

**Relații publice  
și publicitate**

**Andy Green**

# **COMUNICAREA EFICIENTĂ ÎN RELAȚIILE PUBLICE**

**Crearea mesajelor  
și relațiile sociale**



**Collegium**

**POLIROM**

Andy Green

**COMUNICAREA EFICIENTĂ  
ÎN RELAȚIILE PUBLICE**  
Crearea mesajelor  
și relațiile sociale

Traducere de Iulia Iordache  
Cuvânt înainte de Anne Gregory

UNIVERSITATEA DIN PITESTI  
**-BIBLIOTECA-**

206.620

POLIROM  
2009

Seria *Collegium. Relații publice și publicitate* este coordonată de Cristina Coman.

**Andy Green**, fellow CIPR și expert în probleme de comunicare și creativitate, este consultant pentru Wakefield Media and Creativity Centre și partener al firmei GREEN communications and creativity@work. A mai publicat *Creativity in Public Relations* (2001).

*Andy Green, Effective Personal Communication Skills for Public Relations*

© Andy Green, 2006

First published in Great Britain and the United States in 2006 by Kogan Page Limited  
Reprinted 2007

© 2009 by Editura POLIROM, pentru prezenta traducere

[www.polirom.ro](http://www.polirom.ro)

Editura POLIROM

Iași, B-dul Carol I nr. 4; P.O. BOX 266, 700506

București, B-dul I.C. Brătianu nr. 6, et. 7, ap. 33, O.P. 37;

P.O. BOX 1-728, 030174

**Descrierea CIP a Bibliotecii Naționale a României:**

**GREEN, ANDY**

**Comunicarea eficientă în relațiile publice: crearea mesajelor și relațiile sociale / Andy Green; trad. de Iulia Iordache; cuv. înainte de Anne Gregory. –**  
Iași: Polirom, 2009

Bibliogr.

Index.

ISBN 978-973-46-1345-8

I. Iordache, Iulia (trad.)

II. Gregory, Anne (pref.)

316.77

Printed in ROMANIA

## Cuprins

<i>Cuvânt înainte</i> .....	13
<i>Mulțumiri</i> .....	15
<i>Scurtă prezentare a cărții</i> .....	17
<i>Introducere</i> .....	21
<b>Capitolul 1. Marca proprie - cine suntem</b> .....	23
Fiziologia - partea întâi .....	24
Informația - primul pas spre înțelegerea abilităților intrapersonale .....	25
Hărțile mentale - percepția noastră despre realitate .....	27
Convingerile și valorile .....	28
Atitudinile .....	34
Fiziologia - partea a doua .....	38
Fundamentul actelor de comunicare : gândirea .....	38
<b>Capitolul 2. Coeficientul comunicațional -     resursele gândirii noastre</b> .....	41
Cei patru Q .....	42
Coeficientul de inteligență (QI) .....	42
Coeficientul de inteligență emoțională (QE) .....	45
Coeficientul de viziune (QV) .....	48
Coeficientul de adversitate (QA) .....	51
Perspectiva celor patru Q în comunicare : obținerea echilibrului .....	56
Coeficientul comunicațional și marca proprie .....	59

<b>Capitolul 3. Capacitățile interpersonale</b> .....	61
Comunicarea prin intermediul acțiunilor .....	62
Comunicarea cu integritate .....	63
Câștigarea încrederii .....	65
Limbajul trupului .....	68
Alte limbaje .....	73
Îmbrăcămintea .....	74
Ascultarea activă .....	76
Prezentarea activă .....	80
Asertivitatea .....	82
 <b>Capitolul 4. Crearea mesajelor, memele și manipularea</b> .....	85
Memele .....	85
Crearea paradigmelor și arta manipulării .....	94
Flexibilitatea în cadrul diferitelor „cutii” .....	100
Paradigmele sacre .....	104
Ideile se exprimă în cutii 3D: conceptul de „paramemă” .....	106
 <b>Capitolul 5. Mesajul – canal de comunicare:</b> <b>cum să comunicăm pentru crearea brandului</b> .....	113
Structura limbajului – influența asupra comunicării .....	114
Structura brandului – influența asupra comunicării .....	116
Iconurile .....	117
Valorile și informațiile .....	126
Pозиționarea .....	129
Platformele de brand .....	132
Mesajele favorabile creării memelor .....	133
Locutorii de succes își adaptează mesajul .....	135
 <b>Capitolul 6. Mesajul declanșator de schimbări</b> .....	139
Disonanța .....	140
Necesitatea duce la comunicare .....	142

Ansamblul motivațiilor .....	144
Construirea unei punți dinspre prezent către viitor .....	145
Vânzarea de avantaje, legitimitate și diferențe majore .....	146
Folosirea metodelor de convingere .....	152
Vitalitatea: comunicați cu stil și înflorituri .....	155
Adaptarea mesajului .....	159
Instrumentele pentru diferite canale senzoriale .....	162
Comunicarea pentru schimbarea comportamentului și acțiunilor celorlalți .....	163
<b>Capitolul 7. Adaptarea mesajelor la rețelele sociale –     comunicarea orală și comunicarea pe internet,     aliații noștri virali .....</b>	<b>165</b>
Ce este comunicarea orală ? .....	166
Forța comunicării orale .....	167
Comunicarea orală negativă .....	169
Limitele comunicării orale .....	171
Controlarea comunicării orale .....	172
Aspectele importante și urgente .....	174
Etaple esențiale în luarea unei decizii .....	176
Cuvintele-cheie pentru accelerarea fiecărei etape .....	177
Modurile de a începe comunicarea orală .....	179
Comunicarea pe internet .....	181
Autoperpetuarea rapidă .....	181
Viteza și urgența .....	182
Accesul nelimitat și excesul de informații .....	183
Cât se poate de democratic .....	184
Distorsionarea mesajelor și a faptelor .....	184
Tehnicile de campanii virale .....	185
Evitarea situațiilor jenante .....	188
Folosirea comunităților pe internet .....	188
Comunicarea orală – o ramură a relațiilor publice ? .....	190

<b>Capitolul 8. Rețelele sociale</b> .....	193
Spațiul privat .....	194
Spațiul profesional .....	195
Cercul de cunoștințe apropiate .....	197
Cercul de cunoștințe îndepărtate .....	197
Calitatea de membru .....	198
Evaluarea rețelelor sociale .....	199
Structurile rețelelor sociale .....	200
Dinamica rețelelor sociale .....	203
Organizațiile-fantomă .....	205
Sursele de informații .....	207
Verificarea rețelelor sociale .....	208
Forța parteneriatului .....	208
Locutorii de succes – construirea și folosirea rețelelor sociale .....	211
<b>Capitolul 9. Gestionarea rețelelor sociale</b> .....	215
Cum se creează de fapt rețelele sociale? .....	216
Legendele rețelelor sociale .....	219
Strategiile de dezvoltare a rețelelor sociale .....	220
Definirea și identificarea publicului-țintă .....	221
Trăsăturile creatorului eficient de rețele sociale .....	222
Cum să ne facem relații .....	224
Inițiativa .....	225
Schimbul de informații de contact .....	226
Cartea de vizită – cel mai influent prieten al nostru .....	228
Afinitatea și compatibilitățile .....	229
Perseverența .....	232
Sistematizarea .....	234
Disciplina .....	234
Atragerea persoanelor cu relații în cadrul companiei .....	235
Rețelele sociale – instrument formal în comunicarea de marketing? .....	236

<b>Capitolul 10. Forța contextului – gestionarea condițiilor de comunicare</b> .....	239
Motivațiile : gândirea de grup .....	241
Durata acomodării : forța „pașilor mărunți” .....	243
Rolul celorlalte meme .....	251
Oscilațiile socioeconomice și politice .....	252
Comunicările sunt cumulative .....	253
Perspectiva importanței contextului : <i>Mein Kampf</i> .....	254
<b>Capitolul 11. Perspectiva de ansamblu</b> .....	259
Virusul „te iubesc” .....	259
Isus Hristos .....	262
Paramema unui pasionat de computere <i>versus</i> cea a Fiului lui Dumnezeu .....	266
Comunicarea brandului personal : aspirațiile, memele și echipele .....	268
Comunicarea – mai mult decât un comunicat de presă : misiunea noastră .....	272
<i>Scurtă retrospectivă</i> .....	275
<i>Glosar</i> .....	281
<i>Lecturi suplimentare</i> .....	285
<i>Bibliografie</i> .....	290
<i>Index</i> .....	295

# Relații publice și publicitate

Andy Green

## COMUNICAREA EFICIENTĂ ÎN RELAȚIILE PUBLICE

Crearea mesajelor și relațiile sociale

Succesul comunicării în relațiile publice presupune elaborarea unei strategii eficiente, dar și o bună cunoaștere a oamenilor. Lucrarea prezintă elementele-cheie la care recurg comunicatorii în crearea mesajelor și principalele metode de gestionare a informațiilor, de extindere a rețelelor sociale și de rezolvare a conflictelor. Numeroasele exerciții și sfaturi practice sunt utile atât pentru studenți, cât și pentru specialiștii în relații publice.

**Coefficientul comunicațional și marca proprie • Câștigarea încrederii • Crearea paradigmelor și arta manipulării • Platformele de brand • Folosirea metodelor de convingere • Forța comunicării orale • Accesul nelimitat și excesul de informații • Dinamica rețelelor sociale • Forța parteneriatului • Strategiile de dezvoltare a rețelelor sociale**

Collegium

EDITURA POLIROM  
www.polirom.ro

29<sup>95</sup>  
ISBN 978-973-46-1345-1



9 789734 613458