

BUNE PRACTICI DE CREARE ȘI PROMOVARE A IMAGINII AUTORITĂȚILOR ADMINISTRAȚIEI PUBLICE LOCALE ÎN COMUNA ȘOLCANI, RAIONUL SOROCA

GOOD PRACTICES OF CREATING AND PROMOTING THE IMAGE OF THE LOCAL PUBLIC ADMINISTRATION AUTHORITIES IN THE VILLAGE OF ȘOLCANI, SOROCA DISTRICT

CZU: 352:659.4(478)

Violeta TINCU,
doctor în științe administrative, lector superior universitar,
Academia de Administrare Publică

Lucia IFTODII,
masterandă, Academia de Administrare Publică,
secretar al consiliului local Șolcani, raionul Soroca

SUMMARY

The authors study local government image establishment and promotion in the village of Șolcani, Soroca district, even if local government authorities have neither a specialized body in charge of public relations, nor resources needed to contract outside imagemakers. However, Șolcani local government has an extensive experience in both image establishment and promotion, in terms of both local government authorities' image, and village image in general. Thus, several innovative and replicable good practices can be identified in the village of Șolcani, Soroca district - image builders' management, image transfer, the image promotion through event management, using local media as an image builder, using social media as a tool for promoting one's image etc.

Keywords: local government, public relations, image, local government image, management, strategies, promotion.

REZUMAT

În prezentul articol, autorii studiază unele bune practici de creare și promovare a imaginii autorităților administrației publice locale din comuna Șolcani, raionul Soroca, în condițiile în care autoritățile locale nu dispun de o structură specializată de relații publice și nici de resursele necesare pentru contractarea unor imagemakeri din exterior. Administrația publică locală din Șolcani posedă totuși o experiență solidă în formarea și promovarea imaginii – atât a autorităților administrației publice locale, cât și a localității în genere. În acest sens, pot fi identificate anumite bune practici inovative și replicabile – gestionarea unor surse de imagine, utilizarea transferului de imagine, promovarea imaginii prin intermediul evenimentelor promoționale, utilizarea mass-mediei locale ca sursă de imagine, folosirea rețelelor sociale ca instrument de promovare a imaginii etc.

Cuvinte-cheie: administrație publică locală, relații publice, imagine, imagine a autorității administrației publice locale, gestionare, strategii, promovare.

Comuna Șolcani e situată în partea de vest a raionului Soroca al Republicii Moldova, incluzând două sate: Șolcani și Cureșnița Nouă [7, p. 3].

Datele statistice referitoare la comună pentru 2018 sunt următoarele:

- *localitatea*: satul Șolcani, raionul Soroca;
- *regiunea de dezvoltare*: Nord;
- *numărul de locuitori*: 1 253;
- *primar*: Boris Rotaru [1, p. 61].

Deși în primăria Șolcani nu există specialiști focusați nemijlocit pe gestionarea imaginii, imaginea primăriei este pozitivă, din motivul că toți oficialii aleși și funcționarii publici conștientizează necesitatea creării și gestionării imaginii. Prin imagine înțelegem reprezentarea care s-a format ca o sumă de credințe, opinii, prejudecăți, la grupe de persoane sau în cadrul opiniei publice asupra unei persoane fizice sau juridice, instituții/organizații sau orice fenomene sau obiecte [2, p. 8].

În continuare, vom face o trecere în revistă a unor practici replicabile utilizate de autoritățile administrației publice locale din Șolcani în ceea ce privește formarea și gestionarea imaginii autorității locale și localității în genere.

Utilizarea surselor de imagine în formarea și gestionarea imaginii administrației publice locale din comuna Șolcani, raionul Soroca. Potrivit specialiștilor în domeniu, un prim element care conduce la formarea unei imagini în ochii publicului sunt așa-numitele „surse ale imaginii”. Autorul român Ștefan Pruteanu consideră că principalele surse ale imaginii organizației sunt [5, p. 258]:

- a) țara de origine și sediul;
- b) logotipul sau marca de producție;
- c) „vânzătorul” sau agentul de imagine;
- d) media;
- e) produsul/serviciul – modul cum ne deserveste organizația.

În continuare, vom studia cum anume sunt gestionate aceste surse ale imaginii la Șolcani.

1. Gestionarea localului primăriei și a aspectului general al localității ca sursă de imagine.

În anul 2014 pot fi menționate următoare-

le activități desfășurate de autoritățile locale din Șolcani cu scopul de a contribui la această sursă a imaginii:

- finisarea amenajării stadionului Șolcani (acoperirea cu „covor verde”);

- amenajarea intrării în satul Șolcani și instalarea monumentului „Comuna Șolcani” [4].

În anul 2016 pot fi menționate următoarele activități desfășurate:

- amenajarea teritoriului în stil de sărbătoare (împodobirea bradului, a pomilor de la intrarea în sat ș. a.);

- efectuarea lucrărilor de curățare la cimitirul satului;

- efectuarea lucrărilor de reparație a drumurilor;

- începerea lucrărilor de construcție a capelei de la intrarea în satul Șolcani [4].

2. Utilizarea elementelor grafice (logotipuri, alte simboluri) ca sursă de promovare a imaginii.

Elementele grafice – fie că se numesc logotipuri, steme etc. – au fost folosite întotdeauna pentru a facilita memorarea unor organizații publice și private, fiind primul element care apare în memorie atunci când cineva vorbește despre organizația respectivă. Acest lucru este valabil pentru companiile McDonalds, Mercedes Benz, Microsoft etc.

Comuna Șolcani nu face excepție atunci când e vorba de promovarea imaginii prin elemente grafice.

Astfel, atât satul Șolcani, cât și satul Cureșnița Nouă dispun de steme și drapele proprii, aprobate în ședința Comisiei Naționale de Heraldică a Republicii Moldova din 30 septembrie 2015, proces-verbal nr. 3 78-IV [7, p. 238].

Specificul satelor Șolcani și Cureșnița Nouă în context zonal care urmează a fi reflectat în heraldică a fost determinat de consilierii comunali prin discuții. Astfel, s-a ajuns la concluzia că cele mai apropiate simboluri de sufletul sătenilor ar fi doi copaci: salcâmul pentru Șolcani și nucul pentru Cureșnița Nouă, specii care cresc din abundență în localitățile date [7, p. 238].

În consecință, drept elemente grafice de

promovare a imaginii autorităților locale și a localității în genere, la Șolcani au fost elaborate, aprobate și diseminate public:

- stema comunei Șolcani [7, p. 238];
- stema satului Șolcani. Pentru satul Șolcani a fost aleasă o rămurică înflorită de salcâm, în culorile ei naturale, care a fost amplasată broșând peste un câmp de aur, fretat roșu. Această mobilă a fost utilizată în premieră absolută pentru heraldica Republicii Moldova și face o aluzie fină la activitatea principalului agent economic din localitate - întreprinderea „Rul-TehCom”, specializată în producerea plasei și a gardului metalic, recunoscută drept lider național în domeniu [7, p. 239];

- stema satului Cureșnița Nouă. Pentru satul Cureșnița Nouă a fost aleasă o frunză de nuc, de asemenea plasată într-un câmp de aur. Cea de-a doua mobilă din stemă este un nor de fum negru cu referire la denumirea localității. Toponimul Cureșnița este de origine slavă și înseamnă „afumătoare mică” [7, p. 239];

- drapelele satelor și al comunei au fost elaborate în baza stemelor, prin procedee specifice vexilologiei, păstrând semnificația cuprinsă în steme [7].

3. Utilizarea agenților de imagine.

„Vânzătorul” sau agentul de imagine este cel care promovează imaginea organului administrației publice. Astfel, Președintele Republicii Moldova, primarul unei comune – toți sunt „agenți” de imagine [6, p. 85]. În comuna Șolcani, raionul Soroca, nu există o subdiviziune a consiliului local responsabilă de problemele comunicării și relațiilor publice, și în consecință – de gestionarea imaginii autorității locale. De aceea, responsabilitatea de a activa în calitate de „agenți ai imaginii” îi revine la evenimentele majore primarului comunei, iar responsabilitățile cotidiene în acest sens sunt exercitate de secretarul consiliului local.

Fișa de post a secretarului consiliului nu include responsabilități expres stipulate de gestiune a imaginii autorității, dar acesta le exercită deseori de facto, din simplul motiv

că nimeni altcineva nu o face. Analizând fișa de post a secretarului consiliului, observăm că acesta este responsabil de executarea următoarelor sarcini de bază [4]:

1. Planificarea și organizarea desfășurării sesiunilor consiliului comunal.

2. Asigurarea legalității actelor adoptate de către consiliul comunal și primarul comunei.

3. Asigurarea comunicării actelor adoptate/emise.

4. Legalizarea și autentificarea actelor și documentelor.

5. Asigurarea efectuării lucrărilor de secretariat [4].

Din cele expuse mai sus, observăm că doar două activități au nemijlocit legătură cu comunicarea – comunicarea scrisă (asigurarea efectuării lucrărilor de secretariat) și comunicarea verbală publică (asigurarea comunicării actelor adoptate/emise). Tangențial, aceste activități au legătură cu imaginea autorității, deoarece imaginea autorității locale depinde de deciziile luate, la fel ca și de calitatea documentației emise, care, de asemenea, este o sursă de imagine.

Mai mult decât atât, multe dintre activitățile exercitate zilnic de secretarul consiliul local Șolcani se referă la câteva componente care contribuie la formarea unor elemente ale imaginii – întreținerea în bună stare a sediului primăriei și a bunurilor sale, asigurarea comunicării scrise calitative, organizarea și monitorizarea de evenimente, asigurarea comunicării interne și externe a autorităților administrației publice locale, întreținerea unor relații armonioase cu subiecții mediului extern etc.

4. Utilizarea mass-mediei locale ca sursă de promovare a imaginii.

Media reprezintă canalul de distribuire a mesajului administrației publice. Drept exemplu ne pot servi buletinele și anuarele statistice ale organelor administrației publice, ziarul local, site-ul oficial al Guvernului etc. Ziarul local reprezintă o sursă foarte importantă de imagine pozitivă. Altfel spus, anume prin intermediul ziarului propriu administrația publi-

că își poate promova succesele sau își poate prezenta eșecurile într-o lumină mai favorabilă [6, p. 86]. Importanța mass-media în formarea imaginii unei persoane și organizații este conștientizată și de autorul Ana Viziru-Stegărescu, care menționează: „Presa, în fond, se află la originea formării pentru public a imaginii de ansamblu a administrației publice, datorită potențialului său emotiv-persuasiv, mai ales cel al televiziunii” [8, p. 266].

Autoritățile locale din Șolcani conștientizează importanța alegerii unor canale adecvate pentru a făuri o imagine pozitivă în ochii publicului. În acest scop, la inițiativa primăriei Șolcani, în anul 2016 s-a realizat înregistrarea filmului „Satul Șolcani”. Anterior, în anul 2015, a fost elaborată și editată cartea „Comuna Șolcani” [4].

Autoritățile administrației publice locale au beneficiat, totodată, de acoperire media și în ziarul regional „Ziarul Nostru”, unde au fost tipărite recent:

1. Articolul „Sfintele sărbători, bucuria tuturor” - tradiții și obiceiuri de iarnă la Șolcani”, tipărit în numărul 2 (218) al „Ziarului Nostru” din 17 ianuarie 2019, în care se reflectă evenimentul respectiv, inclusiv „Plugușorul” - obiceiul agrar practicat cu prilejul Anului Nou, care a inclus și un concert de sărbătoare - „Întâlnirea Anului Nou pe stil vechi”. În program au fost incluse:

- „Hora Neamului”;
- cântece de voie bună cu ansamblul „Buiuc”;
- înscenări artistice cu colectivele Grădiniței „Romanița” și a gimnaziului [4].

2. Articolul „Atmosferă de poveste la Șolcani”, tipărit în numărul 1 (217) al „Ziarului Nostru” din 10 ianuarie 2019, în care se reflectă atmosfera festivă și decorativă din satul Șolcani cu ocazia sărbătorilor de iarnă. Ideea de a amenaja satul în straie de sărbătoare aparține primarului localității, care s-a inspirat de la Cernăuți, tot de acolo aducând unele figurine, iar altele fiind confecționate chiar în localitate [4].

Utilizarea transferului de imagine în gestionarea imaginii administrației publice locale din comuna Șolcani, raionul Soroca.

Esența transferului de imagine, numit și „efect de halo”, este „utilizarea imaginii unei organizații sau persoane care are deja imagine pozitivă, pentru a dobândi un plus de credibilitate pentru organizația proprie” [2, p. 50]. Aplicată practic, această strategie ar duce la extinderea imaginii pozitive a unei companii asupra alteia, care nu dispune de o asemenea imagine, prin semnarea unui acord de colaborare.

În mod practic, o autoritate a administrației publice ar putea beneficia de această strategie câștigând un proiect de la un donator internațional recunoscut, instituind relații de cooperare și înfrățire cu o autoritate publică similară dintr-un stat care se bucură de respectul comunității internaționale etc. În cazurile date, în rezultatul transferului de imagine, imaginea pozitivă a partenerilor va contribui la îmbunătățirea imaginii autorității administrației publice locale în cauză.

Astfel, la promovarea unei imagini pozitive a primăriei Șolcani contribuie și instituțiile bugetare cu imagine pozitivă - grădinița de copii, biblioteca publică, Casa de cultură etc.

Astfel, instituția preșcolară „Romanița”, unde activează 3 grupe cu 73 de copii în total, a fost menționată cu locul I la concursul „Cea mai bine pregătită și amenajată instituție pentru noul an de învățământ” [4].

Biblioteca Șolcani are 3 săli puse la dispoziția utilizatorilor. Una dintre săli este „Jucătoria”, unde utilizatorii au posibilitatea să joace șah, puzzle, să acceseze internetul prin intermediul calculatoarelor donate de Programul Novateca. Sala „Accesul liber” oferă, respectiv, acces la rafturile cu cărți. A treia sală, „Zestrea neamului”, stimulează curiozitatea și interesul față de istorie și lectură. Această sală a fost amenajată în cadrul campaniei „Rădăcinile cresc în adânc”. Spațiul bibliotecii este dotat cu Wi-Fi gratuit, fiind solicitat de utilizatori. În anul 2016 au fost fondate clubul „Dialog”, având în calitate de membre pe doamnele

din comunitate, cenaclul „Vertical”, pentru beneficiarii categoriei de vârstă 12-18 ani [4].

În bibliotecă se desfășoară programele „Lecturile verii”, „Lecturile iernii”. Biblioteca Șolcani a participat la concursul republican „Istorie de Succes de Transformare a Bibliotecii” unde a ocupat locul 8 din 57 de participanți [4].

În 2017, Biblioteca Șolcani a lansat câteva servicii noi: „Academia familiei”, „Dezvoltarea afacerilor în agricultură”, participarea la „Iar-marocul Comunității” în orașul Cantemir, participarea la traininguri în domeniul advocacy. La fel, biblioteca a apelat la Fondul de Dezvoltare a Bibliotecii Moderne cu un Formular de Aplicare pentru Servicii de Consultanță. La 24 noiembrie, reprezentanții bibliotecii au participat la lansarea proiectului „Educație media-tică pentru democrație” susținut financiar de Agenția SUA pentru Dezvoltare Internațională USAID și implementat cu susținerea Centrului pentru Jurnalism Independent, „Internews”, și ziarul „Observatorul de Nord”. Biblioteca Șolcani a mai participat la concursurile: „Eu și comunitatea” și „Istoria satului” [4].

Casa de cultură Șolcani contribuie, de asemenea, la formarea unei imagini pozitive a autorităților locale din comuna Șolcani. În anul 2016, aici au fost organizate sărbătorile culturale „Sfântul Vasile”, „Sfintele sărbători - bucuria tuturor”, serata „Sfântul Valentin” [4].

În anul 2017, în cadrul Casei de cultură au fost organizate sărbătorile culturale „Anul Nou”, „8 martie”, „1 iunie – Ziua copiilor” [4]. În căminul cultural își desfășoară activitățile și ansamblul folcloric „Busuioc”, fondat de conducătorul artistic al căminului cultural (anul 1970) Petru Călugărescu, absolvent al școlii medii Șolcani. Ansamblul „Busuioc” are o istorie bogată de participări la diferite manifestații culturale, atât locale cât și naționale.

Transferul de imagine este realizat și prin câștigarea unor proiecte care aduc plus de încredere autorităților locale:

- în anul 2014 au fost implementate pro-

iecte FISM, obținute donații din partea guvernelor României și Poloniei;

- tot în anul 2014 a fost implementat proiectul „Novoteca” la biblioteca Șolcani;

- în rezultatul obținerii unui grant de la Centrul de Tineret „Dacia”, au fost procurate în anul 2017 aparate de fitness pentru orele de educație fizică la gimnaziu;

- în rezultatul implementării proiectului „Sistemul termic pe bază de biomasă”, a fost instalată la grădinița Șolcani o centrală termică pe bază de biomasă cu sprijinul financiar al Uniunii Europene, prin colaborarea cu proiectul „Energie și Biomasă”.

Transferul de imagine este realizat și prin *colaborarea cu alte autorități și instituții publice la nivel local*. Mai mult decât atât, de multe ori acest transfer se materializează prin diverse diplome care recunosc meritele autorităților locale din Șolcani, de exemplu:

- Diploma de onoare a Inspectoratului General al Poliției al Ministerului Afacerilor Interne, decernată în semn de recunoștință pentru profesionalism înalt *manifestat în promovarea imaginii pozitive a poliției în mediul societății*, consolidarea parteneriatului cu societatea civilă și cu autoritățile administrației publice centrale și locale în vederea asigurării implementării proiectului „Aleea siguranței”;

- Diploma Consiliului raional Soroca, locul I, acordată Primăriei comunei Șolcani, pe 1 octombrie 2016, *pentru cea mai reușită expoziție și contribuție esențială la promovarea pozitivă a imaginii raionului Soroca în cadrul sărbătorii „Festivalul Național al Mărului”, ediția VI, 2016;*

- Diploma președintelui raionului Soroca, acordată primarului comunei Șolcani pe 1 februarie 2018 ca semn al înaltei aprecieri și efortului substanțial depus pentru soluționarea problemelor cetățenilor și dezvoltarea social-economică a comunității, cu prilejul Zilei Autonomiei Locale și a Lucrătorului din Administrația Publică Locală.

Totuși gestionarea imaginii nu presupune doar formarea sa prin utilizarea surselor de imagine sau a transferului de imagine. O au-

toritate locală trebuie să aibă și capacitatea de a-și promova adecvat imaginea.

Utilizarea strategiilor de promovare a imaginii administrației publice locale din comuna Șolcani, raionul Soroca. Referitor la componenta de promovare a imaginii, vom face inițial o scurtă trecere în revistă a opiniilor autorilor în domeniu, pentru ca în final să studiem experiența autorităților administrației publice locale din Șolcani în acest sens.

Astfel, autorul Cristina Coman identifică următoarele strategii de promovare [3, p. 96]:

1. *Organizarea evenimentelor* – strategie care dorește transmiterea de informații prin: evenimente neplanificate (descoperiri, numiri de noi lideri, fuziuni-surpriză etc.), ceremonii (aniversări, comemorări, momente de pensionare, inaugurări etc.), evenimente regizate (activități menite a atrage atenția presei – acte de caritate, acte simbolice: plantarea copacilor, dezvelirea monumentelor etc.), concursuri, competiții.

2. *Activități promoționale* care urmăresc impunerea imaginii organizației, cum ar fi: acțiuni de marketing (târguri, lansări de noi produse, testări de produse etc.), colectări de fonduri, finanțarea unor descoperiri științifice, acțiuni civice (prin care organizația își arată preocuparea pentru binele societății).

3. *Activități organizaționale* care urmăresc promovarea organizației în mediul său specific (constituirea coalițiilor cu alte organizații ce au aceleași valori, conferințe, convenții, seminare, care permit schimbul de idei).

Analizând strategiile de mai sus, menționăm că la Șolcani sunt utilizate următoarele:

Organizarea activităților de sponsorizare și susținere a grupurilor socialmente vulnerabile.

Astfel, pot fi menționate:

- acordarea premiilor bănești veteranilor și văduvelor de război, participanților la conflictul din Transnistria, la războiul din Afganistan, la lichidarea consecințelor avariei de la Cernobîl;

- acordarea ajutoarelor umanitare (produ-

se alimentare, vestimentație la mâna a doua) persoanelor social-vulnerabile [4].

Promovarea imaginii primăriei comunei Șolcani prin organizarea de evenimente. Organizarea de evenimente este o modalitate universal recunoscută de promovare a imaginii, începând cu imaginea unei persoane aparte, continuând cu imaginea unor organizații și finalizând cu imaginea unor localități sau chiar state. În acest sens, pot fi organizate concerte, festivaluri, târguri, iarmaroace etc. Autorul rus Valentin Korolko identifică unele exemple de astfel de evenimente, și anume:

- zile speciale, seri, săptămâni sau luni;
- show-uri comerciale, expoziții, iarmaroace, festivaluri;
- întâlniri, seminare, mese rotunde, conferințe, congrese și simpozioane;
- zile ale ușilor deschise, excursii prin organizație, întâlniri cu veterani ai muncii;
- competiții, victorine;
- evenimente organizate de sponsori în folosul comunității;
- crearea unor fonduri caritabile și de educație;
- expoziții de flori sau produse de agricultură;
- activități sportive și de întremare, marșuri turistice, competiții de amatori,
- manifestații solemne, celebrarea sărbătorilor naționale sau religioase;
- manifestații tematice și celebrarea evenimentelor istorice;
- manifestații de onorare a culturii și istoriei altor țări și popoare [9].

În ceea ce privește promovarea imaginii localității și autorității locale prin organizarea de evenimente la Șolcani, menționăm că în perioada 2014-2018 primăria Șolcani a fost implicată activ în organizarea unor diverse evenimente promoționale și participarea la acestea.

Astfel, în anul 2014 au fost organizate următoarele evenimente [4]:

- organizarea și participarea la festivalul raional „Ziua Mărului - 2015”;

- organizarea sărbătorilor de hramul sate-lor Șolcani și Cureșnița Nouă;
- organizarea activității muzeului comunal din satul Șolcani;
- organizarea sărbătorilor de iarnă, zilei co-piilor ș. a. [4]

Un important eveniment în anul 2014 a fost și organizarea la 10 ianuarie 2014 a Festivalului tradițiilor populare „La cuptorul cu plăcinte”, unde s-au adunat sute de locuitori ai comunei, dar și oaspeți din orașul Soroca, satele din raion și din republică.

La festival a participat formația folclorică „Șolcani”, ansamblul folcloric din orașul Flămânzi, județul Botoșani, România, precum și diverse formațiuni artistice: ansamblul „Moștenitorii”; ansamblul vocal-instrumental al dinastiei Călugărescu; formațiunea folclorică model „Busuioc”; formațiunea folclorică „La izvoare”, satul Vărăncău; ansamblul folcloric „Frunze de dor”, satul Pârlița; formațiunea folclorică „Țărăncuța”, satul Parcani; ansamblul „Rostărița”, satul Bădiceni; formațiunea folclorică „Băcițele”, satul Căinari Vechi; formațiunea folclorică „Țărăncuța”, satul Rublenița; ansamblul de dansuri populare „Speranța”, satul Hligeni, raionul Fălești; orchestra de muzică populară „Doina Nistrului” de la Palatul de cultură din or. Soroca; ansamblul de dansuri populare „Vatra”, satul Racovăț; ansamblul de dansuri tradiționale „Tre generații” din or. Flămânzi, județul Botoșani [4].

Sponsor general al festivalului a fost SRL „Rultehcom”. La eveniment au fost prezenți primarul comunei Șolcani, președintele raionului Soroca, șeful secției cultură și turism a consiliului raional, primarul de Soroca, secretarul consiliului comunal Șolcani, reprezentantul Direcției generale a turismului din Republica Moldova. Cu ocazia evenimentului au fost înmânate diplome de merit pentru contribuție valoroasă la dezvoltarea turismului [4].

Un punct de atracție a festivalului a fost și o plăcintă de 2 metri lungime, operă a gospodinelor din mahalaua Hârtopului. De asemenea,

au fost expuse și obiecte de epocă, folosite la sezătorile de odinioară. Participanților li s-au înmănat diplome de merit.

Pot fi menționate următoarele evenimente promoționale organizate în anii 2016-2017 [4]:

- organizarea sărbătorii de iarnă „Sfintele sărbători - bucuria tuturor” cu invitarea interpreților autohtoni;
- organizarea sărbătorii „Ziua copiilor” cu invitarea actorilor teatrului „Gâgâlici”;
- organizarea participării ansamblului „Busuioc” la toate evenimentele culturale locale și raionale;
- procurarea costumelor naționale pentru participanții la evenimente;
- organizarea sărbătorilor de hramul sate-lor Șolcani și Cureșnița Nouă [4].

În ceea ce privește *situația actuală*, pentru primăria comunei Șolcani, evenimentul principal de promovare a imaginii este organizarea anuală a *festivalului-concurs regional de tradiții și obiceiuri populare „La cuptorul cu plăcinte”*, care permite atât promovarea tradițiilor localității de organizare a concursurilor pe mahalale, cât și reprezintă o modalitate de promovare a valorilor și tradițiilor din regiune, precum și o metodă de promovare a brandului propriu, și anume plăcintele. Impactul festivalului crește de la an la an, iar în anul 2018 anume acest eveniment a adus victorie autorităților administrației publice locale la concursul „Programul bunelor practici ale autorităților publice locale”.

Festivalul-concurs regional de tradiții și obiceiuri populare „La cuptorul cu plăcinte” a avut loc la 18 septembrie 2016, având un buget total de 62 mii lei, finanțator fiind primăria comunei Șolcani [1, p. 61].

Beneficiari ai evenimentului au fost 15 ansambluri folclorice din Republica Moldova, Ucraina și România, locuitorii satului - 1 200 de cetățeni, precum și vizitatorii festivalului [1, p. 61].

Actori implicați:

- Primăria satului Șolcani;

- Secția Cultură și Turism a Consiliului Raional Soroca;

- Ministerul Educației, Culturii și Cercetării al Republicii Moldova;

- Centrul Național de Conservare și Promovare a Patrimoniului Cultural Imaterial;

- gospodinele și întreaga comunitate din Șolcani [1, p. 61].

Sărbătoarea a început cu o paradă a portului popular, după care a urmat deschiderea oficială a festivalului, evoluarea formațiilor în concurs, competiții și jocuri distractive pentru copii, „Hora mare”.

Printre momentele-cheie ale festivalului pot fi menționate:

- pe tot parcursul zilei, în parcul din fața Primăriei, toți doritorii au putut viziona expoziții de artizanat, expoziții culinare și, în mod deosebit, participarea inedită a celor mai harnice gospodine din comuna Șolcani în arta culinară - pe mahalale;

- s-a petrecut o adevărată competiție dintre mahalale atât la pregătitul plăcintelor, cât și la felul în care și-au prezentat gospodinele produsele artei culinare. Adică, fiecare mahala și-a expus „marfa” în cel mai original mod [1, p. 62];

- festivalul de „cultură și mâncare” promovează tradițiile și obiceiurile din satul Șolcani, raionul Soroca, dorind să contribuie la dezvoltarea comunitară, comercială și turistică în această regiune;

- a fost creată o foarte bună ocazie de a promova produsele tradiționale și zona foarte pitorească a satului [1, p. 62];

- festivalul „La cuptorul cu plăcinte” și-a făcut loc pe harta festivalurilor prin care satul Șolcani își promovează cultura regională. Organizatorul evenimentului îmbină cu dibăcie arta gastronomică, meșteșugăritul, ruralitatea și turismul [1, p. 62].

Renașterea valorilor culturale ale satului constituie elementul inovator al acestei practici și, cu siguranță, festivalul a avut o amploare deosebită prin numărul considerabil de vizitatori, dar și prin oaspeții de onoare care au participat la acest eveniment [1, p. 63].

În opinia organizatorilor evenimentului, avem nevoie de sărbători pentru suflet, în care să ne valorificăm tezaurul. Astăzi, în epoca globalizării, deja am pierdut tradițiile costumului popular, ale covorului moldovenesc tradițional, care, de fapt, sunt mărci sociale și de prestigiu ale identității etnice.

În acest sens, localnicii satului Șolcani și-au propus să păstreze și să promoveze tradiția plăcintelor, care, de fapt, a devenit un brand al acestei regiuni și una dintre bucatele tradiționale ale bucătăriei moldovenești și să o îmbine cu folclorul muzical [1, p. 63].

Astfel, succesul poate fi obținut doar prin eforturi comune ale cetățenilor, iar implicarea activă a băștinașilor contribuie enorm la dezvoltarea locală [1, p. 63].

De asemenea, cu implicarea autorităților administrației publice locale din Șolcani se organizează și alte evenimente cu impact regional – Festivalul Mărului, Festivalul Măștilor etc.

În ceea ce privește anul 2019, menționăm că un important eveniment organizat de autoritățile administrației publice locale din Șolcani este festivitatea de onorare a Sfântului Vasile, care a avut loc la 13 ianuarie 2019. Mai mult ca atât, evenimentul și-a găsit reflectare în publicația regională „Ziarul Nostru” [4].

În concluzie, deși nu dispun de o structură specializată de relații publice și nici de resursele necesare pentru contractarea unor imagemakeri din exterior, autoritățile locale din Șolcani posedă totuși o experiență solidă în formarea și promovarea imaginii – atât a autorităților administrației publice locale, cât și a localității în genere. În acest sens, pot fi identificate anumite bune practici inovative și replicabile – promovarea imaginii prin intermediul evenimentelor promoționale (de ex., Festivalul Mărului, al Plăcintelor), implicarea în activități de susținere socială a populației cu mediatizarea ulterioară a acestora, utilizarea transferului de imagine, utilizarea mass-mediei locale ca sursă de imagine, folosirea rețelelor sociale ca instrument de promovare a imaginii etc.

BIBLIOGRAFIE

1. Bunele practici ale autorităților publice locale din Republica Moldova. Antologie. Chișinău: IDIS Viitorul, 2018, 110 p.
2. Cioaric V. Relațiile publice. Istorie, teorie, practică. Chișinău: Prut Internațional, 2003, 196 p.
3. Coman C. Relațiile publice: principii și strategii. București: Polirom, 2001, 200 p.
4. Documente din arhiva primăriei comunei Șolcani, raionul Soroca.
5. Pruteanu Șt. Comunicare și negociere în afaceri. Volumul I. București: Polirom, 2000, 328 p.
6. Tincu V. Formarea imaginii autorităților publice – element-cheie al succesului reformei administrației publice în Republica Moldova. În: „Administrarea Publică”, revistă metodico-științifică, 2005, nr. 4, p. 84-89.
7. Trofăilă V. Comuna Șolcani. File de istorie. Chișinău: Vast-M, 2015, 240 p.
8. Viziru-Stegărescu A. Mass-media – gestionarul imaginii administrației publice. În: Teoria și practica administrării publice. Materialele Conferinței științifico-practice cu participare internațională. Chișinău: Academia de Administrare Publică, 2013, p. 264-267.
9. Королько В. Основы публичных отношений, Москва: Ваклер, 2001, 528 p.

Prezentat: 22 februarie 2019.

E-mail: tivioleta@mail.ru