



Parlamentul Republicii Moldova

# **Strategia de comunicare a Parlamentului Republicii Moldova**

2026–2029







Parlamentul Republicii Moldova

# Strategia de comunicare a Parlamentului Republicii Moldova pentru anii 2026–2029

*Prezentul document a fost elaborat în cadrul proiectului „Eastern Partnership Regional Project – Public Administration Reform III”, implementat de Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei (GIZ) și finanțat de Ministerul Federal German pentru Cooperare Economică și Dezvoltare (BMZ), cu sprijinul proiectului Twinning „Consolidarea capacităților Parlamentului Republicii Moldova și a rolului său în procesul de aderare la UE”, finanțat de Uniunea Europeană și implementat de un consorțiu de parteneri, sub conducerea Parlamentului Greciei, împreună cu administrațiile parlamentare ale Parlamentului României (Camera Deputaților și Senatul), Parlamentului Italiei (Camera Deputaților), Adunării Naționale a Ungariei și Parlamentului Austriei.*

*Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă în mod necesar poziția oficială a finanțatorilor sau a partenerilor de implementare.*

## CUPRINS

<b>INTRODUCERE .....</b>	<b>6</b>
<b>1. ANALIZA SITUAȚIEI .....</b>	<b>8</b>
<b>2. VIZIUNE, MISIUNE ȘI PRINCIPII DE COMUNICARE .....</b>	<b>10</b>
<b>3. DIRECȚII PRIORITARE ȘI OBIECTIVE SPECIFICE .....</b>	<b>12</b>
<b>4. PUBLIC-ȚINTĂ .....</b>	<b>15</b>
<b>5. MESAJE-CHEIE .....</b>	<b>18</b>
<b>6. CANALE DE COMUNICARE .....</b>	<b>22</b>
<b>7. COMUNICARE INTERNĂ.....</b>	<b>28</b>
<b>8. COMUNICAREA DE CRIZĂ ȘI REZILIENȚĂ LA DEZINFORMARE .....</b>	<b>34</b>
<b>9. DIMENSIUNEA INTEGRĂRII EUROPENE ÎN COMUNICAREA PARLAMENTULUI .....</b>	<b>40</b>
<b>10. PROCEDURI DE EVALUARE ȘI RAPORTARE .....</b>	<b>44</b>

## ABREVIERI

ale denumirilor de subdiviziuni ale Secretariatului  
Parlamentului Republicii Moldova utilizate în prezenta strategie

DACP	Direcția asistență și ceremonial parlamentar
DAD	Direcția asistență și dezvoltare
DCRP	Direcția comunicare și relații publice
DGDP	Direcția generală documentare parlamentară
DGJ	Direcția generală juridică
DPA	Direcția petiții și audiențe
DRI	Direcția relații interparlamentare
DRU	Direcția resurse umane
DSP	Direcția studii parlamentare
DTIC	Direcția tehnologii informaționale și comunicații
SSI	Serviciul securitate și integritate

## INTRODUCERE

---

Parlamentul Republicii Moldova este organul reprezentativ suprem al poporului și unica autoritate legislativă a statului, conform articolului 60 din Constituție. Acesta exercită funcțiile de legiferare, control și reprezentare, asigurând echilibrul puterilor în stat și garantând respectarea drepturilor și libertăților fundamentale. Prin activitatea sa, Parlamentul contribuie la consolidarea democrației, la modernizarea cadrului legislativ și la orientarea strategică a țării, inclusiv prin avansarea procesului de integrare europeană.

Strategia de comunicare a Parlamentului Republicii Moldova pentru anii 2026–2029 (în continuare – *Strategie*) stabilește cadrul unitar pentru planificarea, realizarea și evaluarea comunicării publice a instituției. Documentul este un instrument de bază pentru organele de conducere și de lucru ale Parlamentului, inclusiv pentru Biroul permanent și comisiile parlamentare, precum și pentru Secretariatul Parlamentului, în special pentru DCRP, fiind recomandat spre informare tuturor subdiviziunilor din cadrul Parlamentului.

Strategia are o dublă finalitate. Pe de o parte, aceasta clarifică poziționarea instituțională și standardele de calitate pentru comunicare: informare corectă și oportună, explicarea impactului legilor asupra vieții cotidiene, dialogul deschis cu publicul, educația civică și accesibilitatea proceselor parlamentare. Pe de altă parte, Strategia oferă un model operațional care aduce coerență între mesajele oficiale, activitatea comisiilor, relația cu mass-media și prezența digitală, reducând fragmentarea și dependența de inițiativele ad-hoc.

Strategia este fundamentată pe evaluări obiective ale performanței recente: auditul canalelor și al proceselor de comunicare, chestionarele și interviurile cu publicul-tintă, analiza prezenței în social media și constatările organizațiilor independente privind transparența decizională. Principiile care ghidează Strategia sunt: neutralitatea, acuratețea, echidistanța, accesibilitatea, proactivitatea și maximizarea

interacțiunii cu cetățenii, inclusiv pentru a beneficia de un feedback autentic. În plan narativ, Parlamentul își propune să comunice nu doar „ce” decide, ci mai ales „de ce” și „cum” se reflectă aceste decizii în viața cetățenilor și în parcursul de aderare la Uniunea Europeană (UE).

Guvernanța comunicării se bazează pe principiul „o instituție – o voce coordonată” și este asigurată de DCRP din cadrul Secretariatului Parlamentului. Strategia reglementează exclusiv comunicarea instituțională și nu substituie comunicarea politică a fracțiunilor parlamentare sau a deputaților. Documentul oferă, totuși, repere de coerență și standarde de calitate pentru situațiile în care aceștia comunică despre activitatea parlamentară.

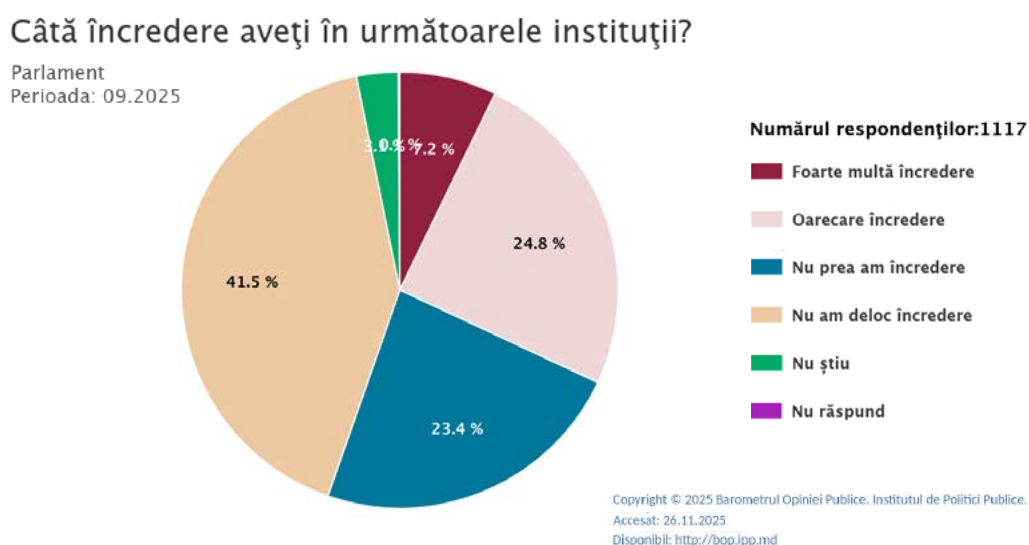
Mecanismul de monitorizare și evaluare include un tablou de bord lunar, un raport anual public și un audit anual care recomandă ajustări. Pentru a rămâne relevantă într-un mediu dinamic, Strategia prevede o revizuire intermediară la finalul anului 2027, precum și posibilitatea unor actualizări punctuale atunci când contextul sau prioritățile legislative o cer.

Strategia descrie standardele pe care Parlamentul le aplică în relația cu cetățenii, mass-media, societatea civilă, autoritățile locale, mediul academic și de afaceri, partenerii internaționali și diaspora. Aceasta reflectă angajamentul instituției de a transforma procesele interne de comunicare în rezultate publice vizibile: acces simplificat la informație, stimularea participării la procesul decizional, explicații clare și accesibile despre legi, precum și reacții prompte în raport cu distorsionarea adevărului. Prin această Strategie, Parlamentul își consolidează rolul de centru al dialogului democratic și de garant al transparenței în contextul consolidării parcursului european al Republicii Moldova.

## 1. ANALIZA SITUAȚIEI

Parlamentul Republicii Moldova intră în perioada 2026–2029 într-un context strategic dominat de agenda de aderare la UE, de presiuni informaționale persistente și de așteptările cetățenilor privind transparența, comunicarea eficientă și accesul la informații de interes public. Pe 25 iunie 2024, UE a deschis oficial negocierile de aderare cu Republica Moldova prin prima Conferință Interguvernamentală, moment ce a urmat deciziei Consiliului European din decembrie 2023 și aprobării cadrului de negociere la 21 iunie 2024. Aceste repere ancorează comunicarea parlamentară într-o narațiune a reformei, în care rolul Parlamentului ca motor legislativ și for reprezentativ trebuie explicat clar și consecvent.

În contrast cu avansul diplomatic, nivelul de încredere în Parlament rămâne scăzut. Potrivit datelor Barometrului Opiniei Publice (BOP) din septembrie 2025, aproape jumătate dintre respondenți (41,5%) declară o absență totală a încrederii, în timp ce alți 23,4% manifestă un scepticism pronunțat. Doar aproximativ un sfert (24,8%) manifestă o deschidere moderată, în timp ce susținerea fermă rămâne marginală, la 7,2% (Figura 1). Aceste date confirmă vulnerabilitatea percepției publice și necesitatea consolidării comunicării instituționale.



**Figura 1.** Nivelul de încredere al cetățenilor în Parlament (date din BOP, septembrie 2025<sup>1</sup>)

<sup>1</sup><http://bop.ipp.md/>

Pe de altă parte, trebuie ținut cont și de contextul social, care este marcat de migrație, diferențe rurale-urbane în accesul la informație și o piață media aflată în tranziție digitală. În acest mediu, distorsiunile informaționale amplifică polarizarea. Parlamentul a aprobat, la finele anului 2023, Concepția națională de comunicare strategică și contracarare a dezinformării, a acțiunilor de manipulare a informației și a ingerințelor străine pentru anii 2024–2030 — cadru care impune instituțiilor publice o reacție coordonată, bazată pe dovezi, în fața manipulării și a ingerințelor externe. Prin urmare, comunicarea parlamentară trebuie să integreze mecanisme de demontare rapidă a falsurilor și de mediere a diferențelor de percepție dintre diverse grupuri de public.

În plan normativ, intrarea în vigoare a Legii nr. 148/2023 privind accesul la informațiile de interes public (la 8 ianuarie 2024) a consolidat standardele de transparență: termene mai clare, obligații explicite pentru furnizorii de informații și standarde orientate spre servicii digitale. Pentru Parlament, acest fapt implică publicare proactivă, formate deschise, răspunsuri rapide și integrarea analitică a solicitărilor cetățenilor în comunicarea curentă.

Rezumând, comunicarea parlamentară în perioada 2026–2029 se va desfășura la intersecția dintre procesul de aderare și efortul de recâștigare a încrederii într-un spațiu informațional vulnerabil. Cu repere europene clare, standarde legale mai exigente și un cadru pentru combaterea dezinformării, Parlamentul are atât obligația, cât și oportunitatea de a trece la o comunicare care explică, implică și măsoară, consolidând imaginea unei instituții eficiente, deschise și permanent ancorate în valorile europene.

## 2. VIZIUNE, MISIUNE ȘI PRINCIPII DE COMUNICARE

---

### Viziune

Un parlament transparent, credibil și aproape de cetățeni, care asigură reprezentarea fiecărei voci în procesul legislativ, sprijină parcursul de integrare europeană al Republicii Moldova și contribuie la construirea unui viitor prosper prin dialog și integritate.

### Misiune

Misiunea comunicării parlamentare este de a facilita accesul liber și constant la informații despre activitatea legislativă, de a transmite mesaje relevante și ușor de înțeles către diverse categorii de public și de a încuraja implicarea cetățenilor în viața democratică. Prin utilizarea unui limbaj accesibil, prezență digitală activă și menținerea unui dialog continuu cu societatea, misiunea comunicării parlamentare contribuie la consolidarea încrederii și la participarea informată în procesul decizional.

### Principii de comunicare

Comunicarea Parlamentului se ghidează după un set de principii fundamentale, care reflectă valorile instituției și definesc modul în care aceasta interacționează cu publicul larg, mass-media și partenerii de dezvoltare.

- **Neutralitate și integritate** – Comunicarea Parlamentului este echidistantă, bazată pe fapte și orientată exclusiv spre interesul public. Instituția nu se asociază cu mesaje partizane și nu favorizează nicio poziție politică. Toate informațiile sunt prezentate cu onestitate, acuratețe și respect față de adevăr.
- **Transparență** – Parlamentul acționează cu deschidere, explicând publicului etapele procesului legislativ, deciziile și rezultatele obținute. Informațiile sunt oferite în mod complet, corect și oportun, astfel încât cetățenii să înțeleagă mecanismele decizionale și modalitățile prin care se pot implica în acest proces.

- **Responsabilitate** – Parlamentul își asumă răspunderea pentru acuratețea și integritatea informațiilor transmise în cadrul comunicării instituționale – comunicate de presă, materiale explicative, conținut pentru site-ul web și social media. Declarațiile politice ale fracțiunilor și ale deputaților, inclusiv cele făcute în cadrul conferințelor de presă, aparțin exclusiv autorilor acestora. Instituția asigură o delimitare riguroasă între comunicarea instituțională și cea politică pentru a preveni orice confuzie în rândul publicului.
- **Claritate** – Mesajele Parlamentului sunt formulate într-un limbaj accesibil, concis și coerent, evitând jargonul tehnic. Explicațiile privind activitatea legislativă sunt adaptate nivelului de cunoaștere al publicului, pentru a asigura o înțelegere deplină a procesului decizional și a impactului legilor.
- **Accesibilitate** – Toți cetățenii trebuie să poată accesa informații despre activitatea Parlamentului, indiferent de vârstă, limbă, origine sau statut social. Conținutul comunicării este disponibil în formate diverse (text, audio, video, grafic), fiind adaptat nevoilor persoanelor cu dizabilități și diferitelor niveluri de alfabetizare mediatică.
- **Coerență** – Toate organele de lucru ale Parlamentului comunică unitar, respectând standarde comune de conținut, ton și identitate vizuală. Mesajele transmise prin diferite canale și de către diverse entități ale instituției se completează reciproc, asigurând o prezență instituțională predictibilă, credibilă și armonizată.
- **Nediscriminare și respect** – Comunicarea Parlamentului se bazează pe tratament egal, respect și incluziune. Niciun grup social, etnic, religios sau politic nu este favorizat ori marginalizat în procesul de informare. Tonul comunicării este unul sobru și imparțial, iar diversitatea opiniilor este recunoscută ca parte a dialogului democratic.
- **Inovație** – Parlamentul valorifică instrumentele moderne de comunicare și tehnologiile digitale pentru a transmite informația rapid, interactiv și atractiv. Modernizarea formatelor, a elementelor vizuale și a metodelor de interacțiune cu cetățenii reprezintă o preocupare constantă în eficientizarea procesului comunicațional.

### 3. DIRECȚII PRIORITARE ȘI OBJECTIVE SPECIFICE

---

Comunicarea Parlamentului pentru perioada 2026–2029 se va axa pe patru direcții strategice, care reflectă prioritățile instituției în contextul integrării europene, al transformării digitale și al necesității de consolidare a încrederii publice. Fiecare direcție integrează obiective clare și măsurabile, menite să ghideze acțiunile de comunicare la nivel instituțional și să fundamenteze planul de implementare.

#### **Direcția 1. Transparență activă și informare clară pentru cetățeni**

*Scop: consolidarea încrederii publicului printr-o comunicare deschisă, accesibilă și factuală*

##### **Obiective specifice:**

- 1.1. Publicarea proactivă, completă și la timp a informațiilor privind activitatea parlamentară, conform unui calendar clar
- 1.2. Simplificarea procesului de comunicare legislativă prin materiale explicative, limbaj clar și formate vizuale intuitive
- 1.3. Modernizarea și integrarea canalelor digitale de informare pentru o experiență unitară și acces rapid la conținut

**Rezultate așteptate:** o creștere a gradului de transparență percepută, acces facil la informații și vizibilitate sporită a activității parlamentare.

## **Direcția 2. Comunicarea parcursului european și a actelor normative adoptate de Parlament**

*Scop: creșterea gradului de conștientizare și înțelegere publică privind procesul de aderare la UE și rolul Parlamentului în acest proces*

### **Obiective specifice:**

○ 2.1. Dezvoltarea unei narațiuni coerente despre integrarea europeană, axată pe rezultate concrete și beneficii pentru cetățeni

○ 2.2. Coordonarea comunicării cu instituțiile naționale și europene pentru transmiterea unor mesaje aliniate și credibile

○ 2.3. Elaborarea de formate și campanii care să explice impactul actelor normative adoptate de Parlament asupra vieții cotidiene, utilizând un limbaj simplu și accesibil

**Rezultate așteptate:** înțelegerea mai clară a actelor normative adoptate de Parlament, susținerea crescută pentru procesul de aderare, reafirmarea Parlamentului ca unul dintre pilonii centrali ai procesului de integrare europeană.

## **Direcția 3. Implicarea publicului și educația civică participativă**

*Scop: facilitarea unui dialog bidirecțional constant între Parlament și cetățeni și consolidarea culturii participării democratice*

### **Obiective specifice:**

○ 3.1. Organizarea periodică a consultărilor publice, a audierilor și a platformelor digitale de dialog

○ 3.2. Dezvoltarea programelor educaționale pentru tineri și elevi privind rolul Parlamentului și procesul legislativ

○ 3.3. Promovarea incluziunii grupurilor vulnerabile și a minorităților în procesele de informare și consultare

○ 3.4. Asigurarea comunicării cu diaspora

**Rezultate așteptate:** creșterea gradului de implicare civică, consolidarea încrederii tinerilor în instituțiile democratice și diversificarea dialogului public prin includerea tuturor categoriilor sociale.

#### **Direcția 4. Coerență instituțională, profesionalizare și reziliență informațională**

*Scop: asigurarea unei comunicări unitare, profesioniste și reziliente la dezinformare*

##### **Obiective specifice:**

○ 4.1. Consolidarea capacităților profesionale ale echipei de comunicare prin instruiri periodice și ghiduri instituționale

○ 4.2. Implementarea unui mecanism de monitorizare a dezinformării și de reacție rapidă la crize de imagine

**Rezultate așteptate:** coerență între toate componentele instituției, comunicare profesionistă și eficientă, capacitate crescută de gestionare a riscurilor informaționale.

*Activitățile corespunzătoare fiecărui obiectiv sunt detaliate în Planul de acțiuni al Strategiei (Anexa nr. 1), care este un document intern de lucru.*

## 4. PUBLIC-ȚINTĂ

Parlamentul Republicii Moldova își definește categoriile de public-țintă în funcție de rolul acestora în procesul democratic, de nivelul de interes față de activitatea instituției și de potențialul de implicare civică. Această segmentare permite adaptarea mesajelor, a tonului și a canalelor de comunicare, asigurând o informare care nu este doar accesibilă, ci și relevantă pentru fiecare categorie de public.

Public	Descriere	Obiectiv de comunicare	Mesaje-cheie de bază	Canale și formate recomandate
Angajații	Personalul Secretariatului Parlamentului (administrativ, tehnic, de suport)	Consolidarea culturii organizaționale și a colaborării interne	Fiecare angajat contribuie la imaginea instituției. Comunicarea internă este o responsabilitate comună.	Newsletter intern, intranet, ședințe periodice, sesiuni de instruire și informare internă
Cetățenii	Publicul larg, fără apartenență profesională sau politică distinctă, cu un nivel variabil de interes față de procesele parlamentare	Creșterea gradului de încredere și de înțelegere a rolului Parlamentului; apropierea instituției de viața cotidiană a cetățenilor	Parlamentul lucrează pentru cetățeni, adoptă legi care influențează direct viața de zi cu zi. Activitatea Parlamentului este deschisă și poate fi urmărită de oricine.	Postul public de televiziune și posturile TV private, presa online, portalul oficial, paginile de social media, materiale video explicative, infografice, campanii tematice, broșuri și materiale tipărite
Tinerii	Persoane cu vârsta între 14 și 29 de ani (elevi, studenți, tineri activi civic sau în formare profesională)	Educarea civică privind rolul și funcțiile Parlamentului și stimularea participării la viața democratică	Vocea ta contează. Implicarea tinerilor în dezbateri și consultări face parte din democrație. Parlamentul este deschis pentru ideile și preocupările tinerei generații.	Social media (Instagram, TikTok, Facebook, YouTube), podcasturi, ateliere educaționale, vizite ghidate, simulări parlamentare, campanii multimedia adaptate vârstei

Public	Descriere	Obiectiv de comunicare	Mesaje-cheie de bază	Canale și formate recomandate
<b>Mass-media</b>	Jurnaliști, redactori, editori, analiști media, instituții de presă	Creșterea acurateței și a calității informațiilor privind activitatea parlamentară; consolidarea încrederii reciproce	Parlamentul este o sursă credibilă și promptă. Informațiile oficiale sunt complete și accesibile. Comunicarea se face în mod transparent și echilibrat.	Briefinguri regulate, comunicate de presă, interviuri, secțiune media dedicată pe site, acces la documente și materiale de background, traininguri tematice
<b>Societatea civilă și ONG-urile</b>	Organizații nonguvernamentale, grupuri de experți, grupuri civice, asociații profesionale	Implicarea în procesul legislativ și în monitorizarea reformelor; dezvoltarea dialogului structurat cu Parlamentul	Parlamentul colaborează deschis cu societatea civilă. Consultarea publică este o etapă reală, nu formală. Opiniile ONG-urilor sunt valorificate.	Platforme de consultare publică, mese rotunde, grupuri de lucru, audieri publice, transmisiuni live, sondaje de opinie, sesiuni de întrebări și răspunsuri
<b>Comunitatea academică și experții</b>	Cercetători, cadre didactice, experți în domenii tematice relevante pentru legislație, formatori de opinie	Asigurarea expertizei independente și a dezbaterilor bazate pe date și analize	Expertiza contează. Parlamentul valorifică argumente științifice și opinii bazate pe dovezi. Transparența îmbunătățește calitatea legislației.	Audieri tematice, conferințe, publicații comune, platforme de analiză legislativă, podcasturi și interviuri de specialitate
<b>Mediul de afaceri și antreprenorii</b>	Reprezentanți ai companiilor, ai asociațiilor de business, ai camerelor de comerț și ai investitorilor	Creșterea înțelegerii privind legislația economică și fiscală; implicarea mediului de afaceri în consultările publice pentru politici economice sustenabile	Parlamentul promovează un cadru legislativ predictibil și favorabil investițiilor. Dialogul constant cu mediul de afaceri contribuie la dezvoltarea economică a țării.	Consultări publice tematice, mese rotunde, platforme online de feedback, comunicate economice, rapoarte legislative, evenimente publice
<b>Partidele politice</b>	Formațiuni politice reprezentate sau nereprezentate în Parlament. Actori esențiali ai procesului democratic și ai dialogului politic	Asigurarea unei comunicări echidistante și corecte între instituție și toate partidele politice; garantarea tratamentului egal în accesul la informații și transparența procesului parlamentar	Parlamentul este un spațiu de dezbateri echilibrată, bazată pe reguli și respect reciproc. Toate partidele au acces egal la informații. Procesele legislative sunt transparente.	Comunicate oficiale, briefinguri, consultări interpartinice, acces la documente publice, transmisiuni live ale ședințelor, întâlniri periodice de informare

Public	Descriere	Obiectiv de comunicare	Mesaje-cheie de bază	Canale și formate recomandate
<b>Partenerii internaționali, inclusiv instituțiile UE</b>	Delegații ale UE, ambasade, parlamente din statele membre ale UE, instituții ale UE și internaționale, rețele interparlamentare, mass-media internațională	Consolidarea vizibilității internaționale și a imaginii unui Parlament activ, responsabil și orientat spre integrare europeană	Parlamentul Republicii Moldova este un partener de încredere în procesul de aderare la UE. Parlamentul promovează transparența, stabilitatea și convergența cu valorile europene.	Evenimente diplomatice, comunicate bilingve, rapoarte de progres, site web în engleză, materiale multimedia, participare la rețele și conferințe interparlamentare
<b>Diaspora</b>	Cetățeni moldoveni stabiliți peste hotare	Menținerea legăturii cu procesele parlamentare și creșterea sentimentului de apartenență civică	Diaspora contează. Parlamentul ascultă vocea comunităților din afara țării și integrează propunerile lor în politicile publice.	Social media (Facebook, YouTube, TikTok), campanii video, transmisiuni live ale ședințelor, dialoguri online, evenimente tematice
<b>Instituțiile statului și autoritățile publice locale</b>	Ministere, agenții, Președinția, autorități publice locale, instituții din sistemul de justiție, instituții independente, parteneri de implementare a legislației	Coordonarea interinstituțională pentru aplicarea eficientă a legilor; alinierea mesajelor publice	Parlamentul este un actor de cooperare. Comunicarea interinstituțională este bazată pe claritate, unitate și orientare spre rezultate.	Ședințe de coordonare, circulare, grupuri de lucru, briefinguri tematice și rapoarte de implementare
<b>Grupurile vulnerabile și minoritățile</b>	Persoane cu dizabilități, minorități etnice, persoane în vârstă, grupuri marginalizate, cetățeni din regiunea transnistreană și din UTA Găgăuzia	Asigurarea incluziunii și a accesului egal la informație și la consultări	Parlamentul aparține tuturor cetățenilor. Fiecare voce este importantă. Nicio categorie socială nu este exclusă.	Materiale adaptate, subtitrări, interpretare în limbaj mimico-gestual, consultări tematice și campanii de sensibilizare

## 5. MESAJE-CHEIE

---

Comunicarea Parlamentului se fundamentează pe mesaje clare, coerente și centrate pe cetățean, formulate într-un limbaj accesibil, neutru politic și orientat spre soluții. Aceste mesaje constituie pilonul tuturor activităților de comunicare – de la campanii și interviuri până la comunicate de presă, materiale vizuale și intervenții publice. Totuși, este important de menționat că mesajele politice aparțin exclusiv fracțiunilor parlamentare și deputaților, iar mesajele derivate din prezenta Strategie vizează strict comunicarea instituțională.

**Mesajele Parlamentului Republicii Moldova vor respecta următoarele principii de construcție:**

**Claritate înainte de complexitate** – Mesajele au rolul de a explica, nu de a complica. Fiecare text, declarație sau material vizual trebuie să transmită ideea principală într-un mod simplu, logic și ușor de reținut.

**Fapte, nu percepții** – Credibilitatea se construiește pe informații verificabile. Comunicarea se fundamentează pe date exacte, decizii asumate și rezultate tangibile.

**Ton echilibrat și empatic** – Mesajul reflectă respectul față de public și recunoaște pluralismul de opinii. Comunicarea instituțională se bazează pe un ton calm, profesionist și deschis.

**Consecvență între discurs și acțiune** – Integritatea comunicării rezidă în coerența dintre promisiuni și fapte. Dacă acțiunile contrazic mesajele, încrederea publică se erodează.

**Limbaj uman și accesibil** – Comunicarea parlamentară este instituțională, dar nu impersonală. Folosirea unui ton cald și a exprimărilor clare, precum și a exemplurilor din viața cotidiană, ajută cetățenii să se regăsească în mesajele transmise.

**Adaptare la public și context** – Mesajele sunt calibrate în funcție de nevoile, nivelul de informare și specificul canalelor de comunicare ale fiecărui public-țintă.

**Continuitate și coerență în timp** – Un mesaj devine credibil prin repetare consecventă, nu prin intensitate ocazională. Comunicarea trebuie să fie constantă, previzibilă și parte a unei narațiuni care reflectă evoluția și responsabilitatea instituției.

## 5.1. Mesajul central

În centrul prezentei Strategii se află un mesaj-umbrelă care sintetizează promisiunea fundamentală a instituției față de cetățeni:

**PARLAMENTUL TĂU. LUCRĂM PENTRU TINE.**

Acest mesaj reprezintă umbrela sub care se aliniază toate celelalte mesaje. Forma sa concisă este concepută intenționat pentru a elimina ambiguitățile și pentru a transmite un sentiment clar de responsabilitate și acțiune. Termenii „tău” și „tine” plasează cetățeanul în centrul atenției, iar verbul „lucrăm” exprimă angajamentul instituției față de rezultate concrete în beneficiul public. Mesajul este suficient de versatil pentru a fi adaptat oricărui public – de la elevi și tineri profesioniști până la mediul academic sau antreprenorial – și poate fi utilizat în orice format de comunicare, de la conținut digital până la comunicare media tradițională.

## 5.2. Mesaje secundare

### Transparență

Mesajul-cheie este: **„Vezi cum se fac legile. Ia parte la decizii.”**

Acest mesaj combate în mod direct percepția de opacitate și reduce distanța dintre instituție și cetățeni. Comunicarea promovează ideea de vizibilitate și control public asupra procesului legislativ, transformând Parlamentul într-un spațiu deschis și accesibil.

### Claritate și simplitate

Mesajul-cheie este: **„Legile nu sunt complicate. Le explicăm noi.”**

Limbajul juridic și tehnic reprezintă una dintre principalele bariere în înțelegerea activității parlamentare. În acest context, Parlamentul își asumă rolul de facilitator și „traducător” al informației legislative. Acest mesaj transferă responsabilitatea clarității de la public către instituție, afirmând că accesul la înțelegerea legilor este un drept, iar explicarea lor — o datorie.

Abordarea poate fi adaptată în funcție de public. În mediul rural, mesajul se traduce prin utilitate directă sub forma: „Cum te afectează noua lege agricolă? Explicăm în 5 pași simpli.”, iar pentru tineri, prin conținut vizual și interactiv, cum ar fi un clip informativ pe rețelele sociale. Scopul este de a demonta complexitatea și de a construi o înțelegere comună, accesibilă tuturor.

### Incluziune și diversitate

Mesajul-cheie pentru această dimensiune este: **„Parlamentul tău vorbește pe limba ta.”** Acesta exprimă angajamentul instituției față de comunicarea multilingvă și față de respectarea diversității culturale și lingvistice. Această direcție consolidează sentimentul de apartenență și recunoaștere, contribuind la creșterea încrederii publice.

## **Integrare europeană**

Mesajul-cheie este: **„Construim azi Parlamentul de mâine.”**

Acest mesaj ancorează activitatea legislativă în transformările concrete resimțite de cetățeni și reafirmă rolul instituției în modernizarea țării.

## **Încredere și veridicitate**

Mesajul-cheie este: **„Informație corectă, la timp, de la sursă.”**

Într-un mediu informațional saturat de conținut contradictoriu, Parlamentul se poziționează ca sursă credibilă și verificabilă. Acest mesaj fundamentează eforturile de combatere a dezinformării și de consolidare a încrederii publice. În situații de criză, mesajul poate fi adaptat pentru a oferi claritate: **„Atenție la dezinformare. Iată faptele verificate.”**

Prin acest set de mesaje, comunicarea Parlamentului capătă coerență și consistență, consolidând percepția instituției ca actor transparent, responsabil și apropiat de cetățeni.

*Activitățile și campaniile de comunicare sunt prezentate în Anexa nr. 2, care este un document intern de lucru.*

## 6. CANALE DE COMUNICARE

---

Comunicarea Parlamentului se bazează pe o rețea diversă de canale, care permite transmiterea mesajelor oficiale către toate categoriile de public — de la cetățeni și mass-media până la parteneri externi și tineri. Aceste canale reprezintă infrastructura de bază a comunicării instituționale și sunt esențiale pentru îndeplinirea obiectivelor de transparență, informare, implicare și consolidare a încrederii publice.

Rețeaua de canale are menirea de a face activitatea Parlamentului vizibilă, înțeleasă și accesibilă pentru toți cetățenii. Canalele trebuie utilizate în mod integrat și coordonat, având la bază un calendar editorial comun și un set unic de standarde vizuale și de ton, asigurând astfel comunicarea instituției cu „o singură voce”. Fiecare canal are un rol clar definit — de la informarea rapidă până la explicarea aprofundată sau dialogul participativ. Împreună, acestea formează o infrastructură de comunicare care reflectă valorile fundamentale ale instituției: deschidere, claritate, echilibru și profesionalism.

### 6.1. Canale digitale și social media

Într-o societate în care informația circulă rapid și spațiul digital devine locul principal al formării opiniei publice, Parlamentul trebuie să fie activ, vizibil și credibil acolo unde sunt cetățenii. Mediul online nu mai reprezintă doar un canal de difuzare a informațiilor, ci un spațiu al dialogului, al transparenței și al responsabilității instituționale.

Utilizarea coordonată a canalelor digitale permite reducerea distanței dintre instituție și public, facilitând explicarea proceselor legislative într-un limbaj accesibil și consolidarea încrederii în activitatea parlamentară.

#### Site-ul web oficial

Portalul [www.parlament.md](http://www.parlament.md) rămâne principalul canal digital de informare și arhivă instituțională. Fiind sursa de referință din care derivă toate celelalte comunicări externe, platforma trebuie să ofere publicului acces rapid, intuitiv și complet la activitatea Parlamentului.

Pentru perioada 2026–2029, modernizarea platformei vizează transformarea acesteia într-un spațiu interactiv și centrat pe utilizator. **Prioritățile includ:**

- eficientizarea funcției de căutare prin implementarea unui motor de căutare avansat, cu multiple filtre (număr proiect, autor, comisie, etapă legislativă, dată și cuvinte-cheie), pentru a facilita găsirea rapidă a informațiilor;
- crearea unei secțiuni dedicate procesului de integrare europeană, cu date, rapoarte și progrese vizibile;
- traducerea parțială a secțiunilor strategice în limba engleză pentru consolidarea diplomației parlamentare și a vizibilității externe;
- asigurarea accesibilității informației pentru persoanele cu dizabilități.

Site-ul web va evolua de la un depozitar de informații către o platformă activă de interacțiune, care să explice, să educe și să încurajeze implicarea activă a cetățenilor în procesul decizional.

## **Social media**

Rețelele sociale reprezintă o punte de legătură între Parlament și cetățeni. Acestea permit nu doar transmiterea rapidă a informațiilor, ci mai ales construirea unei relații bazate pe dialog, transparență și empatie. Comunicarea parlamentară în social media trebuie să fie planificată, coordonată și monitorizată în permanență pentru a se evita suprapunerile, contradicțiile sau mesajele neoficiale.

## **Principii de comunicare în social media**

- Prezența online a Parlamentului este instituțională, dar umanizată – clară, calmă și apropiată, fără ton politic sau polemic.
- Toate conturile oficiale se administrează sub coordonarea DCRP, în baza unui calendar editorial unitar.
- Conținutul este adaptat specificului fiecărei platforme, menținând același mesaj de fond și aceeași identitate vizuală a instituției.

## Rolul și utilizarea principalelor platforme digitale

Pentru asigurarea unei prezențe online coerente, fiecare platformă digitală este gestionată strategic, având un rol distinct, o frecvență de publicare optimizată și un conținut personalizat pentru nevoile fiecărei categorii de public.

Platformă	Ce funcționează în prezent	Tipuri de conținut recomandate	Frecvență recomandată
<b>Facebook</b>	Cea mai activă platformă; rămâne canalul principal pentru vizibilitate instituțională și informare largă; postările despre ședințe, voturi și decizii atrag interes și sunt preluate de presă; transmisiunile live au audiență bună	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Postări informative (decizii, inițiative);</li> <li>– infografice și rezumate „Ce înseamnă legea X”;</li> <li>– videoclipuri scurte educative;</li> <li>– postări formulate în limbaj accesibil despre cetățeni și proiecte</li> </ul>	<p>1–2 postări zilnice;</p> <p>2–3 ori videoclipuri/infografice pe săptămână;</p> <p>reacții rapide la crize (în primele 3 ore)</p>
<b>Instagram</b>	Comunitate tânără și implicată; conținutul vizual are reacții pozitive; ton prietenos	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Fotografii și descrieri concise și captivante;</li> <li>– stories interactive (poll, Q&amp;A, anunțuri rapide);</li> <li>– reeluri educative („Cum funcționează Parlamentul”);</li> <li>– campanii vizuale tematice</li> </ul>	<p>3–4 postări pe săptămână;</p> <p>stories zilnic în perioade active;</p> <p>reeluri:</p> <p>1–2 pe săptămână</p>
<b>TikTok</b>	Se recomandă crearea unui cont pe această platformă pentru atragerea tinerilor, dar și pentru a contrabalansa falsurile; vizualizări ridicate la clipurile educative și din evenimente	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Serii video „Pe scurt despre lege”;</li> <li>– clipuri educative despre reforme și drepturi civice;</li> <li>– reacții la mituri și dezinformări</li> </ul>	<p>2–3 postări pe săptămână;</p> <p>reacții punctuale la narațiuni false</p>
<b>YouTube</b>	Platformă principală pentru transmisiuni live și arhivare a ședințelor plenare; conținut valoros pentru transparență	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Transmisiuni live și arhive;</li> <li>– serii video educative („Parlamentul explică”);</li> <li>– recapitulări video („Retrospectiva săptămânii”)</li> </ul>	<p>Live săptămânal;</p> <p>serii educative: 1–2 pe lună;</p> <p>recapitulări: bilunar</p>

Platformă	Ce funcționează în prezent	Tipuri de conținut recomandate	Frecvență recomandată
<b>Telegram</b>	Flux rapid de informare; canal preferat de jurnaliști; mesaje concise și clare	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Notificări despre ședințe, voturi, comunicații de presă;</li> <li>– rezumate vizuale („Top 3 decizii de azi”);</li> <li>– reacții oficiale la dezinformare</li> </ul>	1–2 mesaje pe zi; rezumat vizual – 2–3 pe săptămână; reacții – imediat
<b>LinkedIn</b>	Canal profesional util pentru comunicare instituțională și vizibilitate internațională	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicate bilingve (RO/EN);</li> <li>– postări despre parteneriate și reforme;</li> <li>– articole „Parliament in Dialogue”</li> </ul>	1 postare pe săptămână; 2–3 articole pe lună
<b>X</b>	Canal folosit pentru comunicate scurte și anunțuri oficiale; util pentru jurnaliști și parteneri internaționali	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicate rapide și linkuri la surse oficiale;</li> <li>– actualizări privind evenimente și cooperare internațională</li> </ul>	3–5 tweeturi pe săptămână; reacții imediate la subiecte de actualitate
<b>WhatsApp</b>	Flux rapid de informare prin mesaje concise	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Notificări despre ședințe, voturi, comunicații de presă;</li> <li>– reacții oficiale la dezinformare</li> </ul>	1–2 mesaje pe zi; reacții – imediat
<b>Flickr</b>	Biblioteca digitală de imagini foto oficiale; conținut valoros pentru transparență	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizarea fotografiilor în albume;</li> <li>- arhivă foto</li> </ul>	Zilnic

Rețelele sociale trebuie privite ca un sistem integrat, nu ca platforme independente. Deși fiecare canal are un rol distinct, toate trebuie să transmită aceeași voce instituțională: echilibrată, clară și profesionistă. Succesul comunicării online nu se măsoară doar prin vizibilitate, ci prin calitatea interacțiunii și, mai ales, prin gradul de înțelegere a procesului legislativ de către public.

## 6.2. Canalele media tradiționale

Mass-media rămâne un partener esențial pentru informarea echilibrată și verificată a publicului. Parlamentul menține un dialog constant și profesionist cu reprezentanții instituțiilor de presă, bazat pe încredere, predictibilitate și acces echitabil la informație.

**Briefingurile** de presă organizate în numele instituției, inclusiv cele susținute de Președintele Parlamentului, de Biroul permanent și de Secretariat, constituie mecanismul principal de informare oficială. Acestea sunt anunțate din timp, moderate și transmise integral pe platformele digitale ale instituției. Briefingurile și declarațiile fracțiunilor parlamentare sau ale deputaților, inclusiv cele organizate ad-hoc, reprezintă comunicare politică, responsabilitatea pentru conținutul și organizarea acestora revenind exclusiv autorilor.

**Conferințele de presă** tematice sunt organizate pentru a explica reformele complexe, rapoartele anuale sau etapele procesului de integrare europeană. Se recomandă utilizarea formatului de „explicare vizuală” – infografice, prezentări scurte, fișe de întrebări și răspunsuri.

**Comunicatele de presă** sunt redactate într-un limbaj obiectiv și accesibil, cu accent pe fapte și date verificabile. Fiecare comunicat include obligatoriu contextul legislativ, date relevante, citate instituționale, linkuri către documentele oficiale și materiale multimedia.

Pentru a asigura o acoperire națională echilibrată, comunicarea trebuie extinsă către presa regională și locală, care joacă un rol important în formarea opiniei publice, mai ales în mediul rural. În completare, Parlamentul desfășoară la final de an un chestionar adresat jurnaliștilor acreditați, ale cărui rezultate pot orienta îmbunătățirile procedurale și editoriale în relația cu presa.

### 6.3. Canale de comunicare directă cu publicul

Comunicarea directă consolidează încrederea și legitimitatea instituției. Aceasta facilitează interacțiunea fără filtre între cetățeni și reprezentanții aleși, transformând Parlamentul dintr-o autoritate percepută ca fiind distantă într-un for deschis, transparent și ancorat în realitățile sociale.

Principalele forme de comunicare directă includ:

- **Consultările și audierile publice** – instrumente de participare civică prin care cetățenii, ONG-urile, mediul de afaceri și experții pot contribui la procesul legislativ. Rezultatele acestor consultări sunt comunicate public („ce am consultat – ce am implementat”).
- **Evenimentele educaționale și vizitele publice** – programe dedicate tinerilor și elevilor, Zilele Ușilor Deschise, tururi ghidate, simulări parlamentare. Acestea au rolul de a demitiza procesul decizional și de a consolida cultura democratică.
- **Campaniile tematice și de informare publică** – proiecte de comunicare orientate pe teme majore (reforme, drepturi, integrare europeană, participare civică), derulate prin media, online și offline.
- **Dialogul direct cu cetățenii** – petiții, corespondență electronică, întâlniri tematice în teritoriu, răspunsuri la întrebări și sesizări. Fiecare solicitare primește un răspuns oficial, într-un termen clar, conform Legii nr. 148/2023 privind accesul la informațiile de interes public.

De asemenea, Parlamentul va promova activ parteneriatele cu societatea civilă, mediul academic și cel de afaceri în scopul dezvoltării unei culturi a dialogului și a transparenței.

## 7. COMUNICARE INTERNĂ

---

### **Comunicarea internă – pilon al coerenței instituționale**

În cadrul Parlamentului Republicii Moldova, comunicarea internă reprezintă infrastructura invizibilă care asigură funcționarea unitară a instituției. Aceasta are rolul de a uni echipe, structuri și competențe într-o direcție comună – implementarea obiectivelor parlamentare și consolidarea încrederii publice.

Un sistem intern de comunicare bazat pe transparență, onestitate și colaborare permite nu doar alinierea mesajelor la nivel intern, ci și prevenirea riscurilor de imagine, întrucât orice comunicare externă credibilă derivă dintr-un mecanism intern funcțional, prompt și coordonat. În acest sens, comunicarea internă este un instrument de guvernare instituțională, creând un spațiu comun de informare, coordonare și reacție, indiferent de canalul utilizat, presiunea evenimentului sau complexitatea contextului.

### **7.1. Rețeaua de comunicare internă**

Rețeaua de comunicare internă reprezintă ansamblul structurilor, al persoanelor și al canalelor care emit, preiau și distribuie informații în interiorul Parlamentului, având scopul de a garanta că:

- orice informație destinată publicului extern este cunoscută în interior înainte de publicare;
- toate entitățile Parlamentului comunică în același registru stilistic și pe baza acelorași date factuale corecte;
- răspunsul instituțional este coordonat și previzibil în toate situațiile, inclusiv în perioade de presiune publică sau de criză.

## **Arhitectura instituțională a comunicării interne**

Pentru Parlamentul Republicii Moldova, cel mai eficient mecanism de comunicare internă presupune un model în două nivele – strategic și operațional – cu o delimitare clară a responsabilităților:

### **a) Nivelul de coordonare strategică**

DCRP joacă rolul central în proiectarea și coordonarea fluxului de comunicare internă. Atribuțiile sale includ:

- validarea și formularea mesajelor instituționale;
- asigurarea coerenței stilistice, tematice și vizuale a comunicării;
- gestionarea canalelor interne (intranet, newsletter intern, briefinguri, note interne).

DCRP acționează ca punct unic de sinteză, integrând mesajele din interiorul instituției într-o voce instituțională comună, clară și credibilă.

### **b) Nivelul politic – Președintele Parlamentului, Biroul permanent, fracțiunile parlamentare și comisiile permanente**

Pentru a asigura o comunicare disciplinată și eficientă:

- fiecare fracțiune parlamentară și fiecare comisie permanentă își desemnează un punct de contact în comunicare (liaison de comunicare), responsabil pentru transmiterea informațiilor către DCRP și pentru recepționarea mesajelor validate spre distribuire internă;
- mesajele tehnice și tematice sunt transmise mai întâi către punctul central de comunicare, care le adaptează la standardul instituțional înainte de a fi comunicate public.

În situații sensibile sau de criză se aplică principiul „o singură voce”: doar Președintele Parlamentului sau persoana oficial desemnată face declarații în numele instituției. Toate structurile interne utilizează aceleași date, aceeași linie de comunicare și același cadru narativ.

### **c) Nivelul administrativ (Secretariatul Parlamentului, direcții, oficiul teritorial)**

- Secretariatul Parlamentului transmite, în cadrul ședinței operative ori prin intermediul intranetului sau oricărei alte platforme de comunicare internă, săptămânal rezumatul principalelor activități, decizii administrative și priorități. Scopul este asigurarea priorității informării interne, evitând situația în care angajații află noutățile din surse externe.
- Se instituie regula „proprietarului intern” pentru fiecare informație destinată spațiului public. Aceasta presupune definirea clară a fluxului: cine elaborează, cine validează, cine publică și termenul de execuție.
- Se constituie formal, prin dispoziția Secretarului general, un grup intern de alertă format din reprezentanți din domeniile comunicării, tehnologiei informației, juridic și de securitate. Grupul asigură reacții rapide în situații de blocaj informațional, de atacuri cibernetice sau dezinformare.

## **7.2. Canale și instrumente de comunicare internă**

Se păstrează canalele care există și funcționează (e-mail, circulare, ședințe), dar se modernizează și se completează cu unele canale digitale și vizuale. Obiectivul este să existe câte un canal pentru fiecare tip de mesaj (strategic, administrativ, operațional, participativ).

### **a) Intranetul instituțional**

- canalul principal, cu acces diferențiat pentru deputați și personal;
- conține: calendarul instituției, care anunță planul de activități, agendele ședințelor, rapoartele scurte ale comisiilor, biblioteca de documente, arhiva de comunicate, manualele de identitate vizuală și modelele de postări;
- devine locul unde se publică mai întâi informația, înainte de a ajunge în presă, pentru a crea premisa de apartenență informațională.

#### **b) E-mailul colectiv al Președintelui Parlamentului**

- o dată pe lună, mesaj de direcție („ce am făcut – ce urmează”), redactat într-un ton apropiat și motivațional;
- **scop:** menținerea sentimentului de apartenență la aceeași instituție și transmiterea liniei de mesaj.

#### **c) E-mailul săptămânal al Secretariatului Parlamentului**

- e-mail de tip sinteză, transmis în fiecare zi de vineri;
- conține: 4–5 puncte despre activitățile principale, noutăți interne, anunțuri de instruire, vizite, evenimente;
- **scop:** alinierea operațională între direcții și informarea înainte de apariții în public.

#### **d) Briefingul intern de comunicare (online sau fizic)**

- săptămânal/bilunar, coordonat de DCRP;
- participă punctele de contact din comisii, fracțiuni și direcții;
- **scop:** trecerea în revistă a mesajelor săptămânii, a riscurilor reputaționale, a temelor UE ce urmează a fi comunicate.

#### **e) Panourile/ecranele interne în spațiile comune**

- mesaje scurte: priorități ale săptămânii, evenimente, vizite oficiale, campanii interne, mesaje de imagine;
- asigură incluziunea informațională pentru personalul care nu utilizează constant computerul.

#### **f) Buletinul informativ intern (digital, lunar)**

- versiune simplă (maximum 4 pagini): ce s-a votat, ce urmează, angajați noi în instituție, rezultate ale unor misiuni externe, proiecte de modernizare;
- poate fi integrat în intranet, dar transmis și pe e-mail pentru vizibilitate.

#### **g) Calendarul intern al instituției**

- instrument de lucru obligatoriu pentru toate direcțiile și comisiile;
- ajută la evitarea suprapunerilor și la pregătirea din timp a comunicării publice.

#### **h) Canalul de feedback intern (formularul anonim/sondajul rapid)**

- o dată pe trimestru se colectează feedback despre modul în care funcționează comunicarea internă, despre ceea ce lipsește, ce nu se citește;
- ajută la calibrarea volumului de informație și la menținerea relevanței.

#### **i) Biblioteca de mesaje-tip și seturi de întrebări și răspunsuri (Q&A) interne**

- pentru teme sensibile: integrare europeană, reforme contestate, crize, anchete mediatice;
- toți actorii instituționali operează cu aceleași date.

### **7.3. Cultura organizațională**

Cultura organizațională a Parlamentului Republicii Moldova este elementul de coeziune care armonizează o structură complexă, formată din deputați, fracțiuni parlamentare, comisii permanente și personal administrativ, sub aceeași identitate instituțională — cea de autoritate reprezentativă supremă a poporului.

Într-un context democratic pluralist, marcat de diversitatea opiniilor politice, cultura organizațională asigură stabilitatea și continuitatea instituției dincolo de ciclurile electorale sau de schimbările de conducere.

O cultură organizațională sănătoasă în Parlament se bazează pe câteva elemente fundamentale: claritatea misiunii, respectul pentru rolurile instituționale, colaborarea între nivelurile politice și administrative și sentimentul de apartenență la aceeași instituție, indiferent de poziție sau mandat. Atunci când aceste principii sunt cultivate, comunicarea internă devine mai rapidă, mai coerentă și mai puțin vulnerabilă la confuzii sau blocaje.

Asigurarea unei culturi organizaționale funcționale presupune mai mult decât respectarea procedurilor interne. Aceasta implică leadership asumat, transparență decizională și valorizarea capitalului uman. Comunicarea internă joacă aici un rol central – prin informarea clară, recunoașterea meritelor, împărtășirea rezultatelor și explicarea deciziilor. Atunci când angajații înțeleg de ce se iau anumite decizii și care este scopul lor, crește sentimentul de implicare și responsabilitate comună.

În același timp, cultura organizațională a Parlamentului trebuie să reflecte valorile democrației, ale integrității și ale serviciului public. Aceasta înseamnă că fiecare interacțiune internă – o ședință, o informare, un mesaj oficial sau o decizie administrativă – trebuie să fie un exemplu de transparență, corectitudine și respect. Astfel se creează un climat intern care favorizează colaborarea între structurile instituției, reducerea barierelor ierarhice și transmiterea consecventă a acelorași mesaje către publicul extern.

Pentru a menține și a consolida această cultură este necesară o infrastructură internă de comunicare care nu doar transmite informații, ci și stimulează dialogul și participarea. Reuniunile periodice, feedbackul intern, mesajele comune ale conducerii, instruirile tematice și buletinele interne contribuie la formarea unei comunități profesionale unite prin obiective comune. Pe termen lung, o cultură organizațională matură generează stabilitate, profesionalism și încredere în interiorul instituției, care se vor reflecta și în relația cu cetățenii.

## **8. COMUNICAREA DE CRIZĂ ȘI REZILIENȚĂ LA DEZINFORMARE**

---

Într-un mediu informațional marcat de polarizare, dezinformare și campanii de manipulare, comunicarea instituțională a Parlamentului trebuie să fie pregătită să reacționeze rapid, coerent și bazată pe date verificate. Reziliența informațională reprezintă capacitatea instituției de a anticipa, a preveni și a gestiona riscurile de imagine sau situațiile care pot submina încrederea publică, asigurând, în același timp, continuitatea comunicării și protejarea credibilității Parlamentului.

### **8.1. Principiile de comunicare în criză**

Comunicarea în situații de criză trebuie să respecte câteva principii-cheie:

- Acuratețe înainte de viteză – informația trebuie confirmată înainte de publicare; lipsa unei reacții premature este preferabilă erorilor.
- Transparență controlată – se comunică ceea ce este sigur și verificabil, fără a agrava situația prin speculații.
- Empatie și responsabilitate – mesajele trebuie să recunoască preocupările publicului și să exprime clar poziția instituției.
- Coerență instituțională – toate mesajele interne și externe sunt aliniate, indiferent de canal.
- Actualizare continuă – informațiile se completează pe măsură ce faptele sunt confirmate, iar publicul este ținut la curent prin surse oficiale.

### **8.2. Cadrul de acțiune**

Comunicarea de criză are ca scop menținerea controlului asupra informației și a încrederii publicului în momente de vulnerabilitate – atunci când reputația instituției, stabilitatea politică sau integritatea proceselor parlamentare sunt periclitate. În aceste situații, reacția rapidă, acuratețea informațiilor și coordonarea între structuri sunt esențiale. Managementul comunicării de criză în cadrul Parlamentului se desfășoară în trei etape distincte – prevenție, intervenție și postcriză – fiecare cu acțiuni concrete menite să asigure reacția promptă, coerența mesajelor și consolidarea încrederii publice.

Etapa	Acțiuni principale
Prevenția crizei	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Identificarea potențialelor riscuri de imagine și a temelor sensibile (dezinformare, interpretări eronate, atacuri informaționale, scurgeri de date);</li> <li>– constituirea, prin dispoziție a Secretarului general, a celulei de criză a comunicării, formată din reprezentanți ai conducerii Parlamentului, ai DCRP, ai DGJ și ai SSI;</li> <li>– actualizarea anuală a Planului intern de comunicare de criză;</li> <li>– organizarea periodică a simulărilor de răspuns la criză și a exercițiilor media cu specialiștii în comunicare ai Parlamentului;</li> <li>– monitorizarea constantă a presei, a rețelelor sociale și a mediului online pentru detectarea timpurie a situațiilor cu potențial de criză;</li> <li>– stabilirea relațiilor proactive cu jurnaliștii și partenerii instituționali pentru a crea un climat de încredere înainte de apariția unei crize</li> </ul>
Intervenția (gestionarea crizei)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Activarea imediată a celulei de criză și stabilirea unui centru unic de decizie și informare;</li> <li>– definirea mesajelor-cheie și lansarea promptă a poziției oficiale, bazată exclusiv pe fapte verificate;</li> <li>– limitarea neclarităților prin comunicare continuă și actualizată; evitarea tăcerii instituționale;</li> <li>– coordonarea consultanților din comisii pentru menținerea „unei singure voci”;</li> <li>– gestionarea fluxului intern de informare pentru a evita confuziile sau mesajele contradictorii;</li> <li>– comunicarea deschisă, calmă și empatică cu publicul, presa și partenerii externi, explicând măsurile luate și acțiunile următoare</li> </ul>
Etapa postcriză (recuperare și învățare)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Evaluarea completă a reacției instituționale și a percepției publice după criză prin analiză media și feedback intern;</li> <li>– actualizarea Planului de criză pe baza lecțiilor învățate și a deficiențelor identificate;</li> <li>– implementarea unor mesaje de reconstrucție a încrederii prin campanii de informare, interviuri și materiale explicative care reafirmă valorile instituției (transparență, integritate, deschidere);</li> <li>– monitorizarea pe termen mediu a presei și a rețelelor sociale pentru a preveni recurența subiectelor negative;</li> <li>– promovarea internă a unei culturi organizaționale de responsabilitate și învățare din experiențele de criză</li> </ul>

Pentru protejarea imaginii și a credibilității Parlamentului este necesară instituirea unui mecanism formal de gestionare a crizelor, cunoscut de toate structurile instituției și activat automat în cazul unui risc major de comunicare. Acesta trebuie să funcționeze pe baza unor reguli clare de ierarhie, aprobare și comunicare publică.

**Celula de criză** este structura de coordonare activată imediat în caz de incident cu impact potențial. Aceasta funcționează sub autoritatea Președintelui Parlamentului și este compusă din reprezentanți-cheie ai instituției. Rolul său este să centralizeze informațiile, să stabilească mesajul oficial și să decidă canalele de comunicare, asigurând un discurs public unitar, verificat și coerent.

Protocolul de comunicare urmează o ierarhie riguroasă: informarea prioritară a actorilor interni, urmată de diseminarea către mass-media și publicul larg prin canale oficiale prestabilite.

Se recomandă elaborarea unui Protocol de gestionare a crizelor de comunicare, care să includă scenariile, mesaje-tip, proceduri, șabloane pentru presă și liste de verificare. Strategia actuală definește cadrul general, însă implementarea eficientă necesită un document operațional distinct. Pentru a fi eficient, planul de criză trebuie testat anual prin exerciții de simulare, iar cooperarea cu alte autorități și parteneri internaționali trebuie prevăzută în cazul crizelor complexe.

### 8.3. Mecanismul de comunicare de criză al Parlamentului Republicii Moldova

Tip de criză	Etapă de gestionare	Responsabili principali	Instrumente și acțiuni de comunicare
Criză de imagine/reputațională (declarații publice controversate, acuzații nefondate, scurgeri de informații)	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Identificare și validare a faptelor</li> <li>2. Activare a celulei de criză</li> <li>3. Reacție oficială</li> <li>4. Monitorizare postcriză</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Președintele Parlamentului;</li> <li>– DCRP;</li> <li>– DGJ;</li> <li>– SSI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Declarație oficială sau briefing de presă;</li> <li>– comunicat de clarificare cu surse verificabile;</li> <li>– mesaj coordonat pe site și rețele sociale;</li> <li>– raport intern de evaluare postcriză</li> </ul>

Tip de criză	Etapă de gestionare	Responsabili principali	Instrumente și acțiuni de comunicare
<b>Criză informațională /dezinformare (știri false, interpretări distorsionate, manipulare în media sau online)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Detectare prin monitorizare media</li> <li>2. Verificare și contracarare rapidă</li> <li>3. Clarificare publică și actualizare permanentă</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– DCRP;</li> <li>– DTIC;</li> <li>– SSI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Postări oficiale de „fact check”;</li> <li>– colaborare cu platforme de verificare a faptelor;</li> <li>– campanii preventive („prebunking”)</li> </ul>
<b>Criză instituțională internă (disfuncționalități, scurgeri interne, conflicte între structuri)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Informare internă imediată</li> <li>2. Reuniune de urgență a Secretariatului</li> <li>3. Mesaj intern comun și acțiune de remediere</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Secretarul general al Parlamentului/ Secretarul general adjunct al Parlamentului;</li> <li>– DRU;</li> <li>– DCRP;</li> <li>– SSI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicare internă prin e-mail/intranet;</li> <li>– brief intern de clarificare;</li> <li>– mesaj de la conducere privind măsurile întreprinse</li> </ul>
<b>Criză externă/de securitate (atac cibernetic, incident tehnologic, urgențe naționale)</b>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Activarea planului de continuitate</li> <li>2. Coordonare cu autoritățile competente (Ministerul Afacerilor Interne, Serviciul de Informații și Securitate, Inspectoratul General pentru Situații de Urgență, Centrul pentru Securitatea Cibernetică (CERT) și alte instituții relevante)</li> <li>3. Informare publică controlată</li> </ol>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Secretariatul Parlamentului;</li> <li>– DTIC;</li> <li>– DCRP;</li> <li>– SSI</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Comunicat scurt cu informații verificate;</li> <li>– mesaje de siguranță pentru angajați și public;</li> <li>– actualizări periodice până la soluționare</li> </ul>

## 8.4. Reziliența la dezinformare

Dezinformarea care vizează activitatea Parlamentului sau procesul de aderare la UE poate submina încrederea în instituțiile democratice și în direcția europeană a Republicii Moldova. Din acest motiv, reacția nu trebuie să fie exclusiv reactivă, ci bazată pe prevenție, monitorizare constantă și comunicare proactivă.

### **Consolidarea rezilienței informaționale a Parlamentului presupune:**

- **monitorizare permanentă** a mediului media și online pentru depistarea timpurie a narativelor false și a manipulărilor cu impact reputațional. DCRP va urmări zilnic rețelele sociale, presa, comentariile la postările oficiale cu scopul de a identifica dezinformările sau interpretările eronate ale activității parlamentare. Suplimentar, pentru identificarea timpurie a trendurilor manipulative, monitorizarea se va realiza inclusiv prin utilizarea resurselor specializate, precum EUvsDisinfo, și prin colaborarea cu platformele locale de monitorizare. Atunci când este detectată o potențială dezinformare, informația este verificată împreună cu subdiviziunile relevante ale Secretariatului Parlamentului, iar reacția va fi promptă, bazată pe fapte verificate și formulată într-un ton calm și profesionist;
- **comunicare preventivă (prebunking)** – transmiterea anticipată a informațiilor oficiale, clare și verificabile despre activitatea Parlamentului pentru a reduce spațiul de propagare a narativelor false;
- **colaborare interinstituțională** cu instituțiile de stat din Republica Moldova și cu partenerii europeni pentru schimb de date și coordonare a mesajelor;
- **consolidarea competențelor interne** prin instruirii periodice adresate echipei de comunicare și deputaților privind identificarea și gestionarea dezinformării;
- **crearea unui punct unic de reacție în cadrul DCRP**, responsabil de verificarea rapidă a informațiilor, formularea poziției oficiale și demontarea publică a falsurilor.

## Mecanismul de gestionare a riscurilor de dezinformare

Nr.	Etapă	Responsabili principali
1.	<b>Prevenție</b>	<p>Prebunking înaintea momentelor legislative sensibile</p> <p>Publicare a materialelor explicative accesibile (infografice, Q&amp;A, videoclipuri scurte)</p> <p>Monitorizare zilnică a narațiunilor emergente</p>
2.	<b>Detectare rapidă</b>	<p>Alertare internă a DCRP la apariția falsurilor (alerta internă poate fi asigurată de oricine dintre angajații Secretariatului Parlamentului sau membrii Parlamentului care au depistat o informație falsă sau cu caracter dezinformator)</p> <p>Raport în maximum 60 de minute pentru cazuri critice</p> <p>Informare imediată a conducerii Parlamentului în situațiile cu potențial de risc reputațional ridicat</p>
3.	<b>Reacție</b>	<p>Clarificări oficiale într-un limbaj simplu și neutru</p> <p>Mesaje scurte, bazate pe fapte, cu trimitere la sursa primară (document oficial/stenogramă/link)</p> <p>Coordonare cu instituții relevante (Guvernul, Ministerul Afacerilor Externe, Cancelaria de Stat), în cazul narațiunilor anti-UE</p> <p>Briefinguri media, în cazuri cu impact mediatic major</p>
4.	<b>Post-eveniment</b>	<p>Evaluarea impactului (ce a funcționat și ce necesită îmbunătățiri)</p> <p>Actualizarea procedurilor interne</p> <p>Înregistrarea cazului în arhiva de criză și dezinformare a DCRP</p>

Pe termen lung, reziliența la dezinformare nu rezidă doar în reacții punctuale, ci în dezvoltarea unei culturi organizaționale a veridicității și a încrederii. Comunicarea transparentă, utilizarea unui limbaj accesibil, publicarea proactivă a informațiilor și promptitudinea în demontarea falsurilor constituie cele mai eficiente mecanisme de apărare instituțională. Prin această abordare, Parlamentul își consolidează reputația ca sursă sigură de informare și contribuie activ la protejarea spațiului democratic al Republicii Moldova.



## 9. DIMENSIUNEA INTEGRĂRII EUROPENE ÎN COMUNICAREA PARLAMENTULUI

---

Parlamentul Republicii Moldova traversează o etapă de transformare instituțională, în care comunicarea depășește funcția pur informativă și contribuie direct la consolidarea încrederii publice, la creșterea participării civice și la explicarea parcursului european în termeni accesibili și relevanți pentru viața cotidiană. În acest sens, comunicarea privind integrarea europeană va susține în mod constant procesul de aderare la UE, va reflecta rolul Parlamentului și va contribui la consolidarea încrederii publice, a participării civice și a rezilienței informaționale a societății.

Parlamentul va comunica despre integrarea europeană nu doar ca obiectiv de politică externă, ci ca proces de transformare democratică și instituțională, cu impact direct asupra calității vieții cetățenilor. Comunicarea va facilita înțelegerea rolului esențial al Parlamentului în armonizarea legislației naționale cu acquis-ul UE, în monitorizarea implementării actelor normative adoptate și în reprezentarea intereselor societății în dialogul cu instituțiile europene.

Parlamentul își propune să își consolideze poziția de actor central al parcursului european, capabil să explice complexitatea actelor adoptate, să gestioneze așteptările publice și să mențină un dialog constant și transparent cu cetățenii pe parcursul tuturor etapelor de integrare.

Viziunea comunicării privind integrarea europeană poziționează Parlamentul ca pe o instituție care **construiește încredere, susține transformarea și reprezintă cetățenii**, modelând viitorul Republicii Moldova prin deschidere, scop și integritate. Mesajul central va fi: „**Construim azi Parlamentul de mâine.**”

Acest mesaj va servi drept linie directoare a comunicării instituționale și va reflecta capacitatea Parlamentului de a lua decizii relevante pentru prezent, având, în același timp, o perspectivă orientată spre viitorul european al Republicii Moldova.

Comunicarea Parlamentului privind integrarea europeană va urmări 5 obiective principale:

- 1. creșterea vizibilității și a accesibilității instituționale** – prin prezență mai clară în viața cetățenilor, transparență digitală și comunicare centrată pe cetățean;
- 2. consolidarea încrederii prin transparență și responsabilitate** – prin publicare proactivă a progresului, utilizare a instrumentelor de transparență, pregătire a echipelor pentru gestionarea criticilor și dialog deschis;
- 3. împuternicirea tinerilor ca vectori ai reînnoirii democratice** – printr-o serie de mecanisme de consultare și participare dedicate;
- 4. comunicarea parcursului european în termeni concreți și accesibili** – prin explicare a reformelor prin prisma impactului direct asupra calității vieții, utilizând inclusiv formate scurte (reeluri/shorturi), timeline-uri de aderare și parteneriate cu societatea civilă pentru informarea grupurilor vulnerabile;
- 5. poziționarea Parlamentului ca instituție modernă și orientată spre viitor** – prin modernizare digitală, limbaj clar, coerență vizuală și soluții de accesibilitate la procesul legislativ.

Pentru a asigura coerența și consistența mesajelor, comunicarea Parlamentului privind integrarea europeană va fi structurată în jurul a opt piloni narativi:

- un parlament al cetățenilor;
- un parlament care împuternicește tinerii;
- un parlament conectat la pulsul societății;
- un parlament ancorat în prezent, orientat spre viitor;
- un parlament care construiește Europa din interior;
- un parlament care ascultă, învață și conduce;
- un parlament care câștigă încrederea publică;
- un parlament care stimulează reînnoirea națională („Motorul speranței națiunii”).

Categoriile de public vor fi abordate diferențiat, în funcție de nevoi și nivel de informare. **Publicul larg**, din mediul urban și rural, va fi informat prin mesaje care explică beneficiile și implicațiile concrete ale integrării europene. **Tinerii** vor constitui un public prioritar, fiind implicați prin formate interactive și participative. **Societatea civilă și organizațiile neguvernamentale** vor fi abordate ca parteneri în dialog și diseminare, iar **mass-media și liderii de opinie** vor fi sprijiniți prin informații clare, coerente și ușor de utilizat.

În plan extern, comunicarea va viza **instituțiile europene și partenerii internaționali**, transmițând mesaje care să reflecte alinierea Parlamentului la valorile și standardele europene, precum și maturitatea instituțională a Republicii Moldova. În plan intern, comunicarea va urmări și alinierea echipelor și partenerilor instituționali în jurul unui mesaj comun și coerent.

Pentru a asigura coerența comunicării publice privind integrarea europeană la nivel național și pentru a evita suprapunerile sau lacunele de mesaj între instituții, Parlamentul va coordona acțiunile sale de comunicare cu direcțiile generale stabilite la nivel guvernamental. În acest sens, lead-ul strategic și liniile principale ale comunicării naționale privind integrarea europeană vor fi urmărite în coordonare cu Biroul pentru integrare europeană, astfel încât mesajele instituționale să fie complementare, consecvente și sincronizate în momentele-cheie.

Pentru a asigura unitatea discursului public, comunicarea Parlamentului privind integrarea europeană va fi construită pe o arhitectură de mesaje structurată, care va porni de la narațiunea-umbrelă și identitatea instituțională și va coborî către mesaje adaptate diferitelor audiențe, susținute de dovezi concrete și invitații clare la implicare.

Mesajele vor fi diseminate printr-un ecosistem integrat de canale de comunicare. Site-ul web oficial al Parlamentului va constitui principalul punct de referință pentru transparență și informare detaliată, oferind informații despre progresul reformelor și procesul de aderare. Rețelele sociale vor fi utilizate diferențiat, în funcție de specificul fiecăreia: Facebook – pentru vizibilitate instituțională; Instagram și TikTok – pentru storytelling civic și conținut adaptat tinerilor; YouTube – pentru formate explicative și interviuri; platforma X – pentru comunicare instituțională și actualizări rapide. Mass-media va rămâne un canal prioritar pentru consolidarea credibilității și a poziționării publice a instituției.

Pentru a transpune în realitate pilonii narativi, Parlamentul va lansa o serie de campanii de comunicare, fiecare fiind corelată cu un obiectiv strategic de comunicare. Aceste campanii vor viza implicarea tinerilor, monitorizarea progresului european, digitalizarea proceselor democratice, consolidarea sentimentului de apartenență civică și creșterea vizibilității instituției în plan european. Implementarea va debuta cu o etapă de aliniere internă, urmată de crearea conținutului, stabilirea parteneriatelor, desfășurarea propriu-zisă a campaniilor și, ulterior, evaluarea și ajustarea acestora pe baza datelor și a feedbackului. Totodată, implementarea va fi realizată prin acțiuni și campanii.

Monitorizarea și evaluarea vor avea un rol central în acest proces. Eficiența comunicării va fi evaluată prin indicatori de impact (*engagement*), rezonanță a mesajelor, acoperire mediatică, nivel de încredere și adoptare internă a mesajelor.

În paralel, Parlamentul va acorda o atenție sporită combaterii dezinformării prin monitorizarea constantă a spațiului informațional, utilizarea resurselor europene relevante și o comunicare preventivă, bazată pe fapte, claritate și consecvență.

## **10. PROCEDURI DE EVALUARE ȘI RAPORTARE**

---

Sistemul de monitorizare a prezentei Strategii se fundamentează pe următoarele principii: coerență între obiective și indicatori, raportare periodică, transparență în prezentarea rezultatelor și învățare instituțională continuă. Evaluarea performanței comunicării nu vizează doar volumul activităților realizate, ci, prioritar, impactul acestora asupra cetățenilor: gradul de înțelegere, nivelul de implicare și percepția asupra instituției.

Pentru implementarea corespunzătoare a Strategiei de comunicare a Parlamentului pentru anii 2026–2029, în cadrul Planului anual de acțiuni al Secretariatului Parlamentului vor fi incluse activitățile prioritare ce derivă din obiectivele Strategiei. Planul anual de acțiuni va cuprinde obiective, acțiuni, responsabili, termene de realizare și indicatori de rezultat. Totodată, Planul anual de acțiuni va include toate acțiunile restante sau nerealizate, revizuite și reprogramate, constatate în urma raportului de monitorizare anual. În procesul de planificare strategică, activitățile din cadrul Planului anual de acțiuni vor fi corelate cu bugetul anual și suportul partenerilor externi, vor fi asigurate mijloacele financiare necesare realizării activităților prioritare și a indicatorilor de performanță asumați.

Evaluarea gradului de implementare a Strategiei se va realiza la finalul perioadei de implementare și se va axa preponderent pe raportarea asupra nivelului de atingere a obiectivelor stabilite în cadrul fiecărei direcții stabilite prin acest document.