

DESPRE NOUA DOCTRINĂ DE RELAȚII PUBLICE A NATO (2)

✉ **Maior Marian PREDOAICA¹**

II. SCHIMBĂRI NECESARE

La ora actuală, mijloacele de creare și diseminare a informațiilor la scară globală sunt practic la îndemâna oricui. Internetul, laptopurile, telefoanele mobile, camerele foto și video digitale, televiziunea prin satelit permit tuturor celor care doresc să își exprime ideile și opiniile oamenilor din toate colțurile lumii, să publice sau să ofere spre difuzare imagini statice sau în mișcare, să critice, să comenteze, să dezbate și să exprime păreri despre evenimente politice și sociale, fenomene naturale, activitatea organizațiilor guvernamentale sau neguvernamentale. Pentru aceasta au la îndemână blog-uri personale sau ale unor instituții media, site-uri exotice sau foarte onorabile.

De aceea, pe de o parte, nu a fost niciodată mai simplu pentru organizații de tipul NATO să își promoveze imaginea și informațiile despre propria activitate în rândul publicului. Pe de altă parte, cu aceeași mare ușurință, adversarii și criticii Alianței pot să își expună opiniile cu scopul de a discredita NATO, de a-i amenda greșelile, de a influența comportamentul și opiniile publicului nefavorabil Alianței și de a schimba deciziile politice în detrimentul acesteia. În plus, o bună parte a acestor adversari nu sunt deloc constrânși de aceleași reguli stricte, legate de respectarea adevărului și păstrarea decenței în comunicarea de informații către public, pe care trebuie să le urmeze structurile de relații publice ale NATO.

Pentru a contracara astfel de situații și pentru a face activitatea de relații publice, desfășurată de Alianță, mai adaptată contextului informațional actual, a fost nevoie să se aducă doctrinei mai bine de 20 de schimbări importante. În această categorie s-ar încadra modificarea denumirii relațiilor publice, clarificarea și redefinirea misiunii și definiției acestora, formularea principiilor care guvernează activitatea de relații publice în NATO și acordarea unei libertăți extinse specialiștilor de relații publice ai Alianței în a comunica deschis cu publicul-tintă, intern și extern organizației.

II.1 Informații publice sau afaceri publice?

Cea mai evidentă schimbare produsă în doctrină este înlocuirea numelui relațiilor publice din *public information* în *public affairs*, termen deja utilizat de armata Statelor Unite în desemnarea acestei activități desfășurate de structurile sale de profil.

Conform celor prezentate de colonelul Brett Boudreau, consilierul pe probleme de relații publice al președintelui Comitetului Militar al NATO, pe timpul Conferinței anuale de relații publice a NATO, desfășurată în 2007, două au fost principalele rațiuni care au dus la această schimbare. În primul rând, în vechea doctrină, relațiile publice (*public information*) se refereau în mod strict la relațiile structurilor de profil cu mass-media, ceea ce excludea prin definiție comunicarea internă și relațiile cu comunitatea civilă locală (*internal communications* și *community relations*). În consecință, structurile de relații publice ale Alianței au desfășurat relativ puține acțiuni de comunicare și informare în interiorul organizației și cu comunitatea civilă locală din vecinătatea comandamentelor NATO. Nefiind prevăzute în doctrină, asemenea acțiuni de comunicare au depins complet de dăruirea și creativitatea specialiștilor de relații publice, precum și de decizia

comandanților care au acționat după cum au crezut de cuviință, în funcție de pregătire, fler și dorința de a avea un personal și o comunitate locală bine informate despre activitățile desfășurate de structurile militare pe care le comandau.²

Pentru a corecta această stare de lucruri, în noua doctrină se menționează, chiar din definiția relațiilor publice, că în sfera lor de activitate intră „*planificarea și desfășurarea de activități de relaționare cu mass-media, comunicare internă și relaționare cu comunitatea civilă locală*”, aceste trei elemente (*media relations, internal communications* și *community relations*) reprezentând funcțiile de bază ale relațiilor publice în NATO.

Este foarte probabil că un rol important în convingerea specialiștilor de relații publice ai NATO și conducerii Alianței că funcțiile de comunicare internă și de relaționare cu comunitatea locală sunt foarte importante pentru activitatea de relații publice și trebuie să fie introduse în noua doctrină l-au avut specialiștii militari americani în domeniu, care le cunoșteau bine și le aplicau permanent în practică, întrucât erau prevăzute de ani buni în propria lor doctrină.³

O a doua rațiune pentru schimbarea numelui relațiilor publice a fost aceea că vechea denumire, informații publice (*public information*), conținea o parte din denumirea operațiilor informaționale (*information operations*), ceea ce, în opinia multora, putea da naștere la confuzii referitoare la modul de planificare și direcționare a activităților celor două categorii de structuri în cadrul comandamentelor NATO. În practică, s-a constatat că dorința legitimă a comandanților de a menține unitară coordonarea activităților desfășurate în domeniul informațional a avut drept consecință subordonarea structurii de relații publice structurilor de operații, care adesea se aflau sub comanda unor ofițeri de infanterie sau artilerie cu o pregătire insuficientă în domeniul relațiilor publice și cu o viziune inadecvată asupra rolului pe care acestea trebuie să îl aibă în cadrul comandamentelor NATO, ceea ce a condus la consecințe nu tocmai fericite asupra activității de informare a publicului.⁴ Mai mult decât atât, conform opiniei majorității specialiștilor de relații publice, ca urmare a similitudinii existente între denumirile și anumite moduri de acțiune ale celor două categorii de structuri, apărea un potențial semnificativ de subminare a credibilității structurilor de relații publice, datorat posibilei situații eronate de către public, în contul structurilor de relații publice, a activităților de manipulare a adevărului și de influențare, desfășurate de structurile de operații informaționale asupra unui public-tintă aprobat (în special în situații de criză sau război).

De aceea, prin reglementările cuprinse în MC 457/1, s-a urmărit consolidarea ideii (într-o formulare aproape identică este prezentată și în doctrina de relații publice a armatei SUA) că relațiile publice și operațiile informaționale trebuie să fie clar separate, în special în ceea ce privește scopurile, intențiile și grupul-tintă pe care și le stabilesc, dar să se afle într-o strânsă și permanentă cooperare. De asemenea, pentru a elimina dubiile referitoare la subordonarea structurilor de relații publice și a întări ideea de separare a celor două funcții, doctrina prevede acum că „*relațiile publice nu sunt o parte a operațiilor informaționale*”, „*nu au nici un rol în planificarea sau desfășurarea de operații informaționale, psihologice sau de înșelare*” și „*se subordonează direct comandantului*”. Se speră că, astfel, se vor putea evita sau contracara, pe viitor, acuzațiile venite din partea mass-media sau a publicului privind implicarea compartimentelor de relații publice în manipularea adevărului sau în acțiuni desfășurate de

alte structuri informaționale ale NATO, precum cele de operații psihologice sau operații informaționale.

II.2 Reconsiderarea misiunii

O modificare importantă adusă doctrinei o reprezintă reformularea misiunii relațiilor publice. Obiectivul relațiilor publice, stipulat în doctrina din 2001, era acela de a informa publicul larg despre activitățile Alianței, prin furnizarea de cât mai multe informații posibile cetățenilor țărilor membre și parteneri NATO, precum și altor națiuni, în situațiile în care era necesară o asemenea extensie. Informarea publicului trebuia făcută cu scopul de a crește nivelul de înțelegere și sprijinul publicului față de Alianță și activitățile ei.

Noile instrucțiuni (MC 457/1) precizează că misiunea relațiilor publice este de a sprijini comandanții prin comunicarea la timp, către public a informațiilor exacte, cu scopul de a-i îmbunătăți acestuia nivelul de cunoaștere și înțelegere a aspectelor militare ale rolului, telurilor, operațiilor, misiunilor și activităților NATO, sporind, astfel, credibilitatea Alianței.

Prin urmare, principala sarcină a structurilor de relații publice nu mai este aceea de a informa publicul, ci de a-i sprijini pe comandanți prin informarea oportună și exactă a publicului. Se poate observa intenția Alianței de a întări autoritatea în domeniu a comandanților de la toate nivelurile și de a le acorda un grad mai mare de libertate în gestionarea activității de informare a publicului. Rămâne de văzut cum va fi interpretată și aplicată această schimbare a misiunii principale de ofițerii de relații publice, dacă ea va armoniza relațiile dintre ei și comandanți și dacă, de pildă, va facilita tranșarea rapidă, eficientă și spre interesul instituției a situațiilor în care ofițerii de relații publice consideră că anumite informații trebuie comunicate publicului, iar comandantul apreciază că ele trebuie să rămână nedezvăluite, pentru că transmiterea lor ar putea aduce prejudicii misiunii pe care o are de îndeplinit unitatea pe care o comandă.

II.3 La doctrină nouă, principii noi

Printre modificările importante aduse noii doctrine se numără și formularea a cinci principii pentru desfășurarea relațiilor publice în NATO.

Colonelul Brett Boudreau consideră că existența acestor principii este importantă, pentru că ele pot fi asimilate unei „*busole*” care, utilizată cu bun-simț și inteligență, poate arăta rapid și corect direcția de urmat atunci când comandanții și personalul de relații publice se confruntă atât cu situații mai simple, cum ar fi, spre exemplu, cele în care mass-media vrea să afle informații despre activitățile obișnuite, desfășurate de comandamentele și structurile Alianței, cât și cu situații dificile, în care militari NATO își pierd viața alături de persoane necombatante, în misiuni de luptă complexe, și mass-media vrea să știe de ce NATO nu reușește să reducă pierderile în rândul trupelor sale și al populației civile.⁵

În MC 457 erau stipulate cinci reguli fundamentale, menite să îi ajute pe comandanți și personalul din subordine în planificarea și desfășurarea activității de relații publice. Conținutul unora dintre aceste reguli este oarecum similar cu cel al unora dintre principiile doctrinei actuale. Totuși, în ansamblu, principiile aduc câteva elemente importante, de noutate, față de vechile reguli. Prin intermediul lor, accentul se transferă de pe aspecte ale domeniului relațiilor publice, mai puțin importante în prezent, pe aspecte cu o

mai mare însemnătate, și se oferă, în același timp, îndrumări referitoare la felul în care ar trebui privite și tratate aceste aspecte în activitatea de relații publice.

Din explicațiile care însoțesc primul principiu, *Spuneți și arătați povestea NATO*, se subliniază că activitatea de relații publice este destinată sprijinirii comandanților și militarilor subordonați acestora, în îndeplinirea misiunilor și că *practicienii* acestei activități, sunt personajele cele mai importante în reprezentarea imaginii NATO. Spre comparație, în vechea doctrină, prima regulă fundamentală se referea la calitatea de știre, pe care o are aproape orice activitate desfășurată de NATO și la necesitatea anticipării și luării în calcul a acestui fapt de structurile de relații publice în planificarea activităților lor, pentru a putea satisface dorința de informare a publicului. Se poate observa că *spunerea poveștii NATO* rămâne elementul esențial în intențiile Alianței, dar că personajele poveștii au câștigat mai multă importanță în fața publicului și a specialiștilor (în relații publice) care îl ajută să o recepționeze și să o înțeleagă corect, prin acțiuni adecvate, planificate riguros.

Furnizați la timp informații exacte, spune al doilea principiu, accentuând importanța deosebită, pe care o are pentru credibilitatea NATO reacția rapidă a structurilor sale de relații publice în furnizarea de informații exacte către public, într-o lume în care televiziunile ce emit continuu și așa-numiții *cețățeni-jurnaliști* sunt în stare să surprindă și să devanseze cu prezentarea de știri senzaționale (defavorizante sau compromițătoare) chiar și cele mai eficiente și profesioniste echipe de relații publice. Este un fapt binecunoscut de toți specialiștii în domeniu că o informație transmisă imediat are o importanță și un impact asupra publicului cu mult mai mari decât aceeași informație transmisă cu o zi sau chiar și cu o oră întârziere.

La prima vedere, acest principiu pare a fi ușor de respectat în practică. În realitate, el este strâns legat de principiul al patrulea, *Respectați corespunzător securitatea operațională*, care introduce această cerință firească, dar incomodă și frustrantă pentru structurile de relații publice, obligate, pe de o parte, prin prevederile doctrinei, să satisfacă necesitățile presante de informare ale mass-mediei și publicului, și, pe de altă parte, să țină seama de securitatea operațională, pentru a nu pune în pericol propriile trupe. Sintagma utilizată în armata americană, referitoare la furnizarea de informații către public în condițiile respectării securității operaționale și decenței susține „*deschidere maximă în condiții de întârziere minimă*” (*maximum disclosure, minimum delay*). Acesta ar fi cazul ideal, dar, în practică, ofițerii de relații publice ai NATO trebuie să fie în măsură să penduleze permanent între „*deschidere maximă, întârziere minimă*” și „*deschidere minimă, întârziere maximă*”, în funcție de problema și de contextul situațiilor.⁶

Priceperea de a menține publicul informat în condițiile respectării securității operaționale și decenței ține mult de inteligență, tactul și experiența manifestate de ofițerii de relații publice față de comandanți și public, de capacitatea lor de a fi permanent la curent cu ceea ce se întâmplă în zona lor de responsabilitate și de încadrarea rezonabilă, în limitele bunului-simț și ale buneii cuviințe, pe timpul îndeplinirii atribuțiilor funcționale.

Nu s-a renunțat nici în noua doctrină la recomandarea – ce va da probabil multe bătăi de cap specialiștilor în relații publice și comandanților care cu siguranță vor avea de a face cu ea – că încercarea de protejare a Alianței de critici sau de rușinea unor dezvăluiri compromițătoare în mass-media nu este un motiv suficient de întemeiat pentru a ascunde sau menține clasificate anumite informații.



Principiul al treilea, *Asigurați-vă că informația furnizată este consecventă, complementară și coordonată*, reia într-o formă mai clară și mai concisă prevederile a două dintre regulile fundamentale ale doctrinei vechi.

Având în vedere nu doar diversitatea și complexitatea publicului intern și extern căruia trebuie să se adreseze Alianța, dar și necesitatea de a respecta nenumăratele sensibilități și specificități naționale ale țărilor membre, precum și problemele mass-mediei în a transmite complet și corect informațiile culese din diverse surse, este lesne de înțeles de ce dorința unora de a vedea „orchestra” NATO – în care structurile de relații publice și comandanții sunt în postura de protagoniști – cântând în orice situație, aceeași partitură, nu poate fi considerată decât utopică. Mult mai rezonabilă este cerința principiului mai sus enunțat de a se urmări ca, printr-o coordonare strânsă a structurilor de relații publice, comandanților și subordonaților acestora de la toate nivelurile, informația transmisă publicului de diverse surse ale Alianței să fie nu doar consecventă, ci și – probabil, în cele mai multe cazuri – armonios complementară.

Introducerea celui de al cincilea principiu, *Desfășurați-vă activitatea ținând cont de sensibilitățile multinaționale și acordând respect mediului local și regional*, își are probabil justificarea în lecțiile învățate de structurile de relații publice, într-un NATO tot mai mare și mai complex, pe timpul principalelor misiuni desfășurate în zone cu o cultură și o civilizație semnificativ diferite de zona euroatlantică, cum au fost cele din Bosnia, Kosovo, Irak și Afganistan. Din aceste experiențe, s-a înțeles ce influență pozitivă deosebită are asupra desfășurării activității de relații publice comunicarea cu publicul într-o manieră potrivită culturii acestuia și ce deservicii majore poate aduce imaginii instituției și misiunilor desconsiderarea obiceiurilor, tradițiilor și culturii locale.

(Continuare în numărul viitor)

¹ Corpul de Intervenție Rapidă al NATO din Italia, Solbiate Olona (Italia), ofițer de relații publice, maior Marian PREDOAICA; marianpredoaica@yahoo.com

² Brett Boudreau, *op.cit.*, pag. 26.

³ Ambele funcții (denumite *command/internal information* și *community relations*) sunt prevăzute în doctrina de relații publice a armatei SUA atât în varianta din 2005, cât și în cea din 1997 (*Doctrine for Public Affairs in Joint Operations – Joint Publication J 3-61*, 14 mai 1997 și *Public Affairs – Joint Publication 3-61*, 9 mai 2005).

⁴ Brett Boudreau, *op.cit.*, pag. 27

⁵ Brett Boudreau, *Highlights of the New NATO Military Public Affairs Policy*, în „The Three Swords”, Revista Centrului de Război Întrunit (JWC - Joint Warfare Centre) nr.11, 10 decembrie 2007, pag. 27

⁶ Brett Boudreau, *op.cit.*, pag. 28.