### 1. Comunicarea internă permanentă în interiorul asociației

Comunicarea internă constă în crearea și dezvoltarea unui mediu eficient de relații comunicaționale între structurile de conducere ale asociației și membrii acesteia, în scopul coordonării eforturilor de comunicare între toate compartimentele sale.

Scopul comunicării interne constă în creșterea motivației în îndeplinirea sarcinilor de către decidenții și membrii asociației, realizarea unității de acțiune a acesteia, dezvoltarea reputației și prestigiului propriu prin utilizarea unor tehnici, metode și procedee eficiente de comunicare și acordarea unor stimulente materiale și morale. În acest context, ofițerii în rezervă constituie parte integrantă a societății românești, pentru care nevoia de dreptate și adevăr, datoria de respectare a cerințelor jurământului militar și dorința de oferire voluntară a experienței individuale de pregătire și instruire reprezintă valori de unitate și acțiune comună.

Printr-o activitate de comunicare internă planificată și condusă în mod rațional, se asigură efectele pozitive de asumare conștientă a misiunilor pe care asociația le are de îndeplinit, creșterea eficienței activității operative, stimularea sentimentului de apartenență la asociație și întărirea moralului membrilor acesteia.



Întreaga activitate de comunicare internă a A.O.R.R. gravitează în jurul obiectivelor de îndeplinit ale asociației, prevăzute în Statutul său: menținerea și dezvoltarea în rândul membrilor asociației a dragostei față de patrie și drapelul național; respectarea sentimentelor de stimă, respect și atașament față de valorile democrației; sprijinirea asigurării securității naționale și celei colective a Alianței Nord-Atlantice; afirmarea elementului de legătură între armată și societatea civilă, prin realizarea de proiecte și propuneri în susținerea intereselor forței de rezervă și familiilor lor; pregătirea și instruirea ofițerilor de rezervă, prin organizarea de cursuri pentru însușirea limbilor străine; organizarea de schimburi de experiență în domeniul rezervei militare cu asociații din statele partenere membre CIOR, activități sportive, aplicativ-militare și de instruire, care să stimuleze interesul pentru perfecționarea pregătirii militare individuale a ofițerilor în rezervă; armonizarea relațiilor dintre categoriile profesionale militare ale ofițerilor în rezervă; dezvoltarea sentimentului datoriei, solidarității și cooperării între ofițerii în rezervă din structurile Sistemului Național de Apărare, precum și legăturile de prietenie și colaborare cu ofițerii din asociațiile militare similare din statele membre NATO; pregătirea ofițerilor în rezervă, pentru a participa, în caz de nevoie, la apărarea țării, sprijinind activ eforturile pe care le întreprind în acest sens Statul Major al Apărării din Armata României.

Principalele caracteristici ale comunicării interne în cadrul A.O.R.R. sunt următoarele: responsabilitate organizațională a liderilor asociației pentru realizarea unui punct de vedere unitar în procesul de comunicare („vocea unică” prin președintele asociației); crearea unui climat managerial optim de activitate în concordanță cu misiunea și obiectivele asociației; stabilirea unor obiective de lucru clare și modelarea mesajelor în funcție de preocupările membrilor asociației în obținerea de rezultate pozitive; stabilirea unei ordini de prioritate a problemelor, în mod deosebit cele care sunt mai presante; realizarea unui flux liber de informații, dinspre conducerea asociației și membrii săi și invers, pe diferite niveluri ierarhice orizontale, neinfluențate de cenzură sau propagandă; asigurarea stării informaționale, astfel încât membrii asociației să fie primii beneficiari în aflarea noutăților, având înțietate informațională din interiorul asociației și nu din surse exterioare care pot dezinforma; realizarea unui climat reciproc de încredere prin deschidere, onestitate, promptitudine în informare cu privire la cerințele asociației și membrilor săi; drepturile de a face publice datele personale și confidențiale ale membrilor asociației trebuie să aibă un caracter strict limitat, în conformitate cu legile și actele normative în vigoare (dreptul la propria imagine, neamestec în viața personală, respectarea propriei intimități, respingerea calomniei); informațiile despre asociație trebuie să fie centrate pe activitatea asociației, să fie luate direct de la sursă sau de la persoana implicată; afirmarea adevărului ca lege supremă în procesul de comunicare internă cu informații oficiale, oportune și reale, chiar și în cazul situațiilor neplăcute pentru a nu submina credibilitatea asociației.

Prin afirmarea trăsăturilor de bază ale A.O.R.R. se asigură esența activității acesteia: voluntariat pentru armată pe plan intern; apărarea intereselor naționale; unitatea de acțiune a tuturor asociațiilor cu caracter militar; promovarea activă a protocoalelor de colaborare; pregătirea rezervei Armatei României; pregătire comună cu forțele militare active; instruirea premilitară a tinerilor.

Comunicarea internă în cadrul A.O.R.R. vizează evenimente importante din viața organizației (repere istorice ale asociației, aniversări zile de naștere, lansarea de proiecte noi etc.), adunări ale membrilor asociației pe diferite teme de interes, comunicate prin următoarele categorii de canale: scrise (revistă, buletine, ghiduri, pliante etc.); electronice; verbale (comunicarea de la persoană la persoană); non-verbale (intonatie, gesturi, mimică, ținută); materiale auxiliare (planșe, grafice, casete video etc.); vizuale (postere, afișe, bannere, aviziere, sloganuri, fotografii, sigle, stemă, drapel etc.).

Modelarea mesajelor în cadrul A.O.R.R. se efectuează în funcție de interesele organizaționale ale conducerii și membrilor acesteia prin patru tipuri fundamentale de mesaje interne: a) misiunea asociației (obiectul de activitate, trăsături specifice, tradiții, locul în cadrul societății, realizări, interacțiuni cu alte





organizații, avantaje oferite membrilor săi și familiilor acestora, perspective); b) rolul membrilor asociației (în ce fel activitatea fiecărui membru contribuie la realizarea scopurilor organizaționale, drepturi și obligații, activitatea fiecărui membru); c) activitățile organizației (conform planurilor și programelor întocmite); d) evenimente curente (fapte de interes pentru membrii organizației care s-au petrecut pe plan local, regional, național sau internațional etc.).

În modelarea mesajelor A.O.R.R. trebuie să țină cont de următoarele elemente care pot influența impactul asupra auditoriului: forma de prezentare (materiale vizuale, expresivitate fizică prin limbajul trupului, gesturi, mimică etc.); tonul de comunicare prin limbaj, vocabular, mod de exprimare (mesaj sobru, unde tonul trebuie să fie rezervat sau variantă umoristică, unde tonul trebuie să fie deschis și optimist); context (situația de comunicare); persuasiune (convingerea auditoriului cu fapte concrete, cifre și date care argumentează judecățile și raționamentele de comunicare); moment (condiții de timp, loc și importanța evenimentului).

În concepția A.O.R.R., comunicarea internă este o activitate importantă, proces prin care se oferă membrilor acesteia informații de actualitate, utile și necesare, pentru a-i motiva în muncă, a obține rezultate performante și a contribui la consolidarea imaginii favorabile asociației.

## 2. Comunicarea externă activă a asociației

Comunicarea externă A.O.R.R. are rolul de realizare a relațiilor de cooperare, colaborare și prietenie între asociație și societatea românească, diaspora românească, instituțiile europene și organizațiile internaționale.

A.O.R.R. nu poate funcționa izolat de societatea românească, românii de pretutindeni, instituțiile și organizațiile internaționale, deoarece însăși natura ființării ei îi determină o existență relațională și o interacțiune pozitivă cu structurile și personalitățile care beneficiază de ideile, produsele și serviciile sale.

A.O.R.R. prezintă în mod constant în fața CIOR dezvoltările care au loc în cadrul asociației, preocupările pentru îmbunătățirea statutului social al rezerviștilor militari români, activitatea în domeniul amendării legislației specifice, contribuția asociației la dezvoltarea și pregătirea forțelor de rezervă naționale. Pe acest fond, Consiliul CIOR a reconfirmat în unanimitate calitatea de membru cu drepturi depline a A.O.R.R. în cadrul acestei organizații internaționale, ca reprezentant al ofițerilor în rezervă români. De asemenea, A.O.R.R. participă activ la activitățile organizate de CIOR, în calitate de vicepreședinte, precum și la cele realizate în parteneriat cu asociații și organizații din țară și străinătate. În cadrul comunicării externe, un rol important îl are dezvoltarea relațiilor de prietenie cu armatele din țările vecine, în special cu Republica Moldova.

Prin activitatea de comunicare externă, A.O.R.R. este interesată să explice comunității de vecinătate funcțiile existenței sale, rolul și importanța activității pe care o desfășoară și să promoveze relații strânse de cooperare cu toate structurile formale și informale din țară și străinătate.

A.O.R.R. înțelege prin comunitatea de vecinătate de nivel național sau internațional o organizare teritorială, demografică și administrativă complexă și dinamică, alcătuită din structuri politice, economice, juridice, culturale, de învățământ, științifice, sociale etc., aflate în interacțiune cu alte organizații guvernamentale, neguvernamentale ale puterii oficiale și ale celei neoficiale, cu lideri de opinie și cetățeni etc., destinate să servească interesele publice și să asigure bunăstarea și siguranța cetățenilor care o compun. Tocmai de aceea, A.O.R.R. funcționează în cadrul comunității de vecinătate prin respectarea sistemului de norme și reguli instituite de aceasta, să demonstreze că între ele există relații de înțelegere și sprijin reciproc și să militeze pentru menținerea și dezvoltarea mediului ambiant în care lucrează.



Prin comunicarea externă a A.O.R.R. se demonstrează faptul că ea își desfășoară activitatea în cadrul comunității de vecinătate în condiții de credibilitate și are o imagine publică favorabilă în mediul public în care acționează.

Trăsăturile fundamentale necesare în pregătirea și conducerea eficientă a programelor de relații comunitare se concretizează în promovarea unui dialog deschis, stabilirea unor contacte personale și realizarea permanentă a comunicării, factori care contribuie la asigurarea înțelegerii, empatiei și spiritului de încredere reciprocă. În acest context, este esențial să se conștientizeze care este percepția comunității de vecinătate despre eforturile asociației de a se încadra în ritmul și activitatea mediului în care își desfășoară activitatea.

În activitatea comunicațională externă, A.O.R.R. ține seama de exigențele celor cinci etape ale structurii de comunicare: a) *definirea problemei*; b) *analiza problemei*; c) *planificarea*; d) *implementarea planului*; e) *evaluarea*.

În *definirea problemei*, conducerea asociației conlucrează cu liderii comunității de vecinătate pentru îndeplinirea misiunii, obiectivelor și activităților sale. Principalele probleme care trebuie să le aibă în atenție sunt: integrarea asociației și membrilor săi în viața comunității de vecinătate; informarea comunității de vecinătate cu privire la rolul și importanța activității asociației; stabilirea unei game largi de acțiuni de cooperare, destinate să faciliteze și să încurajeze comunicarea interpersonală cu ceilalți membri ai comunității de vecinătate.

*Analiza problemei* de comunicare cu comunitatea de vecinătate vizează cunoașterea opiniilor conducătorului și liderilor asociației, dar și a așteptărilor comunității de vecinătate de la asociație. Interesele conducerii asociației trebuie să coincidă cu interesele comunității de vecinătate, iar în acest caz identificarea aspectelor în care asociația poate avea o contribuție pozitivă asupra comunității devine necesară. În acest sens, cunoașterea structurii de putere și organizațiilor din cadrul comunității de vecinătate și cine sunt actorii principali reprezintă elemente primordiale.

În cadrul comunicării externe a A.O.R.R., trebuie să se țină cont de cunoașterea obiceiurilor, tradițiilor, culturii și atitudinilor comunității de vecinătate, concretizate în: sărbători locale, tipuri de îmbrăcăminte locală, activități sociale specifice, învățământ, biblioteci, muzee, artă și muzică. De asemenea, trebuie să se ia în considerare problemele de interes comun între organizație și comunitatea de vecinătate: prosperitate economică, situația șomajului, activități religioase, școli, legi și acte normative locale, zone cu populație bogată și săracă, locuințe și utilități, oportunități culturale și de recreere, bunăstare individuală și publică, sănătate și igienă, probleme ecologice și conservarea mediului.

*Planificarea* vizează stabilirea de scopuri și obiective de comunicare externă cu comunitatea de vecinătate prin planuri și programe de acțiune reciprocă. În aceste planuri se pot include: activități desfășurate de asociație în cadrul comunității de vecinătate (întâlniri ale membrilor conducerii asociației cu diferite tipuri de public țintă din comunitatea de vecinătate; vizite la diferite organizații locale; sponsorizări; participarea la momente importante ale comunității (aniversări, comemorări, evenimente sportive și culturale.); acțiuni organizate în interiorul asociației, destinate publicului extern din vecinătatea geografică a acesteia (vizite de informare pentru oficialități locale și pentru reprezentanți ai mass-media; festivități prilejuite de momente importante din activitatea asociației etc.); activități comune cu alte organizații din interiorul comunității de vecinătate.

*Implementarea* planurilor și programelor de comunicare externă presupune îndeplinirea obiectivelor și activităților propuse: participare la activități culturale, sportive și sociale ale comunității de vecinătate; crearea unui consiliu de relații comunitare în care să fie cuprinși reprezentanți din cadrul comunității de



vecinătate și ai asociației, cu posibilitatea organizării de întâlniri periodice pentru a discuta și rezolva probleme de interes comun.

Prin *evaluare* se determină gradul de succes al planurilor și programelor de comunicare externă. În această etapă, se analizează modul cum s-au îndeplinit obiectivele, cum au fost executate activitățile, cu scopul de a se aduce perfecționări celorlalte programe viitoare.

Metodele cuprinse în planurile și programele de relații cu comunitatea de vecinătate sunt următoarele: contacte personale; participări la evenimente și acțiuni ale comunității de vecinătate (evenimente sportive, acțiuni culturale, de binefacere, serbări locale, comemorări etc.); discursuri ale liderilor asociației cu diverse ocazii când se adună membrii comunității de vecinătate; sponsorizări prin care se fac cunoscute acțiunile unei companii recunoscute de public; acordarea de premii și diplome cu diferite prilejuri; primiri ale membrilor comunității locale în facilitățile asociației; acțiuni pe bază de voluntariat în folosul comunității de vecinătate; organizarea de seminarii, simpozioane pe diferite teme de interes reciproc.

Pentru a stabili o strategie corectă de realizare a relațiilor cu comunitatea de vecinătate, C.C.R.P. se implică în cunoașterea următoarelor elemente: comunitatea de vecinătate respectivă (aria geografică înconjurătoare și organizațiile sau grupurile sociale care o locuiesc); modurile specifice de manifestare ale comunității de vecinătate (tradiții, valori, interese, atitudini etc.); structura de putere oficială și neoficială („*guvernarea invizibilă*”) a acesteia; funcțiile organizațiilor oficiale (guvernamentale, neguvernamentale și politice).

### 3. Informarea publică a A.O.R.R. prin intermediul canalelor mass-media

Prin procesul de informare publică se dezvoltă relații de cooperare și înțelegere între A.O.R.R. și mijloacele de comunicare în masă (mass-media) referitoare la modul de circulație a informațiilor către public și pentru cunoașterea activităților și preocupărilor asociației și membrilor care o compun. Totodată, informarea publică se realizează prin Compartimentul de Comunicare și Relații Publice și instituția purtătorului de cuvânt, privite drept canale de comunicare între emițător (asociație) și receptor (opinia publică), în scopul construirii unei imagini favorabile pozitive a A.O.R.R. în opinia publică națională și internațională.

În esență, prin procesul de informare publică se realizează relația funcțională dintre trei elemente: asociația, mass-media și publicul. A.O.R.R. este interesată să comunice în exterior prin intermediul structurilor proprii de comunicare și relații publice despre rolul, importanța, misiunile și activitățile pe care le îndeplinește. Mass-media reprezintă suportul material și ideatic prin care se transmit mesajele asociației către public. Publicul este destinatarul mesajelor transmise de asociație prin intermediul mass-media.

Esența activității de informare publică a A.O.R.R. constă în afirmarea valorilor fundamentale de comunicare, concretizate în adevăr, obiectivitate, imparțialitate, sinceritate, deschidere, respect și înțelegere reciprocă. Drept urmare, informarea publică trebuie să se organizeze și să se desfășoare cu înaltă măiestrie profesională, unde se iau în considerare următoarele caracteristici: universalitatea, rapiditatea, concizia, originalitatea și varietatea temelor care se supun dezbaterii publice.

Cerințele unei informări publice realiste trebuie să aibă în vedere semnificația socială a faptului relatat, precizia subiectului abordat, integralitatea, actualitatea și accesibilitatea acestuia către public. În acest context, transmiterea de informații din cadrul asociației către public prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, se execută numai cu aprobarea conducerii A.O.R.R., respectându-se regulile managementului organizațional și limitările referitoare la protecția și securitatea informațiilor cu care se vehiculează.



Relațiile între A.O.R.R. și mass-media nu trebuie înțelese de pe poziții de adversitate și de suspiciune. Numai cunoașterea reciprocă poate evita acest pericol și poate optimiza această legătură. Conducerea A.O.R.R. și reprezentanții mass-media au nevoie unii de alții: mass-media este interesată să obțină informații despre asociație de la structurile proprii de comunicare și relații publice; specialiștii asociației în comunicare și relații publice trebuie să transmită către mass-media informații despre propria asociație.

Principiile fundamentale în transmiterea informațiilor către mass-media sunt următoarele: onestitatea (afirmarea adevărului cât mai rapid posibil), acuratețea (transmiterea informațiilor în mod deschis), asigurarea protecției și securității informațiilor secrete și confidențiale și corectitudinea (orice informație care se transmite trebuie să fie reală).

Căile de transmitere a informațiilor A.O.R.R. către mass-media sunt următoarele: scris (știri, comunicate de presă, articole, editoriale, manuscrise, monografiile, dosare tematice, fotografiile etc.); telefon (interviu telefonic în direct, declarație prin telefon, înregistrată și apoi reprodusă în presă); materiale video (imagini de bună calitate, realizate în condiții profesionale, și fără a face propagandă și publicitate); contacte personale (declarația de presă, interviul, briefing-ul, conferința de presă, vizita la redacție, vizitele organizate pentru presă etc.).

A.O.R.R. ține cont de faptul că activitatea mijloacelor de comunicare în masă se ghidează după anumite obiective și îi pun față în față pe doi profesioniști: specialistul în comunicare și relații publice și jurnalistul de profesie. Adevărații profesioniști ai mijloacelor de comunicare în masă lucrează planificat, pe baza unor obiective stabilite din timp, în identificarea de fapte, evenimente, acțiuni care oferă cele mai recente informații. Profesioniștii mass-media promovează valori, idei, atitudini, simboluri etc. în fiecare operație de comunicare. De fiecare dată munca lor este recunoscută și respectată, deoarece ei militează pentru descoperirea adevărului.

De fiecare dată un profesionist mass-media se întreabă ce se poate comunica pentru a fi în concordanță cu interesele publicului. Este dificil de interpretat când un proces, fenomen, eveniment poate fi categorisit a fi un fapt de presă care poate fi relatat imediat. Nu orice eveniment constituie un fapt de presă, nu orice întâmplare are valoare pentru un mijloc de informare. În concepția A.O.R.R., pentru ca un eveniment să devină fapt de presă, acesta trebuie să întrunească anumite caracteristici cum ar fi: actualitate (evenimente interne și internaționale noi); proximitate (fapte care se întâmplă în imediata vecinătate a asociației); conflict (știrile despre situațiile conflictuale sunt cele mai căutate); consecințe (știrile care îi afectează în mod direct pe membrii asociației); celebritate, progres, suspans etc.

Pentru a comunica, A.O.R.R. se adresează următoarelor mijloace mass-media: presa scrisă (informare generală, specializată, documentare, divertisment); presa audiovizuală (radioul; televiziunea); producția de carte; cinematograful; fotografia; înregistrările muzicale; presa on-line (internet, poșta electronică, newsletter electronic, website etc.), mijloacele de reclamă și publicitate; agențiile de presă etc.

Strategia A.O.R.R. de informare publică trebuie să aibă un caracter activ și nu reactiv. Strategia activă de informare publică se desfășoară pe baza unui plan, urmărește anumite obiective, difuzează anumite teme și mesaje dinainte concepute. Această strategie oferă mai multe avantaje, fiind indicată în toate situațiile și fiind posibilă îndeplinirea unei strategii de comunicare coerente, promovarea propriilor obiective și mesaje.

Prin conceperea unei strategii active de informare publică, A.O.R.R. permite adoptarea unei atitudini de contracarare a apariției în presă a unor date din surse rău intenționate sau mai puțin informate, dar care ar putea deteriora imaginea proprie.





## D. Activitatea A.O.R.R. pentru contracararea dezinformării mediatică

Complexitatea procesului comunicării umane este dată și de existența unor dispute și confruntări de idei, unde emițătorii și receptorii au idealuri, interese, convingeri, profiluri psihologice diferite, unde fiecare încearcă să-l domine sau să-l câștige pe celălalt, să-l atragă de partea sa sau a propriului sistem de valori.

Dezinformarea mediatică este și ea o formă a procesului de comunicare umană în care regulile sunt create în mod iluzoriu, cu intenția de a funcționa într-o lume reală. Dacă informarea se bazează pe adevăr, pe corespondența informațiilor cu realitatea, dezinformarea mediatică practică o deviere intenționată, conștientă de la realitate, prin intermediul mijloacelor de comunicare în masă, cu scopul de a induce anumite efecte în mentalul publicului țintă.

În activitatea de comunicare și relații publice a A.O.R.R. este important să se cunoască ce este dezinformarea mediatică, subiecții dezinformării, metodele și tehnicile care se aplică în acest domeniu și care sunt formele de contracarare a acestui fenomen.

Dezinformarea mediatică este o formă a procesului comunicării al cărei scop este disimulat și care se traduce prin manipularea opiniei publice cu ajutorul unor informații deturnate induse în mass-media. Dezinformarea mediatică este o acțiune intenționată în scopul de a devia gândirea oamenilor și conduitele lor; ea presupune ascunderea surselor și scopurilor reale, intenția de a face rău, printr-o interpretare deformată și tendențioasă a realității.

Caracteristicile de bază ale dezinformării mediatică sunt: a) *intenționalitatea*, b) *disimularea*, c) *falsitatea*, d) *credibilitatea*.

*Intenționalitatea* în cadrul dezinformării evidențiază pe de o parte, tendințele obiective și subiective de evoluție a acțiunilor adversarului (organizare, dotare, capacități, resurse, tehnologii, ideologii etc.), iar pe de altă parte direcția proprie de acțiune, stabilită într-un scenariu informațional care este concordant cu obiectivele de lucru ale adversarului.

Prin *disimulare* se realizează ascunderea surselor existente, scopurilor reale, conținutului politic, economic, militar, științific al informațiilor. Dialogul este aparent, comunicarea are sens unic, de la amic la inamic, și capătă relevanță mai ridicată atunci când se întrebuintează cuvântul și imaginea.

Prin *falsitate* se urmărește denaturarea ideilor și conținutului original al informațiilor, se sfidează principiul loialității față de adevăr, se speculează circulația liberă a informației generatoare de confuzii, înșelătorii, înscenări etc.

Prin *credibilitate* se urmărește conceperea unor scenarii informaționale în conformitate cu un adevăr, care concordă cu realitatea numai un anumit segment de timp, după care acest adevăr își pierde valabilitatea, făcându-se loc altuia în avantajul celui care l-a creat.

**Unele măsuri de contracarare a dezinformării mediatică pot fi: depistarea acțiunilor de dezinformare; strategia activă de comunicare și relații publice; verificarea judicioasă a informațiilor.**

**Depistarea acțiunilor de dezinformare mediatică** reprezintă un atribut al Compartimentului de Comunicare și Relații Publice al A.O.R.R., cu obligația de cunoaștere a tehnicilor, metodelor și mai ales a scopurilor dezinformării. Riposta nu trebuie să întârzie atunci când se percep asemenea acțiuni, forțele proprii de comunicare trebuie conștientizate de efectele agresiunii informaționale, iar specialiștii în



comunicare și relații publice trebuie să coopereze strâns cu conducerea asociației pentru a face față oricăror situații de acest gen.

**Strategia activă de comunicare și relații publice** are rolul de prevenire a acțiunilor de dezinformare mediatică. În acest sens, Compartimentul de Comunicare și Relații Publice al A.O.R.R. trebuie să contracareze prin orice mijloace regula de bază a dezinformării mediatică, care se bazează pe ideea potrivit căreia opinia publică dă dreptate celui care informează primul, nu celui care spune adevărul. De aceea, activitatea de informare publică trebuie să fie permanentă, coerentă și desfășurată pe baza acestei strategii de comunicare și relații publice.

**Verificarea judicioasă a informațiilor.** Deontologia profesională a Compartimentului de Comunicare și Relații Publice al A.O.R.R. are reguli clare pentru mass-media, în sensul că o știre despre asociație se poate publica, numai după ce aceasta s-a verificat prin intermediul mai multor surse, independente unele de altele.

În concepția A.O.R.R., procesul de comunicare umană trebuie privit și sub aspectul activității de dezinformare mediatică, cadru în care se urmărește dezintegrarea propriului sistem de valori și afectarea imaginii de sine. Specialiștii în comunicare și relații publice trebuie să fie pregătiți și în acest domeniu pentru a face față acțiunilor de dezinformare mediatică prin măsurile preventive din acest domeniu.

## **E. Activitatea A.O.R.R. în situații de criză mediatică**

În activitatea A.O.R.R. pot exista și situații de criză, generate de producerea unor accidente, incidente, corupție, imoralitate etc., evenimente care aduc momente neplăcute, triste și tensionate. Toate aceste situații pot lăsa în urmă pierderi de vieți omenești, distrugeri de materiale, infirmități, tragedii, drame, evenimente la care conducerea A.O.R.R. și Compartimentul de Comunicare și Relații Publice trebuie să le facă față. Pe bună dreptate se spune că situațiile de criză sunt cele mai grele teste de trecut în activitatea comunicațională, deoarece de căile și modalitățile lor de rezolvare depind credibilitatea și integritatea asociației și conducerii acesteia. Într-o situație de criză, credibilitatea obținută într-o perioadă mare de timp de câțiva ani poate fi distrusă ori serios afectată în câteva minute.

Pe timpul crizelor atenția mass-media este crescută, aceasta fiind interesată de implicațiile ce au loc în interiorul asociației, consecințele asupra comunității de vecinătate, protecția mediului înconjurător etc., unde aspectele și interpretările negative sunt mediatizate și transmise opiniei publice cu rapiditate. De aceea, la nivelul A.O.R.R. sunt întocmite din timp unele documente care conțin principii, norme, reguli, măsuri de intervenție în situații de criză, iar aplicarea lor contribuie la trecerea cu succes a acestor momente dificile.

Criza mediatică reprezintă o dezorganizare a activității de comunicare, apărută pe fondul unei situații de criză generală, care amenință starea de normalitate a asociației, afectarea relațiilor interumane și deprecierea autorității instituționale și morale. Cea mai bună metodă de minimalizare a efectelor crizei mediatică este aceea de a planifica din timp, în mod judicios și realist, relațiile cu mass-media și cu comunitatea de vecinătate. Totodată, calea cea mai sigură de a limita efectele negative asupra imaginii A.O.R.R. pe timpul situațiilor de criză este aceea de a oferi către mass-media cât mai multe informații reale și actuale despre evoluția acesteia. Încercarea de a denatura sau ascunde adevărul în asemenea situații este mai periculoasă ca oricând.

A.O.R.R. este conștientă de faptul că în timpul unei crize mijloacele de comunicare în masă preiau și distribuie orice fel de informații, așa încât organizațiile nu mai pot controla mesajele, iar rezultatul este o sumă de idei contradictorii, provenite din surse oficiale sau neoficiale, zvonuri, care conduc la situația în care fiecare jurnalist și chiar fiecare membru al publicului construiesc propria versiune despre criza respectivă. În asemenea



situații, A.O.R.R. este preocupată de măsurile de urgență care trebuie să le aplice și identificarea modalităților de cooperare cu profesioniștii mass-media în transmiterea informațiilor.

\* \* \*

Strategia de Comunicare și Relații Publice a Asociației Ofițerilor în Rezervă din România constă în formarea, menținerea și consolidarea imaginii publice de valoare pozitivă pe plan național și internațional, în conformitate cu misiunea, obiectivele și direcțiile de acțiune cuprinse în Statutul său de organizare și funcționare. Acest document asigură nivelul strategic al comunicării și relațiilor publice organizaționale, în care se prezintă căile și modalitățile de consolidare a imaginii publice de valoare pozitivă a asociației, elementele strategice fundamentale de comunicare și relații publice ale A.O.R.R. (interesele organizaționale; evaluarea oportunităților de reprezentare națională și internațională; direcțiile strategice de acțiune ale cadrelor militare în rezervă din asociație pe linie militară, prezidențială, parlamentară, guvernamentală, juridică, diplomatică și socială), componentele esențiale ale activității de comunicare și relații publice ale asociației (comunicarea internă, comunicarea externă și informarea publică prin mass-media), activitatea A.O.R.R. pentru contracararea dezinformării mediatice și activitatea A.O.R.R. în situații de criză mediatică.

Întreaga activitate de comunicare și relații publice a A.O.R.R. vizează problemele sale reale, asigură funcționarea sa optimă în îndeplinirea misiunii și obiectivelor stabilite, amplifică vizibilitatea sa valorică pe plan național și internațional și militează pentru respectarea interesului național în contextul calității României de membră a NATO și a Uniunii Europene.

**PREȘEDINTELE ASOCIAȚIEI OFIȚERILOR ÎN REZERVĂ DIN ROMÂNIA**  
**Gl. lt. (r) dr. Virgil BĂLĂCEANU**

**Membrii Compartimentului de Comunicare și Relații Publice al A.O.R.R.**

Gl. Mr. (r) Dan-Florin Grecu

Gl. Bg. (r) Cristian Barbu

Col. (r.) Constantin Manolache