

## **COMUNICAREA GUVERNAMENTALĂ DIN REPUBLICA MOLDOVA PE NEW MEDIA**

*Iulia BULUDOV, Facultatea de Jurnalism și  
Științe ale Comunicării*

*In today's world the impact of new communicational technologies at the economic, social and political level cannot be ignored anymore. Political crisis that has happened at the beginning of 2016 in the Republic of Moldova has proved that governmental structures haven't yet established friendly relations with new media, which are now omnipresent in every citizen's life. Since the "Twitter Revolution" in 2009 until today new media plays a big role in the socio-political life of Moldova and trigger crises. This research reflects on how new media has developed lately in the Republic of Moldova and analyses the quality of digital communication among public structures.*

Noile media și noile tehnologii de comunicare au accelerat viteza comunicării și, ca rezultat, crizele au devenit globale.

Nicio organizație și, în mod special instituția de stat, nu mai trece prin crize izolat. Sub impactul new media comunicarea sociopolitică și economică s-a schimbat foarte mult, determinând formațiunile politice și organismele guvernamentale să caute noi abordări și strategii, iar tranzacțiile comerciale au luat o altă formă.

Comunicarea în domeniul politic și guvernamental s-a dezvoltat împreună cu new media, prin perfecționarea modalităților de comunicare și tehnici persuasive/manipulative, prin adoptarea unor strategii de gestionare a imaginii din ce în ce mai diversificate.

Chiar dacă Internetul încă nu a întrecut televiziunea după mărimea audienței în Republica Moldova, trebuie, în orice caz, să avem în vedere progresul tehnologic fără precedent al prezentului, în care telefoanele mobile, cu modelele atât de evolute, concurente cu calculatoarele, sunt, în primul rând, la îndemâna cetățenilor.

Telefonul performant în zilele noastre oferă aceleași servicii ca și Internetul, trimiterea mesajelor e-mail și SMS, mesaje însoțite de fișiere audio-video. După cum spunea Manuel Castells: „Internetul a oferit originalitatea comunicării prin multipla sa natură și a accentuat capacitatea publicului de a se mobiliza în jurul unei probleme publice.” Internetul a accelerat considerabil diseminarea informațiilor, având un efect major asupra multiplicării mesajelor politice prin circularea lor virală, din blog în blog. Cea mai importantă caracteristică a noilor media este puterea lor în relaționarea cetățenilor cu guvernanții, care este mult mai mare decât media tradițională. Comunicarea în new media a transferat puterea de la elite la poporul obișnuit, care a devenit mai activ și a primit dreptul la opinie.

Noile tehnologii au capacitatea de a pune pe picior de egalitate societatea. Internetul este o sursă de informare și un medium de comunicare, care în același moment reprezintă sfera publică virtuală. Prin îmbinarea unică a textului cu componentele audio-video, noile tehnologii de comunicare au un potențial politic cu propensiune în viitor. Sondajul public elaborat în cadrul cercetării a demonstrat că pentru mai mulți oameni prima sursă de informare despre ultimele noutăți este Internetul, iar portalurile de știri on-line beneficiază de mai multă încredere decât noutățile prezentate la televizor.

Pentru că noutățile în rețelele de socializare se răspândesc cu o viteză enormă, instituțiile de stat au ca scop desfășurarea comunicării în mediul on-line. Însă, din păcate, instituțiile publice din Republica

Moldova sunt pur și simplu prezente în rețelele de socializare, iar conturile lor pe Facebook sunt strict informative, ceea ce nu este de ajuns. Pentru a avea succes în social media, atât politicienii, cât și instituțiile de stat trebuie să-și construiască comunitățile proprii.

Astfel, politicienii pot să fidelizeze electoratul și să obțină unul nou, iar pentru instituțiile de stat comunitățile din mediul online o să fie foarte utile în gestionarea crizelor. O mare provocare la care guvernele din era Internetului trebuie să răspundă este faptul că oamenii au o nevoie crescută de a primi informații și comunicarea în new media permite acest lucru.

Din această cauză o informație guvernamentală nu poate fi păstrată în secret mult timp, deoarece presiunea pentru o informare corectă și o comunicare deschisă între guvernați și public devine tot mai mare. Rezultatele acestei presiuni le-am urmărit cu toți în timpul protestelor care au avut loc de la începutul anului 2016 în Republica Moldova.

De la „Revoluția Twitter” care a avut loc în aprilie anul 2009 până astăzi s-au făcut puține modificări în domeniul comunicării guvernamentale în mediul on-line.

În anul 2010 a fost înființat Centrul de Guvernare Electronică, care prin activitatea sa încearcă să modernizeze serviciile publice și comunicarea publică.

În anul 2013 Centrul a publicat „Regulamentul privind utilizarea rețelelor de socializare în instituțiile guvernamentale”. Documentul menționat descrie cum ar trebui să fie comunicarea pe conturile instituțiilor publice și cum ar trebui ele să construiască un dialog cu cetățenii. Însă din analiza conturilor Guvernului Republicii Moldova, Ministerului Afacerilor Interne, Ministerului Afacerilor Externe și Integrării Europene al R. Moldova și Parlamentului Republicii Moldova, am ajuns la concluzia că nu toate regulile prescrise de Centrul de Guvernare Electronică sunt utilizate în practică:

1. Nu sunt indicate datele de contact ale persoanelor responsabile de comunicarea pe cont.

2. La comentariile publicului nu există niciun răspuns.

3. Iar în timpul crizei care a avut loc în ianuarie 2016 nu s-a făcut niciun comentariu pe paginile instituțiilor implicate.

După cum arată experiența, comunicarea în rețelele de socializare este mai atractivă pentru public, la fel ca și mai interactivă și mai operativă, ceea ce înseamnă că viitorul comunicării este în mediul

online. În comparație cu alte instituții, cel mai activ cont pe Facebook are Guvernul Republicii Moldova, însă pe 20 ianuarie 2016, când aveau loc proteste și când situația în țară a fost foarte tensionată, nici Parlamentul, nici Guvernul nu a comentat situația. Mai mult ca atât, pe pagina Guvernului a apărut o postare cu prilejul obținerii de către o tânără a unui număr de 20 000 de fani, ceea ce nu a fost relevant și a cauzat multe nemulțumiri în rândul cetățenilor.

Dar lucrurile pot fi schimbate. Putem lua exemplul chiar de la țara noastră vecină, Ucraina, care în ultimii doi ani se află într-o perioadă de criză constantă. Cu toate acestea, cetățenii au stăpânit comunicarea în noile media și chiar au găsit metoda de a răspunde la provocările și la propaganda neagră. De exemplu, înainte de Anul Nou în Ucraina exista un zvon răspândit de propaganda rusească că începând cu 1 ianuarie 2016 toți bărbații ucraineni de la 16 până la 60 de ani o să fie mobilizați în armată. Aceasta nu a fost adevărat și modul în care armata Ucrainei a reacționat pe Facebook a fost: „Bărbații nu vor fi mobilizați, femeile nu vor fi mobilizate, animalele lor tot nu se vor alătura armatei, iar cei care răspândesc zvonuri nu o să primească cadouri de la Moș Crăciun.”

Motivul principal pentru care s-a hotărât ca reacția să fie astfel este pentru că un conținut de genul dat se răspândește mult mai repede. Oleg Naumenko, ofițer de Comunicare și Media, Ukraine Crisis Media Center, ne-a dat mai multe exemple și sfaturi în privința la felul în care pot fi folosite rețelele de socializare pentru gestionarea crizelor. În opinia sa, în comunicarea de criză în noile media este important să fii onest și să nu încerci să ascunzi anumite lucrurile. La fel de important este să arăți empatie și să prezinți publicului un plan de acțiuni, explicând ce faci acum și ce urmează să faci în viitorul apropiat. Dacă oficialii noștri aveau să prezinte publicului un plan de acțiuni în perioada în care au apărut primele provocări, poate situația nu avea să se agraveze și să rezulte un protest agresiv.

Trăind în secolul XXI nu mai putem ignora inovațiile comunicaționale și progresul tehnologic. În secolul în care oamenii au acces la o mulțime de informații nu mai putem ascunde ceea ce este de interes public. Rezultatele sondajului au arătat că oamenii se așteaptă ca instituțiile publice să fie mai active în rețelele de socializare și să interacționeze cu publicul mai mult. Oare dorința poporului și

interesul public nu sunt un motiv destul de puternic pentru a trece de la teorie la practică?

**Referințe:**

1. ANDRONIC, L., ZAVADSCHI, A. *Comunicare societală și relații publice în perioadă de criză*. Chișinău: CEP USM, 2010. 203 p.
2. BOȘOTEANU, I. C. *New media*. Iași: Institutul European, 2012. 258 p.
3. CASTELLS, M. *The Information Age: Economy, Society and Culture*, vol. 2, *The Power of Identity*. Oxford: Blackwell Publishing, 2004. 584 p.
4. CRĂCIUN, I. *Prevenirea conflictelor și managementul crizelor*. București: Editura Universității Naționale de Apărare „Carol I”, 2006. 320 p.
5. TOADER, F., GRIGORAȘI, C., FRUNZĂ, S. *Politica user friendly*. București: Tritonic, 2011. 256 p.
6. WOLTON, D. *Internetul. O teorie critică a noilor media*. București: Comunicare.ro, 2012. 246 p.

*Recomandat:*

*Ala ZAVADSCHI, dr., conf. univ.*