

Organizarea propagandei militare românești pe timpul participării la cel de-al Doilea Război Mondial

Petrișor FLOREA

Cuvinte cheie/keywords: *al Doilea Război Mondial/World War II, propaganda militară/military propaganda, Armata Română/Romanian Army, front/battlefield, țări/countries*

Abstract

The Organisation of Roumanian Propaganda during the Participation at The World War II

This study represents an analysis of the evolution of the military propagandistic system on the East Battlefield.

If in 1940 the responsible structure for the military propaganda was represented by the Office 5 from the Section 5 Drill/Psihical treading of the General Headquarter in the same time with the setting up of the operations from the East Battlefield the Section Propaganda was founded on the 22nd of June 1941.

This section aimed to organize lead and coordinate the propaganda and the counterpropaganda in the Romanian Army developing actions in the country and outside the country.

Subordinated directly to the Propaganda Section and representing this military structure, on the battlefield there were the companies, platoons and the propaganda teams formed of war-reporters (press, photo-cinema and painting).

Evoluția organismului propagandistic militar pe frontul de est. Cel de-al Doilea Război Mondial a scos în evidență, dincolo de inovațiile de ordin tehnic, folosirea fără precedent a unei „arme“ cu efecte mult mai devastatoare decât al celor convenționale, anume atacul asupra dimensiunii psihologice. Majoritatea statelor aflate în conflict au acordat factorului moral o atenție deosebită, fapt dovedit prin înființarea sau reorganizarea unor organisme autonome specializate în manipularea psihologică prin organizarea și gestionarea propagandei și a informațiilor.

Activitatea desfășurată de propaganda românească, prin toate mijloacele pe timpul celui de-al Doilea Război Mondial a avut un rol bine determinat în cadrul efortului general de luptă.

Organizarea propagandei în armată a intrat în sarcinile Marelui Stat Major. Până la data de 1 aprilie 1939, în cadrul Secția 5 Instrucție din Marele Stat

Major, funcționa Biroul 5 al cărui domeniu de activitate îl reprezenta propaganda „culturală și național patriotică” din armată. Șeful acestui birou, locotenent-colonelul Constantin Checiulescu arăta într-o notă explicativă activitățile importante pe care trebuie să le desfășoare personalul acestui birou pentru „ridicarea nivelului cultural al cadrelor și celorlalți militari din cadrul armatei” prin editarea revistei „Actualități Militare” (pentru ofițeri) și „Călăuza Ostașului” (pentru ceilalți militari), respectiv a unui ziar pentru ofițeri și a altuia pentru militari. Activitatea de propagandă militară trebuia să fie desfășurată prin susținerea unor conferințe la radio (câte 20 de minute săptămânal după un program întocmit de Marele Stat Major), în universități, școli superioare (ținute de profesori de științe militare care urmăreau a „orienta națiunea asupra războiului, a forma spiritul militar și a câștiga simpatia pentru armată”), stabilirea unor zile de sărbătoare prin care „toată națiunea să sărbătorească Armata”, înființarea unei pagini militare săptămânale în cuprinsul marilor publicații românești, cu scopul de a informa populația și de a „întreține spiritul militar pentru a câștiga simpatia națiunii”. Printre altele, se dorea ca acest birou să fie responsabil și să facă demersuri ca toți ofițerii să aibă acces la toate bibliotecile militare¹. După 1 aprilie 1939, în urma unui referat special, Biroul 5 a fost mutat la Secției II Informații a Marelui Stat Major. Secției 5 Instrucție i-a rămas ca sarcină editarea revistelor „Actualități Militare” și „Călăuza Ostașului”, care, prin conținutul lor, se limitau mai mult la probleme de executare a instrucției în fiecare armă, și nu tratarea problemelor de propagandă. Perioada aprilie 1939 – martie 1940, a fost una a căutărilor privind modul de repartizare în cadrul Marelui Stat Major a structurii care să aibă ca sferă de activitate desfășurarea propagandei în sistemul militar. La acel moment acest mijloc nu era apreciat la adevărata valoare de către structurile militare și politice, care nu aveau puterea de a înțelege faptul că după pregătirea militară cel mai de temut mijloc putea fi propaganda.

La 2 ianuarie 1940, prin referatul nr. 16515, șeful Secției 5 Instrucție, colonelul Grigore Nicolau, întocmea un raport către șeful Marelui Stat Major în care arăta că deși Biroul 5 Propagandă a fost mutat în cadrul Secției II Informații, aceasta a trimis spre soluționare probleme ce țin de propagandă secției pe care o conduce, deși nu mai are competențe în acest sens. De exemplu, Ministerul Propagandei a cerut direct Secției 2 Informații, să intervină pe lângă atașajii militari români ca aceștia să procure publicații străine cu caracter militar. Revistele respective trebuiau să servească ca model pentru editarea unui ziar militar românesc. Secția 2 Informații a cerut ca aceste publicații străine să fie trimise Secției 5 Instrucție, care, la rândul ei, să le expedieze Ministerului Propagandei. Șeful Secției 5 Instrucție din cadrul

¹ A.M.R., Fond Marele Stat Major- Secția 5 Instrucție, dosar 379, f.8.

Marelui Stat Major arăta în acest referat „că era normal ca aceste publicații să fie trimise direct Ministerului Propagandei, care să suporte și cheltuielile respective“, cerând totodată și reglementarea funcționării activității de propagandă în armată. Pe 5 ianuarie 1940, șeful Marelui Stat Major hotărâ ca de această problemă să se ocupe Secția II Informații prin Biroul 5 care se afla în subordinea sa. Acest fapt ne determină să afirmăm că Biroul 5, responsabil cu propaganda în armata română, mutat în cadrul Secției II Informații încă din aprilie 1939, nu începuse încă să funcționeze la standardele și capacitatea dorite și necesare.

La acel moment – ianuarie 1940 – propagandei militare încă nu i se acorda atenția cuvenită de către organele competente, așa cum se întâmpla în alte state, mai cu seamă în cele totalitare și revizioniste precum Germania, Italia, URSS și chiar Ungaria. În aceste condiții, în conformitate cu instrucțiunile nr. 60 250/ din 18 iunie 1940 în cadrul Marelui Stat Major a luat ființă un organ de propagandă și contrapropagandă prin contopirea celor două birouri din cadrul Secției II Informații (Biroul 5 Propagandă) și din cadrul Secției 5 Instrucție. Această structură numită Biroul 4 Propagandă și Contrapropagandă făcea parte din cadrul Secției II Informații și avea misiunea de a menține legătură permanentă cu Ministerul Propagandei Naționale, pentru coordonarea activității de propagandă atât pe timp de pace, cât și pe timp de război¹. Totodată, în aceleași instrucțiuni se stipula că în cadrul marilor unități și regimente să se ia măsura ca începând cu data de 1 august 1940 să se înființeze câte un birou responsabil cu propaganda și contrapropaganda. Aceste structuri nou înființate se subordonau secțiilor II de la nivelul armatelor și birourilor 2 de la nivelul corpurilor de armată și divizii, toate în subordinea Secției II Informații din cadrul Marelui Stat Major². Această organizare era justificată prin faptul că „acțiunea de propagandă și contrapropagandă nu trebuie să fie întâmplătoare și sporadică, ci continuă, perseverentă și dinamică“³. Scopurile urmărite prin acțiunea de propagandă desfășurată în armată erau: dezvoltarea sentimentelor național – patriotice, iubirea de neam, patrie și dinastie, dezvoltarea încrederii militarilor în conducătorii țării și șefii armatei, menținerea moralului la nivelul impus de împrejurările momentului când națiunea trebuia să fie pregătită în vederea unor operațiuni de apărare, ridicarea prestigiului armatei, dezvoltarea unei „educații a tăcerii“ pentru păstrarea secretului, combaterea curentelor antiromânești. În țară se urmărea, în primul rând, „cimentarea“ încrederii în conducerea țării. Mai mult decât atât, în grelele condiții ale anului 1940, când deja fusese declanșat cel de-al Doilea Război Mondial prin

¹ *Ibidem*, Fond Corpul 6 Armată, dosar 1830, f. 6.

² *Ibidem*, dosar 1830, f. 3-6.

³ *Ibidem*, f. 6.

propagandă se urmărea ca „opinia publică să fie orientată asupra țelurilor războiului actual și perspectiva țării noastre”.¹ Cinematografia, presa militară, fotografia, emisiunea radio „Ora Armatei”, misionarii propagandiști și afișajul, erau identificate ca principalele mijloace de propagandă².

După semnarea la 17 noiembrie 1940 de către guvernul român a Protocolului adițional secret la Pactul Tripartit cu privire la Presă, Serviciul de Informațiuni și Propagandă, întreaga activitate de propagandă a trecut sub coordonarea celei germane, față de care românii s-au raportat în fiecare moment.³ În următoarea perioadă, care a durat până la intrarea României în război, forurile responsabile din cadrul Marelui Stat Major au încercat, având la bază modelul german, să organizeze un serviciu de propagandă viabil, care să răspundă nevoilor din cadrul armatei române.

Din diferite motive legate de desfășurarea activității de propagandă și complexitatea sarcinilor executate de Secția II Informații, aceste structuri de propagandă au fost transferate din nou în subordinea Secției 5 Instrucție a Marelui Stat Major, în cadrul căreia se va înființa Biroul 5 Propagandă. Șeful acestui birou, maior Dumitru Stancov, în primăvara anului 1941, a întocmit și înaintat forurilor competente lucrarea „Studiul organizării și funcționării unei secții de propagandă pe lângă Marele Stat Major”, prin care propunea înființarea unei secții de propagandă în cadrul Marelui Stat Major⁴. În studiu, pentru început, se făcea referire la rolul propagandei din diferite țări ale Europei, afirmându-se că „acțiunea de propagandă dusă metodic, cu tenacitate, cu perseverență și cu mijloace formidabile, formează unul din factorii cei mai importanți pentru câștigarea victoriei,” pentru ca în continuarea referatului să se analizeze obiectivele aparatului propagandistic în țările revizioniste, care aveau ca obiectiv rectificarea frontierelor României (Ungaria și U.R.S.S.), dar și în Germania, puterea hegemonă din Europa la acea dată. Mai cu seamă că în Germania nazistă propaganda era prezentă în toate domeniile de activitate. Aceasta se desfășura „pe terenurile cele mai variate cu mijloace specifice atât pe plan intern cât și extern, urmărindu-se realizarea țelurilor de politică internă și externă.” Referindu-se la propaganda dusă de Ungaria se preciza că această țară revizionistă „a înțeles de timpuriu însemnătatea politică a propagandei. Ea a organizat și dezvoltat acțiunea sa de propagandă pretutindeni (...) Roadele acestei propagande nu au lipsit. Ele se văd. Ele încă ne mai dau de gândit și de învățat.” În U.R.S.S. propaganda era considerată una din principalele arme de

¹ *Ibidem*, f. 7.

² *Ibidem* f. 8.

³ A.N.I.C., Fond Ministerul Propagandei Naționale (în continuare MPN) – Propaganda, dosar 2667, f. 8 și Călin Hentea, *Propagandă fără frontiere*, Editura Nemira, București, 2002, p. 233.

⁴ A.M.R., Fond Marele Stat Major- Secția 5 Instrucție, dosar 881, f. 1

luptă, ridicată la „rangul de doctrină „. Conducerea sovietică nu făcea diferență între problemele militare și cele politico-sociale. În „Regulamentul Serviciului în campanie al armatei roșii“ (1936), la articolul 14, se specifica: „Atragerea de partea revoluției proletare a maselor de lucrători și țărani din armata inamică și a populației de pe teatrul de operațiuni, constituie condițiunea cea mai importantă pentru învingerea inamicului. Aceasta se obține prin activitatea politică condusă (...) atât în interiorul armatei cât și în afară de către toți comandanții, șefii și organele politice ale Armatei Roșii“¹.

În continuarea studiului, întocmit de maiorul Dumitru Stancov, erau expuse punctual scopurile vizate de acțiunile de propagandă și contrapropagandă românești „înainte de declanșarea ostilităților, în timpul războiului și după război, în interior, în exterior și în țara inamică“. Acestea aveau un caracter defensiv, prin a căror acțiuni se urmărea crearea unui „scut psihologic“. Ceea ce înseamnă că pe timp de război, prin acțiunile propagandistice desfășurate în rândurile militarilor să se dezvolte sentimentele naționale; patriotice, iubirea de neam, patrie și dinastie, simultan cu adâncirea încrederii în conducătorii țării, menținerea ridicată a moralului și întărirea convingerii în victoria finală. În exterior, prin această „armă modernă de luptă nu numai în timp de război, dar și înainte și după desfășurarea conflictelor armate“, se urmărea să se discrediteze inamicul, să se evidențieze victoriile obținute de către armata națională și să se reliefeze înfrângerile inamicului, să se pregătească opinia publică mondială în vederea păcii, căutând și luând în considerare orice sprijin extern pentru atingerea scopurilor urmărite odată cu intrarea în război. În țara inamică, prin acțiunile de propagandă se urmărea să se creeze o atmosferă de neîncredere, de îndoială în ceea ce privește rezultatul final al războiului, să fie întreținute și stimulate forțele de orientare antigubernamentală și opuse regimurilor, „defetiste și pacifiste“, să fie scoase în evidență avantajele unei încetări a luptei și a abandonării aliaților. Acțiunea de propagandă se putea desfășura în două feluri: vehementă, fățișă (care însă avea un caracter rigid) sau suplă (care evita uneori violențele, „se ascundea la nevoie“, și avea mari posibilități de adaptare).

Atât propaganda, cât și contrapropaganda erau văzute ca importante în egală măsură pentru lupta ideilor, a știrilor, a incriminărilor și a curentelor de opinie. În timp ce propaganda are un caracter ofensiv, împotriva unei țări sau al unui grup de țări, contrapropaganda este defensivă, fiind folosită împotriva atacurilor propagandistice lansate de o țară străină, fiind dusă pentru a contracara acțiunile de subminare ale acesteia.²

¹ *Ibidem*, f. 2

² *Ibidem*, f.5,6.

În studiul amintit mai sus, în capitolul I erau expuse motivele pentru crearea unei secții de propagandă în cadrul Marelui Stat Major, deoarece situația internă și externă a României la acel moment, când războiul fusese deja declanșat, era destul de complicată¹.

Propaganda și contra-propaganda, considerate „arme moderne de luptă“, reprezentau la acel moment o problemă de stat care se cerea rezolvată și, de asemenea, o problemă militară, deoarece erau percepute avantajele ce puteau să urmeze în toate cele trei faze ale războiului: înainte, în timpul și după război. Se argumenta faptul că moralul armatei și populației unei țări era unul din factorii cei mai importanți deoarece influența direct bunul mers al acțiunilor militare. Educația morală și național patriotică a armatei trebuia să fie încadrată într-o acțiune de ansamblu și în directă legătură cu năzuințele și dinamica națiunii. În continuarea studiului se arăta că „educația morală ca disciplină spirituală legată de ideea militară, nu poate fi privită decât ca un act de continuitate, încheiat armonios în întreaga structură a națiunii. Un stat nu poate forma o armată bună, dacă cetățenii sunt mânați de curente din afară de tendințele statului. Mai mult, problema în sine trebuie să urmărească legătura între dinamica de pace și dinamica de război“².

Se poate concluziona faptul că, la momentul 1940, scopurile urmărite, atât de acțiunile de propagandă cât și de contrapropagandă, erau vădit defensive, pentru realizarea unui scut psihologic în rândul armatei și populației țării, al căror moral suferise mult în urma rapturilor teritoriale. Mergând pe această idee, încă din 21 septembrie 1940, în ședința Consiliului de Miniștri generalul Ion Antonescu cerea o acțiune unică a tuturor canalelor de propagandă și comunicare mass-media pentru a fi susținute importantele campanii naționale patriotice declanșate³. Acesta impunea linia de conduită pentru propaganda națională adaptată noilor condiții: „Nu aruncăm cu noroi în nimeni, mai ales în foști aliați(...) Atacurile în contra foștilor aliați sunt inutile și dezonorante. Nu facem politică de sentiment. Facem politică de interese și de salvare. Nu ni se poate pretinde să ne sinucidem alături de foști aliați“⁴.

În continuarea studiului, șeful Biroului 5 Propagandă sugera că, așa cum la nivel național fusese înființat Subsecretariatul de Stat pentru Presă și Propagandă în luna septembrie 1940, căruia îi revenea sarcina îndrumării morale a națiunii și combaterii curentelor și acțiunilor subversive interne și externe, care determinau subminarea și slăbirea puterii de luptă a statului, era necesar ca la nivelul armatei române să fie creată o Secție de Propagandă care să funcționeze în cadrul Marelui Stat Major. Odată înființat, acest organ

¹ *Ibidem*, f. 7.

² *Ibidem*.

³ Călin Hentea, *op. cit.*, p. 235.

⁴ A.N.I.C., Fond M.P.N. - Presă Internă, dosar 1091, f. 93.

trebuia să lucreze în strânsă legătură cu Ministerul Propagandei Naționale (reînființat în aprilie 1941) și cu celelalte departamente și organe de stat¹.

În capitoul II al studiului erau detaliate organizarea, activitatea și scopul Secției Propagandă. Astfel, din punct de vedere al organizării, secția urma să fie formată din cinci birouri, respectiv: Biroul 1 – Studii și documentare, Biroul 2 – Educație în armată, Biroul 3 – Propagandă și contrapropagandă în țară și străinătate, Biroul 4 – Activitate specială. În ceea ce privește activitatea acestui organ de propagandă urma să organizeze, să conducă și să coordoneze educația, propaganda și contrapropaganda în armata română, în țară și în străinătate, să desfășoare prin mijloace specifice acțiuni subversive, de propagandă, alarmiste, pe teritoriul statelor inamice. În armata română scopul activităților desfășurate de această secție specială era acela de a dezvolta și menține sentimentele național patriotice și ostășești (iubirea de neam, patrie și Dinastie, precum și virtuțile ostășești), de „a adânci încrederea în conducătorii țării, armatei și forței noastre însăși“, de a ridica și menține moralul armatei la un nivel cât mai înalt, de a combate și „paraliza“ prin contrapropaganda desfășurată acțiunile subversive ale inamicilor, respectiv propaganda, alarmismul și defetismul, de a combate curentele străine care aveau ca scop formarea unor opinii contrare intereselor statului, de a dezvolta și adânci acel „cult al tăcerii“². În cadrul acestui principiu de educație a tăcerii pentru păstrarea secretului poate fi încadrată și atitudinea pe care trebuia să o adopte România față de Ungaria, numită semnificativ „politică a tăcerii“, care a durat din 17 noiembrie 1940, data semnării „Protocolului adițional secret la Pactul Tripartit cu privire la Presă, Serviciul de Informațiuni și Propagandă“, și până în vara anului 1944, când s-au declanșat adevărate campanii ale presei românești³. Referitor la acel protocol, el a rezultat din armistițiul de presă semnat la insistențele Germaniei naziste de către România și Ungaria pe data de 15 octombrie 1940, și cuprindea obligația ca cele două state să adopte o atitudine rezervată vizavi de vecinii care obținuseră teritoriile românești prin „dreptul forței“ în vara anului 1940, fiind interzise campaniile de presă împotriva Ungariei și U.R.S.S. Față de marele colos de la Răsărit, această atitudine a fost menținută până la 22 iunie 1941, când a fost declanșat războiul de reîntregire⁴.

În continuarea studiului, șeful Biroului 5 Propagandă prezenta mijloacele cu care se putea realiza scopurile propagandistice propuse în armata română, respectiv: organizarea unor ședințe educative, serbări ostășești, editarea unor broșuri educative, activitatea misionarilor propagandiști, echipele teatrale, caravanele cinematografice, radioul, presa militară, afișarea unor mesaje

¹ A.M.R., Fond Marele Stat Major-Secția 5 Instrucție, dosar 881, f. 7, 8.

² *Ibidem*, f. 9.

³ Călin Hentea, *op. cit.*, p. 233, 234.

⁴ *Ibidem*.

propagandistice.¹ În țară, activitate de propagandă care era desfășurată la nivelul armatei avea ca obiective importante menținerea încrederii opiniei publice în conducerea militară și în armata țării: formarea unui spirit militar și războinic în vederea realizării idealului național, prezentarea opiniei publice interne a situației reale cu care se confrunta armata română din punct de vedere material, moral și al pregătirii de război, pregătirea națiunii în ceea ce privește „educația tăcerii“, contracarând în acest fel acțiunile subversive ale potențialilor inamici.

Din categoria acelor mijloace specifice, prin care se urmărea realizarea obiectivelor arătate mai sus, erau specificate: presa, publicațiile, ilustratele, broșurile, calendarele, conferințele, radioul (desfășurarea emisiunilor „Ora Armatei“ și „Ora Ostașului“), cinematograful (prezentarea unor filme și jurnale cu caracter militar), afișele propagandistice, vitrinele fotografice².

În străinătate propaganda militară românească urmărea să informeze opinia publică mondială în legătură cu progresele înregistrate de către armata română în această perioadă, de a crea curente favorabile cu privire la armată și de a reliefa idealurile naționale pe care aceasta le apăra, de a contracara activitatea propagandistică desfășurată în diferite state, prin realizarea unor emisiuni radiofonice, editarea unor articole în presă etc., care prin conținutul lor aduceau elogiul forțelor armate române. Mijloacele prin care se puteau realiza aceste obiective, evident nu puteau să fie altele decât presa, (articole, reportaje și fotografii documentare și de propagandă publicate în marile cotidiene și reviste române și străine), publicistica (broșuri documentare și de propagandă editate în limba română și în alte limbi de circulație), radioul, (conferințe cu subiecte militare care interesau populația, muzică cu caracter eroic, național-patriotic etc.), cinematograful, (introducerea unor subiecte cu caracter militar în jurnalele cinematografice)³.

În cazul unui conflict armat cu U.R.S.S. și Ungaria, Secția Propagandă avea misiunea de a organiza și conduce în provinciile române cedate (Basarabia, Bucovina și Ardealul de Nord) acțiunea de propagandă pentru menținerea vie a idealului național, de a reliefa prin toate mijloacele posibile nemulțumirile provocate de autoritatea de ocupație, de a menține prin acțiuni propagandistice specifice o stare continuă de neîncredere în regimurile de ocupație ale momentului, de a provoca o stare de alarmism și defetism, de a pregăti încă de pe atunci desfășurarea unor acțiuni de sabotaj și terorism.⁴ Capitoul III al acestui studiu cuprinde în detaliu atribuțiunile organului de

¹ A.M.R., Fond Marele Stat Major – Secția 5 Instrucție, dosar 881, f. 9.

² *Ibidem*, f. 10.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, f. 10, 11.

propagandă militară ce se propunea a fi înființat și care vor fi detaliate în paginile următoare¹.

În ciuda numeroaselor demersuri către forurile militare decizionale, pe data de 17 aprilie 1941, această secție încă nu fusese constituită. De aceea, același șef al Biroului 5 Propagandă, maiorul Dumitru Staicov, înainta un nou raport către șeful Marelui Stat Major, având și aprobarea șefului Secției 5 Instrucție, colonelul Nicolae Vlădescu, prin care cerea înființarea unei secții distincte, care să aibă ca resort de activitate activitatea de propagandă și contrapropagandă. Era argumentat faptul că în timp ce în alte state activitatea de propagandă era considerată armă principală de luptă, în România aceasta nu a fost apreciată la adevărata sa valoare.² Războiul care se desfășura la acea dată, demonstra că „forța morală a armatei și populației constituie unul din factorii decizunii. Acesta se creează și menține printr-o acțiune de propagandă dusă metodic, cu tenacitate, cu perseverență și mijloace suficiente. Activitatea de propagandă începută din timp de pace, cunoștea o amploare maximă odată cu începerea ostilităților, urmărindu-se menținerea moralului armatei și populației precum și slăbirea din punct de vedere moral a armatei și populației inamicului”³.

Ca o concluzie, în finalul studiului, se arăta că în România până la acel moment activitatea de propagandă fusese „cu totul ignorată” și „insuficientă față de tenacitatea acțiunii subversive sovietice și maghiare desfășurate la noi în țară.” Chiar dacă funcționa un organ de propagandă și contrapropagandă în cadrul Secției 5 Instrucție, acesta nu putea să facă față activităților complexe pe care le avea de executat. Se cerea din nou în mod expres ca factorii de conducere militari și politici să aprobe ca o structură competentă să fie înființată în cadrul Marelui Stat Major având atribuțiunile unei secții, respectiv Secția Propagandă⁴.

Foarte important pentru eforturile ce se făceau pe linie de propagandă în acea perioadă a fost înființarea unui serviciu special de către Marele Stat Major în colaborare cu Ministerul Propagandei, numit *Agentura secretă de propagandă și contrapropagandă*.⁵ Acest serviciu a început să funcționeze din aprilie 1941 și avea misiunea de a pregăti teritoriile din Est cedate Uniunii Sovietice prin rapturile teritoriale din vara anului 1940. Agenții pentru Basarabia și Bucovina au fost recrutați, în special, din rândul refugiaților, însă, pentru început, rezultatele propagandei desfășurate de către aceștia au fost slabe deoarece cei mai buni propagandiști activau deja la serviciile germane,

¹ *Ibidem*.

² *Ibidem*, f. 2, 16.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*.

⁵ A.N.I.C., P.C.M.- Cabinetul Militar, dosar 85/1940, f. 257.

iar ceilalți nu aveau „aptitudini“ dezvoltate de propagandiști¹. Agentura secretă de propagandă și contrapropagandă a fost organizată în șapte zone, însă la data de 1 iunie 1941, funcționau doar trei: Iași și Galați cu câte 22 misionari fiecare; Botoșani cu șapte. Pregătirea acestor misionari a fost realizată de personal specializat din cadrul Marelui Stat Major în colaborare cu Ministerul Propagandei și Direcția Generală a Poliției. Aceștia au acționat în perioada aprilie – iunie în Basarabia și Bucovina camuflat (vânzători de icoane și de cărți, fotografii, muncitori, anchetatori sociali) și au reușit să distribuie materiale de propagandă, broșuri, manifeste². Demn de semnalat este faptul că după declanșarea la 22 iunie 1941 a războiului împotriva Uniunii Sovietice, echipele de misionari au fost repartizate în cadrul noilor structuri militare românești de propagandă, unde vor acționa pe toată perioada campaniei din Est.³

La începutul lunii mai 1941, șeful Secției 5 Instrucție, într-o notă adresată conducerii Marelui Stat Major, raporta că în urma noilor reglementări Biroul Propagandă din cadrul Secției 5 Instrucție nu avea o tabelă de efective la pace și nici la război și nu era încadrat în caz de mobilizare în cadrul structurii operative care s-ar înființa în caz de război (Marele Cartier General). În urma noilor dispoziții, Biroul 5 Propagandă a fost desființat, iar întregul personal a fost pus la dispoziție sau încadrat la alte comandamente până la înființarea secției de propagandă. Pe nota raport se găsea rezoluția șefului Marelui Stat Major prin care era aprobată înființarea noii structuri⁴.

Pe plan organizatoric în februarie 1941, la nivel național fusese luată măsura ca toate întreprinderile cinematografice (ONC și CIRO- FILM), să fie reorganizate pe principii militare și subordonate Marelui Stat Major. Pe data de 19 iunie 1941 tot personalul acestor instituții a fost încadrat în ordinea de bătaie a Secției Propagandă⁵.

Cum era normal, urmare a numeroaselor demersuri, în iunie 1941 a fost înființat organul de propagandă responsabil cu desfășurarea acestei activități în armata română, respectiv Secția Propagandă, care împreună cu Ministerul Propagandei Naționale și alte instituții și organisme ale statului, trebuiau să desfășoare activități specifice, ce vizau două aspecte: a) operațiuni informativ-propagandistice în Basarabia și nordul Bucovinei, unde au fost trimise echipe de agenți secreți specializați în misiuni de informare și propagandă înainte de începerea operațiunilor militare (martie-iunie 1941); b) pregătirea morală a trupelor care era atât de necesară. Pentru a învinge, încă de la început era

¹ *Ibidem*, f. 258, 259.

² *Ibidem*.

³ A.M.R., Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 4, f. 63.

⁴ A.M.R., Fond Marele Stat Major- Secția 5 Instrucție, dosar 486, f. 29.

⁵ Călin Hentea, *op. cit.*, p. 241.

nevoie de formarea unui scut psihologic în rândul populației și armatei române, a unor convingeri puternice în privința rezultatului războiului care nu putea fi decât unul singur: victoria alături de Germania. Era necesar ca soldații români să creadă tot timpul în victoria finală, în faptul că sacrificiile lor nu vor fi zadarnice. Statul român a trebuit să se adapteze acestui context, inițiind și desfășurând ample operațiuni propagandistice necesare în condițiile războiului atât pentru spațiul intern/extern, cât mai ales pentru nevoile frontului. Marele Stat Major, prin Secția Propagandă, a căutat să asigure atât stabilitatea morală a trupelor aflate în focul luptelor, cât și pregătirea celor care urmau să fie trimise pe frontul de Est¹.

Secția Propagandă avea misiunea de a organiza, conduce și coordona propaganda și contra-propaganda în cadrul armatei române, desfășurând acțiuni atât în țară cât și în străinătate, executând totodată misiuni de „alarmism“ și „defetism“ pe teritoriul statelor inamice². Într-un document elaborat de Secția Propagandă, trimis la toate unitățile operative, erau arătate scopurile activității de propagandă: pregătirea morală a militarilor pentru ca fiecare dintre ei să devină un bun luptător, contracararea curentelor subversive, a defetismului, conștientizarea soldaților asupra țelurilor urmărite odată cu declanșarea războiului pe frontul de Est. Modalitățile de realizare a propagandei la nivelul unităților și subunităților variau în funcție cu mijloacele puse la dispoziție. Aceasta se putea realiza prin audierea „Orei Ostașului“, a comunicatelor oficiale, citirea presei, discuții privind drepturile de care beneficiau invalizii și familiile celor decedați, problema împrumutării de război, înființarea de mici muzee, albume fotografice, discuții privind ceea ce reprezintă regimul bolșevic, folosirea cât mai judicios a tablourilor, fotografiilor, materialelor de acest profil trimise de Secția Propagandă³.

Aceasta era organizată pe cinci birouri, respectiv: Biroul adjutantură, Biroul 1 (cu un compartiment studii și documentare), Biroul 2 (constituit din șapte echipe teatru, radio, presa militară, muzică, publicistică militară, 24 de misionari din cadrul Ministerului Propagandei Naționale, legături cu armata germană), Biroul 3 (cu un compartiment presă militară, reportaje de pe front, iar celălalt cenzură), Biroul 4- *special* și Biroul 5 – *tehnic* (cu o echipă cinema și una foto)⁴.

¹ Mioara Anton, *Propagandă și Informații pe frontul de Est (1943-1944)*, în „Document“, nr. 2 (18) p. 32-38.

² A.N.I.C., Fond Președinția Consiliului de Miniștri, dosar 24, f. 42 și A.M.R, Fond Marele Stat Major-Secția Propagandă, dosar 10, f. 693.

³ *Ibidem*, Fond Corpul 5 Armată, dosar 1761, f. 22.

⁴ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția 5 Instrucție, dosar 881, 11-15.

Biroul 1 – *Studii și documentare* – coordonat de către maiorul Penescu Corneliu¹, trebuia să semnaleze și să țină evidența curentelor sociale, fenomenelor și diferitelor cazuri izolate din armată și națiune; să urmărească și să semnaleze fenomenele sociale și cazurile izolate din teritoriile românești pierdute în vara anului 1940 și din armatele statelor inamice, pentru a fi exploatate în folosul armatei române; de a întocmi sinteza diferitelor fenomene declanșate în țară și străinătate, pentru a servi la stabilirea direcțiilor care trebuiau urmate în vederea desfășurării activităților de educație, propagandă și contrapropagandă în armată, societatea românească și în străinătate (cele referitoare la organismul militar); de a redacta, edita și difuza materialul de educație, propagandă și contrapropagandă necesar armatei române și Subsecretariatului Propagandei². La nivel extern, cele două compartimente din cadrul biroului aveau misiunea de a urmări și exploata propaganda desfășurată de Uniunea Sovietică, Ungaria și Bulgaria, state care în vara anului 1940 profitaseră de izolarea statului român și obținuseră prin forță teritorii în detrimentul acestuia. Acest birou ținea legătura și lucra direct chiar cu organe importante din cadrul armatei și aparatului de stat: Ministerul Propagandei Naționale, Ministerul de Externe, Direcția Poliției, Inspectoratul de Jandarmi, Secția II Informații din cadrul Marelui Stat Major, Serviciul Special al Armatei. De la Ministerul de Externe erau primite informațiile culese prin diferite canale necesare îndeplinirii misiunilor legate de propagandă și contrapropagandă menționate mai sus. Ministerul Propagandei Naționale stabilea liniile directoare ale propagandei în armată, care erau obligatorii, și mijloacele prin care propaganda și contrapropaganda deveneau eficiente. De asemenea, exista un permanent schimb de informații cu privire la starea de spirit existentă în cadrul națiunii române și armatei referitor la participarea României alături de Germania la campania de Est, întocmind pe baza acestora o sinteză cu fenomenele din interiorul și exteriorul țării, fiind exploatate în funcție de valoarea lor. Lunar, acest birou edita „*buletinul de propagandă*“, care era difuzat organelor de stat responsabile și, bineînțeles, tuturor structurilor din cadrul armatei române³.

Biroul 2 – *Propagandă și Contrapropagandă în Armată* – condus de către maiorul Nicolau Gheorghe⁴, avea misiunea de a dezvolta activitatea educativă în armată, de a propaga și transmite în cadrul armatei punctul de vedere și aspirațiile națiunii române, de a afirma și propaga idealul național (reîntregirea teritorială a României) de a combate toate curentele care erau contrare

¹ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 127.

² *Ibidem*, Fond Marele Stat Major -Secția 5 Instrucție, dosar 881, 11-15.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 127.

intereselor de stat și acțiunile subversive desfășurate de țările inamice prin diferite mijloace¹.

Biroul 3 – *Propagandă și Contrapropagandă în țară și străinătate* – condus de către locotenent colonelul Roșu Ioan², urmărea permanent să informeze națiunea română cu privire la stadiul pregătirii de război a armatei române; să prezinte și să explice noua concepție a războiului modern „*națiune armată*“; să creeze prin mijloace specifice propagandistice curente favorabile organismului militar român; să scoată în evidență idealurile naționale pe care aceasta le apăra; să realizeze anumite studii comparative cu armatele străine și perspectivele optimiste care se întrevădeau; să întocmească studii săptămânale cu caracter populist care urmau să fie publicate în presă și care făceau referire la armata română, doctrina, metodele de instrucție, mijloacele tehnice moderne de care dispune, curentele subversive existente și mijloacele eficiente pentru combaterea lor, să găsească soluțiile optime pentru ridicarea prestigiului armatei române și de a contracara prin acțiuni concrete orice acțiune care încerca să aducă prejudicii imaginii organismului militar, creând în străinătate o atmosferă cât mai favorabilă armatei române³.

Biroul 4 – *Activitate specială* – șef fiind cpt. (r) Ionescu Gheorghe⁴, a avut ca sferă de activitate organizarea și conducerea acțiunilor subversive pe teritoriile statelor inamice prin propagandă, alarmism, defetism și chiar desfășurarea unor acțiuni de sabotaj și terorism. Desfășurarea acțiunilor de sabotaj și terorism intrau în atribuțiunile Secției 2 Informații și a Serviciului Special din cadrul Ministerul Apărării Naționale. Erau vizate statele considerate inamice, U.R.S.S și Ungaria, care în vara anului 1940 profitaseră de situația internațională creată și de slăbiciunile României pe plan intern și extern. Acțiunile specificate urmau să se desfășoare și în teritoriile cedate în iunie și august 1940 respectiv, Basarabia, nordul Bucovinei și Ardealul de Nord⁵.

De asemenea, acest birou avea competențe și în privința coordonării activităților încredințate agenților misionari care făceau parte din structura plutoanelor de propagandă. Șeful Biroului 4 – Activitate specială – cpt.(r) Ionescu Gheorghe avea experiență în acest domeniu, deoarece își desfășurase activitatea în cadrul Ministerului Propagandei Naționale în același domeniu.⁶ Considerând că echiparea misionarilor încadrați în Serviciul Secret era o necesitate, Secția Propagandă prin referatul nr. 104 din 14 iunie 1941, cerea să

¹ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major -Secția 5 Instrucție, dosar 881, 11-15.

² *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 127.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major -Secția 5 Instrucție, dosar 881, 11-15.

⁴ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 128.

⁵ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major -Secția 5 Instrucție, dosar 881, f. 11- 13.

⁶ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 4, f. 63.

fie luate măsuri pentru confecționarea a 90 – 100 de costume¹. Echipele de misionari îndeplineau misiuni deosebit de importante și riscante în interiorul teritoriului inamic. Astfel, la 6 august 1941 Divizia 7 Infanterie era informată de către Corpul III Armată că prin zona operativă a divizei va fi trimisă o echipă de voluntari în teritoriul sovietic cu misiunea „de a se informa, produce panică și alarmă în cadrul armatei sovietice cât și în rândul populației civile”².

Biroul 5 – *tehnic*, comandat de căpitanul Pantu Constantin³, avea de îndeplinit mai multe misiuni, printre care aceea de a strânge materialele fotografice și cinematografice necesare desfășurării propagandei atât în țară cât și în străinătate, realizarea împreună cu Societatea de Radiofuziune a unor emisiuni cu caracter militar, asigurarea din punct de vedere tehnic a condițiilor optime pentru difuzarea diferitelor pelicule filmice și de a realiza materialul propagandistic distribuit prin diferite mijloace: afișaj, tablouri, ilustrații⁴. Acest birou reprezenta în cadrul Secției Propagandă una din cele mai importante structuri datorită activității diversificate pe care o desfășura. Toate lucrările foto, picturile, desenele, înregistrările cinematografice ajungeau la acest birou, inclusiv cele venite de pe front și care fuseseră realizate de către personalul plutoanelor de propagandă. Erau executate apoi activități de selecție și prelucrare a lucrărilor existente, fapt demonstrat și prin documentele aflate în cadrul Arhivelor Militare, când activitatea desfășurată pe anul 1941 este reliefată într-un dosar întreg. În acest dosar apar toate denumirile lucrărilor realizate fie că este vorba de cinematografie, foto, afișe, picturi, desene etc⁵.

Pentru a exista un contact permanent cu unitățile de pe front, Secția Propagandă dispunea de o companie propagandă zonă operativă care avea următoarea organizare: *comanda companiei*, cu trei echipe (propagandă documentară, presa militară și asigurare de luptă); *plutonul 1 propagandă*, care avea în subordine 5 echipe foto – reporteri; *plutonul 2 propagandă* cu trei echipe (foto-reporteri, III aero și 1 propagandă); *plutonul 3 propagandă* cu 5 echipe (patru de foto-reporteri și echipa IV aero); *plutonul 4 mijloace speciale*, cu 5 grupe (radio, electrogen, megafoane, foto-cinema, tipografie de campanie); *secția auto* care dispunea de autoturisme, autocamioane și motocicletă⁶. Organizarea plutoanelor de propagandă a cunoscut modificări ulterioare ținându-se cont de problemele întâmpinate, de experiența dobândită și de organizarea plutoanelor de propagandă ale Germaniei naziste. În septembrie 1941 plutoanele de propagandă aveau următoarea organizare: *comandant*

¹ *Ibidem*, dosar 11, f. 2.

² *Ibidem*, Fond Divizia 7 Infanterie, dosar 3262, f. 81.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 128.

⁴ *Ibidem*, f. 19.

⁵ *Ibidem*, dosar 28, f. 6.

⁶ A.N.I.C., Fond Președinția Consiliului de Miniștri, dosar 24, f. 44.

pluton; echipa de comandă și administrare formată din zece persoane; *echipa reporteri presă* cu un reporter șef de echipă și opt reporteri (în total nouă persoane); *echipa misionari propagandiști*, cu un șef de echipă și nouă misionari, în total zece persoane; *echipa foto – cinema* cu un șef de echipă, șaptesprezece reporteri fotografi, șapte fotografi laboranți, patru operatori cinema, trei asistenți, doi șoferi, doi motocicliști și un curier filme (în total 37 de persoane); *echipa cinema difuzare* cu un șef de echipă și două mașini cinematograf mobil, încadrate fiecare cu câte două persoane (în total cinci persoane); *echipa teatru* cu un șef de echipă, doi regizori teatru, un regizor muzică, 15 actori, patru cântăreți, un șofer și două persoane care se ocupau cu recuzita (în total 26 de persoane); *echipa pictori desenatori* cu un șef de echipă și șapte pictori decoratori. Fiecare pluton de propagandă trebuia să fie încadrat cu câte 106 persoane¹.

La 22 iunie 1941, Secția Propagandă întocmea un tabel cu 138 de persoane care alcătuiau această secție la declanșarea ostilităților. Tabelul conținea numele și prenumele ofițerilor și subofițerilor activi și de rezervă, gradul, funcția, compartimentul și eșalonul din care făceau parte, precum și funcționarii civili². Ceea ce este foarte important este faptul că personalul existent era împărțit pe două eșaloane. Eșalonul I era format din plutoanele 3 și 4 propagandă. În cadrul plutonul 3 propagandă, comandat de cpt. Costăchescu Gheorghe exista un număr de 13 ofițeri, subofițeri, iar plutonul 4 propagandă, comandat de locotenentul Constantinescu Adrian era încadrat cu 16 ofițeri și subofițeri. Șef al Secției Propagandă, care acționa în cadrul eșalonului I, adică direct pe front, era numit colonelul Brătescu Constantin. Eșalonul II era format din ofițerii, subofițerii și funcționarii civili din cadrul secției care încadrau cele cinci birouri speciale și din personalul existent la aceea dată în cadrul Plutonului 1 propagandă (în total 15 ofițeri) și plutonul Marelui Cartier General (16 ofițeri, 5 subofițeri și 7 funcționari civili). La Plutonul 1 propagandă devenit ulterior Plutonul 11 propagandă, comandant de pluton era numit locotenentul Stănescu Emil iar la Plutonul Marelui Cartier General, căpitanul Geantă Teodor. În funcția de subșef al Secției Propagandă și șef al eșalonului II fusese investit lt. col. Stancov Dumitru, care până la înființarea secției îndeplinise funcția de șef al Biroului 5 Propagandă din cadrul Marelui Stat Major.³

Pentru realizarea obiectivelor propagandistice stabilite de Conducătorul Statului, generalul Antonescu, Marele Stat Major prin Secția Propagandă a folosit la nivel național mai mulți vectori și mijloace de propagandă: trimiterea

¹ A.M.R., Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 23, f. 61- 67.

² *Ibidem*, dosar 23, f. 127-130.

³ *Ibidem*.

unor echipe de foto-cinema, teatru, cinema-difuzare, reporteri de presă, pictori-desenatori, încadrate în cadrul plutoanelor de propagandă acestea subordonate nemijlocit șefului Secției a II-a Informații din cadrul comandamentelor de armată), cu misiunea de a strângere materiale propagandistice necesare pentru mass-media naționale și străine, presa militară scrisă (în special gazeta „Santinela“), emisiunile radiofonice („Ora Armatei“ – realizată sub directa îndrumare a Marelui Stat Major în concordanță cu imperativele momentului), utilizarea de misionari (preoți militari, ofițeri în rezervă, civili care aveau calități oratorice) pentru îmbărbătarea și însuflețirea populației civile și militarilor, difuzarea prin mijloace disponibile de afișe și manifeste privind păstrarea secretului, ridicarea moralului și lămurirea opiniei publice¹.

În cadrul armatei române responsabilități privind organizarea și desfășurarea propagandei reveneau în primul rând Marelui Stat Major prin organul nou înființat, dar și unităților și subunităților. Secția Propagandă, din structura Marelui Stat Major, era organul responsabil cu organizarea și desfășurarea propagandei, aceasta având misiunea de a desfășura activități complexe atât în țară cât și în străinătate, de a cunoaște în fiecare moment starea de spirit a armatei. Pe lângă armatele care participau la campania din Est, acționau plutoane de propagandă din cadrul Companiei zonă operativă². De exemplu, în cadrul Armatei 3 române acțiunile propagandistice erau executate de Plutonul 3 Propagandă, iar în cadrul Armatei 4 române, de către Plutonul 4 Propagandă. Plutonul 11 propagandă își desfășura activitate pe lângă unitățile române care acționau în cadrul Armatei 11 germană. Un pluton de propagandă activa pe lângă Marele Cartier General și executa ordinele și dispozițiile date de către Secția Propagandă a cărei conducere se găsea în țară³. Acesta se subordona direct companiei de propagandă zonă operativă și era pregătit în orice moment de a executa misiuni specifice⁴. Plutoanele de propagandă reprezentau în concepția Marelui Stat Major elementele principale prin care Secția Propagandă reușea să obțină materialul necesar propagandei desfășurate în țară și în străinătate iar valoarea materialelor expediate depindea foarte mult de eforturile depuse, curajul și talentul fiecărui membru al structurilor de propagandă aflate pe front pentru găsirea și înregistrarea temelor cerute de structura centrală⁵. Foarte important este faptul că după eliberarea Basarabiei și Bucovinei au fost înființate două centre militare de propagandă, unul la Chișinău, iar celălalt la Cernăuți⁶.

¹ Călin Hentea, *op. cit.*, p. 240.

² A.M.R., Fond Armata 4, dosar 794, f. 11.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 6, f. 154 – 156.

⁴ A.N.I.C., Fond Președinția Consiliului de Miniștri, dosar 24, f. 45.

⁵ A.M.R., Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 89, f. 50.

⁶ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 6, f. 154.

La nivelul armatelor, structura cu responsabilități directe privind organizarea și conducerea acțiunilor de propagandă era reprezentată de Direcțiile II Informații din cadrul fiecărui comandament, care menținea o legătură permanentă cu Secția Propagandă din cadrul Marelui Stat Major. Acestea aveau misiunea de a cunoaște în permanență, prin mijloace specifice, starea de spirit din cadrul unităților aflate în subordine și chiar din rândul populației civile ce se găseau în zona de dislocare a trupelor operative. În baza informațiilor deținute, personalul acestei secții urmărea să găsească metodele potrivite „pentru a combate acțiunile inamice de propagandă, alarmism și defetism”. Pentru a îndeplini misiunile ordonate, birourile II informații dispuneau de plutoanele de propagandă încadrate în fiecare armată, de mijloace de întărire sau speciale (constituite din agenți secreți), de mijloace logistice de propagandă (broșuri, manifeste, lozinci, afișe, tablouri, fotografiile etc.) puse la dispoziție de către Secția Propagandă și de structurile de propagandă din cadrul unităților din subordine ¹.

La nivelul corpurilor de armată, diviziilor, brigăzilor mixte, organele cu responsabilități în coordonarea și conducere activității de propagandă erau birourile 2 informații din cadrul fiecărei structuri, care dispunea de elemente din cadrul plutoanelor de propagandă, de materiale de propagandă puse la dispoziție de comandamentele de armată și de structurile responsabile din cadrul unităților militare subordonate ².

În cadrul regimentelor și unităților independente, propaganda era organizată de către ofițerii de informații (care îndeplineau și funcția de ofițeri cu propaganda), sprijiniți de comandanții de unități. Aceștia erau ajutați în activitatea de propagandă de către confesorii militari, agenții propagandiști recrutați din elemente care dețineau aptitudini necesare (pregătire corespunzătoare/limbaj adecvat) și agenții informatori din subordine³. În acest sens, la 28 februarie 1942, Divizia 13 Infanterie primea ordin ca în conformitate cu instrucțiunile de propagandă, la nivelul unităților serviciul de propagandă să fie pus sub directă conducere a comandanților de regiment, având ca „elemente de execuție ofițerul informator și un subofițer de propagandă pe regiment. Ca ajutoare erau numiți la fiecare batalion și companie câte un subofițer, iar la nivel pluton câte un gradat sau soldat cu aptitudini în aceste sens”. Se specifica în ordin ca zilnic să fie executate ședințe de educație național patriotice timp de o jumătate de oră, având ca scop „dezvoltarea următoarelor teme: redobândirea tuturor granițelor pierdute, lupta contra

¹ *Ibidem*, Fond Armata 4, dosar. 794, f. 11.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*.

bolșevismului, exemple de fapte de arme din cadrul unităților, informații de pe teatrele de luptă, prezentarea unor comunicate oficiale“¹.

Unitățile aveau la dispoziție mai multe mijloace de propagandă primite de la eșaloanele superioare prin grija Secției Propagandă din cadrul Marelui Stat Major, respectiv broșurile cu caracter educativ, materialele patriotice, manifeste, ziare (dintre care foarte important era publicația „Santinela“), emisiunile radiofonice (exemplu „Ora Armatei“, prin care se urmărea influențarea psihologică și susținerea moralului soldaților români aflați pe front, dar și a populației românești), echipele de teatru, echipele de foto–cinema, de misionarii propagandiști din cadrul plutoanelor de propagandă². Comandanții de unități aveau responsabilitatea de a da tot concursul reporterilor de război și celor foto-cinema, pictorilor-desenatori, misionarilor propagandiști trimiși de către eșaloanele superioare în cadrul unităților pe care le comanda, în executarea misiunilor propagandistice specifice³.

Un aspect interesant este reprezentat de solicitarea Subsecretariatului de Stat al Aerului din 24 decembrie 1941, referitoare la înființarea unui birou propagandă specială numai pentru aviație, justificată în felul următor: „Pentru a se face cunoscut marelui public român rolul aviației în ființa Statului și înțelegerea acțiunilor ei în timp de război și pace precum și pentru a mări sentimentul de dragoste, încredere și stimă a marelui public pentru aeronautică și personalul ei, Subsecretariatul de Stat al Aerului a dispus funcționarea – în cadrul lui – a unui Birou de Presă și Propagandă Aeronautică „⁴.

O lună mai târziu, Ministerul Apărării Naționale a făcut cunoscută această propunere Marelui Stat Major, al cărui șef, generalul Iacobici, în rezoluția sa avea să hotărască următoarele: „*N-am nimic în contră, cu condiția însă ca propaganda pentru aeronautică să aibă inventarul tehnic*, tratând problemele pentru care propaganda Marelui Stat Major are misiunea.(...) A fost lipsită de acest caracter propunerea făcută nu demult. Mai bine însă să intre elemente din aviație în Secția Propagandă a Marelui Stat Major“⁵.

Răspunsul final a fost comunicat la 2 ianuarie 1942 de către Cabinetului Ministrului Apărării Naționale: „Marele Stat al Armatei nu este de acord pentru înființarea unui serviciu aparte de propagandă al Aviației, pentru următoarele considerațiuni: E contrar principiului hotărât de domnul mareșal Antonescu – concentrarea mijloacelor destinate realizării aceluiași scop. În felul acesta ar însemna să înființăm servicii de propagandă și la Statul Major al Marine etc. Se creează cheltuieli în legătură cu conducerea, ceea ce nu este

¹ *Ibidem*, Fond Corpul 5 Armată, dosar 1761, f. 26-28.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 17, f. 312.

⁵ *Ibidem*, f. 311.

necesar. Există deja la Marele Stat Major General un organ care se ocupă cu propaganda militară. Marele Stat Major General al Armatei este de părere ca în cadrul Secției Propagandă să funcționeze și ofițeri de la Aviație și Marină, care să se ocupe cu partea de specialitate a acestor arme“¹. Desigur, aviația era o armă cu totul deosebită, față de care Secția Propagandă nu s-ar putea spune că manifesta indiferență, dovada fiind ordinele din septembrie 1941 prin care se solicita pictorilor locotenent Musceleanu Ion, caporal Ialomițeanu Dan, Sublocotenent. Ionescu Sorin, caporal Șuțianu Petre încadrați în plutoanele de propagandă aflate pe front, să trimită material cu subiect aviatic în termen de opt zile.²

Pentru a putea activa în zona operativă Secția Propagandă constituise plutoane de propagandă compuse din reporteri ziarști, reporteri foto, operatori cinema, pictori desenatori, actori și cântăreți, care pe tot parcursul campaniei au fost alături de soldatul român și care s-au confruntat cu aceleași greutăți ale câmpului de luptă. Comandanți ai plutoanelor de propagandă, încă de la începerea campaniei, cum a mai fost specificat, erau locotenentul. Stănescu Emil la Plutonul 1 Propagandă, căpitanul Costăchescu Gheorghe la Plutonul 3 Propagandă și locotenentul Constantinescu Adrian la Plutonul 4 Propagandă³. Încă din data de 26 iunie 1941 personalul plutoanelor de propagandă care se deplasa pe front purta pentru identificare o insignă distinctă, de culoare neagră, sub forma unei jumătăți de cerc întretăiată de mai multe semicercuri de culoare galbenă⁴. Întrucât aceste subunități erau într-o permanentă deplasare pentru îndeplinirea misiunilor, nu erau puse în subzistența corpurilor de trupă, ci erau nevoite ca prin alocația suplimentară să-și procure singure hrana⁵.

După înființare, Secția Propagandă a fost nevoită să elaboreze două instrucțiuni referitoare la modul de executare a propagandei în armata română, fiind stabilite elementele necesare pentru desfășurarea acestei activități foarte importante. În prima, intitulată „*Instrucțiuni asupra Serviciului de Propagandă și Contrapropagandă în Armată*“, erau stabilite responsabilitățile structurilor competente din cadrul armatei începând cu Marelui Stat Major și terminând cu unități și subunități. Secția Propagandă din structura Marelui Stat Major era organul responsabil cu desfășurarea propagandei. Aceasta trebuia să desfășoare activități complexe atât în țară cât și în străinătate, și să cunoască în orice moment starea de spirit a armatei.⁶

¹ *Ibidem*, f. 309.

² *Ibidem*, dosar 16, f. 459 – 461.

³ *Ibidem*, dosar 23, f. 61, 65, 145 .

⁴ *Ibidem*, Fond Corpul 5 Armată, dosar 1755, f. 15 – 17.

⁵ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 24, f. 41.

⁶ *Ibidem*.

În această instrucțiune care preciza modul de desfășurare a activității de propagandă, comandanții de unități aveau responsabilități directe. Aceștia trebuiau să dea tot concursul reporterilor de război și celor foto – cinema, pictorilor – desenatori, misionarilor propagandiști trimiși de către eșaloanele superioare în cadrul unităților pe care le comandau, în executarea misiunilor propagandistice specifice.¹

Cea de doua instrucțiune elaborată de către Secția Propagandă și care venea la rândul său în sprijinul structurilor competente privind desfășurarea activității de propagandă în armată, a fost intitulată *Instrucțiuni pentru Funcționarea Plutoanelor de Propagandă*². Acestea reprezentau unul din elementele prin care Secția Propagandă din cadrul Marelui Stat Major acționa în domeniul propagandei la nivelul unităților. Plutoanele de propagandă erau încadrate, așa cum a mai fost subliniat, în cadrul fiecărei armate și acționau sub ordinele directe ale Secției II Informații din structura acestora. Aceste organe de propagandă acționau la ordin, în raport cu situațiile operative, și trebuiau să însoțească în permanență unitățile luptătoare. Era stabilit foarte clar rolul acestor structuri de propagandă pe timpul desfășurării luptelor ofensive, de apărare și chiar pe timpul „perioadelor calme“. Pe timpul desfășurării luptelor aveau misiunea de a întocmi „diferite reportaje scrise, foto și film“, care urmau să cuprindă scenele cele mai semnificative; pe timpul perioadelor „de acalmie“ activitatea era direcționată spre organizarea unor programe variate cu participarea echipelor de teatru, cinema, misionari.³

Comandantul plutonului de propagandă era consilierul tehnic al șefului Secției II Informații din cadrul armatei și purta întreaga răspundere în privința modului de organizare a activității de propagandă în armată. Se specifica în atribuțiuni că „el (comandantul de pluton n.n.) trebuie să stea cât mai puțin timp între zidurile comandamentului; locul său este în mijlocul trupei pentru a putea avea impresii directe asupra stării de spirit și pentru a-și da astfel seama de cauzele și mijloacele cele mai eficace care trebuie aplicate defecțiunilor constatate.“⁴

În continuare erau trasate sarcinile pe care trebuiau să le îndeplinească echipele speciale din compunerea plutonului. Echipa de reporteri de presă urmărea operațiunile militare aflate în derulare, descriind și evidențiind faptele de arme ale unităților pe lângă care se găseau, viața de campanie pe care era nevoit să o suporte soldatul român. Foarte interesant este faptul că reporterul de război avea de executat și misiuni speciale, respectiv de a scoate în evidență manifestările populației civile, inclusiv cele din teritoriile „ocupate“,

¹ *Ibidem.*

² *Ibidem*, f. 4.

³ *Ibidem.*

⁴ *Ibidem.*

de a observa raportul dintre populația civilă și armată. În urma informațiilor culese de la prizonieri și dezertori, aceștia trebuiau să întocmească o informare privind „starea armatei inamice.“ Echipa de foto – cinema urma să surprindă doar ceea ce ar fi constituit material interesant de propagandă pentru „susținerea unor teze de către conducerea superioară a țării.“ Erau detaliate în continuare câteva repere de care aceștia trebuiau să țină seama și să le scoată în evidență; scene de luptă, viața soldatului, manifestările de simpatie arătate de populația civilă armatei, ajutoarele oferite de armata română populației, actele de terorism săvârșite de inamic pe teritoriul național asupra populației civile și lucrărilor de artă. Comandantul plutonului de propagandă urma să analizeze materialele și să ia măsuri ca cele valoroase să fie expediate cât mai rapid (prin avion) Secției Propagandă din cadrul Marelui Stat Major. Pe front, în perioadele de acalmie sau în țară, echipele de cinema – difuzare și de teatru aveau misiunea ca pe front să prezinte spectacolele militarilor din cadrul armatei. Filmele difuzate erau primite de la Secția Propagandă sau de la alte surse indicate de către aceasta prin ordine speciale. Echipe de pictori – desenatori aveau misiunea de a executa lucrări ilustrând scene de război și oricare alt subiect care ar fi „completat materialul de propagandă existent“. Lucrările executate de către aceștia pe front asigurau materialul necesar pentru diferite ocazii festive, inclusiv organizarea unor expoziții (ex. Expoziția de pictură din anul 1943). În cadrul plutoanelor de propagandă acționa și echipa de misionari, care, prin activitatea depusă, trebuia; „să completeze opera de educație spirituală a trupei“. Această muncă era foarte delicată și importantă, deoarece trebuia ca prin metode specifice să se recruteze în fiecare unitate un corp de propagandiști, cărora să li se traseze sarcinile pe care le aveau de îndeplinit în domeniul propagandei. Indicațiile se refereau la explicarea scopurilor războiului, explicarea obiectivelor urmărite de inamic prin acțiunile propagandistice, evidențierea unor fapte de arme, a spiritului de sacrificiu și disciplină. Misionarii propagandiști țineau legătura cu comandantul plutonului propagandă, cărui îi aduceau la cunoștință toate informațiile legate de starea de spirit a militarilor. Informațiile erau culese fie de la ofițerul cu propaganda din cadrul unităților (care îndeplinea și funcția de ofițer informator), fie prin mijloace proprii.¹

În continuarea acestor instrucțiuni se sublinia faptul că, echipele de propagandă trebuiau să fie gata în orice moment pentru îndeplinirea misiunilor primite, să găsească metodele și resursele necesare pentru „destinderea ostașilor luptători“².

¹ *Ibidem.*

² *Ibidem.*

Plutoanele de propagandă erau subordonate nemijlocit comandamentelor de armată, însă pe linia serviciului se subordonau direct Secției Propagandă cu care mențineau un contact permanent. În cazuri speciale, la dispoziția plutonului de propagandă erau puse (prin grija Secției Propagandă), „agenturile secrete de misionari,” coordonate de comandantul de pluton, cu misiunea de „a paraliza” propaganda inamică, de a descoperi și combate propaganda și acțiunile subversive inamice, de a organiza nuclee propagandistice care să execute inclusiv acțiuni de alarmism în rândul „elementelor subversive – evrei, comuniști și minoritari”. În privința colaborării plutoanelor de propagandă cu armata germană era necesară aprobare șefului Secției II Informații din cadrul armatelor. În finalul instrucțiunii se specifică faptul că fiecare comandant de pluton propagandă avea sarcina de a întocmi săptămânal o dare de seamă în care erau punctate activitățile desfășurate și propunerile pe care aceștia le aveau. Aceste documente urmau să fie trimise Secției Propagandă în cel mai scurt timp pentru a fi exploatate în activitatea de propagandă la nivelul armatei și chiar la nivel intern și internațional¹.

Datorită realităților cu care se confruntau militarii români pe front, Marele Stat Major, prin organul său responsabil cu propaganda, a preluat de la propaganda germană și a difuzat structurilor subordonate începând cu 25 octombrie 1941 *Instrucțiunile pentru combaterea partizanilor*. În acestea se specifică; „Propaganda este o armă importantă contra partizanilor, mai ales dacă populația este de mai multă vreme fără știri și nu avem nimic de opus propagandei de șoapte a partizanilor. Din această cauză trupa trebuie să dispună de afișe, foi volante și ilustrațiuni, mijloace de care trebuie să facă uz în mare măsură. Comandantul trebuie să influențeze în mod psihologic populația. Trebuie cu stăruință urmărită punerea în funcțiune a automobilelor de propagandă cu megafoane. Această propagandă va difuza știri asupra succeselor trupelor germane, liberării prizonierilor lor, care aparțin neamurilor minoritare, chestiunea proprietății, combaterea mișcării de partizani ca mișcare a poporului”².

Trebuie subliniat faptul că odată cu eliberarea provinciilor istorice a fost necesar ca pe lângă comandamentele militare din Chișinău și Cernăuți să existe ofițeri responsabili cu propaganda urmând ca ulterior să fie înființate centre de propagandă.³ La 19 iunie 1942 erau luate măsuri pentru înființarea unui astfel de centru și la Odessa, condus de către maiorul Enescu Alexandru, centru care avea să funcționeze sub comanda Corpului 3 Armată și Secției

¹ *Ibidem*.

² Călin Hentea, op. cit., p. 246.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 52. f. 21., dosar 24. f. 121.

Propagandă și după desființarea comandamentului militar din acest oraș, la data de 15 ianuarie 1943¹. Centrul Militar de Propagandă Odessa avea în subordine grupe responsabile cu editarea unui ziar de front, chiar o companie de propagandă zonă operativă cu echipe de cinema difuzare, megafoane, reporteri de presă și radio (care asigurau activitatea postului de radio „Patria“)².

În anul 1942 serviciul de propagandă din armată a fost restructurat și reorganizat în urma experiențelor acumulate și indicațiilor primite de la partea germană, conștientizându-se în același timp efectul benefic al acestei arme atât în armata română, cât și în țară.

În darea de seamă asupra activității Secției Propagandă pentru perioada 1 ianuarie–31 decembrie 1942, se sublinia că la sfârșitul campaniei anului 1941, activitatea propagandistică se confrunta cu probleme destul de importante, deoarece obiectivele propagandistice legate de eliberarea teritoriilor fuseseră realizate, dar secția încă „nu era suficient de orientată asupra atribuțiilor ce-i reveneau în cadrul propagandei.“³ În urma experienței dobândite în cele opt luni de la începerea campaniei în același document se propunea ca plutoanele de propagandă ce „s-au dovedit a fi insuficiente ca număr și dotare“, să fie transformate în companii de propagandă, care să aibă în structură personal selecționat și bine instruit în acest scop. Era necesar ca și companiile înființate să fie dotate cu mijloace auto și cu mijloace speciale de propagandă (echipe de teatru, cinematograf, radio și megafoane)⁴.

De asemenea, într-un alt studiu întocmit de comandantul Companiei de propagandă a M.C.G., locotenent-colonelul Mihăilescu Constantin, la data de 21 august 1942, referitor la reorganizarea Secției Propagandă și Compania de Propagandă a M.C.G., ținându-se cont de realitățile câmpului de luptă și experiența dobândită, se propunea menținerea celor 5 birouri existente în cadrul secției. Interesant este faptul că se propunea ca în cadrul Biroului 2 să existe și sub-birouri responsabile cu propaganda în cadrul aviației și marinei. De asemenea, în cadrul acestui birou trebuia să existe un sub-birou expediție, care trebuia să răspundă de distribuirea materialului de propagandă. Expediția trebuia să se execute de trei ori pe săptămână cu avionul, câte 300 de kilograme, și cu trenul, pentru ceea ce nu se putea trimite cu avionul. Erau luate în calcul multe propuneri, însă multe nu se vor materializa din diferite motive obiective, în primul rând datorită lipsei fondurilor necesare. Referitor la compania de propagandă se cerea în mod expres suplimentarea personalului în cadrul grupului de comandă cu 10 persoane, în cadrul trenului de luptă cu

¹ *Ibidem*, dosar 116, 2 – 6, 21, 37.

² *Ibidem*, dosar 248, f. 16, 17.

³ *Ibidem*, Fond Ministerul de Război-Cabinetul Ministrului, dosar 854, f. 8.

⁴ *Ibidem*, f. 9.

trei persoane, la plutonul mijloace speciale cu două persoane cunoscătoare ale limbii ruse. Se cerea de asemenea suplimentarea mașinilor existente în cadrul companiei cu un autovehicul pentru repararea celor existente în caz de nevoie¹.

La 1 septembrie 1942, prin ordinul numărul 80 599 al Marelui Stat Major, a fost înființat Batalionul de propagandă subordonat Secției Propagandă, logistic depinzând însă de Batalionul Depozit al Marelui Stat Major.² Batalionul Propagandă era organizat pe două companii și anume; Compania I Propagandă Marele Stat Major – zonă interioară și Compania a II – a Propagandă Marele Cartier General – zonă operativă (Marele Cartier General era organul responsabil pe timp de război de organizarea, conducerea și desfășurarea operațiunilor militare)³.

Prima companie era organizată pe cinci plutoane de propagandă, respectiv: Plutonul 1- reportaje de presă, cu două secții (secția I cuprindea câte patru grupe de reporteri și foto, pictori și desenatori pentru toate cele trei categorii de forțe –armata de uscat, aer, marină, iar secția II era responsabilă cu presa militară, având ca sarcini editarea publicațiilor „Santinela“, „Gazeta Soldatului“, „Der Soldat“, „ Il soldato“); Plutonul 2 Teatru, cu două secții – prima cu trei echipe de teatru, iar cea de-a doua cu patru grupe respectiv: Teatru radiodifuzat, Teatru Radio – Difuziune, „Ora Ostașului“, „Ora Răniților“; Plutonul 3- Corul Armatei, Plutonul 4- Foto cu două grupe; reporteri foto și laboratorul, Plutonul 5- Cinema cu trei grupe; producție cinema, montaj, difuzare. Această companie se găsea la dispoziția Secției Propagandă și executa misiuni în țară sau pe front la ordinul acesteia.⁴

Compania a II-a Zonă Operativă, care se găsea pe front la dispoziția marilor comandamente de armată, subordonându-se pe linia serviciului specific Secției Propagandă, avea următoarea compunere: comanda companiei cu trei birouri (adjutantură – registratură, propagandă – documentare și tehnic), trei plutoane de propagandă fiecare cu cinci grupe (reporteri, fotoreporteri, foto-cinema, pictori, desenatori și misionari), plutonul mijloace speciale cu trei grupe (radio, megafoane, electrogen), pluton foto-cinema cu grup producție, difuzare și pictori. La dispoziția companiei se afla și secția auto cu trei grupe de turisme, autocamioane și motocicletă⁵.

În urma reorganizării efectivele propagandei militare românești ar fi trebuit să fie următoarele: Secția Propagandă trebuia să aibă încadrați 39 de

¹ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major-Secția Propagandă, dosar 69, f. 341-345.

² *Ibidem*, Marele Stat Major – Secția Adjutantură, dosar 1407, f. 49.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 58, f. 1 – 3 și fond Marele Stat Major-Secția Adjutantură, dosar 1383, f.355.

⁴ *Ibidem*, fond Marele Stat Major – Secția Propagandă, dosar 58, f. 1, 2.

⁵ *Ibidem*.

ofițeri și 72 de persoane grade inferioare, Batalionul de propagandă cu comanda acestuia formată din trei ofițeri și 12 trupă și cele două companii propagandă. În cadrul Companiei I propagandă erau încadrați 19 ofițeri și 257 trupă, iar la Compania a II – a Zonă Operativă 15 ofițeri și 241 grade inferioare în total 76 de ofițeri și 582 trupă față de 131 ofițeri și 738 grade inferioare, existenți până la acea dată. Această reorganizare, în ciuda faptului că se renunța la 55 de ofițeri și 156 grade inferioare, permitea executarea misiunilor mult mai bine, dispunându-se de o structură și o conducere viabile.¹

În perioada următoare s-a încercat ca propaganda militară românească să fie organizată în raport cu scopurile propuse și realitățile câmpului de luptă. Marele Stat Major, așa cum s-a mai specificat, a aprobat înființarea Batalionului de Propagandă ce urma să dispună de șase companii de propagandă. Pe lângă cele două existente la nivelul Marelui Stat Major (care de altfel vor rămâne cele mai active), trebuia să se înființeze Compania a III – a Propagandă M.C.G. – Armata de Uscat, Compania a IV -a Propagandă Aeronautică, Compania a V-a Propagandă Marină și Compania a VI-a Foto – Cinematograf. Pe data de 7 septembrie 1942 aceste structuri de propagandă erau deja prinse în planurile de mobilizare, câteva fiind chiar funcționale.²

Compania a III- a M.C.G. Armata de Uscat urma să fie încadrată de 105 oameni, dintre care 11 ofițeri și 94 trupă. Aceasta era organizată pe trei plutoane de propagandă, fiecare pluton fiind format din patru grupe (reporteri presă, foto, pictori – desenatori și cinema). Compania a IV – a Propagandă Aeronautică trebuia să fie încadrată de 5 ofițeri și 65 trupă și era organizată pe trei plutoane, respectiv 1 Aviație Observație, 2 Aviație Vânătoare și 3 Aviație Bombardament. Pentru executarea misiunilor primite fiecare pluton dispunea de patru echipe: foto, cinema, presă și pictori. Acestea se aflau la dispoziția Statu Major Aeronautic. Compania a V-a Marină era pusă la dispoziția Brigăzii de Mare și avea un efectiv de 3 ofițeri și 42 grade inferioare, în total 45 de militari³. Compania a VI-a Foto-Cinematograf, organizată pe două servicii – foto și cinematografie urma să fie prinsă în planurile de mobilizare cu un total de efective de 22 ofițeri, ingineri și funcționari civili și 189 trupă (211 persoane)⁴. Această nouă organizare a propagandei militare nu a putut fi pusă în practică datorită efortului mare uman, financiar și material care ar fi trebuit făcut. Modificări destul de semnificative vor fi însă operate în următoarea perioadă de timp.

Lucrările pentru înființarea acestor companii și chiar pentru o reorganizare a Secției Propagandă începuseră din primăvara anului 1942. Au fost făcute

¹ *Ibidem*.

² *Ibidem*, f. 41 – 43.

³ *Ibidem*, f. 23, 113.

⁴ *Ibidem*, f. 68.

proponeri, analizate de către factorii responsabili, urmărindu-se ca și serviciul de propagandă să fie adaptat realității. Astfel, la 26 iulie 1942 Batalionul Depozit al Marelui Stat Major, care răspundea de probleme de mobilizare, era înștiințat prin ordinul 14409 de către șeful Marelui Stat Major, colonelul Mardarie Socrate, că lucrările privind organizarea companiilor de propagandă trebuie să fie refăcute¹. Privind structura Secției Propagandă au fost făcute propuneri interesante, astfel încât fiecare categorie de forțe (Armata de Uscat, Marina și Aeronautica) să aibă câte un ajutor șef secție. De asemenea, în cadrul Biroului 2-Propagandă și contrapropagandă în armată, ca ajutoare ale șefului de birou erau numiți reprezentanți ale tuturor categoriilor de forțe.² S-a încercat ca și structura, numărul și denumirea birourilor să fie modificate, însă s-a renunțat din motive legate de cheltuielile financiare și nevoile de personal calificat, astfel încât, la 1 septembrie 1942 Secția Propagandă, odată cu înființarea Batalionului de propagandă, era organizată astfel: Conducerea Secției și Biroul de Adjutantură – Registratură cu un total de 8 persoane, Biroul 1 – Studii și Documentare. Propagandă și contrapropagandă la inamic cu un total de 10 persoane, Biroul 2 – Propagandă și contrapropagandă în armată (teatru, radio, presă militară). Legătură cu armatele aliate încadrat cu 28 persoane, Birou 3 – Presă și Cenzură cu un total de 8 persoane, Birou 4 – Foto-Cinema având o încadrare de 17 persoane³. Trebuie menționat că sub-biroul de Legătură cu armatele aliate din cadrul Biroului 3 avea o încadrare de 5 persoane și misiunea de a se afla în contact zilnic cu ofițerii de legătură ai armatei germane însărcinați cu propaganda (la aceea dată mr. Schierholt și cpt. Habermann)⁴. În noua organizare modificările importante constau în eliminarea Biroului 4 -Activitate specială, ce avusese ca sferă de activitate organizarea și conducerea acțiunilor subversive pe teritoriile statelor inamice prin propagandă, alarmism, defetism, și înființarea în cadrul Biroului 2 – Propagandă și contrapropagandă în armată a unor compartimente responsabile cu propaganda pentru Marină și Aeronautică⁵.

Acțiunile pentru organizarea unui serviciu de propagandă viabil în armata română au continuat pe tot parcursul campaniei din Est, la bază stând experiența dobândită și sugestiile părții germane și chiar directivele date în acest sens, conform protocolului încheiat. Sugestiv în acest sens este memoriul adresat subșefului Marelui Stat Major român, colonelul Mardare Socrate, pe data de 29 noiembrie 1942, de către unul din ofițerii de legătură ai Comandamentului Suprem al Armatelor Germane – Secția Propagandă cu

¹ *Ibidem*, f. 115.

² *Ibidem*, f. 30.

³ *Ibidem*, dosar 69, f. 9 – 11.

⁴ *Ibidem*, dosar 68, f. 73.

⁵ *Ibidem*, f. 342.

Armata a IV- a română, căpitanul Habermann, în care acesta face referiri la modul de organizare și misiunile pe care trebuie să le îndeplinească compania de propagandă¹. Se sublinia: „Practica a dovedit că rezultatul multiplelor misiuni ce revin unei companii de propagandă, cere o organizare serioasă și solidă, o conducere clară, multă inițiativă, cel mai desăvârșit devotament al tuturor. Succesul total al companiei depinde în primul rând de sprijinul dat de comandantii de armate și de dragostea și prestigiul, cu care privesc pe propagandiști, care la rândul său trebuie să o merite.(...) Propagandistul are nevoie de ecou și de o largă înțelegere din partea superiorilor și trebuie să fie, în consecință, apreciat cu toată sollicitudinea. În războiul total, propaganda are în țară tot aceeași importanță, ca și lupta cu arma pe front“. În continuarea memoriului se arăta că Secția Propagandă trebuie să fie singura structură din cadrul Marelui Stat Major care poate să dea dispoziții directe companiei de propagandă. Acest lucru nu excludea „necesitatea unei colaborării strânse cu toate secțiile Marelui Cartier General român, care este absolut remarcabilă și necesară“. Foarte interesant este faptul că pentru executare ordinelor și dispozițiilor date de către organul responsabil din Marele Stat Major, la nivelul Marelui Cartier General român exista un ofițer de legătură cu celelalte secții, care era și „în toate privințele locțiitorul Secției Propagandă“. În continuare erau date indicații privind modul de întocmire a reportajelor și modul de executare a cenzurii. Aceasta era executată de ofițerii din cadrul corpurilor de armată care aveau misiuni destinate în acest sens, pe baza unor instrucțiuni emise de către Secția Propagandă – Marele Stat Major de comun acord cu secțiile din Marele Cartier General. În situația când nu exista timp pentru realizarea cenzurii, reportajele erau expediate la structura centrală, cu mențiunea „necenzurat“, înainte de publicare urmând a se executa și această activitate.²

Referitor la companiile de propagandă din armata germană se sublinia că acestea constituie cele mai noi structuri din armată și au fost înființate primele din lume. Însuși Hitler stabilise sarcini șefului Secției Propagandă din armata germană. Toate companiile de propagandă și celelalte structuri responsabile cu același domeniu de activitate, se subordonau direct și nemijlocit Comandamentului Suprem al armatelor germane – Secția Propagandă. Era interzis ca orice altă structură centrală să dea ordine direct companiilor de propagandă. Companiile de propagandă urmau să fie subordonate comandamentelor de armate numai pe linie administrativă și disciplinară³. Aceste precizări erau făcute deoarece se urmărea ca și compania de propagandă din armata română

¹ *Ibidem*, Fond Armata 3 – Colecții, dosar 80, f. 19.

² *Ibidem* f. 20.

³ *Ibidem*, f. 22.

să aibă aceeași organizare și comandă unică, pentru ca misiunile primite să fie duse la îndeplinire.

Memoriul solicita în continuarea, dându-se ca exemplu modelul german, ca Secția Propagandă din Marele Stat Major să ia măsuri pentru înființarea unei secții de propagandă în cadrul Marelui Cartier General, independentă de celelalte secții din cadrul acestui comandament, și care urma ca pe baza ordinelor primite de la organul central să emită dispoziții și să coordoneze misiunile companiilor de propagandă pe front. Compania de propagandă prin înființarea unei noi structuri de propagandă în cadrul comandamentului responsabil cu ducerea acțiunilor de luptă, urma să se degreze de sarcini care țineau de editarea unui ziar de front, repartizarea echipelor de teatru pentru front, asigurarea materialelor necesare executării în bune condiții a activităților de propagandă etc. Prin degrevarea de aceste sarcini și prin asigurarea unei mai bune legături cu Secția Propagandă compania de propagandă „ va putea desfășura o intensivă influențare și la inamic prin aruncarea manifestelor și a altor mijloace de propagandă, activitate de primă importanță rămânând realizarea reportajelor de război pentru care trebuie să concentreze toată energia”¹. În finalul acestei interesante lucrări se propunea ca toți comandanții de armate să emită ordine către unitățile subordonate, prin care acestea să fie anunțate despre „sosirea plutoanelor de propagandă din compania nou înființată, ordonând totodată tuturor unităților , să dea reporterilor și în special comandanților de companie tot ajutorul și sprijinul posibil”².

După aproape opt luni de zile de la data întocmirii acestui memoriu, cu adresa numărul 10085 din 10 iunie 1943, Secția Propagandă, condusă de colonelul Mihăilescu Mihail, informa Secția Adjutantură din cadrul Marelui Stat Major că „în urma experiențelor obținute pe câmpul de luptă și a învățămintelor acumulate în urma executării de către Detașamentul Român de Propagandă a cursului de informații la Centrul de Instrucție al Propagandei din Potsdam și Berlin“, au fost executate modificări în organizarea Companiei a II-a Propagandă „pentru a corespunde nevoilor câmpului de luptă”³. Grupul de comandă al companiei devenea mai numeros pentru a satisface nevoile operative. Compania trecea de la organizarea pe patru plutoane la organizarea pe cinci plutoane, dintre care patru de propagandă și unul de mijloace speciale cu șapte grupe (pictori, propagandă și contrapropagandă, cinema producție, cinema difuzare, megafoane, radio, teatru). Pentru o mobilitate mai mare în executarea misiunilor primite, compania a fost dotată cu mijloace auto performante și mijloacele logistice necesare⁴. Și încadrarea cu personal a

¹ *Ibidem*, f. 23.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*, Marele Stat Major – Secția Adjutantură, dosar 1383, f. 355 – 357.

⁴ *Ibidem*.

companiei a fost modificată prin diminuarea cu 63 de grade inferioare, numărul de ofițeri rămânând același (15). La aceea dată organizarea Batalionului de propagandă și a Companiei I Zonă Interioară rămăseseră același¹.

Trebuie reținut că pe parcursul întregii campanii din Est, Secția Propagandă avea trimis în orice moment pe front personal special, calificat în strângerea materialului necesar sau în executarea unor misiuni specifice. Pe data de 1 octombrie 1942 se aflau pe front un număr de 98 ofițeri, subofițeri și trupă specializată din cadrul Secției Propagandă. Nu era inclus în acest număr personalul celor trei trupe de teatru întrucât acestea desfășurau misiuni limitate atât pe front, cât și în țară. Odată cu prelungirea campaniei, datorită uzurii apărute, greutăților întâmpinate și chiar pierderilor suferite, personalul din cadrul structurilor de propagandă militară a început să fie insuficient.²

În paralel cu noile modificări executate la nivelul organizării structurilor de propagandă românești au fost elaborate de către Marele Stat Major – Secția Propagandă pe parcursul anului 1942 instrucțiuni pentru fiecare categorie de personal ce se deplasa pe front respectiv: Instrucțiuni pentru reporteri de presă, reporterii foto, pictorii desenatori din plutoanele de propagandă; Instrucțiuni pentru întrebuințarea pe front a stațiilor de megafoane; Instrucțiuni pentru întrebuințarea pe front a echipei teatru și muzică; Instrucțiuni pentru operatorii de luat vederi. Toate aceste instrucțiuni precizau locul pe care trebuie să-l ocupe și atribuțiunile pe care le avea de îndeplinit fiecare persoană încadrată în această structură³.

Pe 9 octombrie 1943, locotenent colonelul Enescu Alexandru a fost înlocuit la comanda Centrului Militar Propagandă Odessa (subordonat direct Secției Propagandă), deoarece s-a considerat de către forurile competente că și-a depășit atribuțiunile pe care le avea în organizarea propagandei în aceea zonă. Noul șef, căpitanul Balmez Ion, a luat și măsura reorganizării centrului. Acesta avea misiunea de a se transforma în orice moment în companie de propagandă, iar anexele sale în plutoane și echipe de propagandă. Aria de activitate a acestui centru se limita la orașul Odessa și la Trasnistria, acolo unde se aflau dislocate unități militare românești. Centrul Militar Propagandă Odessa a fost organizat astfel: comanda centrului, două persoane responsabile cu editarea ziarului de campanie „Bugul“, grupa de reporteri, grupa de mijloace speciale, grupa crainici radio și patru echipe de propagandă și reportaj. Demn de reținut este faptul că prima echipă de propagandă și reportaj acționa în cadrul Diviziei 21 Infanterie cantonată în orașul Osesa, cea de-a doua echipă în cadrul Diviziei 4 Infanterie aflată în localitatea Balta, cea de-a

¹ *Ibidem*.

² *Ibidem*, Fond Marele Stat Major, Secția Propagandă, dosar 245, f. 48-50.

³ *Ibidem*, dosar 89, f. 42,43, 49-58, 66-68.

treia în cadrul Diviziei 5 Infanterie, dislocată în localitatea Tulcin, iar cea de-a patra acționa în cadrul Diviziei 15 Infanterie, dislocată în localitatea Berezovka¹. Acest centru de propagandă a cunoscut reorganizări succesive în funcție de mersul acțiunilor militare. Pe data de 22 martie 1944, centrul, condus la acel moment de sublocotenentul Coteș Petre, primea ordin ca din cadrul structurii aflate la Odessa să se separe imediat Compania Propagandă Zonă Operativă, astfel încât o parte să fi pusă la dispoziția unităților aflate în eșalonul I ce desfășurau acțiuni de luptă în Crimeea, o parte celor din cadrul Armatei 3 aflată în eșalonul II și ultima, formată dintr-un pluton de propagandă (trei grupe), trebuia să acționeze în cadrul Armatei 4, aflată la acel moment în eșalonul 3².

Mergându-se pe aceeași linie a reorganizării propagandei românești pe 9 ianuarie 1944, în conformitate cu ordinul 94 7315 al Secției Propagandă a fost înființat Plutonul Propagandă Aero Independent, condus de locotenentul (rez.) Tipărescu Petre, subunitate ce avea misiunea de a desfășura activități de propagandă în cadrul unităților subordonate Corpului Aerian Român³.

Pentru buna desfășurare a activității de propagandă Marele Stat Major-prin Secția Propagandă-a continuat să elaboreze instrucțiuni, în conformitate cu modificările apărute prin constituirea mai multor companii de propagandă. La 20 aprilie 1944 a fost elaborată lucrarea *Instrucțiuni pentru funcționarea companiei de propagandă zonă operativă*, în care erau detaliate organizarea, rolul și misiunile pe care trebuie să le îndeplinească această structură de propagandă.⁴ În instrucțiune se arăta că pe lângă armate funcționa compania, că plutoanele de propagandă erau repartizate pe lângă corpurile de armată, iar echipele pe lângă divizii. La corpurile de armată și diviziile care acționau independent comanda companiei de propagandă repartiza un pluton de propagandă sau chiar echipe întărite cu mijloace speciale. Comandantul de companie purta întreaga responsabilitate privind activitatea de propagandă față de Marele Stat Major – Secția Propagandă, pentru „întrebuințarea tehnică a mijloacelor de propagandă de toate categoriile și buna administrare a companiei“ și față de armată „pentru întrebuințarea operativă a mijloacelor de propagandă și din punct disciplinar“. El era consilierul tehnic în materie de propagandă al șefului Secției II Informații din cadrul armatei, având sarcina de a păstra un contact permanent cu plutoanele și echipele trimise pe front, de a întocmi dări de seamă lunare în care să fie detaliată activitatea desfășurată, realizările obținute în munca de propagandă, deficiențele constatate și propunerile pe care le avea de făcut către Secția Propagandă în vederea

¹ *Ibidem*, dosar 233, f. 100-105.

² *Ibidem*, dosar 248., f. 15, 16, 18.

³ *Ibidem*, dosar 225, f. 13.

⁴ *Ibidem*, Fond Corpul de Munte, dosar 1950, f 4- 19.

desfășurării în bune condiții a activităților ordonate. În instrucțiune se specifica și timpul de lucru pentru compania de propagandă – aceasta nu avea „ore de program. Echipele vor fi gata în orice moment să înregistreze evenimentele de război sau să asigure ore de recreație sufletească ostașilor luptători”¹.

La 26 iunie 1944, când deja războiul pentru Germania și aliații săi se desfășura în sens ireversibil negativ, s-a simțit nevoia ca fiecare armată română (3 și 4), care participa la bătălia Moldovei, fiind încadrate în Gruparea „Wohler” și Gruparea „Dumitrescu”, să primească câte un detașament de propagandă, dotat cu mijloace adecvate. Plutoanele de propagandă aferente fiecărei armate au fost transformate în detașamente de propagandă și depindeau operativ și disciplinar de comandamentele de armată, care aveau obligația de a le pune la dispoziție toate mijloacele logistice de care aveau nevoie. Fiecare din aceste detașamente era constituit din: comanda detașamentului cu un efectiv de 12 militari (un ofițer și 11 trupă), Plutonul 1 Propagandă cu trei echipe de propagandă și reportaje constituite identic, în total 11 persoane, Plutonul mijloace speciale având în compunere trei grupe: una de cinema și două de megafoane cu un personal militar total de 13 militari.² Fiecare detașament dispunea de mijloace auto necesare îndeplinirii misiunilor specificate (un turism, un camion, una caravană cinematografică, una caravană megafoane și o motocicletă) și de asemenea, de materiale de propagandă asigurate prin grija Secției Propagandă și a comandamentelor de armată. La nivelul grupurilor de armată între detașamentele române și germane „există o perfectă înțelegere asupra tuturor problemelor de propagandă și contrapropagandă, fapt realizat printr-o grupă de legătură directă între șeful propagandei germane și șeful propagandei române”³. În cadrul Armatei 3 române a acționat Detașamentul de propagandă „maior Bârzănescu” al cărui Plutoan 1 de Propagandă se găsea dispersat în cadrul unităților armatei astfel: comanda plutonului condus de locotenentul (rez.) Bunescu Dumitru, în cadrul Corpului 3 Armată, Echipa 1 Propagandă și reportaj acționa în cadrul Diviziei 15 Infanterie, Echipa nr. 2 în cadrul Diviziei 14 Infanterie, Echipa nr. 3 în cadrul Diviziei 2 Infanterie. Plutonul Mijloace Speciale, condus de sublocotenentul (rez.) Chivoiu Ion, se găsea la dispoziția detașamentului de propagandă.⁴ Pentru desfășurarea acțiunii de propagandă, detașamentele primeau direct de la Marele Stat Major – Secția Propagandă materialul editat (broșuri, reviste, ziare, manifeste etc) pe care îl difuzau

¹ *Ibidem*.

² *Ibidem*, Fond Armata 3 – Colecții, dosar 83, f. 35, 90, 91.

³ *Ibidem*, f. 222, 223.

⁴ *Ibidem*, Fond Armata 3 colecții, dosar 83, f. 25, 90.

unităților și formațiunilor subordonate celor două armate¹. Fiecare din cele două detașamente dispunea de un turism, o motocicletă, un camion și câte două caravane marca Opel Blitz (una cinema și una pentru megafoane). De asemenea într-un document de arhivă se specifica faptul că pentru realizarea misiunilor de propagandă cele două detașamente „lipsite de mijloacele necesare“ erau ajutate în privința mijloacelor speciale de către unitățile speciale ale propagandei germane².

A urmat însă Actul de la 23 august și încet, încet organismul de propagandă militar avea să fie subordonat factorului politic dominant, respectiv Partidul Comunist.

Referitor la campania din est, România, constrânsă de situația externă a momentului să facă cauză comună cu statele membre ale coaliției Axei, a împrumutat de la aceasta – și cu prioritate de la partea germană – modelul de organizare a armatei, inclusiv în domeniul propagandei. Niciodată comparată cu marii coloși militari și politici ai momentului, România, prin autoritățile sale, s-a străduit să atingă acele bareme și acei parametri la nivelul mijloacelor de propagandă care să-i permită pentru început îndeplinirea idealurilor pentru care intrase în război: refacerea unității naționale pierdute și păstrarea intactă a moralului populației civile și al militarilor săi.

Cu toate eforturile depuse în acest sens, statul nu a reușit să-și atingă obiectivele, în primul rând datorită evoluției negative a mersului operațiunilor militare pe frontul de Est, care a influențat decisiv și insuccesul campaniilor propagandistice

Ca structură militară-Secția Propagandă din cadrul Marelui Stat Major-înființată în iunie 1941³, a dus, alături de celelalte instituții de profil (Ministerul Propagandei Naționale) acțiuni specifice, care în principal au avut două aspecte: informarea cetățenilor din teritoriile ce urmau a fi eliberate, de justetea acțiunii armatei române (prin munca echipelor de agenți misionari secreți, specializați în misiuni de informare și propagandă) și pregătirea morală a propriilor trupe care urmau să execute misiunile de eliberare a teritoriilor deja amintite. Până la Actul de la 23 august 1944 propaganda românească a suferit schimbări succesive în funcție de experiența dobândită în acest domeniu și ținând cont de propunerile aliatului german față de care s-a raportat tot timpul.

Evoluția organismului propagandistic militar pe frontul de vest. După lovitura de stat de la 23 august 1944 întregul sistem de obiective propagandistice a fost răsturnat. Acțiunile de propagandă și contrapropagandă

¹ *Ibidem*, p. 222, 223.

² *Ibidem*, f. 224.

³ *Ibidem*, Fond Marele Stat Major – Secția 5 Instrucție, dosar 486, f. 29.

duse de organele specializate ale armatei române pe frontul de vest împotriva trupelor germane și ungare încep treptat să fie coordonate de sovietici prin Comisia Aliată de Control și prin structurile specializate în acest sens existente în cadrul Armatei Roșii.

Lovitura de stat de la 23 august 1944 a surprins o parte a Secției Propagandă la Căciulata, în zona de evacuare stabilită odată cu declanșarea ofensivei sovietice pe frontul din Moldova,. Pe data de 10 septembrie 1944 șeful Secției Propagandă, colonelul Mihail Mihăilescu, informa organele responsabile cu transportul pe calea ferată că în conformitate cu ordinul numărul 25157 din 9 septembrie 1944 al Marelui Stat Major, secția trebuia să fie transportată din localitatea Căciulata în București¹. Despre acele zile tulburi de după 23 august 1944 aflăm dintr-o telegramă expediată la 4 septembrie 1944 de către Secția Propagandă, în care se făcea referire la problemele cu care aceasta se confrunta în situația revenirii în București: „circulația pe șosea nesigură și intrarea în București întreruptă. Secția nu are și nici în zonă nu se găsesc mijloacele de transport ordonate [...] Nu există trenuri pentru circulație spre Capitală [...] Pentru a nu expune documente și materiale de sute de milioane ce nu se pot înlocui, Secția roagă amânarea deplasării până la normalizarea transporturilor[...] Activitatea se continuă potrivit ordinului domnului general Mardari. Tipografia funcționează și difuzăm tot ce este posibil“². Din documentele cercetate rezultă că parte a Secției Propagandă își desfășura încă activitatea la București în cadrul Marelui Stat Major³.

Până la 23 septembrie 1944, structura organizatorică a Secției Propagandă a rămas aceeași. Bineînțeles că au fost readaptate misiunile acestei structuri în organizarea, conducerea și coordonarea propagandei și contrapropagandei în cadrul armatei române. Cu toate că timpul a fost foarte scurt (doar o lună de zile), Secția Propagandă trebuia să-și execute misiunile stabilite la începutul războiului din Est, în noul context, alături de sovietici și împotriva germanilor și ungarilor. Trebuia să desfășoare acțiuni în țară și în străinătate, executând totodată misiuni de „alarmism“ și „defetism“ pe teritoriul statelor considerate inamice⁴.

Scopurile activității de propagandă românească au rămas aproape același, respectiv: pregătirea morală a militarilor pentru ca fiecare dintre ei să devină un bun luptător, contracararea curentelor subversive și a defetismului. Trebuia desfășurată o propagandă bine gândită și selecționată în noile condiții când avusese loc o răsturnare a imaginii aliat – inamic, astfel încât militarii armatei

¹ *Ibidem*, Fond Secția Propagandă, dosar 262, f. 80.

² *Ibidem*, f. 84.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, Fond Președintele Consiliului de Miniștri, dosar 24, f. 42 și Secția Propagandă, dosar 10, f. 93.

române să fie conștientizați asupra țelurilor urmărite odată cu desfășurarea războiului pe frontul de Vest alături de noul aliat, Armata Roșie¹.

La 23 septembrie 1944, în conformitate cu ordinul șefului Marelui Stat Major, ținându-se cont de noile împrejurări și de noul context politic, Secția Propagandă a fost desființată și cu aceeași dată a fost înființat Biroul 5 Propagandă. Această structură trebuia să activeze în cadrul Secției a II-a Informații și prelua toate problemele legate de „educație, propagandă și contrapropagandă”². La înființare, acest birou de propagandă era format din patru sub-birouri: Sub-biroul Propagandă și Contrapropagandă (în armată și la inamic), șef fiind căpitanul Nicolae Barbu; sub-biroul Presei, șef fiind maiorul Săndulescu N; sub-biroul Foto-cinema avându-l ca șef pe maiorul Diaconescu Theodor și Sub-biroul Adjutantură și interpreți. Șef al Biroului Propagandă din cadrul Secției II Informații a fost numit locotenent colonelul Gheorghe Nicolau care până la desființarea Secției Propagandă îndeplinise funcția de locțiitor. Din acest ordin rezultă că se trecuse la reducerea personalului care își desfășurase activitatea în domeniul propagandei militare, mai ales că Batalionul Propagandă a fost desființat cu aceeași dată³. Personalul rămas disponibil a fost trimis la Batalionul Depozit al Marelui Stat Major, care se ocupa și cu administrarea acestui birou⁴.

Biroul 5 Propagandă avea în subordine două detașamente de propagandă, care se găseau în subordinea Armatei 4 și Armatei 1. Fiecare detașament de propagandă trebuia să fie constituit din: comanda detașamentului cu un efectiv de 12 militari (un ofițer și 11 trupă): Plutonul 1 Propagandă cu trei echipe de propagandă și reportaje constituite identic, în total 11 persoane; Plutonul mijloace speciale, având în componere trei grupe de megafoane și un personal militar în număr de 13 militari⁵. Fiecare detașament dispunea de mijloace auto pentru îndeplinirea misiunilor specificate (un turism, un camion, una caravană cinematografică, una caravană megafoane și o motocicletă) și de asemenea, de materiale specifice acțiunilor de propagandă și contrapropagandă, asigurate prin grija Biroului 5 Propagandă din cadrul Secției II informații și comandamentelor de armată⁶.

În cadrul Comandamentului Aero a acționat imediat după 23 august 1944 Plutonul de Propagandă Aero, format din 5 echipe de propagandă: echipa reporteri presă (4 persoane), echipa reporteri foto (4 persoane), echipa

¹ *Ibidem*, Fond Corpul 5 Armată, d. 1761, f. 22.

² *Ibidem*, Fond Secția Propagandă, dosar 252, f. 6.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, Fond Secția Propagandă, dosar 252, f. 6.

⁵ *Ibidem*, Fond Armata 3 – Colecții, dosar 83, f. 35, 90, 91.

⁶ *Ibidem*, f. 220, 223.

reporteri cinema (două persoane), un pictor desenator și echipa operatori proiectie (3 persoane)¹.

Sub-biroul propagandă și contrapropagandă în armată și la inamic avea în componere șase compartimente (broșuri, manifeste, radio, teatru, muzică, pictură). Sub-biroul 2 era format din compartimentul presă militară și cel de presă internă și externă. Sub-biroul 3 – Foto-cinema avea în componere cinci compartimente: foto-producție, cinema-producție, difuzare, echipa radio și Corul Armatei². Interesant este faptul că cele două detașamente de propagandă afectate armatelor 1 și 4 române erau conduse de aceleași persoane care le comandau și în iunie 1944 (locotenent-colonelul Bârzănescu Mircea și căpitanul Balmez Ioan), ceea ce denotă faptul că încă nu se trecuse la înlocuirea personalului ce făcuse parte din structurile propagandistice³.

La 1 octombrie 1944, Biroul 5 Propagandă avea încadrate 36 de persoane, dintre care 24 ofițeri, 6 subofițeri și 6 personal civil⁴. În luna septembrie, odată cu înființarea Biroului 5 Propagandă și organizarea detașamentelor de propagandă a suferit modificări. De exemplu detașamentul de propagandă al Armatei 4 – comandat de căpitanul Balmez Ioan, era format din 53 persoane și avea în componere grupul de comandă format din 13 persoane, echipa reporteri cu un reporter ziarist, 2 reporteri ziaristi care aveau misiunea de a edita un ziar pentru front, 10 reporteri presă, 11 reporteri foto, un reporter cinema și un asistent al acestuia, în total 39 persoane, echipa mijloace speciale formată din 5 persoane și echipa teatru (condusă de locotenentul Ionescu Alexandru Ghibericon) formată din 10 persoane. Organizarea era identică și pentru detașamentul de propagandă aferent Armatei 1⁵. Se poate constata faptul că plutoanele de propagandă din cadrul detașamentelor fuseseră desființate și crescuse numărul persoanelor încadrate în aceste structuri de la 36 la 53⁶.

Ținând cont de noua organizare a propagandei militare românești și a faptului că exista un personal excedentar, a fost luată măsura ca militarii care făcuseră parte din echipele de propagandă să fie trimiși la unitățile de origine, după ce au executat un program de pregătire, denumit „de reeducare“, sub comanda șefului de stat major al Corpului 2 Armată, colonelul Ionescu State⁷.

Ca măsură organizatorică, Biroul 5 Propagandă a luat hotărârea ca începând din 20 octombrie toți reporterii de presă și foto-cinema din cadrul detașamentelor de propagandă care se deplasau în cadrul diferitelor unități

¹ *Ibidem*, Fond Secția Propagandă, dosar 277, f. 499.

² *Ibidem*, dosar 254, f. 1, 2.

³ *Ibidem*, f. 2.

⁴ *Ibidem*, dosar 252, f. 42.

⁵ *Ibidem*, dosar 277, f. 485, 486.

⁶ *Ibidem*, dosar, f. 445.

⁷ *Ibidem*, Fond Corpul 2 Armată, dosar 2601, f. 67-69.

române și sovietice aflate pe front să dispună de un permis de acces pe care să apară fotografia posesorului¹. Pentru cei care nu dispuneau de fotografie format 3/2 sau 1/2 cm s-a ordonat ca urgent să fie fotografiati și materialul să fie trimis la București, Biroului 5 Propagandă, pentru a li se elibera permisele. Identitatea reporterilor era scrisă în limba română și în limba rusă². Pe data de 15 noiembrie 1944 șeful Biroului 5 Propagandă raporta Marelui Stat Major că: „Detașamentul de propagandă al Armatei I ne informează că titulatura de <<Propagandă>> ce o poartă detașamentele noastre de pe front nu este agreată de Comandamentul Sovietic. Propunem o denumire similară ca a sovieticilor <<Cult Obslujivania>> – serviciul pentru cultură”³. În aceeași zi, șeful Marelui Stat Major a aprobat schimbarea titlaturii din „Detașament de Propagandă” al armatelor 1 și 4 în „Serviciul Cultural” al armatelor 1 și 4⁴. Bineînțeles că și titulatura „Biroului 5 Propagandă” în aceste condiții trebuia să fie schimbată, astfel că în conformitate cu ordinului nr. 987 din 16 ianuarie 1945, încă din 23 decembrie 1944, Biroul 5 Propagandă din cadrul Secției II Informații s-a transformat în Serviciul Cultural⁵. Tot personalul care făcea parte din Biroul 5 Propagandă a rămas în cadrul acestui serviciu⁶.

Pe lângă cadrele militare, în luna noiembrie 1944 se găseau concentrați în cadrul organismului de propagandă 127 de soldați și gradați⁷. Serviciul de Cultură din cadrul Marelui Stat Major cuprindea un Serviciu Cultural Central, un Serviciu Cultural de Front, atașat Armatei 1, Armatei 4 și Corpului Aerian și un Serviciu Cultural Teritorial compus din două componente: un Serviciu Cultural Regional care funcționa pe lângă fiecare comandament teritorial și un Serviciu Cultural Județean care funcționa pe lângă fiecare cerc teritorial⁸. Se specifica în ordinul privind înființarea Serviciului Cultural, că scopul acestuia era ca prin organizarea sa să permită a se acționa în mod eficient asupra moralului întregii armate române, a se menține o legătură strânsă între front și interior, a se realiza o camaraderie de arme româno-sovietică cât mai sinceră și a fi găsite metodele și căile cele mai bune pentru combaterea propagandei inamice⁹.

Încă de la început s-a insistat pe camaraderia de arme româno-sovietică care trebuia să existe și pe „acțiunea educativă printre ofițerii și soldații

¹ *Ibidem*, f. 89.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*, Fond Secția Propagandă dosar 289, f. 46.

⁴ *Ibidem*, dosar 251, f. 52.

⁵ *Ibidem*, dosar 277, f. 171 și dosar 300 f. 39, 49.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem* dosar 257, f. 455-469.

⁸ *Ibidem*, dosar 380, f. 172.

⁹ *Ibidem*.

români dusă contra manifestărilor antimorale și sentimentelor ostile față de Armata Roșie¹.

Serviciul Cultural Central din cadrul Marelui Stat Major era organizat pe trei birouri: Biroul 1-Publicistică militară, radio, teatru, muzică, pictură, legătură cu armatele aliate, studii și documentare, difuzare și expediție material, Biroul 2-Presă militară, presă internă și externă, Biroul 3 – Foto și cinema. În cadrul Biroului 1 funcționa câte un compartiment pentru aviație și marină².

Serviciile Culturale de pe front, atașate Armatei 1, Armatei 4 și Corpului Aerian erau alcătuite din reporteri de presă, reporteri foto, reporteri cinema, personal responsabil pentru tipărirea unui ziar de front (Armata 1 tipărea „Avântul“, iar în cadrul Armatei 4 era tipărit ziarul „Armatei“ sau „Buletinul Informativ“ atunci când nu exista timp din condiții obiective pentru tipărirea ziarului), picturi, caravane cinematografice, caravane cu megafoane, interpreți.

Serviciul cultural pentru unitățile din interior era, cum s-a mai arătat, constituit din câte un serviciu pe lângă cele cinci comandamente teritoriale câte un ofițer, un subofițer și cinci grade inferioare și un serviciu pe lângă cele 49 de cercuri teritoriale de județ, fiecare dintre acestea fiind încadrat cu câte un ofițer, un subofițer și cinci grade inferioare.

Pe data de 30 decembrie 1944, imediat după înființarea Serviciului Cultural, șeful acestei structuri, colonelul Georgescu I. Constant, expedia circulara nr. 1099087 către conducerea Marelui Stat Major, în care specifică faptul că pentru buna funcționare a fiecărui birou vor fi întocmite instrucțiuni precise care vor conține organizarea în detaliu și atribuțiunile³.

Biroul Presei din cadrul Serviciului Cultural era unul din cele mai importante birouri și avea un statut special în cadrul noii structuri. Acesta trebuia să aibă un compartiment distinct cu atribuții în editarea ziarului „Gazeta Luptătorilor“, să existe un șef, corectori, expediție corespondență interioară a familiilor și corespondență de pe front către familii. Termenul pentru executarea acestor sarcini era 3 ianuarie 1945⁴.

În cadrul serviciului, ca o noutate, fusese introdusă și o Secție Militară a asociației A.R.L.U.S., formată din 7 persoane, care avea ca obiect de activitate luarea tuturor măsurilor pentru „strângerea“ relațiilor cu sovieticii⁵.

La 10 aprilie 1945, în noile condiții politice, personalul care încadra Serviciul Cultural pe armată s-a întărit considerabil. Față de 13 ofițeri căți

¹ *Ibidem*, f. 101.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*, dosar 277, f. 222.

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*.

existau la înființare, numai în Serviciul Cultural Central din cadrul Marelui Stat Major existau 30 de ofițeri¹.

Serviciile culturale din cadrul celor două armate (1 și 4) aveau în structură câte 8 ofițeri, 1 subofițer și 95 trupă. Ca dotare, dispunea de o motocicletă, două turisme, un turism special, un autocamion și un autobuz². Serviciul Cultural al Corpului Aerian, transformat din pluton de propagandă, dispunea de următoarele efective: 3 ofițeri, 1 subofițer și 43 grade inferioare. Dispunea de asemenea de o motocicletă, un turism, un turism special și o autodubă³. Șeful Serviciului Cultural din Marele Stat Major a rămas același colonel Georgescu Constantin, care condusese Biroul 5 propagandă, ca de altfel și locotenent-colonelul Bârzănescu Mircea la Armata 1 și maiorul Balmez Ioan la Armata 4. Cum a mai fost subliniat pe parcursul lucrării, acești ultimi doi ofițeri s-au aflat în fruntea detașamentelor de propagandă pe frontul din Moldova în vara anului 1944.⁴

Se poate trage concluzia că în armată propaganda desfășurată de la 23 august 1944 și până după martie 1945 s-a încadrat în limitele impuse de instrucțiunile în vigoare, fără exagerări și fără a se face propagandă vreunui partid în ciuda controlului impus de sovietici, prin Comisia Aliată de Control, mai ales că au fost menținute în funcție persoane care s-au aflat în fruntea structurilor militare pe frontul de est. Au fost operate modificări doar de suprafață și nu de fond, cum se va întâmpla ulterior, când la guvernare a fost impus Petru Groza, iar ministru de Război generalul Constantin Vasiliu Rășcanu, persoană care prin atitudinea adoptată a demonstrat fără echivoc că s-a transformat într-o „unealta“ a comuniștilor.

Debutul procesului de comunizare și politizare a propagandei militare românești. Înființarea Direcției Superioare pentru Educație, Cultură și Propagandă. Se cunoaște că pe data de 6 martie 1945, sub ultimatum și presiune din partea sovieticilor-Vîșinski și mareșalul Malinovski-regele Mihai a fost nevoit să accepte un guvern „democratic“ condus de Petru Groza, în care comuniștii dețineau marea majoritate a portofoliilor. „Democratizarea“ armatei a constituit un obiectiv prioritar al guvernului Groza, care prin măsurile luate în următoarea perioadă va reuși să decapiteze armata română și să o destructureze. Și în această structură era nevoie de un organ fidel care să se ocupe de educație și propagandă în sensul dorit de sovietici și noua conducere. În acest sens prin ordinul general nr. 29 din 8 mai 1945 și în conformitate cu Înaltul Decret nr.320/1945 a fost introdus în armată aparatul

¹ *Ibidem*, dosar 241, f. 71-75.

² *Ibidem*, f. 106.

³ *Ibidem*, f. 107.

⁴ *Ibidem*, f. 115-177.

de cultură, educație și propagandă, subordonat direct Ministerului de Război¹. Inițial, acest aparat politic care făcea politica Partidului Comunist aflat în slujba Moscovei, a fost introdus numai la comandamentele, marile unități și unitățile aflate pe front în compunerea armatelor 1 și 4, iar din 2 octombrie 1945 în întreaga oștire.

Această structură, care a purtat succesiv, denumirile: Direcția Superioară pentru Educație, Cultură și Propagandă (1945), Inspectoratul General al Armatei pentru Educație, Cultură și Propagandă (1945-1948), Direcția Superioară Politică a Armatei (1948-1968) și Consiliul Politic Superior al Armatei (1968-1989), a cunoscut o evoluție permanent ascendentă, importanța și locul său nefiind niciodată în dispută cu alte organisme militare, până în decembrie 1989 când, asemenea altor centre de putere care se doreau și se credeau eterne, s-a prăbușit brusc².

Scopul înființării acestei direcții era acela ca armata să fie „politizată” și să devină în cel mai scurt timp fidelă Partidului Comunist. Se instituționaliza astfel executarea propagandei politice în armată, chiar dacă acest obiectiv nu a fost făcut public. În Ordinul general nr. 29 mai 1945 se arăta că scopul înființării Direcției Superioare pentru Educației, Cultură și Propagandă este acela „de a se realiza democratizarea armatei și reorganizarea operei de educare a ofițerilor și gradelor inferioare, pentru apropierea armatei de întregul popor românesc”³. Pe lângă comandamente de armată și divizii lua ființă câte un serviciu cultural, educativ și de propagandă. Șefii acestor servicii erau ajutoarele comandanților pentru cultură și educație. La nivelul unităților și subunităților (batalion, baterie sau escadron) au fost introduse ajutoarele comandanților de unități sau subunități pe linie de cultură și educație⁴. Pe data de 16 mai 1945 prin ordinul nr. 20240, ministrul de Război, membru fidel al PCdR, generalul de corp de armată C. Vasiliu-Rășcanu, erau difuzate „Instrucțiunile referitoare la drepturile și obligațiile Direcției Superioare a Culturii, Educației și Propagandei de pe lângă Ministerul de Război, a serviciilor de cultură și educație de la Armate și Divizii, precum și ale Ajutorilor Comandanți de la unități și subunități pentru cultură și educație”⁵. Aici se specifică: „sub regimul trecut de teroare fascistă, nu putea fi vorba de educație, ceea ce făcea ca Armata să fie ruptă de popor. În scopul de a se pune baza unei strânse legături între Armată și popor, a democratizării ei, a întăririi prieteniei între toate națiunile ce locuiesc pe teritoriul României și pentru a se

¹ *Ibidem*, Fond Colecții Biblioteca documentară, lit.D, dosar 232/1945, f. 20.

² Lt.col. Eftimie Ardelean, Așa a început Comunizarea României, în *Document*, an. I, nr. 2-3/1998, p. 53.

³ *Ibidem*, f. 10, 11.

⁴ *Ibidem*, f. 10, 11.

⁵ A.M.R., Fond Colecții Biblioteca documentară, lit. D, dosar 232/1945, f. 13.

organiza acțiunea de cultură și educație în armată se înființează Direcția Superioară a Culturii, Educației și Propagandei¹.

În atribuțiunile aparatului politic din armată erau menționate obiectivele pe care trebuia să le urmărească personalul din cadrul acestuia. Atribuțiunile direcției erau în aparență normale pe linia culturii, educației și propagandei. Printre acestea: „conduce și centralizează lucrul de cultură și educație de la armată, divizie și elementele de la unități și subunități atât direct cât și prin Comandanții Armatelor și ai Marilor Unități; [...] dezvoltă și întărește simțul de prietenie pentru Armata Roșie și Uniunea Sovietică; conduce pregătirea și editarea cărților și diferitelor broșuri, editarea ziarelor, precum și împărțirea lor la ofițeri și trupă; [...] alcătuiește schema și arată metoda predării lecțiilor și conferințelor care se organizează pentru ofițeri și trupă în unități și subunități; organizează echipele culturale lămuritoare pentru deservirea unităților și subunităților; colaborează și ține continuu legătura cu organele de studii ale Marelui Stat Major și cu Ministerele Propagandei, Educației și Cultelor [...]”².

Foarte bine apar ca organizate și serviciile de cultură și educație de la marile unități: armate și divizii. Șeful Serviciului de Cultură și Educație era ajutorul comandantului „pe tărâmul cultural-educativ” și deținea pe linie administrativă și disciplinară drepturile unui ajutor de comandant³. Foarte interesant era faptul că Șeful Serviciului de Cultură și Educație avea dreptul să aibă legătură directă și personală cu Direcția Superioară a Educației, Culturii, și Propagandei⁴. Pe lângă atribuțiuni care în aparență păreau normale (de a organiza și conduce desfășurarea activităților culturale și educative, editarea ziarelor militare la nivelul întregii armate, întocmirea planurilor care conțin modul de organizare al activităților cultural-educative), apar altele care denotă direcția spre care se îndrepta armata română și, bineînțeles, întreaga societate românească. De exemplu, acest serviciu de cultură și educație de la armate, divizii și unități trebuia să monitorizeze evenimentele care se desfășurau în armată, să supravegheze în modul cel mai strict atitudinea avută de personalul armatei față de noul regim „democratic”⁵. Imediat ce a început să funcționeze acest sistem, la Direcția Superioară a Educației, Culturii, și Propagandei, trebuiau să sosească săptămânal dări de seamă care pe lângă activitățile desfășurate pe linia culturii, educației și propagandei conțineau adevărate note informative despre ceea ce se întâmpla în fiecare unitate, atitudini pozitive și reacționare ale militarilor față de regimul instaurat prin forță la 6 martie 1945. Pentru a nu fi create încă suspiciuni privind drumul spre care se îndrepta

¹ *Ibidem*, f. 14.

² *Ibidem*, f. 14, 15.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*.

⁵ *Ibidem*, f. 16.

România, deoarece în armată existau la acel moment mulți adepți ai unui regim cu adevărat democratic, erau folosite foarte des numele regelui Mihai și al poporului român alături de „guvernul democratic“ condus de Petru Groza.

Asupra modului cum a fost primit aparatul politic înființat aflăm chiar din *Istoricul Aparatului de Educație, Cultură și Propagandă din Comandamentul Armatei 4 române*¹. Se arată că acest organ a fost creat pe 21 mai 1945 în garnizoana FRISCHVA pe frontul cehoslovac și a fost condus de la început de „celebrul“ maior Cutoiu Vasile. Acesta mai avea la dispoziție pe maiorul Gorobet Alexandru, șeful Biroului Cadre, căpitanul Macovei Gheorghe șeful Biroului Educație, Cultură și Propagandă, sublocotenentul Durdun Ioan șeful Biroului II Informații și sublocotenentul Popa Dumitru, șeful biroului I Adjutantură². În istoric era specificat și recunoscut faptul că „organul de educație, cultură și propagandă a fost primit cu *neîncredere, răceală și dispreț* din partea unei bune părți dintre ofițeri în frunte cu comandantul Armatei 4, generalul Dăscălescu Nicolae și șeful de stat major generalul Borcescu Enache, care socoteau inoportun acest aparat politic, acuzându-i de unelte ale Rușilor, de spioni, politrucii, etc în vederea alipirii țării românești la URSS. Erau sabotaji chiar pe față de unii ofițeri, în desfășurarea muncii de educație, prin diferite ordine care le dădeau, cât și prin diferite mijloace care le aveau la îndemână, căutând să ne micșoreze autoritatea și prestigiul, îndemnând pe ofițeri, subofițeri și trupă, să nu aibă încredere în acești ofițeri educatori [...] În această atmosferă, se continua munca fără materiale și fără concursul comandanților“³.

Direcția Superioară de Educație, Cultură și Propagandă, înființată pe data de 8 mai 1945, a fost condusă de către un director principal (ajutor al ministrului de Război în probleme de educație, cultură și propagandă) și un director superior secund cu grad de general⁴. Aceasta avea în componere cinci secții: Secția 1 *Educație și Cultură*, Secția 2 *Organizare*, Secția 3 *Cadre*, Secția 4 *Informații* și Secția 5 *Administrativă*⁵.

Secția 1 *Educație și Cultură* avea rolul de a stabili și urmări „conținutul și caracterul tuturor măsurilor care vor fi folosite pentru ridicarea conștiinței ostașului și ofițerului“ și era organizată pe 4 birouri: Biroul 1 – *Propagandă verbală*, Biroul 2 – *Propagandă scrisă*, care redacta, tipărea și difuza broșuri de educație, cultură și propagandă, manifeste, afișe, ziare, reviste, Biroul 3 – *Propagandă artistică*, care coordona întreaga activitate artistică în teatru,

¹ *Ibidem*, Fond Armata 4, dosar 2321, f. 243.

² *Ibidem*.

³ *Ibidem*, f. 243, 244.

⁴ *Ibidem*, Fond Direcția Superioară Politică a Armatei, dosar 6, f. 10.

⁵ *Ibidem*.

cinema, muzică, Biroul 4 – *Mijloace tehnice de propagandă* (foto, cinema, radio-amplificare, etc)¹.

Secția 2 *Organizare* avea misiunea de a înfăptui „planificarea întregii munci cultural-educative și de luminare dusă în Armată“. Aceasta era organizată pe două birouri formate din inspectori și instructori care aveau misiunea de a verifica modul cum se desfășura munca de educație în teritoriu la nivelul întregii armate.

Secția 3 *Cadre* era formată din două birouri: Biroul 1 care ținea evidența întregului personal de educație și cultură și Biroul 2 Pregătire cadre care avea sarcina de a pregăti cadre noi și de a „ridica pregătirea întregului personal care lucrează în aparatul nou înființat atât prin cursuri special organizate cât și prin sistemul cursurilor prin corespondență“².

Secția 4 *Informații* era formată din două birouri: Biroul 1 *Informații*, care trebuia să studieze și să prelucreze informațiile primite din cadrul structurilor subordonate, întocmind în acest sens buletine informative și Biroul 2 *Legături și Statistică*, care avea misiunea de a asigura legătura între ministere, în special cu Ministerul Educației Naționale, Cultelor, Propagandei, Artelor și cu alte instituții publice. De asemenea acest birou trebuia să centralizeze toate datele primite și realizate de acest aparat politic.

Secția 5 *Administrativă* se compunea din trei birouri (cancelaria generală, secret și control financiar) și avea sarcini cu caracter administrativ-gospodăresc³. Director principal a fost numit generalul Precup Victor iar ca director superior secund generalul Mihai Maltopol. Aparatul politic central avea încadrat următorul personal: doi generali, 41 ofițeri, 13 subofițeri, 20 funcționari civili și 33 trupă, în total 109 persoane. Ca dotare tehnică, aparatul politic central dispunea de nouă autovehicule și două motociclete⁴.

Interesant este faptul că pe 8 mai 1945, odată cu înființarea Direcției Superioare pentru Cultură, Educație și Propagandă, a fost necesar ca 13 cadre militare din Serviciul Cultural al Marelui Stat Major să fie încadrate provizoriu în noul aparat de propagandă. Dintre aceștia, locotenent-colonelul Nicolescu Gheorghe, fost șef al Biroului 5 *Propagandă*, maiorul Panțu Constantin – șef birou *Foto*⁵. Din cadrul Diviziei „Tudor Vladimirescu“ (formată din foști prizonieri români încă din anul 1943) au fost încadrate în acest aparat central, 10 persoane (șase ofițeri și patru subofițeri). Deoarece această direcție se găsea la început a fost necesar să fie încadrați provizoriu și 14 persoane din Inspectoratul de Pregătire Premilitară (patru ofițeri, patru

¹ *Ibidem*.

² *Ibidem*, f. 11.

³ *Ibidem*, f. 11, 12.

⁴ *Ibidem*, f. 12.

⁵ *Ibidem*, f. 4.

subofițeri și șase funcționari civili). De asemenea a fost necesar să fie menținuți concentrați (însă nu intrau în efectivul de 43 de ofițeri ai aparatului E.C.P.) șapte ofițeri de rezervă, care își desfășuraseră activitatea chiar în Secția Propagandă desființată la 23 septembrie 1944. Unii dintre aceștia își desfășurau activitatea pentru editarea ziarului „Gazeta Luptătorilor“, alți în cadrul „Corului Armatei“ și pentru propaganda artistică (ex. locotenent colonelul Ionescu Alexandru Ghibericon)¹.

Interesant este faptul că Serviciul Cultural al Marelui Stat Major a continuat să funcționeze până pe data de 15 iunie 1945, când a fost desființat². Ofițerii și subofițerii care nu fuseseră opriți în cadrul aparatului E.C.P. au fost repartizați de *Direcția Personal* a acestei structuri în cadrul altor unități³.

În cadrul celor două armate și la aeronautică, Serviciul Educație, Cultură, Propagandă avea următoarea organizare: Secția 1 *Organizare personal*, Secția 2 *Informație* statistică cu două birouri (Biroul 1 *Personal* și Biroul 2 *Cereri și Reclamații*), Secția 3 *Educație, Cultură, Propagandă* cu trei compartimente (Subsecția 1 *Propagandă Scrisă*, Subsecția 2 *Propagandă Verbală* și Subsecția 3 *Artă-Sport*) și Secția 4 *Cadre* cu trei birouri (Biroul 1 *Încadrare, Avansare, Decorări*, Biroul 2 *Cadre, Școli* și Biroul 3 *Instructori, Controlori*⁴.

Direcția Superioară pentru Educație, Cultură și Propagandă avea în subordine directă următoarele secții: Secția *Educație, Cultură, Școli*, Secția *Educație, Cultură* a comandamentelor forțelor navale și fluviale, Secția *Educație și Cultură* corpul teritorial, Secția *Educație și Cultură* forțe de uscat (existau două secții în cadrul Armatei 1 și Armatei 4). Secția *Educație și Cultură* a Aerului (structuri de acest gen existau la Divizia Antiaeriană, la Regiunile Aerului și la Corpul Aerian în cadrul flotilelor aeriene, aero-grup și la fiecare escadrilă), Secția *Educație și Cultură* Grăniceri⁵. Personalul încadrat în aceste aparate politice pe trepte ierarhice era următorul: *Direcția Superioară pentru Educație, Cultură și Propagandă*. – 55, armate – total 32 (20 ofițeri și 12 subofițeri), total divizii – 119 (102 ofițeri și 17 grade inferioare) total regimente – 128 ofițeri, total batalioane – 166 ofițeri, total baterie – 679 ofițeri, total alte servicii forțe terestre – 69 ofițeri, Cercuri de recrutare – 20 ofițeri, trupe de grăniceri – 82, forțe aeriene 188, forțe navale 51, forțe terestre – cultură și propagandă – 35. În total, aparatul politic înființat pentru politizarea armatei române era constituit din 1771 persoane⁶. Din

¹ *Ibidem*, f. 5, 6.

² *Ibidem*, f. 31.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, Fond Armata 4, dosar 2305, f. 365 și Fond Direcția Superioară Politică a Armatei, dosar 6, f. 24.

⁵ *Ibidem*, f. 18.

⁶ *Ibidem*.

totalul de persoane care încadra aparatul politic din armată și din schemele de organizare, rezultă că existau toate condițiile ca în scurt timp prin măsurile luate armata să fie destructurată, decapitată și subordonată factorului politic P.C.d.R.

Acest proces de politizare a armatei române a cuprins mai multe etape, caracteristice evoluției generale a evenimentelor politice interne și internaționale. În prima etapă, 1945 – 1947, până la cucerirea deplină a puterii politice de stat, comuniștii au acționat în armată în mod camuflat prin intermediul Aparatului pentru Educație, Cultură și Propagandă (E.C.P.), încadrat inițial cu cadre ale diviziilor de voluntari „Tudor Vladimirescu” și „Horia, Cloșca și Crișan”, constituite pe teritoriul Uniunii Sovietice din prizonieri români în octombrie 1943, respectiv în aprilie 1945¹. Aparatul de educație înființat la 8 mai 1945 la nivelul întregii armate române a fost experimentat inițial în cadrul Diviziei „Tudor Vladimirescu”. Acesta a fost organizat după modul sovietic². În Registrul istoric al aparatului de educație, cultură și propagandă este specificat faptul că pe 11 mai 1945 „generalul de brigadă Precup Victor pleacă din București împreună cu 1005 ofițeri și subofițeri ai Diviziei „Tudor Vladimirescu” pentru a încadra aparatele de educație la trupele operative ale armatelor 1 și 4, care, alături de trupele sovietice, luptau contra hitlerismului german³.

În noua etapă declanșată după 6 martie 1945 se contura clar direcția spre care se îndrepta România. Și în armata română măsurile dinainte stabilite erau luate cu o maximă rigoare. Pentru perfecționarea personalului s-a înființat în localitatea Breaza o școală de cadre a Direcției Superioare pentru Educație, Cultură și Propagandă⁴. De ce la Breaza? Deoarece aici existau condiții de cazare corespunzătoare și, în același timp, în zonă se găseau cantonate trupe sovietice. Din vechile cadre care făcuseră parte din personalul taberei de pregătire premilitară Breaza erau oprite 51 de persoane pentru predarea gestiunilor⁵. Referitor la aceste cadre care au rămas la Breaza, generalul Mihail Martopol, în rezoluție pe un referat din 21 aprilie 1945 privind utilizarea personalului Inspectoratului de pregătire premilitară, ordona ca acestea să fie menținute provizoriu „iar ultima încadrare să se facă cu elemente ce vin de pe front și rămân disponibile”⁶.

¹ Alecsandru Duțu, *Politizarea armatei române*, în *Dosarele Istoriei*, an I, nr. 4, 1998, p. 41-45.

² A.M.R., Fond Direcția Superioară Politică a Armatei, dosar 62, f. 5.

³ *Ibidem*.

⁴ *Ibidem*, dosar 6, f. 1.

⁵ *Ibidem*, f. 2.

⁶ *Ibidem*, f. 13.

Trebuie evidențiat faptul că în perioada 8 mai-2 octombrie 1945 aparatul politic nu reușise să se extindă la nivelul întregii armate, ci doar la unitățile care participaseră pe front¹.

Situația s-a schimbat după 2 octombrie 1945, dată la care Direcția Superioară a Educației și Propagandei a fost transformată în Inspectoratul General al Armatei pentru Educație, Cultură și Propagandă. Din acest moment, întreaga activitate se încadra în procesul general de „democratizare“ a societății românești. Personalul care a încadrat acest inspectorat făcea parte din „cadrele active combatante ale armatei“ mai ales că ofițerii și subofițerii proveniți din cele două divizii constituite din prizonieri de război fuseseră reîncadrați în armata română².

Inspectoratul a intervenit în întreaga activitate a militarilor inclusiv la întocmirea programelor de instrucție, a propunerilor de avansare, decorare sau de eliminare a cadrelor din armată. Acest aparat politic era condus de același general Victor Precup, ordinele sale fiind obligatorii pentru toți comandanții și șefii militari.

În afara celor peste 1000 de cadre recrutate din cele două divizii de voluntari constituit pe teritoriul U.R.S.S. din prizonieri români, lucrătorii politici au fost formați la școlile speciale de la Breaza și Sinaia, numărul lor completându-se cu activiști politici civili, activați, treptat, în armată. Conform ordinului 1179 din 20 octombrie 1945, în localitatea Breaza, județul Prahova, a luat ființă, la 1 noiembrie 1945, Centrul de Instrucție pentru Educație, Cultură și Propagandă, sub comanda colonelului Popescu Ștefan.

În cadrul Centrului de la Breaza au fost prezenți ofițeri, subofițeri și elevi din cadrul școlilor militare. În seria I (1 noiembrie 1945 – 1 februarie 1946) au participat 305 cursanți, iar în seria a II-a (10 februarie – 6 iunie 1946) 359 cursanți³.

Așa cum s-a mai scris, armata română în frunte cu corpul de cadre nu a reprezentat „o mare mută“, foarte mulți având o atitudine reacționară și antisovietică. Într-o sinteză contrainformativă pe lunile iulie și august 1945 întocmită de Secția II – Biroul 2 contrainformații era prezentată starea morală, disciplinară și materială a armatei române⁴. Starea morală a armatei era în scădere în ciuda înființării Direcției Superioare pentru Educație, Cultură și Propagandă. Cauzele principale ale acestei stări de spirit erau situația materială grea, nesiguranța asupra viitorului armatei, frământările politice și conflictul deschis dintre regele Mihai și guvernul „democratic“, instalarea la

¹ *Ibidem*, d. 8, f. 32 .

² *Ibidem*, d. 8, f. 32 și d. 6, f. 32.

³ Lt.col. Costică Marin, *Instituționalizarea comunismului în România după modelul sovietic*, în *Omagiu istoricului militar Jipa Rotaru*, Constanța, 2001, p. 315.

⁴ A.M.R., Fond Colecții Armata 4, dosar 5, f. 1-5.

diferite instituții a unor gărzi formate din militari din cadrul Diviziei „Tudor Vladimirescu“, arestarea în mod abuziv a unor ofițeri și subofițeri pentru motive neîntemeiate¹.

De asemenea, în același context, o cauză importantă o constituia și adoptarea unei dispoziții prin care ajutorii de comandanți pentru cultură, educație și propagandă aveau dreptul de a aplica sancțiuni ofițerilor mai mari în grad, sau de a suspenda executarea unei pedepse aplicate de comandanți, ceea ce ducea la știrbirea autorității². Era menționat și faptul că procesul de repatriere a prizonierilor români afectează moralul armatei deoarece se desfășoară în neconcordanță cu promisiunile făcute de guvernul „democratic“. Până în luna august 1945 fuseseră eliberați din lagărele sovietice doar 12000 de prizonieri români, dintre care doar 20 de ofițeri³.

În loc de concluzii, aducem încă un argument la ideea afirmată mai înainte, cum că o metodă cât se poate de eficace și de nonevidentă a constat în repetatele desființări, transformări, restructurări și reînființări de unități. Printre acestea s-a numărat și Secția Propagandă a Marelui Stat Major, care, în scurtul timp de numai opt luni până la înființarea E.C.P., a fost supusă la nu mai puțin de trei transformări, care în fond nu au fost altceva decât o restructurare mascată.

Era evident că printre primele victime ale comunizării armatei române avea să se numere Secția Propagandă, deoarece personalul care o încadra, prin natura misiunii, era un bun cunoscător al realităților, al tehnicilor de manipulare, informare și dezinformare și mai mult decât atât, era recrutat dintre persoanele educate și cu studii superioare.

Un alt aspect pe care dorim să-l subliniem este faptul că până la înființarea Direcției Superioare pentru Educație, Cultură și Propagandă tehnicile, metodele și logistica Secției Propagandă rămân aceleași, numai temele adoptate au cunoscut o schimbare. În fapt, schimbarea a fost o răsturnare cu 180 de grade sau cum am spune noi militarii, o „stânga împrejur“ față de personajele subiectelor abordate până la 23 august 1944. Cu alte cuvinte, la fel cum s-a întâmplat în noaptea de 23 spre 24 august 1944 când statutul politic al României s-a schimbat radical, când armatei române i s-a ordonat întoarcerea armelor, tot la fel și în discursul propagandistic, Germania a devenit inamicul de moarte al poporului român, iar Uniunea Sovietică aliatul de nădejde.

Penetrarea comunistă în armată, într-o primă fază s-a făcut prin presa aservită de factură bolșevică, cunoscut fiind faptul că armata și biserica dintotdeauna au fost cele mai conservatoare instituții ale societății românești.

¹ *Ibidem.*

² *Ibidem.*

³ *Ibidem.*

Pentru ca mai apoi, terenul fiind pregătit de ofițerii politici, să se acționeze în mod direct.

Asta s-a făcut după înființarea aparatului E.C.P. și încadrarea unităților cu ofițeri politici, ale căror puteri erau foarte mult sporite, practic reușind a controla factorul de decizie.

În încheiere, nu ne mai rămâne decât să facem o mică observație, anume că foarte buna încadrare a aparatului politic printr-un stat de funcțiuni foarte generos, nu a răspuns așteptărilor datorită factorului uman slab calitativ. Pentru a suplini aceste lipsuri au fost acceptați și primiți și unii ofițeri ai Secției Propagandă care, ulterior, punându-se la punct sistemul de recrutare și pregătire în școlile politice, au fost îndepărtați, statul fiind completat cu noile promoții de cadre școlite în România și chiar în U.R.S.S.