

**Strategia de comunicare  
a Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor**

Chișinău, 2014

## Cuprins:

- I. Introducere
- II. Despre Ministerul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor
- III. Scopul și obiectivele Strategiei de comunicare
- IV. Publicul țintă
- V. Tactici de comunicare
- VI. Tehnici de evaluare
- VII. *Anexă*: Planul anual de acțiuni al Serviciului de informare și comunicare cu mass-media

## I. Introducere

Comunicarea este omniprezentă în toate activitățile instituției publice, contribuind la notorietatea și imaginea instituției, precum și la promovarea statului.

De implementarea componentelor de informare și relații publice pentru proiectele Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor (în continuare *MTIC*), este responsabil Serviciul de informare și comunicare cu mass-media care a elaborat Strategia de comunicare (în continuare *Strategia*) a instituției. În sprijinul obiectivelor instituționale, în Strategie sunt stabilite prioritățile în domeniul informării pentru MTIC și responsabilitățile operaționale în vederea integrării și coordonării eforturilor într-un proces de guvernare eficientă.

MTIC are o politică de comunicare pro-activă, de generare a unui flux constant și consistent de informații din domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor.

În contextul progresului tehnologic actual, când „pentru Moldova tehnologia informației este o șansă de relansare economică” (Pavel Filip, Buletinul informativ *Media TIC*). Strategia de comunicare a Ministerului este premisa eficienței și eficacității organizaționale. Pentru a asigura un impact pozitiv asupra audiențelor țintă, Strategia are la bază funcțiile prioritare (vezi pct. 2: Despre MTIC) ale MTIC și este în concordanță cu cerințele legislației naționale:

1. Legea nr. 239-XVI din 13.11.2008 privind transparența în procesul decizional;
2. Legea nr.982-XIV din 11.05.2000 privind accesul la informație;
3. Legea nr.133 din 08.07.2011 privind protecția datelor cu caracter personal;
4. Legea presei nr.243- XIII din 26.10.1994;
5. Legea nr.245-XVI din 27.11.2008 cu privire la secretul de stat;
6. Legea nr.64 din 23.04.2010 cu privire la libertatea de exprimare.

## II. Despre Ministerul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor

Ministerul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor al Republicii Moldova este autoritatea publică desemnată să elaboreze, să promoveze și să aplice politica guvernamentală în sfera tehnologiei informației, societății informaționale și comunicațiilor.

**Misiunea MTIC** constă în asigurarea unei creșteri durabile a sectorului TIC prin promovarea unei politici orientate spre export și o piață liberă. MTIC își propune să creeze oportunități pentru sfera de afaceri și să încurajeze investițiile prin promovarea concurenței echitabile și sporirea competitivității internaționale. Informația și cunoștințele științifice determină actualmente nivelul dezvoltării statelor și dictează viitorul. Într-o societate modernă, resursele și serviciile legate de domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor cresc în ritm accelerat și devin surse pentru crearea de locuri de muncă și ridicarea nivelului de trai al populației.

În vederea realizării misiunii sale, **funcțiile de bază ale MTIC** sunt:

- a) elaborarea, monitorizarea, implementarea și evaluarea politicilor publice în domeniile ce țin de misiunea MTIC,
- b) edificarea societății informaționale ca factor fundamental în creșterea economică durabilă a Republicii Moldova;
- c) consolidarea și dezvoltarea sectorului tehnologiilor informaționale și comunicațiilor prin implementarea tehnologiilor informaționale, comunicațiilor electronice și poștale;
- d) coordonarea și monitorizarea procesului de implementare a tehnologiilor informaționale și de comunicații în diferite domenii ale economiei naționale, precum și informatizării activității autorităților publice;
- e) elaborarea politicii în domeniul evidenței de stat, precum și în domeniul creării și exploatării resurselor și sistemelor informaționale de stat, care vor servi drept bază pentru asigurarea accesului societății la informații și servicii publice prin mijloace electronice;
- f) crearea, implementarea și întreținerea sistemelor și resurselor informaționale de stat, de bază, departamentale și teritoriale, precum și asigurarea legăturii cu organismele guvernamentale, responsabile de introducerea și actualizarea informațiilor în registrele nominalizate.

Pe teritoriul Republicii Moldova prima autoritate publică în domeniul TIC a apărut în 1995 și se numea Ministerul Comunicațiilor RSSM.

### **III. Scopul și obiectivele Strategiei de comunicare**

Scopul Strategiei de comunicare a Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor este de a dezvolta relații de încredere între instituții și publicul vizat, în vederea obținerii sprijinului pentru îndeplinirea obiectivelor strategice în domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor.

**Obiectivele** Strategiei de comunicare sunt:

- Informarea publicului larg despre proiectele și activitățile MTIC;
- Conștientizarea importanței modernizării sectorului TIC prin activități de informare și relații publice;
- Plasarea MTIC în topul instituțiilor statului care se bucură de încrederea cetățenilor;
- Promovarea rolului important al sectorului TIC în viața societății prin campanii de informare;
- Asigurarea accesului populației la informații de interes public în domeniul tehnologiei informației și comunicațiilor.

### **IV. Publicul țintă**

Strategia de comunicare se concentrează pe asigurarea capacității de a atinge categorii de public-țintă cât mai precis definite. Grupul țintă vizat de activitățile de informare este clasificat în două categorii distincte. Fiecare grup necesită nevoi diferite de informare, o abordare specifică și resurse diferențiate. Cele două grupuri țintă sunt:

#### **Audiențe naționale:**

- *Primare:* membrii Guvernului și ai comisiilor de specialitate din Parlament, autoritățile publice locale și centrale, mediul academic și organizațiile neguvernamentale;

- *Secundare*: opinia publică în general, formatori de opinie din mass-media.

### **Audiențe internaționale:**

- *Primare*: reprezentanții misiunilor diplomatice acreditate în Republica Moldova;

*Secundare*: organizații neguvernamentale în domeniul TIC, opinia publică în general.

## **V. Tactici de comunicare**

### **Activități de comunicare**

În vederea atingerii scopului și obiectivelor stabilite, sunt evidențiate câteva tactici de comunicare, conform rigorilor de abordare care au în vedere atât publicul intern, cât și extern:

- *Captarea atenției publicului-țintă* asupra unui proiect, serviciu, a unei idei sau cauze sociale;
- *Stimularea unei atitudini pozitive* constând în prezentarea unui mesaj într-un mod care va determina publicul să îl accepte, în urma argumentelor evocate ;
- *Provocarea unui comportament anume* prin convingerea sau constrângerea publicului vizat;

În afara tacticilor de comunicare prezentate, considerate ca fiind cele importante, mai sunt și altele înrudite cu acestea care pot fi puse în aplicare:

- *Strategia push and pull* – implică două activități: “împingerea” proiectului sau serviciului către audiența și “atragera” publicului-țintă către proiect;
- *Strategia directă și indirectă* constă în implicarea directă a publicului-țintă dorit sau folosirea liderilor de opinie, a persoanelor cu spirit inovator care, la rândul lor, se vor adresa publicului-țintă (strategia de comunicare a “fluxului în doi pași”);

- *Strategia intensivă sau extensivă* are în vedere durata campaniilor elaborate de MTIC;

*Strategia efectului imediat sau a frecvenței* vizează numărul de oameni cărora li se adresează, obținerea efectului imediat și frecvența adresărilor aceluiși grup țintă.

### **Plan de acțiuni din cadrul Strategiei de comunicare a Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor pentru anul 2014-2016**

Pentru o implementare eficientă a strategiei de comunicare și a asigura buna funcționare a comunicării instituționale, sunt prezentate mai jos activitățile de comunicare propuse pentru anul 2014-2016. Important de menționat că avem activități de comunicare generale și specifice, ultimele putând fi analizate detaliat în *Anexă*.

Misiunea Serviciului de informare și comunicare cu mass-media este:

#### *Misiunea SICM:*

Asigurarea comunicării eficiente a Ministerului Tehnologiei Informației și Comunicațiilor cu publicul larg, reprezentanții societății civile și cu mijloacele de informare în masă în vederea informării operative și complete a societății despre activitatea MTIC

*Activitățile de comunicare generale* sunt:

1. Promovarea și mediatizarea evenimentelor din sector pe dimensiunea MTIC
2. Facilitarea accesului la informația publică din cadrul MTIC
3. Gestionarea și actualizarea paginii web a MTIC

### **VI. Tehnici de evaluare**

*Strategia de evaluare* denotă modul de integrare a acțiunii de evaluare (realizabilă prin operațiile de măsurare-apreciere-decizie) în structura de funcționare a activității MTIC.

Evaluarea opiniei publice despre activitatea MTIC și impactul acestuia va avea la bază datele furnizate de Barometrul de Opinie Publică. Evaluarea îndeplinirii obiectivelor de comunicare stabilite în cuprinsul prezentei Strategii, precum și examinarea atitudinii mass-media cu acoperire națională față de MTIC și proiectele acestuia se va realiza prin măsurarea cantitativă a numărului/frecvenței materialelor de presă (revista presei) și evaluarea calitativă a eficienței acțiunilor desfășurate de structurile de informare și relații publice pentru atingerea audiențelor țintă.

Alte tehnici de evaluare, în funcție de *contextul temporal, proiect, public-țintă și resurse* sunt focus-grupurile, sondajul de opinie și evaluarea social media.