

JAROSŁAW  
RYBAK

# Opakowanie dla NSR

**K**iedy rozmawiam z kimś o planowaniu działań promocyjnych, zwykle używam obrazowego porównania: piarowiec jest od tego, żeby „atrakcyjnie opakować towar”. Oczywiście jeśli produkt jest wysokiej jakości, ludzie i tak wydadzą na niego pieniądze. Ale kupią szybciej i chętniej, gdy będzie się on atrakcyjnie prezentował na sklepowej półce. Niestety spora część speców od wszelkich działań promocyjnych skupia się na opakowaniu. Celem jest sprawne przeprowadzenie kampanii reklamowej, odtrąbienie sukcesu i zainkasowanie pieniędzy. Jakość produktu ma znaczenie drugorzędne. Promotorów nie interesuje to, że – wcześniej lub później – klient zacznie się zastanawiać, co zrobić z niepotrzebnym sprzętem, który nabył pod wpływem impulsu. Jak się da, będzie próbował odzyskać pieniądze. Jak nie – będzie awantura urządzona sprzedawcy.

Takie zasady obowiązują nie tylko w marketach. W wojsku także. Dlatego mamy teraz ogromne problemy z Narodowymi Siłami Rezerwowymi (o ich aspekcie wojskowym nie wspominam, skupię się na wizerunkowym). Przed kilku laty, prawie z drżeniem serca oglądałem sprawnie przygotowane spoty telewizyjne zachęcające do wstąpienia w szeregi „polskiej Gwardii Narodowej” – jak nazywano nowy twór. Dreszcze przechodziły po plecach, gdy widziało się dzielnych ludzi, którzy ze zwykłych zjadaczy chleba: nauczycieli, budowlańców, medyków, w reklamach przeistaczali się w bohaterów w mundurach, ratujących świat przed kolejnym kataklizmem.

Jednocześnie w TVN24 pojawił się wówczas inny filmik, wykpiony w „Szkle Kontaktowym”, serwisach społecznościowych i forach internetowych. Ze sporą grupą wojskowych VIP-ów i dziennikarzy ówczesny minister obrony wizytował ćwiczenia. W ich trakcie rezerwista został przeegzaminowany z umiejętności obsługi niewielkiej gaśnicy, którą ugasił maleńkie ognisko. Śmiechu było co niemiara. A zbitka filmów promocyjnych oraz relacji z poligonu pokazywała, jak odległa jest reklama od rzeczywistości.

To było kilka lat temu. Z kolei niedawno w Wojskowym Biurze Badań Społecznych powstała analiza o tym, jak sami żołnierze postrzegają funkcjonowanie Narodowych Sił Rezerwowych. Nad wynikami powinien pochylić się każdy, kto zabiera głos na temat rezerw osobowych. Generalne wnioski z badania napawają smutkiem. Ludzie tworzący NSR uważają, że ich potencjał jest marnowany, mają przestarzały sprzęt i uczą się głównie teorii. Co ciekawe, badani żołnierze zawodowi, mający codzienny kontakt z eneserowcami, wyrażali podobne opinie. Marnie oceniali przydatność rezerwistów do wspierania jednostek, w których byli na etatach. Dlatego aż 66% ankietowanych żołnierzy zawodowych nie wyraziło zainteresowania noszeniem munduru po odejściu ze służby czynnej. Obserwując sposób szkolenia ochotników, oferowane im wyposażenie i pieniądze za czas spędzony na ćwiczeniach, świetnie znając faktyczną rolę w systemie bezpieczeństwa państwa, nie widzą sensu służby w NSR. Raport to ponura lektura dla osób tworzących i od kilku lat reformujących Narodowe Siły Rezerwowe. Tym bardziej przygnębiająca, że pochodząca z wnętrza armii. Oczywiście było to do przewidzenia. Tak musiały skończyć się działania polegające w dużej mierze na ładnym opakowywaniu produktu wątpliwej jakości. ■

ŁUDZIE TWORZĄCY  
NARODOWE SIŁY  
REZERWOWE  
UWAZAJĄ, ŻE ICH  
POTENCJAŁ JEST  
MARNOWANY



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