DISCURSUL DE RELAŢII PUBLICE ÎN ORGANIZAŢIILE MILITARE – STUDIU DE CAZ

STANCA MĂDA
Universitatea „Transilvania" din Braşov

Limbajul militar românesc a suferit schimbări semnificative în ultimele două decenii. Aceste schimbări se datorează atât modificărilor de ordin politico-economic interne, cât şi deschiderii tot mai mari pe care România o are în relaţie cu structurile militare nord-atlantice, din care a ajuns să facă parte. Astfel limbajul militar românesc actual reprezintă o chintesenţă a unei tradiţii istorice seculare (bine păstrată până la 1948), a unei puternice îndoctrinări politice specifice anilor premergători şi din timpul comunismului şi a unei tranziţii (mai lente sau mai accelerate) spre un alt tip de comunicare militară, specifică organizaţiilor militare din spaţiul nord-atlantic. De asemenea, armata a parcurs, în diverse etape ale istoriei sale, drumul de la voluntariat la profesionalism, ajungând astăzi o organizaţie modernă, exclusiv profesionistă, care trebuie să interrelaţioneze la toate nivelurile cu organizaţii similare din alte state.

La nivelul comunicării profesionale, limbajul militar românesc a adoptat şi uneori a adaptat, într-o manieră proprie, modele ale comunicării militare occidentale. În lucrarea de faţă, propun spre analiză discursul de relaţii publice (interne şi externe) din mediul militar actual, pentru a observa particularităţile acestuia.

Prezenta cercetare face parte din proiectul *Limbajul profesional în româna actuală. Tipare lingvistice şi structuri discursive* (IDEI, cod CNCSIS 142), director − prof univ. dr. Mihaela Gheorghe. Corpusul lucrării este constituit din texte militare publicate în volumul „Comunicarea la locul de muncă, Schiţă de tipologie a textelor redactate în mediul profesional românesc" (Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009). Acestea au fost puse la dispoziţia noastră de către ofiţeri ai departamentului de relaţii publice civil-militare din cadrul Brigăzii 2, Vânători de Munte „Sarmizegetusa", cu acordul comandantului unităţii. Textele au fost secretizate corespunzător, eliminându-se informaţiile sensibile pentru organizaţia şi persoanele implicate.

Asemenea oricărui alt tip de organizaţie, cea militară se supune dezideratului unei comunicări eficiente şi unitare. A comunica înseamnă a informa, a spune, a explica, a împărtăşi, a da ordin, a convinge, a fi în legătură, a asculta, a uni pentru a acţiona etc. Toate acestea constituie funcţii specifice managementului, ce nu pot fi operaţionalizate în lipsa comunicării. Procesele de stabilire a obiectivelor organizaţionale, de realizare a concordanţei cu structura organizatorică, de armonizare a acţiunilor cu obiectivele iniţiale şi de eliminare a disfuncţiilor, de antrenare a personalului se bazează pe primirea şi transmiterea de mesaje.

Într-o organizaţie, comunicarea stabileşte şi menţine relaţiile dintre angajaţi; influenţând pozitiv relaţiile interpersonale şi atmosfera de lucru din grup, asigurând gestionarea situaţiilor de criză, aplanarea conflictelor şi a tensiunilor. Comunicarea de jos în sus pe scara ierarhică furnizează şefului date despre starea sistemului şi despre evoluţia situaţiei. Prin feedback-ul specific comunicării de sus în jos se relevă posibilităţile de îmbunătăţire a performanţelor individuale şi generale ale organizaţiei. Aflată la baza procesului

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

de motivare, comunicarea face posibilă identificarea, cunoaşterea şi utilizarea corectă a diferitelor categorii de nevoi şi stimulente pentru orientarea comportamentului angajaţilor spre performanţă şi satisfacţii. Aceasta contribuie la instaurarea unor relaţii corecte şi eficiente, de înţelegere şi acceptare reciprocă între şefi şi subordonaţi, colegi, persoane din interiorul şi exteriorul organizaţiei, asigură menţinerea relaţiilor cu eşalonul superior.

Procesele de comunicare sunt indispensabile pentru influenţarea educativă a militarilor, pentru realizarea coeziunii subunităţilor, unităţilor şi marilor unităţi, precum şi a cooperării dintre acestea. Acestea demonstrează că liderul militar trebuie să stăpânească informaţia la un nivel adecvat şi să o folosească ca pe orice altă resursă pe care o are la dispoziţie. El trebuie sa fie un manager eficient al informaţiei, pentru a putea optimiza procesul comunicării în unitatea pe care o comandă.

Un document primar din mediul militar intitulat „Ghidul subofiţerului din forţele terestre" (Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 40−77) accentuează latura de influenţare educativă de către conducere a cadrelor medii din organizaţia militară. Textul se deschide cu citarea „Crezului subofiţerului".

(1) ***CREZUL SUBOFIŢERULUI***

Nimeni nu este mai profesionist decât mine. Eu sunt un subofiţer, un lider al soldaţilor. Ca subofiţer, sunt conştient că fac parte dintr-un Corp cu onoare îndelungată, cunoscut sub denumirea de „Coloana Vertebrală a Armatei".

Sunt mândru de Corpul Subofiţerilor şi mă voi comporta întotdeauna în aşa fel încât să aduc credit Corpului, Armatei şi Ţării, indiferent de situaţia în care mă voi afla.

Nu voi folosi gradul şi funcţia mea pentru a obţine interese personale, beneficii materiale sau securitate personală.

Competenţa este lozinca mea. Cele două responsabilităţi de bază vor fi întotdeauna predominante în mintea mea – îndeplinirea misiunii încredinţate şi bunăstarea soldaţilor mei. Mă voi strădui să rămân tactic şi tehnic la cel mai înalt nivel profesional. Sunt conştient de rolul meu de subofiţer. Îmi voi îndeplini responsabilităţile inerente acestui rol. Toţi soldaţii au dreptul la o conducere remarcabilă. Eu voi furniza acea conducere.

Îmi cunosc soldaţii şi întotdeauna voi pune nevoile lor înaintea celor personale.

Voi comunica consistent cu soldaţii mei şi nu-i voi lăsa niciodată neinformaţi. Voi fi cinstit şi imparţial când voi ordona şi recomanda recompense sau sancţiuni.

Ofiţerii din unitatea mea vor avea timp maxim pentru a-şi îndeplini sarcinile; ei nu vor trebui să le îndeplinească pe ale mele.

Voi câştiga respectul şi încrederea lor dar şi a subordonaţilor mei. Voi fi loial celor cu care servesc ţara: comandanţi, colegi, subordonaţi. Voi manifesta iniţiativă prin acţiuni adecvate în absenţa ordinelor. Nu-mi voi compromite integritatea şi nici curajul meu moral. Nu voi uita şi nici nu-mi voi lăsa camarazii să uite că suntem profesionişti, subofiţeri, lideri!

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 40)

Redactat la persoana întâi singular, „crezul" constituie un text specific jurămintelor militare, condimentat cu accente de propagandă sau de tehnici specifice activităţilor de relaţii publice. Afirmarea capacităţilor personale (profesionale şi umane) şi a responsabilităţilor (faţă de superiori – de îndeplinire a misiunilor − şi faţă de inferiori – de asigurare a bunăstării acestora −) puse în slujba unui ţel înalt (al binelui comun, al asigurării unei bune colaborări cu subalternii, superiorii şi „camarazii" de acelaşi grad) sunt prezentate folosind indicativul prezent şi viitor, atât în forme afirmative, cât şi negative. Discursul propagandistic de influenţare este marcat de abundenţa adjectivelor (*profesionist, conştient, îndelungat, remarcabil, mândru, profesional, inerent, cinstit, imparţial, maxim, moral,* acţiuni *adecvate, predominante* etc.*),* a adverbelor (*tactic şi tehnic, întotdeauna, indiferent* de situaţie etc.) şi a

BDD-V860 © 2010 Editura Universității din București
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

substantivelor (*lider, onoare, „coloana vertebrală a armatei*", să aduc *credit, Corpului, Armatei, Ţării, beneficii, securitate, responsabilităţi, competenţă, respectul, încrederea, iniţiativă, integritatea, curajul, profesionişti* etc.) ce descriu perfecţiunea în acest domeniu.

Într-un document oficial al armatei SUA, intitulat *Doctrina pentru operaţii psihologice*, apărut în 2003, propaganda a fost definită drept „orice formă de comunicare în sprijinul unor obiective naţionale în scopul influenţării opiniilor, emoţiilor, atitudinilor sau comportamentelor oricărui grup de oameni în beneficiul direct sau indirect al sponsorului acelei comunicări". Deşi redactat la persoana întâi singular, crezul subofiţerului este creaţia unor ofiţeri de rang superior ai armatei care doresc să influenţeze într-un mod pozitiv comportamentul subofiţerilor din subordine. Din acest punct de vedere, el reprezintă un text specific relaţiilor publice interne, cu pronunţate accente propagandistice, în sensul descris anterior.

După prezentarea crezului, sub formă de *motto*, urmează cuprinsul şi apoi succesiunea capitolelor. Capitolul introductiv al aceluiaşi document, „Însuşirea unei funcţii de conducere", este redactat la persoana a doua singular, pe un ton patern, dar ferm.

(2) *Însuşirea unei funcţii de conducere este una din situaţiile speciale de leadership căreia trebuie să-i faci faţă. Tot conţinutul acestui ghid, despre ceea ce trebuie SĂ FII, SĂ ŞTII şi SĂ FACI, este relevant în însuşirea unei funcţii de conducere.*

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 41)

În capitolul al doilea, intitulat „Crezul subofiţerului" este reluată informaţia din crez. Structura textului denotă aici o tehnică specifică discursului militar didactic axată pe secvenţe succesive de enunţare-explicitare/dezvoltare-concluzie. Fiecare propoziţie din crez este reluată, ca un fel de subtitlu, încadrat într-un chenar. Conţinutul fiecărei propoziţii este decriptat în câteva paragrafe. Iată spre exemplificare un astfel de subcapitol:

(3)

SUNT MÂNDRU DE CORPUL SUBOFIŢERILOR ŞI ÎNTOTDEAUNA MĂ VOI COMPORTA ÎN AŞA FEL ÎNCÂT SĂ ADUC CREDIT CORPULUI, SERVICIULUI MILITAR ŞI ŢĂRII, INDIFERENT DE SITUAŢIA ÎN CARE MĂ VOI AFLA.

Parte din mândria pe care ai simţit-o când pentru prima oară ţi-au pus gradele pe epoleţi, a fost realizarea că ai devenit, în acel moment, cea mai nouă verigă în lanţul subofiţerilor. Este un lanţ care se întinde de mai multe sute de ani de istorie remarcabilă şi de-a lungul a mii de îndepărtate câmpuri de bătaie.

Ceremonia de avansare în primul grad de subofiţer, care urmează promovării militarului profesionist cu grad de caporal în primul grad de subofiţer, accentuează şi clădeşte mândria pe care toţi o împărtăşim ca membrii ai unui aşa corp de elită.

Împreună cu onoarea de a intra în acest distins grup, vine o responsabilitate în plus – cinstirea memoriei acelor bărbaţi şi femei din Corpul Subofiţerilor care au servit cu mândrie şi distincţie.

Îi onorezi prin curajul, onestitatea, angajamentul şi competenţa pe care te străduieşti să le arăţi zi de zi. Îi onorezi prin îmbrăţişarea idealurilor de integritate personală şi serviciu altruist.

Indiferent de situaţie, nu trebuie să uiţi niciodată cine eşti. Exemplul pe care îl ai în fiecare zi este un testament peren că idealurile pentru care ei au luptat şi poate şi-au dat viaţa, sunt încă vii în tine.

Şi dacă ai loialitate pentru memoria acelor care au fost, ai responsabilitatea şi loialitatea pentru acei cu care serveşti patria astăzi. Loialitatea pentru unitatea ta exprimă

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

obligaţiile dintre cei care conduc şi cei care sunt conduşi, şi împărţirea angajamentului între soldaţi şi sprijinul reciproc.

Loialitatea pentru Armată necesită sprijinul tău pentru lanţul militar şi civil de comandă. Loialitatea pentru naţiune înseamnă nu numai sprijinul tău şi apărarea Constituţiei împotriva inamicilor interni sau externi, dar şi dorinţa şi promptitudinea de a lupta pentru idealurile de libertate şi justiţie.

Etica Profesională Militară, formată din: Loialitate, Datorie, Serviciu altruist, Integritate, reflectă cerinţele şi valorile pe care toţi soldaţii trebuie să le posede. Totuşi, ca subofiţer, această etică este fundamentul competenţei tale ca lider. Factorii ei influenţează modul tău de gândire şi învăţare, cum implementezi planuri şi cum tratezi oamenii.

Dacă subofiţerii sunt „coloana vertebrală a Armatei" atunci etica profesională militară este „inima" Corpului Subofiţerilor, şi din această inimă izvorăşte mândria noastră.

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 43)

Remarcăm cu uşurinţă prezenţa unor tehnici persuasive specifice propagandei. În primul paragraf (şi ulterior pe parcursul întregului fragment) este prezentă aşa-numita tehnică de *bandwaggon*, care reclamă apartenenţa la un grup animat de idei şi comportamente comune, valorizate pozitiv. Apelul la loialitate (a se vedea şi paragrafele al patrulea până la al optulea) faţă de valorile naţionale este susţinut prin rememorarea unor *ani de istorie remarcabilă* şi a *mii de câmpuri de bătaie.*

Cel de-al doilea paragraf face apel şi la tehnica *mărturiei*, adică la folosirea experienţei personale pentru a convinge. Descrierea succesului sau a propriei experienţe adaugă credibilitate unui discurs. Acest procedeu transpare în sintagma *mândria pe care toţi o împărtăşim ca membri ai unui aşa corp de elită*.

Îndoctrinarea cu valorile naţionale face parte din etica profesională a militarilor, personificată în paragraful final drept *inima Corpului Subofiţerilor* din care *izvorăşte mândria noastră.*

Armata (scris cu majusculă) este văzută ca un organism viu, capabil să le ofere celor care-i urmează calea sfaturi, asemenea unui părinte.

(4)

COMPETENŢA ESTE LOZINCA MEA.

Încrederea şi respectul pe care comandanţii şi subordonaţii le au faţă de tine, nu se bazează numai pe cine eşti tu, dar mai ales pe ce ştii tu şi eşti capabil să faci. În timpul a sutelor de ani de serviciu militar remarcabil, Armata a identificat o structură pentru evaluarea şi dezvoltarea capacităţii de conducere. Structura constă în nouă competenţe de leadership care stabilesc largi categorii de deprinderi, cunoştinţe şi atitudini care definesc comportamentul unui lider. Ele sunt:

COMUNICAREA:	*- Dă ordine clare şi precise*
	- Recepţionează / interpretează informaţii.
SUPERVIZAREA:	*- Conduce soldaţii / subunităţile*
	- Menţine controlul / evaluarea.
INSTRUIREA/CONSILIEREA:	*- Conduce pregătirea individuală / colectivă*
	- Evaluează pregătirea orientată spre performanţă
	- Antrenează şi asigură feedback-ul.
DEZVOLTAREA SPIRITULUI DE ECHIPĂ:	*- Dezvoltă coeziunea subunităţii*
	- Întăreşti loialitatea şi angajamentul
	- Clădeşte spiritul şi încrederea
	- Conduce pregătirea fizică.

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

EFICIENŢA TEHNICĂ
ŞI TACTICĂ: *- Execută operaţiuni specifice nivelului său de instruire*
- Este calificat în lucrul cu armamente/echipamente
- Se orientează în teren în orice condiţii de timp şi anotimp
- Execută şi conduce activităţi logistice, administrative şi de întreţinere.
LUAREA DECIZIEI : *- Foloseşte procesul de rezolvare a problemelor.*
PLANIFICAREA : *- Planifică pregătirea individuală/colectivă.*

FOLOSIREA SISTEMELOR
DISPONIBILE : *- Foloseşte procesele automatizate de analiză a datelor sau alte programe de calculator.*
ETICA PROFESIONALĂ:- Conduce prin exemplul personal
- Practică etica militară profesională
- Posedă standarde personale/profesionale ridicate.

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 45)

În capitolul al treilea, intitulat „Deprinderi, cunoştinţe şi atitudini", adresarea prin persoana a doua singular este înlocuită cu omniscienţa persoanei a treia, reprezentată de personificarea unor organisme militare (Forţa Operativă de Dezvoltare a Subofiţerului Lider), într-un stil apropiat de cel didactic.

(5) ***CAPITOLUL 3***
DEPRINDERI, CUNOŞTINŢE ŞI ATITUDINI

În 1989, Forţa Operativă de Dezvoltare a Subofiţerului Lider a pus la punct cele 9 competenţe de conducere şi deprinderile, cunoştinţele şi atitudinile pe care trebuie să le posede un subofiţer de orice nivel.

În capitolul 3 sunt menţionate atitudinile ce se aşteaptă de la subofiţeri, indiferent de grad şi sunt subliniate deprinderile şi cunoştinţele de la orice nivel.

Alături de tabele de competenţe se află descrierile celor mai importante datorii ale subofiţerilor şi responsabilităţile corespunzătoare funcţiilor.

ATITUDINI

În 1989, Forţa Operativă de Dezvoltare a Subofiţerului Lider a constatat că deşi deprinderile şi cunoştinţele sunt progresive şi secvenţiale de-a lungul carierei de subofiţer, atitudinile necesare de A FI un lider eficient rămân mereu aceleaşi, indiferent de grad.

Inspirându-se mai ales din Etica Profesiunii Militare (FM 100-1), din Crezul Subofiţerului şi din Jurământul Militar, Forţa Operativă a identificat 14 atitudini comune pentru toţi liderii subofiţeri.

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 55)

Fiecare funcţie în parte este analizată prin prisma deprinderilor specifice. Liderii militari actuali, împreună cu organizaţiile lor, se angajează într-o varietate mare de activităţi de comunicare prin vehicularea continuă a informaţiei atât pe verticală, cât şi pe orizontală. Calitatea comunicării la nivelul organizaţiei militare îi permite liderului acesteia să reducă incertitudinea ce planează asupra deciziilor sale, să ia hotărâri adecvate situaţiei concrete şi să optimizeze cooperarea interumană şi organizaţională.

Importanţa adecvării la situaţia de comunicare este prezentată pe larg într-un alt document, intitulat „Ghid rapid de relaţii publice" (Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 78-80). Fiind un text de relaţii publice externe, el este structurat ca o procedură de reglementare a contactului reprezentanţilor unităţii în relaţia cu mass-media (Obiective, Relaţiile publice interne şi externe la

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

nivel de instituţie şi la nivel individual, Mesaje etc.). Ghidul adoptă tonul textelor informative, mai precis al celor reglementative. Limbajul abundă în verbe la conjunctiv prezent şi în construcţii reflexive impersonale. Spre exemplificare voi oferi ultima parte a documentului, destinată reglementării relaţiilor cu presa pe timpul desfăşurării unei misiuni:

(6) ***d) pe timpul desfăşurării unei misiuni:***

- *nu se dau cifre exacte privind personalul şi cantitatea de tehnică de luptă dislocate*
- *este interzisă difuzarea informaţiilor privind operaţiuni şi acţiuni viitoare, localizarea exactă a trupelor şi tehnicii, regulile de angajare, metodele şi sursele de culegere a informaţiilor, informaţii exacte cu privire la deplasarea sau valoarea forţelor care pot pune în pericol siguranţa trupelor şi operaţiunilor, procedurile şi tacticile de luptă specifice, alte informaţii care pot pune în pericol siguranţa trupelor şi a misiunilor viitoare*
- *se pot da anumite informaţii despre acţiunile trecute sau prezente, dar care nu afectează siguranţa trupelor şi acţiunilor viitoare*
- *nu se dau informaţii eronate. Cine nu ştie răspunsul direcţionează jurnalistul către comandantul nemijlocit, ofiţerul cu relaţiile publice sau comandantul detaşamentului*
- *nu se foloseşte expresia „NU COMENTEZ”*
- *nu se fac speculaţii, nu se răspunde la întrebările cu „DACĂ”*
- *dacă s-au difuzat informaţii clasificate sau informaţii care pot afecta siguranţa trupelor sau operaţiunilor prin cuvinte sau înregistrări video, militarii nu vor confisca filmul, casetele audio sau video sau notiţele reporterului; incidentul va fi raportat imediat comandantului detaşamentului sau ofiţerului nominalizat a gestiona relaţiile cu mass-media*
- *nu se dau informaţii referitoare la numele militarilor implicaţi într-un eveniment soldat cu morţi sau răniţi decât după înştiinţarea familiilor acestora*

Mesaje:

- oamenii sunt cea mai importantă resursă în zona de operaţii

- siguranţa oamenilor este un aspect foarte important care se ia în calcul în planificarea misiunilor

- militarii sunt foarte bine instruiţi şi au competenţa necesară pentru îndeplinirea cu succes a misiunilor încredinţate

- există o colaborare bună cu militarii din alte armate şi cu populaţia din zonă.

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 80)

Liderul militar trebuie să ştie să folosească comunicarea (şi implicit informaţia) ca pe un puternic factor motivaţional, pentru toţi membrii organizaţiei militare, pentru că un militar trebuie în permanenţă să fie bine informat, indiferent de locul şi rolul său în structura organizaţiei, devenind astfel extrem de eficient în îndeplinirea misiunii sale. Comunicarea îi permite liderului militar realizarea oportună a feedback-ului prin care el evaluează înţelegerea corectă a mesajelor transmise sub formă de ordine, dispoziţii sau hotărâri.

Textul de mai sus atestă rigurozitatea cu care informaţiile trebuie transmise în exterior în diverse situaţii şi gradul de cenzură la care acestea sunt supuse pentru a nu periclita siguranţa anumitor misiuni.

Un paragraf interesant este acela al tipurilor de mesaje ce vor fi transmise în timpul unor misiuni. În virtutea îndemnului la calm, mesajele folosesc tehnici de propagandă în rândul opiniei publice (civili, în general), atenuându-le acestora sentimentul de teamă specific unor astfel de situaţii.

Figura centrală în circulaţia informaţiilor în cadrul şi în afara organizaţiei militare este comandantul. De aceea el trebuie să înţeleagă şi să folosească bine limbaju1, atât cel verbal cât şi cel nonverbal, pentru conducerea eficientă a organizaţiei sale. Fără a înţelege puterea şi efectele limbajului, liderul militar nu poate opera în mod optim pentru a regla şi sincroniza

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

eforturile individuale ale militarilor din subordine. În acest sens, el trebuie să fie un vorbitor convingător, un ascultător eficient şi un conducător capabil de a rezolva un conflict prin dialog. Pentru aceasta el trebuie să fie pregătit şi să-şi formeze deprinderile necesare comunicării eficiente.

În textul următor, este prezentat răspunsul întocmit în numele comandantului unei unităţi militare la o reclamaţie făcută de un colonel în rezervă care nu a respectat protocolul de desfăşurare a unui ceremonial public. Formatul textului este cel al unui document oficial, cu antetul Ministerului Apărării, cel al Unităţii Militare. De asemenea, pe document apar menţionate: nesecret, exemplar unic, numărul şi data de înregistrare, precum şi numărul de pagini.

(7) **CĂTRE: ŞEFUL UNITĂŢII MILITARE [NUMĂR] „R'' BUCUREŞTI DE LA: COMANDANTUL UNITĂŢII MILITARE [NUMĂR] BRAŞOV**

Vă rugăm să aveţi în vedere că informaţiile confidenţiale sunt destinate numai persoanei menţionate mai sus. Dacă cititorul acestui mesaj nu este persoana căreia îi este destinat sau angajatul care răspunde de transmiterea mesajului către destinatar, nu uitaţi că răspândirea, distribuirea sau copierea acestui mesaj este interzisă. În cazul în care primiţi acest mesaj din greşeală, vă rugăm să ne anunţaţi mesajul original la adresa de mai sus, prin intermediul Poştei Române, cheltuielile fiind suportate de către Ministerul Apărării.

CONŢINUT:

Urmare la telefaxul transmis dumneavoastră cu nr. R-9782 din 17.11.2006, referitor la reclamaţia dl. col.(r.) [PRENUME ŞI NUME], preşedintele Filialei Braşov a A.N.V.R. din M.I.R.Adm. adresată ministrului apărării, vă raportez următoarele:

În ziua de 17.11.2006 orele 14.00 dl.col.(r) [PRENUME ŞI NUME] a fost invitat la Comandamentul unităţii noastre pentru a avea o discuţie cu comandantul garnizoanei pe tema din subiectul reclamaţiei dânsului.

În urma discuţiilor purtate cu dl. col.(r) [PRENUME ŞI NUME] a rezultat că acesta a înţeles procedura de organizare şi desfăşurare a ceremonialelor din Garnizoana Braşov, conform Ordinului administrativ nr. X 8371 din 02.10.2006 al Comandantului Garnizoanei Braşov cu privire la sărbătorirea Zilei de 25 Octombrie – Ziua Armatei Române.

Reclamantului i s-a explicat că protocoalele şi ordinele premergătoare unor astfel de activităţi se întocmesc şi se difuzează structurilor implicate cu mai mult timp înainte de evenimentul de desfăşurat şi că este necesară o solicitare prealabilă adresată (verbal sau scris) comandantului garnizoanei. Acest lucru era imperativ, în condiţiile în care, conform înţelegerilor prealabile cu organele administraţiei publice locale, ceremonialele publice organizate de şi cu concursul Garnizoanei Braşov, sunt avizate şi de către Prefectul Judeţului Braşov, ca reprezentant al Guvernului României în teritoriu. Totodată, i-a fost explicat faptul că, la redactarea Ordinului administrativ pentru sărbătorirea Zilei de 25 Octombrie – Ziua Armatei României, nu am primit nici o solicitare prealabilă din partea preşedintelui Filialei Braşov a A.N.V.R. din Ministerul Apărării, persoana care, în principiu, ar fi fost cea mai îndreptăţită pentru o astfel de solicitare, fapt pentru care nu a fost introdusă în protocol nici o persoană care să ia cuvântul din partea asociaţiilor menţionate anterior. Reclamantului i s-au cerut scuzele de rigoare, în numele Garnizoanei Braşov pentru neplăcerile provocate din cauza neîndeplinirii demersului său în contextul în care i-a fost explicată şi procedura de pregătire şi desfăşurare a unor astfel de ceremoniale.

Pentru evitarea altor disfuncţionalităţi pentru viitor, domnului col.(r) [PRENUME ŞI NUME] i s-a propus la discuţiile purtate ca, la alte activităţi de acest gen, să ne solicite cu demersuri similare, în prealabil, prin Comenduirea Garnizoanei, fiind asigurat că i se va da tot

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

concursul necesar. Discuţia cu reclamantul s-a încheiat în termeni amiabili şi a rezultat că acesta ar fi înţeles motivele obiective care au generat nemulţumirea dânsului.

COMANDANTUL UNITĂŢII MILITARE [NUMĂR] BRAŞOV
Colonel [PRENUME ŞI NUME]

Întocmit: Maior [PRENUME ŞI NUME]
(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 240−241)

Abilităţile de fin negociator al unei situaţii conflictuale sunt apanajul celui care transmite mesajul de mai sus. Structura ierarhică a armatei îl subordonează pe Comandantul unei unităţi militare teritoriale şefului unei unităţi centrale, căruia acesta îi raportează măsurile luate pentru soluţionarea reclamaţiei. Explicaţia formală, oficială oferită răspunde tuturor canoanelor impuse de regulament şi rezolvă o situaţie neplăcută pentru autorităţi. Detensionarea acesteia a fost posibilă prin disponibilitatea comandantului la o întâlnire cu reclamantul, în cadrul căreia i-a explicat procedura de organizare a ceremonialelor şi paşii care trebuiau urmaţi pentru aprobarea alocuţiunii sale. Reclamantului i s-au prezentat scuze şi i s-a propus să parcurgă demersurile legale în vigoare cu prilejul altor activităţi, fiind asigurat de tot concursul din partea semnatarului.

Raportarea are un caracter aparte, prin exactitatea informaţiilor oferite. Fiind un mijloc de comunicare internă, în cadrul armatei, el urmează o structură bine definită. Sunt precizate măsurile luate în ordinea lor cronologică, se oferă detalii în succesiune logico-temporală şi se prezintă rezultatele şi eventualele propuneri de evitare a unor astfel de situaţii pe viitor.

În comunicarea externă, tonul se schimbă, iar discursul oficial, festiv capătă din nou accente de propagandă.

(8)

ALOCUŢIUNEA COMANDANTULUI BRIGĂZII 2 V.M. „SARMIZEGETUSA” ŞI COMANDANT AL GARNIZOANEI BRAŞOV

CU OCAZIA ŞEDINŢEI CONSILIULUI DIRECTOR AL A.N.C.M.R.R. „ALEXANDRU IOAN CUZA”

Domnilor generali, ofiţeri şi subofiţeri, stimaţi invitaţi,

Vă rog să-mi permiteţi, în primul rând, să vă salut şi să vă urez un călduros bun venit în Garnizoana Braşov, garnizoană care are cinstea de a găzdui astăzi această importantă manifestare a Asociaţiei Naţionale a Cadrelor Militare în Rezervă şi Retragere. Ţin să subliniez, de la început, că interesul continuu al cadrelor militare în rezervă şi retragere pentru tot ceea ce se întâmplă astăzi cu organismul militar românesc pe noi, militarii care suntem în activitate, ne onorează şi ne face să credem că ***valorile perene fac parte din esenţa noastră de militari****.*

Deşi trăim într-o societate în care rata de schimb a tehnologiei a ajuns să ne depăşească, există domenii care se schimbă mai lent faţă de aşteptările unora sau altora. De aceea cred că ***sufletul de militar nu se schimbă niciodată*** *şi cred că sunt în asentimentul dumneavoastră când spun acest lucru. În piesa vieţii, fiecare dintre noi ar vrea să-şi scrie rolul şi să-şi interpreteze destinul în aşa fel încât să ajungă la un final conform cu propriile sale dorinţe. Dar pentru că suntem fiinţe sociale, monologul nu este o soluţie. De aceea, sunt convins că dialogul continuu între cei care şi-au dedicat viaţa slujirii patriei sub drapel, activi, în rezervă sau în retragere este singura cale de a perpetua valorile perene ce caracterizează Oastea Română.* ***Cu timpul, nu mai putem spune cât anume din destinul personal l-am scris noi înşine şi cât a fost scris de alţii. Nu mai putem preciza cu exactitate cât din fiinţa noastră ne reprezintă Eul şi cât este rezultatul sfaturilor, antrenamentelor, educaţiei, sugestiilor,***

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

recomandărilor sau ordinelor pe care ni le impun ceilalţi. Nu mai ştim unde se termină rolul pe care ni l-am scris noi înşine şi unde începe cel scris de alţii. Nouă, celor din sală, destinul ne-a fost scris de Armata României, pentru că am crezut şi credem dintru început în valori ca : patrie, independenţă, suveranitate, tradiţie, istorie şi multe altele.

[...]

Ţin să asigur onorata asistenţă prezentă astăzi în sală că militarii Brigăzii 2 Vânători de Munte „Sarmizegetusa" vor acţiona, şi de acum încolo, cu eficienţă şi responsabilitate pentru ca alături de întreaga oştire a ţării, să continue a fi ca un puternic factor de stabilitate în societatea românească!

Doresc acum, la final să adresez calde mulţumiri pentru că sunteţi aproape de noi şi că vă pasă întotdeauna de ce se întâmplă cu Armata României şi cu oamenii ce o compun. Vă doresc, din toată inima, acum, că se apropie sărbătorile de iarnă, să aveţi parte de sănătate, să fiţi fericiţi, şi fiţi siguri, ceilalţi militari ai oştirii române vă acordă tot respectul.

DORESC UN SINCER „LA MULŢI ANI" TUTUROR MILITARILOR ROMÂNI, ORIUNDE S-AR AFLA!

(Gheorghe, Măda, Săftoiu 2009: 254)

Tonul este declamativ, specific rostirii în faţa unui public. Adecvarea mijloacelor retorice de captare a bunăvoinţei publicului, de manifestare a interesului comun pentru binele naţiunii denotă respectul pe care vorbitorul îl are faţă de public. El prezintă realizările brigăzii pe care o conduce şi le dedică tuturor celor care au contribuit de-a lungul timpului la prestigiul acesteia. Finalul prilejuieşte urări de sănătate şi fericire, precum şi ocazia de a transmite respectul faţă de înaintaşi.

Acest discurs festiv este un monolog controlat, marcat de elemente de propagandă specifice acestui tip de discurs. Relaţiile publice externe în mediul militar prilejuiesc manifestarea unui discurs despre forţa, profesionalismul şi încrederea pe care instituţiile militare se străduiesc să le insufle diverselor publicuri ţintă. În acest caz, publicul ţintă este alcătuit din militari în retragere sau în rezervă, care apreciază în mod deosebit aportul noilor generaţii de militari la păstrarea onoarei Armatei Române.

Oscilând între informativ şi propagandistic, discursul militar este saturat de trăsături ale ambelor tendinţe: concizie şi precizie a termenilor (în cazul informării), dar şi exprimări alegorice ale unei îndoctrinări profesionale în slujba ideii de patriotism pe care adesea ne ferim s-o îmbrăţişăm (în cazul propagandei). Procesul de relaţii publice (interne şi externe) se desfăşoară într-un cadru aparte în mediul militar. Fiind o instituţie publică de prestigiu, imaginea ei în rândul publicului larg trebuie să fie una unitară şi dătătoare de încredere.

SURSĂ

Gheorghe, Mihaela, Stanca Măda, Răzvan Săftoiu, 2009, *Comunicarea la locul de muncă, Schiţă de tipologie a textelor redactate în mediul profesional românesc,* Braşov, Editura Universităţii Transilvania din Braşov.

BIBLIOGRAFIE

Arădavoaice, Gheorghe, 1997, *Comunicarea în mediul militar,* Bucureşti: Editura Academiei de Înalte Studii Militare.

Druţă, Inga, 2008, „Contribuţii la studiul manipulării prin cuvânt", în Luminiţa Botoşineanu, Elena Dănilă, Cecilia Holban, Ofelia Ichim (eds.), *Distorsionări în comunicarea lingvistică, literară şi etnofolclorică românească şi contextul european*, Iaşi, Editura Alfa. http://www.academiaromana-is.ro/philippide/pages/distorsionari_2008.html, consultat în data de 15.02.2010.

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)

Predatu, Eugen, 2003, *Dicţionar militar englez-român, român-englez*, Bucureşti, Editura Niculescu.
Stoiciu, Andrei, 2000, *Comunicarea politică. Cum se vând idei şi oameni*, Bucureşti, Ed. Humanitas & Libra.

Public Relations Discourse in Military Organizations. A Case Study

The present paper presents several discourse features specific to nowadays Romanian military written texts. The public relations process in military organizations aims at creating an image of proficiency and trust among its publics, both internal (officers and subordinates in the line of duty or retired) and external (the general public). The use of informative discourse alternates with the use of persuasive, even propagandistic discourse which is realized through specific techniques (the bandwagon, the loyalty, the witness, and personification) and language (abundance of adjectives, adverbs and nouns with strong positive effects).

BDD-V860 © 2010 Editura Universităţii din Bucureşti
Provided by Diacronia.ro for IP 216.73.217.42 (2026-11-16 04:55:24 UTC)