

STRATEGIE DE COMUNICARE

PENTRU

PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

Sandra Pralong

Consultant Internațional

+40-722-629.283.

sandra_pralong@yahoo.com;

1 iulie 2006

Notă:

Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD) reprezintă rețeaua globală de dezvoltare a Națiunilor Unite, care promovează schimbarea și conectează țările la informații, experiență și resursele necesare pentru a ajuta oamenii să-și construiască o viață mai bună.

Prezenta strategie a fost elaborată în cadrul proiectului Programului Națiunilor Unite pentru Dezvoltare „Consolidarea capacității instituționale a Parlamentului Republicii Moldova”. Opiniile exprimate în acest document nu reflectă neapărat poziția oficială a PNUD.

STRATEGIE DE COMUNICARE

PENTRU PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

Cuprins:

Sumar Executiv:	4
Cadrul Proiectului:	7
Mandatul:.....	7
Expertul:	7
Metodologia:.....	8
Partea 1: Analiza Generală:	8
1. 1. Tranziția Moldovei: Provocări și Oportunități:.....	8
1. 2. Aspiratiile de integrare în UE: Un mesaj vechi din partea unui mesager nou..	9
Partea 2: Subiecte de comunicare Parlamentară.....	11
2. 1. Obiectivele de bază ale unei strategii de comunicare de proporții.....	11
2. 2. Provocările structurale care împiedică Comunicarea Parlamentară.....	12
2. 3. Alte chestiuni care limitează comunicarea eficientă:	13
A. Comunicarea exterioară:	14
a) Relațiile cu alegătorii – vizitele de lucru în țară.....	14
b) Oferirea audiențelor – importanța întrevederilor individuale	15
c) Comunicatele de presă și comunicarea instituționalizată	15
B. Comunicarea internă:	16
a) Disponibilitatea asistenței, cercetării și analizei	16
b) Transparența procedurilor din cadrul Biroului Permanent:	17
c) Transparența alocărilor Bugetare:	18
d) Accesul la TI și intranet:.....	18
Partea 3: Cum de îmbunătățit comunicarea Parlamentului: Strategie și	
Recomandări	19
3. 1. Prioritățile Parlamentului și obiectivele strategice	19
3. 2. Obiectivele de Comunicare:.....	19
3. 3. Analiza SWOT:	20
3. 4. Strategia propusă:	20
3. 4. 1. Elementele unei implementări eficiente a strategiei	21
3. 5. Recomandări tactice de implementare a strategiei propuse.....	23
3. 5 .1 Recomandări pe termen scurt (3-6 luni)	23
3. 5. 2. Recomandările pe termen mediu (6-18 luni):.....	27
3. 5. 3. Recomandările pe termen lung (mai mult de 18 luni):	30
3. 6. Monitorizarea și Evaluarea:	31
Partea 4: Calendarul Activităților și acțiunile următoare.....	31
4.1. Calendarul Activităților (vezi pagină separată):	31
4.2. Acțiunile următoare	31

Sumar Executiv:

Strategia face parte din proiectul PNUD “Consolidarea Capacității Instituționale a Parlamentului Republicii Moldova”. Ea a fost pregătită după o vizită de lucru și o cercetare de documente. Strategia recunoaște că poziția pro UE a Președinției Moldovei și partidului majoritar (Partidul Comuniștilor) a creat un **context deosebit de favorabil în care noua politică de comunicare a Parlamentului Moldovei poate fi încadrată**. Într-adevăr, prin comunicare Parlamentul poate promova Agenda UE, întări credibilitatea sa în fața publicului și deveni un adevărat apărător al democrației Moldovei.

Pentru Parlamentele din întreaga lume unul dintre cele mai importante obiective este crearea **unei legături eficiente între public și reprezentării săi**. Oferirea pe de o parte alegătorilor a posibilității de a-și aduce aportul la procesul legislativ și, pe de altă parte, fiind în stare să comunice alegătorilor scopurile care stau la baza legilor, sunt cele două aspecte gemene ale lucrului legislativ care necesită efort substanțial. Comunicarea eficientă contribuie la evitarea lipsei de legătură între alegători și deputați. Sistemul electoral din Moldova, bazat pe listă de partid și existența unei singure circumscripții electorale pentru întreaga țară, aduce în actualitate **provocări specifice de comunicare**. Cea mai importantă provocare este că alegătorii nu dispun de un deputat care să le reprezinte regiunea. În consecință, comunicarea eficientă între reprezentanții din Parlament și alegători trebuie să fie obiectivul de bază.

Suplimentar, unele recomandări vor facilita implementarea unei strategii care va putea ajuta **Parlamentul să devină un protector eficient al democrației Moldovei**. Această poziție a Parlamentului este susținută de deschiderea recentă a conducerii Parlamentului față de societatea civilă și va ajuta la fortificarea încrederii necesare a publicului larg.

Printre recomandările de fortificare a prezenței Parlamentului pe arena națională și sporirea **încrederii din partea publicului**, precum și a susținerii instituției sunt unele care ar putea fi implementate imediat, cum ar fi:

Crearea unei secțiuni de CFI (Cele mai Frecvente Întrebări) pe web site-ul Parlamentului cu răspunsuri complete la subiectele cele mai des întâlnite din partea cetățenilor despre activitatea Parlamentului.

Actualizarea web site-ului:

Existența web site-ului este un pas înainte foarte important. Site-ul trebuie să corespundă criteriilor: să fie curat, simplu și ușor de navigat.

Crearea unui substituent temporar al Intranetului:

Chiar înainte de implementarea unui Intranet complet, de format **o secțiune a web site-ului pentru uz intern**

Numirea unui purtător oficial de cuvânt (ca parte componentă a Administrației Parlamentului);

Anularea Buletinului de Știri, re-direcționarea resurselor angajaților din Serviciul de Presă și Imagine și Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare

Instituționalizarea regulată a audierilor publice

Schimbarea transmisiunilor directe ale ședințelor plenare de pe postul TV Moldova 1 cu un canal specializat prin cablu.

Oferirea unor pachete de noutăți săptămânale despre proiectele de lege înainte de petrecerea ședințelor

Crearea unor Zile a Ușilor Deschise:

Crearea odată în lună a **Zilei Ușilor Deschise** unde fiecare este invitat pentru a face un tur al Parlamentului;

Aduceți copii voștri la lucru:

Oferirea posibilității deputaților și angajaților din Parlament să-și aducă copii săi la lucru odată în an, **pentru a-i familiariza pe copii** (și pe familia întreagă – invitați un copil și un adult odată în an) **cu lucrul unui deputat în Parlament;**

Crearea Zilelor Europei:

Instituționalizarea **Seminarelor și Conferințelor pe subiecte de interes major** pentru publicul Moldovei cu privire la diverse evenimente pe arena UE: spre exemplu Ziua Unificării Istorice a Europei pe data de 9 Mai – discuții de motivare și acțiuni care au fost înainte de primul Tratat; Zilele Consumatorilor Europei – discuții despre drepturile și obligațiunile Consumatorilor din UE, etc.

Țintirea Comunicării cu Bruxelles-ul (Comisia și Parlamentul European)

Mărirea frecvenței apariției Curierului Parlamentar la 6 ori pe an și examinarea posibilității traducerii lui în limba engleză pentru a fi distribuit prin intermediul Ambasadelor Moldovei în întreaga lume precum și prin intermediul Misiunii României la UE.

Sărbătorirea zilelor ONU – în special a celor ce țin de drepturile omului, alte valori sau subiecte ale democrației stabilite ca prioritare de Republica Moldova

În continuare, acest raport sugerează recomandări pe termen mediu. Aceste recomandări nu sunt considerate “de termen mediu” pentru că sunt mai puțin importante, dar pentru că ele **necesită fonduri adiționale** și în consecință este nevoie de timp pentru ca bugetele noi să fie negociate.

Deputații trebuie să călătorească ca reprezentanți ai poporului și nu ca reprezentanți ai partidelor politice

Biblioteca trebuie automatizată, noi cărți (cu tematică de UE) trebuie procurate sau primite ca donații, trebuie oferite CD-uri cu legislație și cursuri de limbi străine

Sunt necesare cursuri de limbi străine pentru deputați și angajații din Parlament

Serviciul Presă și Imagine și o parte din Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare trebuie comasate într-un Serviciu de Comunicare

Trebuie format un Departament de Relații cu Publicul

Trebuie creat un post de televiziune public prin cablu

Trebuie oferite stagii de lucru pentru studenți din cadrul facultăților de Științe Politice, Drept, Administrație Publică și Comunicare

Plasarea Codului Funcționarului Public pe web site

Întreținerea contactului cu moldovenii aflați în străinătate

Recomandări pe termen lung

Sistemele informaționale:

După cum se va menționa în Secțiunea 2, **fiecare post de lucru** trebuie echipat **cu un calculator și conexiune la internet;**

Deputații și angajații lor trebuie **să obțină Licența Europeană de Utilizator al Calculatorului (ECDL)** pentru a le permite să folosească calculatorul la capacitate maximă și să poată să se folosească cu ușurință de resursele internet;

Organizarea unor aranjamente cu producătorii de calculatoare pentru a achiziționa echipament la prețuri mici sau prin leasing, sau să lucreze cu fundații din SUA pentru a transmite calculatoare de mîna a doua pentru fiecare post de lucru. (De asemenea, se recomandă examinarea posibilității de achiziționare a calculatoarelor folosite un timp scurt sau primirea unor donații de calculatoare).

Posibilele schimbări în Codul Electoral:

O comunicare eficientă nu poate avea loc dacă alegătorii nu pot identifica deputați concreți care să se intereseze de problemele lor;

Astfel, apare drept necesară **reexaminarea legislației electorale și considerarea posibilității formării unei circumscripții electorale pentru fiecare raion.** Sunt și alte soluții pentru problema transnistreană care nu prevăd punerea în pericol a întregului sistem electoral și “aruncarea apei în care pruncul a fost spălat cu tot cu el”.

Cadrul Proiectului:

Mandatul:

Proiectul PNUD are drept scop „consolidarea capacităților instituționale, transparența și eficiența structurilor, sistemelor și proceselor legislative din cadrul Parlamentului Republicii Moldova” prin “fortificarea și extinderea cunoștințelor legislatorilor și angajaților din Parlament.” Proiectul își propune atingerea acestor scopuri prin:

- **Îmbunătățirea capacităților legislatorilor** de a analiza, dezbate, propune și modifica legislația în concordanță cu standardele internaționale;
- Întărirea procedurilor și proceselor pentru a **clarifica rolurile și responsabilitățile** în cadrul funcției de control a Parlamentului;
- Consolidarea impactului legislativ, **difuzării informației** și comunicării cu alegătorii;
- Îmbunătățirea eficienței și efectivității **sistemelor interne de management**.¹

În continuare, documentul de proiect mai menționează că:

- **Va fi elaborată o strategie de comunicare**, care ulterior va fi implementată și va include o re-orientare a Comisiei Parlamentare pentru Mass Media și Relații cu Publicul, elaborarea și distribuirea unui buletin informativ al Parlamentului, acces și distribuire a informației care să fie în concordanță cu bunele practici europene, organizarea unei Zile a Ușilor Deschise a Parlamentului, etc.

Expertul:

Această strategie a fost elaborată de **Sandra Pralong**, specialist de talie internațională în comunicare și consultant al **Băncii Mondiale, PNUD, USAID, Fundației Soros, Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE), Institutul de Organizare a Tineretului, Fundația Prințesei Margarita, Fondul de Antreprenori Româno-American**, etc. Fiind în trecut Consultant Regional în Comunicare al PNUD în Europa și CSI, Sandra Pralong a fost implicată în instruire și **lucrul de consultanță din numele PNUD începând cu anul 2002**. Înainte de a veni la ONU, Sandra Pralong a fondat unul dintre cele mai bune 10 Companii de Consultanță în Comunicare și Relații cu Publicul din România. Ea a fost **Consilier al Președintelui României Emil Constantinescu**, responsabilă de Comunicarea externă, a fondat și a administrat **Fundația Soros** și a lucrat cu **CNN World Report** și alte agenții de media. Înainte de a se întoarce în România, țara ei natală, Sandra Pralong a fost Directorul pe Promovarea **Revistei Newsweek** din New York. Ea dispune de

¹ Vezi Documentul de proiect al PNUD:

http://www.undp.md/focus_areas/demgover/docs/Parliament%20project_revised_final1.pdf

titlul de **Magistru în Științe Politice** al Universității Columbia din New York, un titlu de **Magistru în Relații Internaționale** al Universității de Drept și Diplomatie Fletcher din Boston, precum și **Diplomă în Administrarea Afacerii** a Universității din Lausanne, Elveția.

Metodologia:

Prezentul raport analizează diverse aspecte legate de rolul și așteptările publicului din partea Parlamentului Moldovei și în acest sens stabilește o strategie de comunicare. Raportul este **divizat în patru părți:**

1. Analiza generală, provocări și oportunități;
2. Subiecte legate de Comunicarea Parlamentului;
3. Recomandări de îmbunătățire a comunicării Parlamentului:
 - § Pe termen scurt
 - § Pe termen mediu
 - § Pe termen lung.
4. Calendarul Activităților.

Strategia prezentată a fost elaborată după **o cercetare amplă de materiale și o vizită de lucru intensivă**. Vizita de lucru a avut loc la Chișinău între 10 și 13 mai și a inclus **interviuri personale** cu:

- 7 deputați în Parlament, reprezentând 5 partide politice diferite,
- Un Consilier-cheie al Președintelui Parlamentului,
- Doi șefi de departamente din cadrul aparatului Parlamentului și câțiva din angajații acestora;
- 5 reprezentanți ai organizațiilor neguvernamentale/centre analitice;
- 6 reprezentanți ai mijloacelor de informare în masă;
- Reprezentanți ai PNUD, precum și alți experți.

Echipa PNUD care a facilitat lucrul Expertului a fost compusă din: Angela Dumitrașco, Iulian Rusu și Cornelia Vintilova – autorul dorește să le mulțumească pentru dedicarea lor extraordinară.

Partea 1: Analiza Generală:

1. 1. Tranziția Moldovei: Provocări și Oportunități:

Democrația Moldovei este tânără dar în dezvoltare – martoră a câtorva alegeri petrecute cu succes, unde actualii și-au pierdut puterea² și tineretul a avut o puternică implicare în a-și exprima poziția lor. Instituțiile democratice, drepturile și libertățile pe care le-au adus, precum și responsabilitatea de a le apăra, trebuie protejate în mod activ și **Parlamentul**, fiind prima instituție într-o Republică Parlamentară, trebuie să-și asume acest rol public: **să fie protectorul democrației Moldovei.**

Importanța **integrării în UE ca un promotor al transformării țării** este acum acceptată de toate partidele politice. Ideea de „a se alătura Europei” fortifică valorile democratice și este un factor principal al politicii interne, precum și cel mai important obiectiv al politicii externe a țării. Strategia de comunicare care va urma se ține pe **aspirațiile de integrare în UE** și propune ca **Parlamentul să fie prima voce publică care să dirijeze acest proces.**

Cetățenii Moldovei trebuie să ceară de la Parlament calea viitorului lor. De aceea **Parlamentul trebuie să formeze o viziune a țării.** Fără o astfel de viziune, și luând în considerare faptul că beneficiile economice ale pieței libere se vor simți cu greu, există riscul că cinismul și îndepărtarea vor veni în loc și progresul înregistrat pînă acum poate să se transforme în regres. Astfel, este primordial pentru Parlament nu doar să lucreze dar să se exprime în tot ceea ce este nevoie pentru a proteja și fortifica democrația Moldovei și să accelereze dezvoltarea economică și prosperitatea țării.

1. 2. Aspirațiile de integrare în UE: Un mesaj vechi din partea unui mesager nou.

Moldova a **(re-)declarat intenția sa de a adera la Uniunea Europeană** cu câteva luni înainte de ultimele alegeri parlamentare din 2005. În timp ce mesajul nu a fost nou, mesagerul pe de altă parte a fost, într-o anumită măsură, neașteptat. Acțiunile luate de Președintele Voronin odată cu lansarea campaniei electorale au reprezentat o schimbare a strategiei. Președintele a fost un aliat înrăit al Președintelui Rusiei Vladimir Putin și un arhitect de bază al relațiilor speciale ale Republicii Moldova cu Federația Rusă, precum și cu alți membri ai Comunității Statelor Independente (CSI). Această **schimbare de orientare de la Est spre Vest constituie un salt important** atît pentru Președinte cît și pentru administrația sa. Credibilitatea mesajului său este susținută de capacitatea instituțiilor – așa precum este Parlamentul – să demonstreze angajament față de valorile europene și democratice.

Aspirațiile europene ale Republicii Moldova nu sunt noi. Chiar din 1991, după destrămarea Uniunii Sovietice, Moldova a urmărit să creeze relații cu instituțiile Europene în contextul noilor aspirații Europene ale țării.

² “O democrație este un sistem unde membrii săi pierd alegerile” – este definiția simplă dar foarte pătrunzătoare a lui Adam Przeworski.

Spre exemplu, la data de 1 iulie 1995 Moldova a fost prima din statele CSI care a fost admisă în Consiliul Europei, o mișcare considerată drept o treaptă spre relații mai strânse cu UE. În continuare, în anii 1996-97, pe atunci Președintele Petru Lucinschi a inițiat o campanie majoră de comunicare cu Comisia Europeană precum și cu Președinții statelor Membre ale UE, manifestând intențiile Moldovei să semneze un acord de asociere cu UE până în anul 2000. În **noiembrie 1994 Moldova a semnat Acordul de Parteneriat și Cooperare (APC)**, care a intrat în vigoare 4 ani mai târziu, la data de 1 iulie 1998, după ce a fost ratificat de Statele Membre ale UE.

Planul de Acțiuni, stabilit pentru o perioadă de 10 ani, se axează, printre altele, pe comerț și deschiderea piețelor, mișcarea liberă a persoanelor și bunurilor, măsurile de protejare a investițiilor străine directe, un rol sporit al chestiunilor de securitate al UE și soluționarea pașnică a diferendelor, etc.

După extinderea UE spre Est la data de 1 mai 2004, UE a făcut publică o **“Nouă Politică de Vecinătate”**, care include și Moldova. Noua politică va implementa **17 miliarde EURO** prin intermediul unui instrument financiar nou (pentru toate statele participante³ în următorii 6 ani).

Odată cu adoptarea Noii Politici de Vecinătate în 2004, Moldova a intrat într-o **nouă fază în relațiile sale cu UE** (deși menține aceleași baze juridice ale cooperării – APC-ul).

În timp ce este un cadru general util, APC-ul este considerat prea vag pentru a ghida încontinuu în ceea ce privește controlul progresului de integrare în UE, acum că acesta este un obiectiv comun. Prin urmare vine și **necesitatea unui simț mai clar de direcție și un mesaj mai răsunător** despre ce fel de așteptări vin alături de legăturile mai strânse cu UE.

Vorbind în Chatham House în London în luna februarie a acestui an, Președintele Parlamentului Republicii Moldova dl. Marian Lupu a spus: **“Opțiunea Pro-Europeană [a Moldovei] a devenit o axiomă pentru politica internă”**.⁴

Discutând în special despre “Declarația de Parteneriat Politic”, Președintele Parlamentului dl. Lupu a spus: **„Prioritățile pe care și le-a formulat Moldova sunt practic aceleași ca și Criteriile de la Copenhaga [de aderare la UE]: instituții democratice stabile, consolidarea supremației legii și respectarea drepturilor omului, formarea unor piețe competitive, etc”**⁵

Finalmente, Președintele Parlamentului Lupu a concluzionat: “Moldova vede Integrarea Europeană în principal ca un angajament intern, cu alte cuvinte **modernizarea statului moldovenesc**”.⁶

³ Politica de Vecinătate Europeană se referă la: Algeria; Armenia; Azerbaijan; Belarus; Egipt; Georgia; Israel; Iordania; Liban; Libia; Moldova; Maroc; Autoritatea Autonomă Palestina; Siria; Tunisia; Ucraina

⁴ Vezi <http://www.parlament.md/news/02.02.2006/> Subliniat de autor.

⁵ *Ibid.*

⁶ *Ibid.*

Publicul Moldovei împărtășește aceste declarații: În ultimul Barometru al Opiniei Publice al IPP din aprilie 2006, fiind întrebați dacă **vor vota pentru aderare la UE**⁷, o majoritatea covârșitoare a moldovenilor de 70% a spus un „da” ferm, în creștere de la 64% în decembrie 2005 și începând cu 57% în mai 2004.⁸

Luând în considerare rolul important pe care îl joacă Parlamentul într-o republică Parlamentară, cum este Republica Moldova, **Adunarea Constituantă este văzută ca principalul arhitect al integrării Moldovei.**

Cu toate acestea, **în mod surprinzător, nivelul de încredere în instituția Parlamentului este scăzut.** Numai 39% din moldoveni dispun de „ceva” sau „foarte multă” încredere în Parlament, în creștere de la 34% în decembrie 2005 dar în scădere de la 46% în februarie 2005.⁹

O strategie corespunzătoare de comunicare va **ajuta Parlamentul să ducă un dialog național cu referire la cerințele de integrare în UE** pentru a întruni atât așteptările cât și rezultatele politicii. În continuare, o comunicare mai bună va fortifica alte roluri ale Parlamentului de efectuare a controlului Parlamentar și reprezentare (mai mult despre obiectivele comunicării într-un capitol separat).

O strategie de comunicare pentru Parlament trebuie să ajute la **ridicarea nivelului de încredere în aleșii poporului** pentru a permite Parlamentului să-și exercite funcțiile legislativă și de control și să **implementeze cu succes obiectivul de integrare în UE.**

Partea 2: Subiecte de comunicare Parlamentară

2. 1. Obiectivele de bază ale unei strategii de comunicare de proporții

O strategie de comunicare a Parlamentului Moldovei trebuie să aibă următoarele **obiective**:

1. Să ridice nivelul de **încredere a cetățenilor** față de aleșii poporului prin:
 - a. Încurajarea deputaților să fie mai receptivi la contribuția publicului la procesul legislativ și consolidarea funcției de control a Parlamentului;
 - b. Împuternicirea cetățenilor în implicarea în procesul de creație legislativă și de formare a politicilor, prin consolidarea funcției reprezentative a Parlamentului.
2. Să fortifice suportul din partea publicului în implementarea **obiectivului declarat de integrare europeană** prin:

⁷ Întrebarea pusă „În cazul în care Referendumul ar avea loc săptămîna viitoare, ați vota pentru aderarea la UE?”

⁸ Barometrul de Opinii Publice, Aprilie 2006. Institutul de Politici Publice, IPP, vezi www.ipp.md

⁹ Barometrul de Opinii Publice, IPP, Aprilie 2006. *Op. Cit.*

- a. Promovarea eficientă a valorilor europene de pluralism, drepturile omului, toleranță, participare colectivă, supremația legii, responsabilitate, etc.
 - b. Includerea respectului pentru valorile democratice în procesul de creație legislativă.
3. Să ajute la promovarea rolului Parlamentului de **apărător al democrației Moldovei**.

Invitația făcută grupurilor din societatea civilă să contribuie la procesul de creație legislativă fie în cadrul comisiilor permanente, fie prin internet este o decizie salutară care demonstrează deschidere și **dorință de dialog** cu reprezentanții publicului. **Legile scrise fără acord, accept și simț de participare nu se implementează.**

Eu voi recapitula fiecare obiectiv și voi face recomandări concrete în secțiunea 3 de mai jos.

Capacitatea Parlamentului să comunice va **ajuta publicul să se simtă parte a dialogului național** în subiecte de interes pentru ei.

2. 2. Provocările structurale care împiedică Comunicarea Parlamentară

Comunicarea Parlamentară înseamnă **un schimb de informație în ambele sensuri între alegători și aleși**. Pe de o parte, alegătorii trebuie să fie la curent cu propunerile legislative și trebuie să fie în stare să contribuie la scrierea legislației care le afectează viețile. Pe de altă parte, deputații trebuie să fie de ajutor prin oferirea informației și trebuie să se implice în lucrul cu comunitatea pentru că mandatul lor este să reprezinte alegătorii săi.

Structura constituțională a statului în Republică Parlamentară oferă **Parlamentului** Moldovei **prerogative considerabile**, inclusiv puterea de a alege Președintele țării, să numească Primul Ministru și să aprobe componența Guvernului. Parlamentul de asemenea dispune de autoritatea legislativă supremă¹⁰.

O privire generală asupra sistemelor politice arată că **cei 101 deputați în Parlamentul Moldovei dispun de împuterniciri care le depășesc pe acelea din Republicile Prezidențiale sau Semi-Prezidențiale**. Fiind cu împuterniciri mai mari, ei trebuie atât să asculte cât și să fie ascultați.

Legătură între fiecare dintre cei 101 reprezentanți și alegătorii lor poate fi îmbunătățită. Într-adevăr, două obstacole structurale separă electoratul de

¹⁰ Sistemul Moldovei nu unul tradițional parlamentar: Președintele, deși este ales de Parlament și nu în mod direct de public, nu dispune doar de simple roluri de reprezentare dar deține puteri executive importante, combinat cu o responsabilitate neobișnuită.

reprezentanții lor, slăbind legătură crucială care îi leagă pe aleșii poporului cu alegătorii lor.

Aceste **două obstacole** sunt:

- Sistemul de vot în bază de liste de partid ¹¹
- Existența unei singure circumscripții electorale (Art. 73, al.2)¹².

Votare în bază de liste de partid slăbește legăturile între aleșii poporului și alegători (și fortifică simțul că alegătorii nu au vreun partid politic) pentru că partidele politice își aleg reprezentanții lor cu o participare slabă sau nici o participare din partea alegătorilor. Odată ce cetățenii votează pentru un partid și nu pentru un candidat aparte, nu prea este sens **ca un reprezentant să fie responsabil în fața alegătorilor**. Alegătorii nu au nici o putere de a influența faptul cine este inclus pe liste și deci, cine va fi selectat să-i reprezinte. Atunci când merg la alegeri, cetățenii își exprimă simpatia pentru un anumit reprezentant, care de cele mai multe ori, rămîne o persoană anonimă pentru alegători.

Pe lângă **nivelul scăzut al contactului dintre alegători și aleșii lor**, Moldova de asemenea suferă de limitarea unei singure circumscripții electorale. Aceasta înseamnă că fiecare din cei 101 deputați aleși reprezintă mai degrabă întreaga țară decît o anumită zonă geografică. Astfel, **alegătorii dintr-o anumită regiune nu au un deputat care să-i reprezinte** – mai degrabă cei 101 deputați sunt teoretic responsabili în mod egal pentru toate regiunile țării. În realitate această înseamnă că alegătorii nu au un deputat concret pe care să-l contacteze pentru a obține soluții – alegătorii se bazează, în schimb, pe sistemele partidelor. În cazul existenței unor probleme ei deci **caută soluții de la partid și nu de la un reprezentant anume**.¹³.

Aceste două limitări structurale – faptul că alegătorii nu aleg deputați în persoană și faptul că nici un deputat nu reprezintă o anumită regiune a țării – creează o situație complicată de identificare reciprocă pentru alegători și aleși. **Distanța dintre alegători și reprezentanții lor poate fi micșorată prin comunicări bine direcționate** care elimină prăpastia dintre aleși și alegătorii lor (Pentru recomandări consultați secțiunea respectivă din compartimentul recomandări).

2. 3. Alte chestiuni care limitează comunicarea eficientă:

Comunicare exterioară a Parlamentului – capacitatea deputaților să transmită mesaje alegătorilor săi și să preia preocupările și sugestiile alegătorilor – este **un**

¹¹ Deși candidații independenți pot fi, în prezența mai multor condiții specifice.

¹² Legea Electorală: “Articolul 73. Alegerile Parlamentului. Al. 2) Alegerile Parlamentului se efectuează într-o singură circumscripție electorală națională, în care se aleg 101 deputați.”

¹³ Majoritatea deputaților cu care eu am discutat despre acest subiect au recunoscut că aceasta este o problemă, totuși au spus că aceasta din cîte se vede a fost făcut pentru a se evita crearea unei circumscripții electorale separate pentru transnistria. Eu consider că se face mai multă daună decît bine în acest aranjament, inclusiv în ceea ce privește subiectul transnistriei necesitățile căreia probabil nu sunt suficient de bine luate în considerare.

element vital pentru o funcționare eficientă a unei democrații. Astfel de comunicare este ținută sau are loc în persoană – cu alte cuvinte deputatul merge la sectorul său de alegători (în cazul Moldovei, prin întreaga țară), sau alegătorii vin cu grijile lor direct la deputat prin intermediul petițiilor sau prin solicitarea unei audiențe.

În același timp, **comunicarea intra-parlamentară este la fel de importantă cum este comunicarea între deputați și alegătorii lor.** O astfel de comunicare internă permite deputaților să fie informați în modul corespunzător despre întruniri, programări, resurse pentru a putea răspunde rapid la noile evenimente și respectiv să-și ajusteze lucrul.

Pentru cazul Moldovei, ambele elemente au nevoie în continuare de o consolidare:

A. Comunicarea exterioară:

a) Relațiile cu alegătorii – vizitele de lucru în țară

Deși se spune că resursele Parlamentului **sunt alocate conform numărului de locuri și mărimii „fracțiunilor”**, unii deputați simt că procesul de alocare a resurselor nu este proporțional. Într-adevăr, uneori alocarea proporțională contravine principiului egalității deputaților. **Automobilele și telefoanele sunt unelte indispensabile de comunicare și trebuie să fie oferite în mod egal.** Totuși, alocarea poate fi considerată drept una influențată politic: Sunt spre exemplu fracțiuni care au primit un singur asistent și o mașină pentru 11 deputați și unde combustibilul oferit de abia acoperă necesitățile unei călătorii pe lună în afara capitalei, și alții unde proporția este cu totul diferită. Mai mult, legitimitatea folosirii de fapt a unor astfel de resurse este la fel de mult contestată. Unii deputați, spre exemplu, sunt acuzați că folosesc automobilele Parlamentului doar pentru a se duce acasă în timpul zilelor de odihnă. Oricare ar fi adevărul, **„percepția este realitatea”, deci percepția de incorectitudine trebuie eliminată.** Pentru aceasta procesul de luare a deciziilor pentru alocarea resurselor trebuie să fie public și transparent pentru a elimina orice dubii pe care multe grupuri ar putea să le aibă referitor la folosirea resurselor.

Recomandare:

Odată ce automobilele și combustibilul sunt indispensabile pentru a călători către alegători – astfel fiind un mijloc vital de comunicare – trebuie făcut un efort pentru a **distribui resursele alocate în mod egal** sau, cel puțin, într-un mod transparent, cu specificarea clară și prealabilă a criteriilor de alocare și care să fie deschise pentru discuții.¹⁴ Același lucru se referă și la telefoane și alte obiecte care țin de îmbunătățirea comunicării.

¹⁴ Cei mai mulți deputați au spus că nu știu cum se iau deciziile cu privire la alocarea automobilelor; câțiva au citat prezența misterioasă a instalațiilor de construcție care sunt dotate cu atât combustibil pe lună cât este oferit majorității fracțiunilor politice.

Vezi de asemenea și compartimentul de recomandări.

b) Oferirea audiențelor – importanța întrevederilor individuale

Unii deputați își iau zilele de luni, considerându-le “zile de audiență”, fie în Chișinău, fie altundeva în țară. Totuși, astfel de zile nu sunt monitorizate în permanență și publicul este în mare majoritate în neștiință despre astfel de practici. În același timp **posibilitatea de a vorbi cu un ales al poporului pentru a-și împărtăși grijele este un element esențial al procesului democratic** și un drept de care trebuie să se bucure toți cetățenii în mod egal. Odată ce deputații nu au vreo legătură cu un grup specific de alegători, aceste călătorii prin țară sunt organizate la porunca partidului și sunt organizate de reprezentanții locali ai partidelor politice. Astfel, **deputații merg prin țară foarte rar ca reprezentanți ai poporului, ca parlamentari**. De cele mai multe ori ei sunt priviți – și de fapt așa și sunt – ca reprezentanți ai unui partid. În unele cazuri sistemul lucrează bine și autoritățile locale oferă spațiu pentru deputații veniți în vizită. Dar în unele cazuri acest sistem nu funcționează. Aceasta se întâmplă în special în acele regiuni ale țării unde autoritățile locale sunt puternic afiliate unui partid diferit de cel al deputatului aflat în vizită. Într-adevăr, uneori devine greu pentru un membru al unui alt partid să obțină suficientă cooperare locală pentru a organiza o vizită.

Recomandare:

Odată ce întrunirile în persoană sunt atât de importante pentru consolidarea legăturii dintre aleși și alegători, **în Parlament trebuie facilitate atât vizitele de lucru prin țară cât și zilele de audiență**. Zilele de audiență trebuie făcute publice pe web site, oferind cetățenilor posibilitatea chiar să-și programeze o întrunire cu un deputat la o oră anumită.

Adițional, **autoritățile locale ar trebui din oficiu să coopereze cu deputații aflați în vizită, indiferent de afilierea lor politică**. Pentru aceasta, aranjamentele vizitei de lucru nu trebuie făcute de reprezentanții locali ai partidelor politice însă trebuie administrate în mod centralizat de angajații Parlamentului. Nu este necesar de mărit numărul de angajați în Parlament pentru a administra vizitele de lucru dacă asistenții parlamentari sunt antrenați să facă acest lucru. Este totuși necesar ca fiecare deputat să fie independent și să aibă mijlocul său de transport. Astfel de **vizite în teritoriu organizate de Parlament vor contribui la formarea percepției că vizitatorul nu pleacă în teritoriu ca un reprezentant al partidului**, dar mai degrabă ca un reprezentant ales de cetățeni.

c) Comunicatele de presă și comunicarea instituționalizată

Serviciul de Presă și Imagine al Parlamentului este compus din 3 persoane, două din care sunt responsabile de compilarea noutăților parvenite de la agenții și transmiterea lor în formă comprimată deputaților de două ori pe zi. În compartimentul recomandări eu voi aborda elementele specifice ale Buletinului de Știri. Aici eu voi vorbi despre alte atribuții ale Serviciului de Presă și Imagine, care țin de toată comunicarea între Parlament și mass-media. Pe parcursul interviului, însăși Șeful Serviciului, fiind în trecut jurnalist, a menționat că **Serviciul Presă și Imagine este în serviciul Președintelui Parlamentului, Vice-președinților și Comisiilor Permanente**. Alte grupuri din Parlament (fracțiunile parlamentare) au grijă singuri de comunicarea lor – Serviciul de Presă și Imagine în principal îi ajută să distribuie comunicatele de presă și alte materiale. Personalizarea serviciilor Serviciului de Presă și Imagine nu poate fi privită ca corectă de deputații care nu dispun de capacitate să-și administreze propria comunicare. Toți sunt de acord că oficiul trebuie să deservească întreaga instituție, nu doar conducerea ei. Pe de altă parte, angajații Serviciului de Presă și Imagine se plâng pe dreptate că sunt supraîncărcați cu lucru, astfel fiind în imposibilitate să satisfacă necesitățile celor 101 deputați. Astfel, necesitățile de personal trebuie reexamineate pentru a putea pune la dispoziția tuturor deputaților servicii similare.

Recomandare:

Serviciul de Presă și Imagine își va micșora volumul de lucru și își va mări posibilitățile de deservire a tuturor participanților dacă **ar considera că are un singur client instituțional: Parlamentul în întregime**. Această perspectivă va modifica percepția a ce sunt considerate noutăți. Spre exemplu: va afecta oare faptul că Președintele va primi o delegație străină modul în care lucrează Parlamentul? Atunci acestea *sunt noutăți*. La fel, atunci când o fracțiune propune un proiect de lege pentru discuție – acestea de asemenea sunt noutăți. De asemenea, ar fi bine de completat lista angajaților cu persoane care ar putea transforma evenimente simple în titluri ce merită a fi noutăți.

B. Comunicarea internă:

a) Disponibilitatea asistenței, cercetării și analizei

Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare dispune de un personal de 8 oameni, dintre care 4 sunt implicați în analiză și alții 2 sunt responsabili de informație, ceea ce înseamnă un Buletin Zilnic Informațional de Presă și un Buletin Săptămânal de Știri, precum și o informație periodică despre conflictul transnistrean. Este greu de imaginat că necesitățile a 101 deputați pot fi acoperite de **un personal atât de puțin numeros**, indiferent de faptul cât de competent acesta este. Aceasta este în special relevant pentru că nu toți deputații din Parlament au acces la internet și chiar dacă dispun de el, mulți nu cunosc limbi străine pentru a putea să utilizeze la maximum acest acces. Astfel, marea majoritate depinde în mare măsură de personalul Serviciului de Prognozare pentru a-și acoperi necesitățile de informație și cercetare.

(Biblioteca Parlamentului se află în situație similară – dispune de acces TI limitat, o bibliotecară orientată pozitiv dar cu capacități scăzute de limbi străine și conține un stoc de cărți depășite de timp din era socialistă).

Recomandare:

Restructurarea planificată în Aparatul Parlamentului va redistribui funcțiile între personalul de suport și analiști. În același timp, Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare ar putea să **se orienteze spre implicarea mai activă a experților cu renume în Moldova pentru susținerea Parlamentului** pentru a oferi o analiză generală a legislației și a impactului acesteia. Costul unor astfel de expertize ar putea fi acoperit de granturi primite direct de acești experți sau de Parlament.

Această modalitate de administrare a expertizei legislative presupune **stabilirea consultațiilor mai degrabă în regim permanent decât ca evenimente separate**. Parlamentul trebuie să treacă dincolo de invitații deschise și să formeze un obicei ca experții (IPP, IDIS-Viitorul, ADEPT, etc.) să participe la audieri. Prin formarea unui dialog continuu și formalizat Parlamentul ar putea să prindă doi iepuri deodată: va oferi deputaților analize calificate la teme de interes și va **susține societatea civilă și sectorul neguvernamental prin a angaja periodic experți pentru proiecte de cercetare și pentru a oferi analize**.

b) Transparența procedurilor din cadrul Biroului Permanent:

Multe persoane, atât din cadrul Parlamentului cât și din afara lui, recunosc că publicarea stenogramelor ședințelor plenare – chiar dacă cu întârziere de două săptămâni – reprezintă **cel mai important progres în privința transparenței și deschiderii** spre comunicare înregistrat de Parlament în ultimul timp. Într-adevăr, pe lângă transmisiunea în direct a ședințelor plenare în fiecare joi la postul public de televiziune, stenogramele oferă publicului informație din prima sursă asupra deliberărilor Parlamentului. În același timp, în interiorul Parlamentului deputații așteaptă aceeași transparență și deschidere în ceea ce privește întrunirile Biroului Permanent (BP) și ale Comisiilor. Deși, tehnic vorbind, șefii Frațiunilor sunt parte a BP, **publicarea din timp a Agendei de lucru va spori transparența și va întări simțul de participare la procesul de luare a deciziilor în rândul deputaților, astfel contribuind la formarea unui Parlament funcțional și unit.**

Recomandare:

Transmiterea prin poșta electronică și/sau distribuirea copiilor de Agende ale ședințelor Biroului Permanent și a stenogramelor/proceselor verbale după ședințe. Aceeași recomandare pentru Agenda Președintelui Parlamentului (poșta electronică, cea mai eficientă și puțin costisitoare modalitate de transmitere a informației, care totuși cere ca deputații să folosească cu titlu permanent posibilitățile TI).

c) **Transparența alocărilor Bugetare:**

Una din măsurile de bază pentru transparența organizațională este capacitatea de a **discuta în public chestiunile de administrare financiară**. Când instituția folosește fondurile publice se preconizează că aceste fonduri vor fi folosite în mod transparent. În ceea ce privește Parlamentul Moldovei, **așteptările de transparență financiară** au fost exprimate atât de deputați cât și de presă. Făcînd public Bugetul Parlamentului nu doar că va duce la îndeplinirea obligației de a face transparente finanțele publice, dar, poate mai important, va **elimina întrebările ce apar în interiorul Parlamentului** despre alocarea resurselor și va ridica nivelul de încredere a publicului față de instituție.

Recomandare:

Publicarea Bugetului Parlamentului și **publicarea unui raport Anual** cu privire la cheltuieli și diverse proiecte implementate¹⁵.

d) **Accesul la TI și intranet:**

Nu poate exista o comunicare eficientă – fie internă sau externă – fără implementarea noilor tehnologii. Raportul respectiv nu își are drept scop discutarea necesităților tehnologiilor informaționale și de comunicare pentru Parlamentului Moldovei – pentru aceasta s-a organizat o cercetare separată. Însă eu aș vrea să subliniez **importanța unui acces corespunzător la tehnologiile informaționale** pentru a pune la punct o comunicare eficientă.

Recomandare:

Echiparea fiecărui loc de muncă cu un calculator pentru ca fiecare deputat și angajat să aibă acces la un calculator și la Internet. Instruirea deputaților și angajaților nu doar cum să folosească TI dar să înțeleagă că Internetul reprezintă legătura lor cu modernizarea și cu restul lumii.

¹⁵ Pentru a privire generală a subiectelor legate de Bugetul Parlamentului, la etapa ultimului val de democratizare vezi procesul verbal al Adunării Interparlamentare din 1991: http://www.asgp.info/Publications/CPI-English/1991_162_01-e.pdf. De asemenea, vezi cum sunt administrate subiectele legate de buget în Marea Britanie: <http://www.parliament.uk/faq/faq.cfm>.

Partea 3: Cum de îmbunătățit comunicarea Parlamentului: Strategie și Recomandări

3. 1. *Prioritățile Parlamentului și obiectivele strategice*

Parlamentul Moldovei și-a propus 4 priorități:

- Procesul legislativ și armonizarea legislației;
- Controlul Parlamentar;
- Diplomația Parlamentară;
- Transparența lucrului Parlamentului.¹⁶

În continuare, alături de guvern, Parlamentul este principalul responsabil de integrarea în UE, preluând poziția că **integrarea în UE este parte a agendei politicii interne**. Mai mult, avînd prioritatea de Control asupra Guvernului, Parlamentul este implicat dublu în promovarea și urmărirea integrării în UE.

3. 2. *Obiectivele de Comunicare:*

După cum a fost menționat mai sus în partea 2, secțiunea 1, o strategie de comunicare viabilă trebuie să aibă următoarele obiective:

1. **Să ridice nivelul de încredere publică** față de aleșii poporului prin:
 - a. Încurajarea deputaților să fie receptivi la ceea ce oferă publicul în procesul legislativ prin consolidarea funcției “reprezentative” a Parlamentului;
 - b. Împuternicirea cetățenilor prin implicarea lor în procesul de creație legislativă și de politici, prin consolidarea atât a funcției reprezentative cît și de control a Parlamentului.
2. **Consolidarea suportului public** pentru obiectivul declarat de integrare Europeană prin:
 - c. Promovarea eficientă a valorilor Europene de pluralism, toleranță, responsabilitate etc.,
 - d. Includerea acestor valori democratice în procesul de creație legislativă precum și în discuțiile publice și dialogul național.
3. Ajutarea promovării rolului **Parlamentului ca un protector și promotor la democrației Moldovei**.

Pe scurt, Parlamentul trebuie să fie:

- Demn de încredere,

¹⁶ Pentru o discuție mai amplă vezi “Analiza Funcțională a Administrației Parlamentului Republicii Moldova” de Anita Dudina și Maris Sprindzuku, mai 2006 Chișinău.

- Convingător și
- Un exemplu pentru fiecare proces democratic pe care îl promovează.

3. 3. Analiza SWOT:

<p><u>Puncte tari:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Putere constituțională considerabilă; • Recunoaștere instituțională înaltă; • Lider carismatic, capabil să comunice eficient; 	<p><u>Puncte slabe:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Lipsa unor proceduri pentru a facilita comunicarea; • Unii deputați mai degrabă se vor ține de sistemul vechi și se vor abține de la verificare din partea mulțimii pentru a evita criticile neplăcute; • Lipsa de resurse pentru a produce schimbările;
<p><u>Oportunități:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Deschidere și predispunere de comunicare din partea deputaților cu poziții cheie; • Implicarea societății civile în dezbaterile Parlamentare consolidează susținerea din partea publicului; • Cetățenii doresc să afle mai multe despre instituție; • Un număr relativ mic de deputați pot facilita contactul dintre public și fiecare dintre ei. 	<p><u>Amenințări:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Încredere și credibilitate publică scăzută; • Un public descurajat și tot mai nerăbdător; • Strategia de comunicare unde “toți vorbesc” (adică transmisiunea directă la televiziune a ședințelor plenare) poate deveni neproductivă; • Lipsa unei relații consolidate cu alegătorii (datorită alegerii pe liste și pe o singură circumscripție) face ca comunicarea eficientă să fie tot mai greu de realizat.

3. 4. Strategia propusă:

Strategia de Comunicare a Parlamentului poate fi formulată într-o singură propoziție ca fiind una care **descrie poziția pe care o instituție trebuie să o ocupe** pe scena Moldovei.

Parlamentul Moldovei este o instituție deschisă, transparentă și democratică, care are drept scop promovarea valorilor europene și oferirea unui exemplu de deschidere, dialog, toleranță și supremație a legii.

Poziționarea:

Parlamentul Moldovei este protectorul democrației Moldovei.

Conținut/Mesaj:

Parlamentul ascultă ce spun cetățenii Republicii Moldovei și ia în considerare viziunile lor în pregătirea proiectelor de lege și în îndeplinirea atribuțiilor sale.

Auditoriul:

Campania de **comunicare internă** este predestinată deputaților și întregului Aparat.

Campania de **comunicare externă** țintește în special media, publicul larg (îndeosebi prin intermediul organizațiilor societății civile) precum și UE (și anume Comisia și Parlamentul European), alți donatori stabiliți pe baze bilaterale sau de nivel internațional. Și ultimul, dar nu și cel de la urmă, aceasta este direcționată și celorlalți subiecți cu putere de decizie din Moldova (alte ramuri alte puterii de stat) care ar putea să ajute Parlamentul să-și atingă obiectivele.

Alianți implementării acestei strategii vor fi publicul și reprezentanții săi: **media și societatea civilă**.

Obstacolele în implementarea acestei strategii vor veni din partea celor cărora **le este frică de schimbare** și care preferă să se alăture gândirii învechite. Alte instituții de stat ar putea de asemenea să se simtă în situație de concurență la capitolul aprecierii din partea publicului. (Totuși, dacă administrată corect, **concurența dintre instituțiile de stat ar putea avea efecte pozitive** și ar putea accelera procesul de integrare europeană).

3. 4. 1. Elementele unei implementări eficiente a strategiei

- Formularea – prin intermediul unor consultări interne a deputaților și angajaților Aparatului Parlamentului – **unei declarații de Misiune** pentru Parlament ca un tot întreg, precum și (una separată) pentru Administrația Parlamentului – această ultimă misiune va asigura implementarea celei dintâi¹⁷. **Răspîndirea largă a Misiunii** în interiorul organizației (postere, foi volante, mesaje prin poștă electronică etc.). Referirea frecventă la aceasta în timpul declarațiilor publice și a interviurilor.
 - Posibile modalități de formulare a **Misiunii Parlamentului**:
 - § *Parlamentul Moldovei este o instituție modernă și de tip european, care susține democrația, reprezentarea, supremația legii, dialogul și participarea.*

¹⁷ Pentru discuții cu privire la Misiunea Secretariatului vezi Analiza Funcțională, *op. cit.*

- § *Parlamentul ascultă mai întâi și acționează numai după ce aude toate vocile.*
- Pentru a administra procesul de stabilire a unei Declarații de Misiune corecte, și pentru a asigura că procesul este temeinic și atotcuprinzător¹⁸ este necesar de **stabilit un Grup de Lucru pe Comunicare**, care să fie format din persoane oficiale cheie din Parlament și din deputați, reprezentanți ai societății civile, specialiști în comunicare (experți în relații cu publicul sau în comunicare) și câțiva reprezentanți ai principalelor organizații de media¹⁹.
 - După ce s-a convenit asupra tuturor punctelor declarației de Misiune, este necesar de **formulat o frază/slogan** care să cuprindă esența:
 - Posibile fraze care pot fi extrase din declarația de strategie, după cum urmează:

§ *Parlamentul este protectorul democrației Republicii Moldova.*
 - Comunicarea publicului larg a **importanței integrării în UE** și pașilor care sunt necesari pentru a îndeplini acest obiectiv:
 - Formarea unei **legături dintre rolul Parlamentului și procesul de integrare în UE** (precum și importanța acestuia):
 - § Aproximarea legilor și Directivelor UE;
 - § Controlul Parlamentar asupra Guvernului și sancționarea guvernelor mocăite;
 - **Comunicarea cu UE** (Comisia Europeană, Parlamentul European, experții cu renume din Bruxelles) precum și pe baze bilaterale cu principalele state membre despre angajamentele Republicii Moldova față de UE:
 - Organizarea de întruniri la Bruxelles, București și Chișinău la subiecte legate de Agenda de integrare Europeană a Moldovei – lucrul cu experții cu renume, media și grupurile din societatea civilă din Est și Vest.
 - Pregătirea unui program special pentru a **implica suportul Parlamentului României** – și în special a euro-observatorilor români și viitorilor parlamentari – în viitoarele planuri de integrare Europeană a Moldovei:
 - Stabilirea o dată (cel puțin) pe an a unei conferințe despre Moldova la București, cu invitarea elitei politice, diplomaților, oamenilor de afaceri, experților cu renume, societății civile, savanților locali și internaționali etc.

¹⁸ Pentru a asigura simțul de implicare și pentru a garanta cele mai bune rezultate

¹⁹ Întruniri regulate a Grupului de Lucru (ședințe de generare de idei, focus grupuri etc.) pentru a elabora Misiunea și posibil a supraveghea întregul proces de implementare a strategiei de comunicare.

3. 5. Recomandări tactice de implementare a strategiei propuse

Există mai multe modalități de organizare a recomandărilor: conform criteriului de comunicare internă sau externă, conform subiectelor pe care le ating etc. Eu voi alege prezentarea lor conform criteriului de timp necesar pentru implementare lor:

- § Termen scurt
- § Termen mediu
- § Termen lung

Mă voi concentra asupra eforturilor de implementare, luând în considerare resursele necesare pentru implementarea recomandărilor.

3. 5 .1 Recomandări pe termen scurt (3-6 luni)

- 1. Crearea unei secțiuni de CFÎ (Cele mai Frecvente Întrebări) pe web site** care să conțină **răspunsuri la cele mai des întâlnite solicitări** pe care ar putea să le aibă cetățenii despre Parlament, deputați, procesul legislativ și administrația Parlamentului (diagrama organizațională, bugetul etc.). Un model de CFÎ foarte bine structurat este accesibil pe web site-ul Camerei Comunelor al Marii Britanii.²⁰
- 2. Comunicarea pe larg a priorităților Parlamentului**
Formarea unui simț de orientare și o misiune (vezi secțiunea de mai sus). Discutarea în public (printr-o serie de interviuri) punctele comune ale celor 88 de Directive UE care sunt planificate pentru adoptare²¹. **Explicarea** celor mai importante și **de ce ele sunt necesare pentru Moldova** (găsirea unor motive interne care să fie acceptabile, decât prezentarea unor argumente negative cum ar fi “pentru că nu ne putem integra în UE fără adoptarea lor”). Crearea listei și oferirea explicațiilor pe web site.
- 3. Actualizarea și adăugarea pe web site**
Existența web site-ului este un pas înainte demn de aplaudat. Site-ul trebuie să fie curat, simplu și ușor de navigat.

La momentul actual el ar putea fi îmbunătățit prin următoarele:

- **Îmbunătățirea/modernizarea funcției de Căutare** a web site-ului prin a atribui prioritate rezultatelor căutării, a folosi funcțiile de căutare cu mai mulți parametri, etc.
- Includerea **unei adrese de contact** pe Pagina Principală;

²⁰ <http://www.parliament.uk/faq/faq.cfm>

²¹ Cele care trebuie să fie luate ca bază pentru armonizarea legislației Moldovei în conformitate cu Programul Legislativ al Parlamentului pentru anii 2005-2009.

- Transformarea vizibilă a web site-ului într-unul **interactiv** – oferirea rapidă a răspunsurilor la solicitări. Caracterul interactiv al funcției ar fi bine să fie formulat oficial în regulamentul Parlamentului sau în strategia de cooperare cu societatea civilă.
- Punerea la dispoziție a unui **răspuns automat** la fiecare solicitare prin care se confirmă că solicitarea a fost primită și va fi examinată în ordinea înregistrării.
- La fel, **prezența unui răspuns automat la toate mesajele electronice** transmise la Parlament, inclusiv deputaților și angajaților.
- **Adăugarea explicațiilor** atunci când diverse Comisii, Direcții, Servicii etc. (explicarea misiunii și atribuțiilor lor) sunt prezentate pe web site;
- **Numele tuturor angajaților** (din Departamente, Servicii etc.) și CV-urile lor (cu hyperlink) anexate la *toate* numele pe site (propunerea unui model unificat pentru toată informația de acest fel);

4. Crearea unui substituent pentru Intranet:

- a. Chiar înainte de formarea unui Intranet integrat, crearea **unei secțiuni de pe web site doar pentru uz intern:**
 - i. O secțiune a paginii web limitată pentru public, accesibilă numai cu un nume de utilizator și parolă;
 - ii. Utilizarea acestui nume de utilizator (pentru secțiunea cu acces limitat) a web site-ului pentru a plasa documente cum ar fi:
 1. Agenda de lucru a Biroului Permanent și stenogramele/procesele verbale ale ședințelor Biroului;
 2. Agenda Ședințelor Plenare prezentată în timp util;
 3. Pachetul de proiecte de lege care se află în dezbateră în ședință plenară.

Ultimele două grupuri de documente ar putea de asemenea să fie incluse pe web site-ul accesibil pentru publicul larg odată ce ședințele plenare propriu-zise sunt de asemenea publice și transmise în direct.

5. Numirea unui purtător de cuvânt (ca parte componentă a administrației Parlamentului):

- a. Majoritatea din comunicarea despre Parlament se rotește în jurul următoarelor persoane: Președintele, Vice-președinții, Președinții de Comisii. Acesta este un fenomen dorit și care se vrea continuat. Totuși, aceasta nu este suficient pentru a **oferi publicului o imagine multilaterală** a ceea ce este pus în joc;
- b. Un purtător oficial de cuvânt va **spune presei în fiecare săptămână care proiecte de lege se află pe agenda legislativă**, ce este discutat la ședințele Comisiilor Permanente, de ce aceste discuții sunt necesare etc, școlarizând presa despre multiplele aspecte ale rolului deputaților.

6. Anularea Buletinului de Știri; re-direcționarea resurselor angajaților din Serviciul de Presă și Serviciului Informațional-analitic și de Prognozare:

- a. Abandonarea producerii Buletinului de Știri: oferirea posibilității pentru deputați să **verifice personal întreaga listă de noutăți**. Dacă este prea costisitor de a lua un abonament și a-l utiliza în comun,

atunci lor le va fi oferită o selecție de noutăți care este generată pentru alte servicii (Ambasade etc.) pentru a evita implicarea angajaților în pregătirea acestor buletine de știri;

- b. Aceasta va permite **economisirea considerabilă a timpului angajaților** (în total 4 persoane) pentru acțiuni mult mai productive (cum ar fi activitățile de RP pentru întregul Parlament, pregătirea reportajelor pentru emisiuni televizate despre activitatea parlamentară, organizarea seminarelor, vizitelor de lucru etc.)
- c. Aceasta în consecință va fi în beneficiul deputaților care își exprimă frustrarea incapacității lor de a **analiza independent ceea ce ei consideră important**.
- d. Generarea doar a **unei compilații de “Noutăți a Parlamentului”** ce va conține relatări despre activitățile Parlamentului care s-au reflectat în presa internă și internațională;

7. Instituționalizarea audierilor publice regulate:

- a. Repetarea invitațiilor pentru **experți cu renume și organizații ale societății civile pentru a participa la audierile săptămânale ale Comisiilor Permanente** – chiar dacă ei nu vor participa, ei vor fi recunoscători pentru că au fost invitați și vor ști că opiniile lor contează.
- b. Invitarea **unor grupuri selectate ale publicului larg** – persoane care vor fi cel mai probabil atinși de proiectele de lege discutate – pentru a participa la ședințe și a-și exprima poziția;
- c. O astfel de **ascultare atentă și includere în procesul de luare a deciziilor** va contribui enorm la **restabilirea încrederii** în instituția Parlamentului;

8. Înlocuirea transmisiunii în direct a Ședințelor Plenare de pe postul național de televiziune cu o transmisiune specială prin televiziunea de cablu: Eu realizez că această propunere poate fi privită ca una contrară percepțiilor intuitive. **Este pe drept justificată mândria că transmisiunea în direct a fost posibilă**, lucru care accentuează deschiderea și transparența Parlamentului. Totuși vă rog să vă gândiți de ce o astfel de transmitere, nesupusă editării, prezentată către toți spectatorii, indiferent de interesul pe care îl au în domeniul dezbaterilor politice, ar putea fi contra-productivă:

- a. Lucrul adevărat al Parlamentului **are loc în Comisii**. Ședințele plenare sunt în mare majoritate legate de luarea unei poziții și votare;
- b. În același timp, **vizionând ședințele plenare în direct spectatorii au impresia că deputații se țin numai de dispute** și tot ce fac e să se confrunte unii cu ceilalți;
- c. Pentru a **elimina această impresie negativă**, transmisiunile în direct pe postul de televiziune națională trebuie înlocuite cu un grup de reportaje care descrie săptămânal activitatea Parlamentului;
- d. Folosind înregistrările din timpul orelor de lucru ale Comisiilor precum și cele din timpul Ședințelor Plenare și având **o persoană care să explice lucrul care are loc în Parlament**, va duce la aceea că se va

crea un simț de scop și ordine și va exclude caracterul lipsit de folos, haotic oferit de transmisiunile în direct.

- e. În continuare, pentru grupurile speciale de spectatori trebuie instalat un **canal separat de transmisiune prin cablu**, care să dispună de mai multe posibilități, inclusiv interviuri, reportaje, evaluări, emisiuni televizate etc., pe lângă transmisiunea în direct a ședințelor. Odată cu extinderea televiziunii prin cablu, Parlamentul **ar putea să adopte o nouă lege prin care să solicite ca un canal să fie rezervat pentru acces public**, așa după cum este cazul SUA.

9. Oferirea unor buletine informative săptămânale cu proiecte de lege înainte de petrecerea ședințelor:

- a. Facilitarea lucrului deputaților prin **transmiterea pachetelor de proiecte de lege accesibile on-line** pentru a fi discutate înainte de ședințe.
- b. Oferirea proiectelor de lege **din cadrul pachetelor informative exact în ordinea în care ele vor fi puse în Agendă**;
- c. Oferirea **și a variantelor tipărite**.

10. Zilele ușilor deschise:

- a. Instituirea o dată în lună a **Zilelor Ușilor Deschise** unde toți sunt invitați să facă turul Parlamentului;
- b. Separarea ultimului rând din semicerc cu un perete din sticlă și **oferirea accesului exclusiv pentru public pentru a putea asista la ședințe** (Presa ar putea să aibă alte spații rezervate în semicerc);
- c. Cooperarea cu Ministerul Educației pentru a institui **un program de vizite pentru copii din școli** din întreaga țară pentru a asista la ședințele plenare.

11. Aduceți copiii voștri la locul de lucru:

- a. Oferirea posibilității deputaților și angajaților din Parlament să-și aducă copiii la locul lor de lucru odată pe an, în fiecare an, **pentru a face cunoștință copiilor** (și familiei – invitarea unui copil și a unui adult în fiecare an) **cu lucrul unui deputat în Parlament**;

12. Instituirea Zilelor Europei:

- a. Organizarea **Seminarelor și Conferințelor la subiecte de interes major** pentru Publicul Moldovei în contextul evenimentelor legate de UE: spre exemplu Ziua de Unitate Istorică a Europei din 9 Mai – discută motivarea și acțiunile din spatele Tratatului inițial; Zilele Consumatorului European – discută drepturile și obligațiunile consumatorilor UE etc.

13. Concentrarea Comunicării cu Bruxelles (Comisia și Parlamentul European):

- a. Organizarea unor **manifestații special în capitala Europei**, ținând atît Comisia cît și Parlamentul;

- b. Prezentarea poziției Moldovei ca urmare a organizării acestor manifestații, sau **formarea unor parteneriate cu experții cu renume** (CEPES, ERC, Bertelsmann, etc.) pentru a organiza evenimente speciale legate de Moldova;
- c. **Angajarea unei Agenții de Relații cu Publicul pentru a lucra la Bruxelles, Chișinău și București** (inclusiv Bucureștiului ca principalul avocat odată ce România va intra în UE).

14. Mărirea numărului de ediții ale Buletinului Parlamentului la cel puțin 6 ori pe an și considerarea traducerii edițiilor în Engleză pentru distribuție prin Ambasadele Moldovei în statele lumii, precum și prin intermediul misiunii României la UE.

15. Sărbătorirea Zilelor ONU – în special a celor care țin de drepturile omului, alte valori democratice sau chestiuni stabilite drept prioritate în Republica Moldova:

- a. Extinderea celebrării Zilei Drepturilor Omului din 10 decembrie **în întreaga țară**, prin organizarea diverselor conferințe cu participarea deputaților, societății civile, media și altor formatori ai opiniei publice; în același mod celebrarea Zilei Mediului și purtarea discuțiilor cum de păstrat Moldova curată și în siguranță, etc.

3. 5. 2. Recomandările pe termen mediu (6-18 luni):

Aceste recomandări nu sunt considerate “pe termen mediu” pentru că ele sunt mai puțin urgent necesare, dar pentru că ele **necesită fonduri adiționale** și în consecință bugetele necesită timp pentru a fi re-negociate.

1. Deputații trebuie să călătorească ca reprezentanți ai poporului și nu ca reprezentanți ai partidelor politice:

- a. Deputații în Parlament sunt toți reprezentanți egali ai poporului și **trebuie să fie tratați în mod egal indiferent de afilierea lor politică**. În consecință nu există vreun motiv sau vreo justificare pentru a diferenția serviciile de care ei se bucură;
- b. Aceasta include **folosirea automobilelor și combustibilului** la care toți ar trebui să aibă acces egal deoarece vizitele de lucru pentru a se întâlni cu alegătorii fac parte integrantă din mandatul lor ca reprezentanți ai poporului;
- c. Astfel, trebuie depuse toate eforturile pentru a oferi fiecărui deputat o mașină și obligarea lui **să plece de fiecare dată într-o localitate diferită**.
- d. Pentru a descuraja folosirea automobilelor în scopuri personale, poate fi stabilită o simplă regulă că toate călătoriile în *aceeași* localitate începând cu a doua într-un trimestru vor fi taxate din salariul deputatului;

- e. Conlucrarea cu companiile bine formate europene de automobile pentru a **asigura contracte de leasing preferențiale, cu preț redus** pentru a oferi Parlamentului numărul necesar de automobile.
- 2. Biblioteca trebuie automatizată, cărți noi (UE) trebuie procurate sau primite din donații, trebuie oferite CD-uri cu legislație, precum și organizate cursuri de limbi străine:**
- a. Biblioteca ar putea deveni un **centru de resurse** în toată puterea cuvântului pentru a oferi posibilitate deputaților să-și îndeplinească mandatul;
 - b. Biblioteca ar trebui să **solicite donații** de la donatori la nivel bilateral (Ambasade acreditate în Chișinău) și de la donatori internaționali;
 - c. Pentru a oferi spațiu pentru noile achiziții, Biblioteca **ar trebui să transfere la arhivă literatura veche juridică de tip sovietic**;
 - d. Toate cărțile trebuie să **fie catalogate în mod electronic**;
 - e. Angajații ar trebui să **știe cel puțin 1, preferabil 2 limbi de circulație UE**, adițional limbii Engleze;
 - f. Trebuie organizate regulat tururi ale Bibliotecii pentru deputați și angajați;
 - g. Stabilirea unor aranjamente cu presa și cu Ambasadele din Moldova pentru a **oferi gratis o listă largă de publicații pentru Bibliotecă**;
 - h. Angajații Bibliotecii trebuie să **cerceteze în mod regulat articolele savanților (internaționali)** la anumite teme pentru a pregăti materiale de lucru pentru comisiile permanente și a le distribui în formă electronică deputaților;
 - i. Angajații Bibliotecii **trebuie să informeze deputații despre articolele sau publicațiile de interes conform specialității lor**;
- 3. Cursuri de limbi străine pentru deputați și angajați;**
- a. Trebuie organizate **cursuri speciale de limbi străine** pentru deputați – poate ar fi posibil de aranjat un acord special cu Consiliul Britanic (British Council) sau cu Ambasada SUA (sau cu Fundația Soros) pentru a oferi cursuri de limbă engleză (în clădirea Parlamentului) pentru deputați și angajați (după cum este recomandat de proiectul PNUD).
- 4. Comasarea Serviciului de Presă și Imagine și a unei părți din Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare în Serviciul de Comunicare:**
- a. Atât Serviciul de Presă și Imagine cât și Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare dispun de competențe de comunicare – primul la nivel local, al doilea la nivel internațional;
 - b. Ar fi binevenită **comasarea celor două funcții de presă și comunicare într-un singur „Serviciu de Comunicare”**, care să fie responsabil de relațiile cu media atât la nivel național cât și cel internațional (păstrând relațiile actuale de raportare pe care le au cele două servicii);
 - c. Noul Serviciu de Comunicare va fi **responsabil de tot lucrul de comunicare internă și externă** (Un pachet complet ce include

Misiunea, Termenii de Referință, Diagrama Organizațională și Fișele de Post poate fi oferită la cerere);

- d. Serviciul de Comunicare ar mai fi responsabil și de **administrarea web site-ului și a (viitorului) intranet;**
- e. Partea rămasă a Serviciului Informațional-analitic și de Prognozare ar putea fi restructurată, **avînd o secțiune responsabilă de relații cu Societatea Civilă** și alți parteneri (din sfera academică, business, experți cu renume etc.)
- f. Astfel, Serviciul Informațional-analitic și de Prognozare **va implica parteneri din societate în oferirea evaluărilor și analizelor de impact pentru proiectele de lege propuse;** Serviciul va organiza în mod regulat audieri și dezbateri publice etc. (la solicitare, poate fi oferit separat un pachet de acte care să conțină Misiunea, Termenii de Referință, Diagrama Organizațională și Fișe de Post propuse);

5. Formarea unui Departament de Relații cu Publicul:

- a. Parlamentul primește un volum mare de corespondență însă aceasta este în mare măsură oarbă – fiind adresată Parlamentului sau Președintelui Parlamentului;
- b. Pentru a contribui la (și încuraja) contactul direct, **trebuie îmbunătățit și făcut public actualul Serviciu de Petiții și Audiențe, fiind transformat într-un adevărat Departament** de Relații cu Publicul care primește persoane care aduc petiții, răspunde la solicitări, direcționează întrebări la deputații responsabili sau la alte instituții publice etc.;
- c. Un astfel de departament ar trebui să acționeze ca un filtru (o scanare preliminară) dar și să **încurajeze accesul persoanelor la deputați;**
- d. Angajații din Departament ar trebui să fie în stare să **educe petiționarii** în ceea ce este rezonabil de așteptat, ceea ce este o petiție realistă și care organ de stat este cel mai bine abilitat să răspundă la solicitarea petiționarului. Trebuie facilitată crearea și finanțarea campaniilor de informare/ridicare a nivelului de cunoaștere la capitolul competențelor Parlamentului (pentru a nu limita accesul persoanelor la instituțiile de stat prin intermediul petițiilor).
- e. În așa fel, nivelul de frustrare al solicitanților va fi micșorat și publicul va fi tot mai **inițiat în ceea ce poate și ce nu poate face Parlamentul.**

6. Formarea unui canal TV public prin cablu:

- a. Noul Serviciu de Comunicare nu are nevoie să dispună de propriul studio de prelucrare și producere a reportajelor. Pentru a limita costurile și pentru a trece într-un alt domeniu de lucru (cum ar fi sectorul audiovizualului), Serviciul ar trebui să selecteze și să conlucreze cu un **partener extern** (un studio video) pentru a oferi filmări și compilări ale vizitelor oficiale etc.
- b. Serviciul de Comunicare trebuie să ia în considerare opțiunea anulării aranjamentelor cu postul de televiziune națională de transmisiune în direct (vezi secțiunea anterioară) și să **formeze în loc un canal de televiziune prin cablu pentru a transmite în direct ședințele** și să

dispună de alte pachete informaționale care pune în vizor ședințele, precum și unele emisiuni și analize ale activității Parlamentului;

- c. Cheltuielile pentru astfel de operațiuni ar putea fi acoperite de un partener extern, **finanțat parțial din publicitate și sponsorizare pe de o parte, și de subsidii de stat pe de alta** (în special contribuții cum ar fi spațiul, timpul de lucru al angajaților etc.).

7. Oferirea stagiilor de lucru pentru studenții de la Științe Politice, Drept, Administrație Publică și Comunicare:

- a. Lipsa de consultați, analiști și personal administrativ este una din cele mai serioase limitări în eficiența lucrului Parlamentului, inclusiv activitățile de analiză, comunicare și contact cu exteriorul;
- b. În acest context s-ar putea stabili **un program regulat de stagii**,
- c. Aceste stagii ar putea fi negociate cu **Ministerul Educației pentru ca practica de lucru ca să devină parte componentă a programului de studii**;
- d. Chiar și în absența unui acord de efect major cu Ministerul, programul ar putea oricum să fie pus pe roate **în cooperare cu unii profesori sau direct cu studenții cointeresați**;

8. Plasarea Codului de Conduită al Funcționarului Public pe web site:

- a. Ca parte componentă a efortului de **alinie a misiunii administrației** și creare a unui spirit al instituției, poate fi elaborat și publicat un cod deontologic al funcționarului din Parlament;
- b. Codul (simplu și direct, cu puține prevederi cu referire la ceea ce poți și ce nu poți face) trebuie prezentat în formă de **Postere și pus pe pereții din clădire**, în officii, ascensoare etc.;

9. Comunicarea cu cetățenii Republicii Moldova de peste hotare:

- a. Se spune că o treime din moldovenii lucrează în afara țării, necesitățile lor **trebuie să ajungă să fie ascultate în Parlament** și drepturile lor trebuie protejate;
- b. Trebuie examinate anumite subiecte legate de **pensii, asigurare medicală, echivalarea studiilor și diplomelor** etc;
- c. O mică secțiune a Serviciului de Comunicare sau al Serviciului Informațional-analitic și de Prognozare (cel care lucrează cu partenerii și beneficiarii sociali) ar putea fi împuternicit să **lucreze anume în direcția necesităților acestor persoane** și să ajute la menținerea liniilor de comunicare.

3. 5. 3. Recomandările pe termen lung (mai mult de 18 luni):

1. Sistemele informaționale:

- a. După cum a fost menționat în secțiunea 2, **fiecare post de lucru** trebuie echipat **cu un calculator și acces la internet**;

- b. Deputații și angajații trebuie să treacă **testul de Licență Europeană de Utilizare a Calculatorului (ECDL)** pentru a le permite folosirea calculatoarelor la potențialul maxim și să navigheze cu ușurință prin internet;
- c. **Stabilirea unor aranjamente cu un producător global pentru obținerea unor condiții de leasing cu preț redus**, sau contactarea fundațiilor SUA pentru a primi calculatoare folosite, câte unul pentru fiecare post de lucru (de asemenea se recomandă examinarea posibilității achiziționării echipamentului puțin folosit sau primirea de donații de calculatoare).

2. Posibile schimbări în legislația electorală:

- a. Comunicarea eficientă nu poate fi stabilită dacă alegătorii nu își pot identifica deputații care vor exprima interes deosebit față de subiectul specific al lor;
- b. Astfel devine necesară **reexaminarea legislației electorale și considerarea posibilității de a transforma fiecare raion într-o circumscripție electorală**. Ar trebui să existe și alte soluții pentru problema transnistreană care nu presupun sabotarea întregului sistem electoral și „aruncarea apei de baie cu tot cu prunc”.

3. 6. Monitorizarea și Evaluarea:

3. 6. 1. **O monitorizare și evaluare corespunzătoare** necesită fonduri pentru a organiza o cercetare inițială pentru a stabili percepțiile, a răspunde așteptărilor publicului și a omite neînțelegerile. În absența unor fonduri necesare, pot fi folosite următoarele criterii:
 - a. **Focus grupuri ad hoc** – în special în cadrul societății civile, societății academice, mediului de afaceri și media.
 - b. **Stabilirea unor indici interni;**
 - c. **Satisfacția deputaților și a angajaților.**

Partea 4: Calendarul Activităților și acțiunile următoare

4.1. Calendarul Activităților (vezi pagină separată):

4.2. Acțiunile următoare

- a. Discutarea, modificarea și aprobarea Strategiei propuse;
- b. Elaborarea planurilor de implementare și formarea bugetului;

- c. Implementarea activităților care necesită fonduri reduse sau care nu necesită fonduri;
- d. Campania de atragere a fondurilor pentru activități costisitoare;
- e. Monitorizare și evaluare.