

"TWÓJ KRAJ LICZY NA CIEBIE". PIERWSZA TELEWIZYJNA REKLAMA CIA [WIDEO]

Amerykańska Centralna Agencja Wywiadowcza (CIA) pokazała swoją pierwszą telewizyjną reklamę, zachęcającą do wstąpienia w jej szeregi. Minutowy klip będzie jest pokazywany na platformach streamingowych oraz na portalu YouTube.

Opublikowany w poniedziałek przez Agencję spot jest zatytułowany "Odkryj CIA: twój kraj liczy na ciebie". "Nigdzie indziej nie zrobisz tak wiele dla swojego kraju jak w CIA" - zachęca rekrutów na ekranie przedstawiciel tej instytucji.

Jak zauważa "New York Times", choć CIA reklamowała się dotąd i prowadziła rekrutację na wiele różnych sposobów, m.in. na uczelniach czy w internecie, to nigdy jeszcze nie robiła tego za pośrednictwem reklam telewizyjnych.

Agencja twierdzi, że publikacja reklamy nie jest spowodowana brakiem zainteresowania ze strony potencjalnych rekrutów. Chętnych co roku mają być tysiące, a według CIA ubiegły rok był najbardziej udanym pod względem rekrutacji w historii Agencji. Mimo to wywiad musi konkurować o najzdolniejszych pracowników z sektorem prywatnym, zwłaszcza w przemyśle technologicznym.

Zdaniem cytowanych przez "NYT" byłych oficerów agencji, sięgnięcie po nowe medium może być sposobem na dotarcie nie tylko do osób świeżo po studiach, ale i do ludzi mających już za sobą doświadczenie w pracy.

Amerykane konsumują obecnie więcej treści na platformach streamingowych niż kiedykolwiek, a my chcemy być częścią tego, co oglądają.

Nicole de Haay, rzeczniczka CIA

"NYT" zauważa, że opublikowany film wyraźnie stawia na różnorodność: w reklamie występują zarówno aktorzy o azjatyckich korzeniach, jak i czarnoskórzy. Wewnętrzny raport CIA z 2015 roku wykazał, że personel agencji przez ostatnie dekady stawał się coraz bardziej homogeniczny rasowo.

Czytaj też: [AW rekrutuje na targach pracy](#)

Polska Agencja Wywiadu już od dłuższego czasu podejmuje nowe działania, których celem jest budowanie wizerunku wśród obywateli. Próbuje w ten sposób dostosować się do zmian, które wcześniej zainicjowali najwięksi światowi gracze - w Wielkiej Brytanii czy właśnie w Stanach Zjednoczonych. Jak informował już InfoSecurity24.pl, pierwsze kroki agencja stawiała w mediach społecznościowych, czego świadectwem jest chociażby profil na Twitterze, ale też specjalnie przygotowane materiały wideo na oficjalnym kanale na YouTube. Spoty AW pojawiają się również od czasu do czasu w telewizji.

Trudno ocenić, czy w ten sposób Agencja znajdzie wielu nowych pracowników, jednak bez wątplenia takimi działaniami w pewnym sensie "wychodzi z cienia". Jednym wyda się to atrakcyjne, innym nieco zabawne, ale sam fakt prowadzenia takich działań pozwala sądzić, że to co na zachodzie jest standardem od wielu lat, w Polsce stało się wreszcie jednym z elementów procesu poszukiwania kandydatów do służb specjalnych.

PAP/IS24