

**TEHNOLOGIILE INFORMAȚIONALE CONTEMPORANE  
ÎN FORMAREA IMAGINII INTERNAȚIONALE  
A REPUBLICII MOLDOVA**

*Antonela GODOROJA*

*At the current stage, information technologies have a major influence on the formation of the image of the state by attracting investments, opening up to international markets, modernizing the state, promoting relations based on friendship and cooperation among states. A favorable image of the state on the international arena is a necessary condition for protecting the interests of the country, its citizens and effective negotiation.*

Imaginea statului joacă un rol primordial în sfera relațiilor internaționale, fiindcă formarea imaginii pozitive a statului constituie unul dintre principalele obiective pentru strategia politicii externe a oricărui stat. Astfel, formarea unei imagini complexe a statului pe arena internațională reprezintă una din prioritățile de bază ale elitelor care guvernează statul, deoarece imaginea pe care o țară o prezintă lumii influențează atitudinea și percepția celorlalte țări și a oamenilor în general despre sine, de aceea orice țară ar trebui să-și gestioneze propria imagine.

În practica politică contemporană la etapa actuală statele utilizează activ cele mai recente tehnologii informaționale în scopul consolidării și protejării propriei autorități pe arena internațională. Cunoașterea fundamentală a tehnologiilor informaționale de formare și promovare a imaginii statului este foarte importantă, deoarece permite studierea mecanismelor și a modalităților de a le utiliza, în așa fel încât rezultatul așteptărilor să fie unul pe măsură. Unul dintre cele mai importante subiecte ale tehnologiilor informaționale sunt mijloacele de informare în masă destinate publicului străin: internetul, care este un factor indisolubil și având un impact mai mare decât televiziunea; mass-media nouă ca formă de difuzare a informației în lumea virtuală, telefoane și calculatoare, jocuri pe site-uri, animația pe calculator, precum și instalările interactive de calculator, totodată, canale de televiziune, posturi de radio, microbloguri și mass-media de socializare online au o mare influență asupra formării imaginii statului și campaniile PR internațional.

Evoluția societății și dezvoltarea tehnologiilor informaționale, procesul de globalizare, determină o atenție deosebită în crearea și promovarea unei imagini atractive a statului prin mijloace, strategii și instrumente durabile. În acest sens, succesul statului pe arena internațională este determinat de o serie de factori cu o influență puternică, precum: evenimentele și parcursul istoric al statului, cultura, nivelul de educație și gradul de analfabetizare, puterea economică și militară a statului, instituțiile statale și forma de guvernământ, ce influențează reputația statului în mediul exterior. Aceste caracteristici determină atractivitatea pe piețele internaționale, atragerea investițiilor, dezvoltarea și modernizarea ulterioară a statului, precum și promovarea relațiilor durabile dintre state, bazate pe prietenie și cooperare.

În momentul actual, atât țările din vest cât și cele din spațiul postsovietic își consolidează eforturile pentru promovarea unei imagini pozitive a statelor lor. Un exemplu elocvent, în acest sens, sunt Statele Unite ale Americii, lider la capitolul promovării imaginii naționale, construcției mărcilor comerciale și investirea în recunoașterea produselor naționale pe arena internațională. Bugetul acestui demers de PR însumând circa 2 mld. de dolari, dintre care doar 122 mil. în elaborarea a 14 clipuri de construcție a unei imagini favorabile în SUA; Federația Rusă a cheltuit o sumă echivalentă a circa 100 mil. de dolari, dintre care aproape jumătate au fost investiți postului de televiziune *Russia Today* [1].

Țările în tranziție, cum este și cazul Republicii Moldova, întâlnesc dificultăți în crearea și promovarea unei imagini atractive a statului pe arena internațională, deoarece sunt înrădăcinate stereotipuri ce influențează o imagine negativă a statului, precum și lipsa instituțiilor specializate, a resurselor creează impedimente pentru realizările practice. În acest sens, în Republica Moldova se fac cercetări importante în studierea imaginii statului în cadrul Universității de Stat din Moldova, Academia de Științe a Moldovei, precum și în cadrul Ministerului Afacerilor Externe al Republicii Moldova. Sarcina formării unei imagini atractive a Republicii Moldova este una actuală și strategică, ceea ce duce la intensificarea relațiilor economice, culturale, politice și sociale, de asemenea la creșterea posibilităților intelectuale, științifice și informaționale, nivelului de trai al populației, precum și nivelului de

concentrare al capitalului financiar. Trebuie de menționat faptul că crearea unei imagini pozitive este o strategie pe termen lung prin promovarea unor caracteristici deosebite ale statului, cum ar fi tradiții și obiceiuri, bucate tradiționale, cultura și atracțiile turistice, ce trebuie monitorizate și coordonate pentru a avea succes. Asupra imaginii pozitive, un impact potrivit l-au avut evenimentele politicii interne și externe a noului stat, cum ar fi: democratizarea, tranziția la economia de piață, asigurarea statului de drept și aderarea la diferite organizații internaționale precum ONU, Consiliul European, OSCE, OMC și altele.

Noile media și internetul au bulversat procesul de formare a opiniilor publice: noile mijloace de comunicare permit cetățenilor să se exprime direct, să comenteze actualitățile, să identifice probleme și să formuleze soluții concrete. Astfel, are loc constituirea unui spațiu public extins, care este în același timp și local, și internațional, orientat spre posibilitatea participării la dialog a fiecărei persoane conectate la rețeaua globală, transmiterii și preluării informațiilor de un număr mare de utilizatori. În aceste condiții, internetul devine „a cincea putere politică, capabilă să supravegheze derivatele puterii politice”. Conform *Gramatic Social Media Report* [3], 64,4% din populația Republicii Moldova folosește internetul cel puțin o dată pe lună, iar 47,1% din populația Republicii Moldova folosește internetul zilnic. Principalele surse de informare online din țara noastră sunt: Facebook.com; Odnoklassniki.ru; Jurnal.md; Protv.md; Mail.ru și Publika.md.

Prin urmare, putem menționa că pagina de Facebook a MAEIE are peste 23 mii de urmăritori și un cont de Instagram care este la început de cale, dar să nu uităm și pagina web a ministerului, unde găsim toată informația necesară despre această instituție. Pagina de Facebook, a domnului Președinte Igor Dodon, ce are peste 116 mii de urmăritori și pe lângă faptul că este o figură reprezentativă în crearea imaginii Republicii Moldova pe arena internațională, pe Facebook prin activitatea sa promovează și crearea imaginii politicianului. De asemenea, Președintele Republicii Moldova are și propriul site, intitulat *www.dodon.md*. În linii mari, remarcăm că această platformă de comunicare online tinde spre respectarea standardelor internaționale de creare și funcționare a website-urilor instituțiilor reprezentative

ale statului, incluzând și link-uri externe. Pe site-ul *Twiplomacy*, I. Dodon ocupă poziția 26 în Topul 50 al celor mai activi lideri politici.

De asemenea, există o tendință pozitivă și în cadrul turismului intern, grație implementării prevederilor Strategiei „Turism 2020”, fiind creată o platformă online pentru susținerea și promovarea atracțiilor turistice din Republica Moldova, ce cuprinde date generale despre cultura Republicii Moldova, vinurile moldovenești, geografie, orașe și sate, tururi vinicole, hoteluri și chiar și închirierea mașinilor auto, fiind structurat în trei limbi, dotată cu imagini, materiale utile, ceea ce o face accesibilă pentru turiștii străini.

Așadar, tehnologiile informaționale reprezintă o direcție foarte promițătoare în cadrul formării imaginii internaționale a statului, a căror importanță în creșterea atractivității se intensifică. Era globalizării și creșterea popularității în lumea socială a mass-mediei impun utilizarea tehnologiilor informaționale în practica internațională a statului. Noile media joacă un rol important în crearea imaginii statului atât în interior, cât și în exterior, dar rolul ei e mai vizibil în afara țării. Spațiul public digital este un fenomen dinamic, caracterizat prin calificativele interactiv și multistruktural, care a favorizat apariția unor noi modalități de informare și deliberare politică, contribuind la sporirea libertății de exprimare, dezvoltarea comunităților virtuale și constituirea unei democrații locale de rețea, mult mai participativă. Pentru a spori numărul de turiști și atragerea de investiții străine în Republica Moldova, este necesar să se folosească lideri de opinie, oameni interesați cum ar fi artiști, sportivi. Este necesar, de asemenea, a elabora un program național complex de promovare a imaginii Republicii Moldova și a identifica sarcina la nivel de guvern, precum consolidarea imaginii unei țări tinere, cu istorie și cultură bogată, cu o economie în dezvoltare, cu un popor harnic și primitiv.

**Referințe:**

1. EJOVA, C., VODĂ, D. Imaginea internațională a Republicii Moldova la etapa contemporană: realități și perspective. În: *Teoria și practica administrării publice: Materiale ale conferinței științifico-practice cu participare internațională*, 2014, pp. 110-113.
2. MACOVEI, P., BUNDUCHI, I., GONȚA, A., NANI, A., RAȚĂ, M., DODON, V. *Capturarea mass-media și a altor mijloace de comunicare publică în Republica Moldova*. Chișinău, 2017. 53 p.

3. *Gramatic Social Media Report*. [Accesat 24.06.2019] Disponibil pe Internet: [https://gallery.mailchimp.com/3b23f363248206ce95682f791/files/7e-20263b-5bcf-4bf8-8e9c-c72619649177/Gramatic\\_Social\\_Media\\_Report-2019.pdf](https://gallery.mailchimp.com/3b23f363248206ce95682f791/files/7e-20263b-5bcf-4bf8-8e9c-c72619649177/Gramatic_Social_Media_Report-2019.pdf)

*Recomandat  
Cristina EJOV, dr., conf. univ*