

JAROSŁAW
RYBAK

Kryzys sprzyja piarowcom

TERAZ OBOWIĄZUJE
TREND „WYKORZYSTANIA
POTENCJAŁU
ORGANIZACJI
SPOŁECZNYCH NA RZECZ
OBRONNOŚCI”

”

Nie warto inwestować w superfilmiki na YouTube, wypasione strony internetowe czy zaawansowane projekty komunikacyjne. Na razie to zmarnowane pieniądze. Jeśli się myśli o skutecznym naborze najlepszych kandydatów, najpierw trzeba zadbać o strategiczny element procesu komunikowania się wojska z zainteresowanymi włożeniem munduru. Chodzi o osoby odbierające telefony i e-maile z rubryki „Kontakt” na stronie internetowej jednostki. Skupiając się na formie, najczęściej zapominamy, że zachęcony reklamą w końcu zadzwoni lub napisze z prośbą o szczegóły. A po drugiej stronie słuchawki będzie pani Krysia lub pan Zdzisio, którzy mają ochotę na wszystko, ale nie na odpowiadanie na trywialne pytania. E-maila przeczyta zaś zmęczony służbą kapitan, zaczynający dzień od sprawdzenia, ile jeszcze musi się męczyć do czasu, aż zdejmie mundur.

Często dostaję e-maile z pytaniami od zainteresowanych kamaszami: o sprawy zdrowotne, zatargi z prawem czy tatuaże. Odsyłam do jednostek, do których chcą trafić. Zwykle po jakimś czasie pytający wraca, pisząc, że „odbił się od betonu”. Kandydat nr 1 żali się, że dwa razy kazano mu wysłać CV, ale nie dostał żadnej odpowiedzi. Nr 2 opowiada, że po kilku zdaniach przerwano mu i usłyszał, że „absolutnie nie ma szans na dostanie się do tej jednostki”. Nr 3 po kilku rozmowach odniósł wrażenie, że „nie ważne, czy ma się ręce, nogi, czy jakieś osiągnięcia. Ważne, że ma się plecy”. Gdy spojrzeć przez pryzmat komunikacji społecznej – problem jest poważny. Pytający nie mogą znaleźć informacji u źródła, więc szukają dalej. To tak, jakby chorzy szli do znachorów, bo lekarze odesłali ich z kwitkiem.

Od lat odnoszę wrażenie, że wojsko przywiązuje większą wagę do spektakularności niż efektywności. Teraz obowiązuje trend „wykorzystania potencjału organizacji społecznych na rzecz obronności”. Decydenci puszczają oko do młodych ludzi. Z całą sympatią do pasjonatów munduru, patrzę na ich działania sceptycznie. Dysponują głównie karabinami na plastikowe kulki. A mamy Polski Związek Łowiecki, liczący około 100 tys. członków, każdy ma po dwie, trzy sztuki broni. Dlaczego tylu, znających leśne ostepy, uzbrojonych ludzi nie budzi zainteresowania decydentów?

Kolejny problem to lekceważące traktowanie kandydatów. Piotr Bernabiuk pisze o naborze cywilów do wojsk specjalnych. Mają szybko trafiać do służby. Świetnie. Ale teraz na takie powołanie żołnierze czekają po pięć lat. Zmotywowani, po misjach, selekcji, przez lata nie układają sobie życia, bo chcą włożyć multicom. Czekają i widzą, że jakiś złotodziób zrobi to szybciej. Wojsko otwiera nowe, boczne drzwi, nie porządkując zagraconej klatki schodowej przy głównym wejściu.

Wojskowym piarowcom sprzyja kryzys gospodarczy. Dlatego chętnych do armii nie brakuje. Można więc inwestować w niedopracowane przedsięwzięcia. Na razie życie ich nie weryfikuje. Pytanie: kiedy wyjdziemy z kryzysu? ■

”

JAROSŁAW RYBAK JEST PUBLICYSTĄ ZAJMUJĄCYM SIĘ PROBLEMATYKĄ BEZPIECZEŃSTWA. AUTOREM KSIĄŻEK O POLSKICH JEDNOSTKACH SPECJALNYCH. BYŁ RÓWNIEŻ RZECZNIKIEM PRASOWYM MON I BBN.