CZU: 316.772.5:659.3:004.738.5 **https://doi.org/10.59295/sum11(6)2025_17**

COMUNICAREA VIRTUALĂ – NOUA DIMENSIUNE A COMUNICĂRII PUBLICE

Lilia JOMIRU,
Universitatea de Stat din Moldova

Comunicarea virtuală este un fenomen de dată recentă, apărut odată cu dezvoltarea vertiginoasă a tehnologiilor informaționale, care a lărgit semnificativ posibilitățile comunicării în general. Ea este mediată de tehnologia digitală, necesitând utilizarea computerelor, telefoanelor mobile sau a altor dispozitive electronice conectate la internet. Adesea, comunicarea virtuală implică multimodalitate, combinând diverse forme de exprimare, descrise mai jos în lucrare, pentru a transmite sensul în mod mai bogat şi nuanţat. Interacțiunile virtuale pot fi clasificate în funcție de sincronicitate. O caracteristică importantă a comunicării virtuale este posibilitatea anonimității, care poate influența în mod semnificativ comportamentul lingvistic al utilizatorilor. Aceste aspecte unice creează un mediu lingvistic distinct de comunicarea față în față. Comunicarea virtuală cu toate posibilitățile ei practic nelimitate a deschis noi perspective pentru comunicarea publică care are o importanță deosebită în interacționarea cetățeanului cu administrațiile publice de diferit nivel.

Cuvinte-cheie: *comunicare publică, comunicarea virtuală, virtualizare, tehnologii informaţionale, social media, digitalizare.*

VIRTUAL COMMUNICATION – THE NEW DIMENSION OF PUBLIC COMMUNICATION

Virtual communication is a recent phenomenon that appeared along with the rapid development of informational technologies, which has significantly expanded the possibilities of communication in general. It is mediated by digital technology, requiring the use of computers, mobile phones or other electronic devices connected to the internet. Virtual communication often involves multimodality, combining various forms of expression, described below, to convey meaning in a richer and more nuanced way. Virtual interactions can be classified according to synchronicity. An important feature of virtual communication is the possibility of anonymity, which can significantly influence the linguistic behavior of users. These unique characteristics create a linguistic environment distinct from face-to-face communication, with its own constantly evolving norms and conventions. Virtual communication, with all its practically unlimited possibilities, has opened new perspectives for public communication, which is of particular importance in the interaction between citizens and public administrations at various levels.

Keywords: *public communication, virtual communication, virtualization, information technologies, social media, digitalization.*

INTRODUCERE

Comunicarea virtuală este un fenomen de dată recentă, apărut o dată cu dezvoltarea vertiginoasă a tehnologiilor informaționale, care a lărgit semnificativ posibilitățile comunicării în general. Ea capătă în timp noi valențe, noi interpretări, își lărgește sfera de influență, cuprinzând tot mai multe domenii. Fiind o nouă dimensiune a comunicării publice, comunicarea virtuală este „una din modalităţile de exprimare a realităţii virtuale, este în mod cert produsul noilor tehnici de comunicare contemporană din lumea electronică şi informaţională şi se constituie ca o nouă formă a experienţei umane, reprezentând una din cele mai fascinante provocări adresate vreodată societăţii în ansamblul ei” [1, p. 50]. Se pune un accent îndeosebi pe spațiul virtual, comunicarea și tehnologiile media, elemente ce sunt intens dezbătute în literatura de specialitate. Astfel, în paradigma postmodernă a cercetării „sunt efecte sau forme culturale ale noilor media, ale virtualului sau ale comunicării mediate tehnologic” [1, p. 13].

În viziunea I. Rotaru, „spaţiul cibernetic furnizează un alt univers fără a folosi coordonatele obişnuite timp și spațiu care generează o formă de experienţă dezorientată şi imaterială în care comunicarea şi

interacţiunile se desfăşoară instantaneu într-un timp nou global, depăşind barierele timpului şi spaţiului. Este un spaţiu imaterial fără coordonate fixe, în care oricine îşi pierde ancorarea în corp, natură şi comunitate socială” [1, p. 40].

CONTEXT

Problematica virtualității devine o dominantă a științelor comunicării, preocupările vizând atât impactul schimbărilor tehnico-comunicaționale asupra discursului, cât și caracteristicile moderne ale acestuia.

Este vizibilă o legătură strânsă între ascendența tehnologiilor informaționale și diversificării celor comunicaționale. Virtualitatea ca termen este de origine indo-europeană – „wir” - și înseamnă virtute, valoare, voință, deci nu se distanțează esențial de real sau de uman. Virtualizarea presupune o „valorificare creativă” a aspectelor umane, o reinterpretare a realului cognitiv, pragmatic din activitatea socială a omului.

Realul este transformat prin tehnologiile informaționale și comunicaționale, reproducând creativ fațetele diverse ale umanului. Acest fapt este realizat datorită posibilităților interpretative ale variilor aspecte ale realității sociale. „Virtualul este coevoluţia fiinţei umane cu maşinile computaţionale sub forma unei interfaţări complementare la fel cum pielea corpului separă şi simultan, uneşte exteriorul trupului cu interiorul său, interfaţa digitală, indiferent de natura ei, generându-se ca spaţiu al reciprocităţii, mediază între fiinţa umană şi alteritatea tehnologică” [2, p. 10].

Se prefigurează două abordări ale virtualității în științele comunicării. Este vorba de „perspectiva *osmotică*”, care privește diversitatea, alteritatea ca fiind fațete multiple ale vieții sociale văzute ca un tot întreg sub cele mai nuanțate forme. A doua abordare, opusă primei, are o viziune „*catastrofică* a evoluţiei socialului prin pierderea inerentă a fiinţei umane într-o existenţă matriceală de tip reţea”, în contextul virtual al cyberspațiului” [1, p. 16]. Toate acestea se întâmplă în contextul dezvoltării și schimbărilor din societatea modernă în paralel cu progresul tehnologiilor informaționale din ultima perioadă.

Pierre Levy, unul dintre cei mai apreciați cercetători în domeniul culturii virtuale contemporane, este de părere că odată cu dezvoltarea spațiului cibernetic au apărut o serie de tehnici materiale și intelectuale pentru un nou mediu de comunicare, care derivă din interconectarea device-urilor la nivel mondial [3]. P. Levy consideră că spațiul cibernetic nu se rezumă doar la infrastructura materială a comunicării digitale, ci și la bogăția de informații ce îl conține, în care trăiesc oamenii și îl amplifică. Este un univers de comunicare interactiv, comunitar, navigabil, avantajos pentru cei care știu să îl folosească cu pricepere și se transformă într-un instrument prioritar al inteligenței colective. Spațiul cibernetic este „universal fără totalitate” (P. Levy), căci orice individ, indiferent de timp și spațiu, devine o parte din el și poate să o creeze. Este posibil să conecteze oricare punct dat cu altul, orice nod din rețea devine producător de noi și neașteptate informații, menținând astfel un univers nedeterminat în expansiune. Și în acest context putem discuta despre virtualizare ca la o stare potențială de lucruri.

Premisele apariției spațiului informațional s-au creat o dată cu inventarea microprocesorului (1971), urmat de apariția calculatorului personal, care a schimbat radical lumea (deși primul calculator electric a apărut în 1946). Începând cu anii 70 ai secolului trecut, se dezvoltă rapid posibilitățile de operare a datelor de către calculator, iar în anii 90, datorită tehnologiei cu fibră optică, apare telefonia mobilă. Așa începe revoluția tehnologico-informațională, care a permis să capete o răspândire nemaivăzută comunicarea electronică. S-au produs schimbări colosale în transmiterea, stocarea și răspândirea informației practic pentru toți utilizatorii datorită rețelelor de comunicații. F. Webster, referindu-se la noțiunea de societate informațională, distinge 5 părți componente: 1) tehnologică; 2) economică; 3) socială; 4) spațială; 5) culturală [4, p. 15].

M. Castles e de părere că programarea, calculatoarele și toate sistemele comunicaționale lucrează pentru om și dezvoltarea creierului său [5, p. 52].

Accesibilitatea noilor tehnologii începând cu anii 80 ai secolului XX a schimbat radical structura proceselor sociale și economice din societate. A început revoluția tehnico-informațională. Cuvintele lui Bruce Mazlish, istoricul tehnologiei, reflectă bine situația actuală, el își propune să facă „recunoașterea faptului că evoluția biologică a omului, acum cel mai bine înțeleasă din punct de vedere cultural, face ca umanitatea... să realizeze că instrumentele și mașinile sunt inseparabile de natura umană în evoluție. De asemenea,

ne cere să realizăm că dezvoltarea mașinilor, culminând cu calculatoare, face inevitabil să ne dăm seama că teoriile utile în explicarea modului în care funcționează invențiile mecanice sunt utile și în înțelegerea animalului uman și invers, pentru înțelegerea creierului uman aruncă lumină asupra naturii inteligenței artificiale intelectul" [6, p. 19].

M. Castles vorbește despre principalele fațete ale societății informaționale, demonstrează că tehnologia este inseparabilă de aspectele economice, politice și sociale, pe care le enumeră:

„- Rețele de afaceri (familiale, antreprenoriale, ierarhice, organizatorice).
- Instrumentele tehnologice (calculatoare puternice, noi software, limbaj digital comun).
- Concurența globală forțând upgrade-uri constante, noi cunoștințe și produse.
- Statul care coordonează și dirijează procesele economice
- Apariția și consolidarea întreprinderilor globalizate" [7, p. 123].

Totul a pornit de la transformarea tehnologică care a dus la digitalizarea comunicării, crearea de rețele de calculatoare și de softuri tot mai avansate, transmiterea informației prin rețele fără fir, acces nelimitat la internet. S-au înregistrat mari progrese tehnologice în prelucrarea informației și a comunicării, care s-au unit într-un singur flux și a rezultat a altă comunicare: orală, scrisă, audiovizuală, managerială, educațională etc. Este evidentă o interacțiune directă între tehnologii, realitatea socială și comunicare, se extind astfel posibilitățile de influență aspra conștiinței umane. Această interdependență dintre comunicare, informații și tehnologii se adâncește pe măsura globalizării societății mondiale.

Se formează un mediu informațional planetar din diferitele fluxuri de informații și moduri de abordare. Dispar noțiunile de timp și spațiu pentru universul informației virtual. Noi trăim acum într-o lume supraîncărcată informațional, se creează un spațiu tehnologic informațional enorm.

Tehnologiile informaționale devin un instrument de lucru vital pentru instituțiile statului și pentru promovarea politicilor sale de calitate. Se atestă câștiguri de cost și eficiență, pot fi utilizate mai multe aplicații, care pot fi combinate cu alte tehnologii mai specifice și mai avansate. Tehnologiile digitale sunt catalizatori ai progresului tehnologic și cu efecte comunicaționale asupra întregului proces de guvernare, de relaționare între instituții de diferită natură și public. „S-a susținut că tehnologiile digitale (IT/TIC și tehnologiile care au urmat) sunt, de fapt, mai puternic decât alte tehnologii mai tradiționale, și astfel „revoluția digitală" sau „a patra revoluție industrială" este mai mare decât revoluțiile industriale care o precedă" [8, p. 7], afirmă C. Baccianti, V. Labhard, J. Lehtimäk.

Este evident că interacțiunea și comunicarea dintre instituțiile publice și publicul său suferă transformări, adoptarea noilor tehnologii creează o responsabilitate mai mare între părțile interesate și cresc șansele egale pentru toți participanții. Se vorbește despre „eficacitatea guvernamentală" care include calitatea serviciilor publice și comunicarea online cu publicul său: persoane, agenții, asociații, organizații negurnamentale etc. Este importantă independența structurilor administrațiilor publice de presiunile politice, formularea clară a politicilor și credibilitatea în rândul populației. Un alt indicator este „calitatea reglementării", care măsoară capacitatea structurilor guvernamentale de a formula și implementa politici, care să promoveze dezvoltarea societății în toate domeniile.

Indicatorul „statul de drept" include respectarea legislației în vigoare și adoptarea de noi legi, lupta cu corupția, crima organizată și alte aspecte negative ale societății. Ultimul indicator „voce și responsabilitate" se referă la libertatea de exprimare a cetățenilor, de asociere în diverse organizații, libertatea mass-media/new media. Toți acești indicatori și-au găsit reflectare în lucrarea C. Baccianti, V. Labhard, J. Lehtimäk [8, p. 11-12]. O analiză efectuată de acești trei cercetători arată că atât țările din UE, cât și non-UE au adoptat și implementat cu succes interacțiunea digitală, tehnologiile informaționale devin o parte componentă a instituțiilor statului și contribuie la eficientizarea difuzării informațiilor de interes public și la extinderea comunicării instituționale [8, p. 18].

Comunicarea virtuală cu toate posibilitățile ei practic nelimitate a deschis noi perspective pentru comunicarea publică care are o importanță deosebită în interacționarea cetățeanului cu administrațiile publice de diferit nivel. S-a deschis un nou spațiu interactiv, mobil, bidirecțional, accesibil, cu platforme moderne de comunicare, care duc la transformarea modelelor obișnuite de influență și cooperare dintre funcționar și beneficiar.

Caracteristicile rețelei de comunicare virtuală permit crearea de platforme unde devine posibilă o abor-

dare bilaterală a problemelor și soluțiilor, a exprimării opiniei față de evenimente, discutarea unor aspecte importante din viața societății etc. Administrația publică centrală sau locală este la curent cu atitudinea omului de rând vizavi de procesele sociale, economice, politice, culturale care au loc în țară. În același timp, platformele online sunt o bază pentru specialiștii în comunicare de a influența opinia publică și a direcționa.

Acțiunea de comunicare este privită de filosoful german Jürgen Habermas, membru al școlii de la Frankfurt, drept „model preferențial de exercitare a puterii” în lumea contemporană. Teoria acțiunii de comunicare face parte din teoriile critice ale societății. Se consideră că criticismul habermasian „reunește doi poli teoretici distincți: teoriile de nivel micro asupra raționalității sociale, bazate pe structuri comunicative și pe acte de limbaj, și teoriile la nivel macro, privind teoriile integrării societății moderne prin intermediul unor mecanisme sociale de piață” [9, p. 8]. Prin comunicare se urmărește scopul de a se ajunge la o înțelegere reciprocă mai adecvată dintre administrație publică și membrii săi, se înlocuiește strategia veche de a obține doar influență din partea factorilor decizionali.

Comunicarea publică online are o mare legitimitate pentru orice cetățean și de aceea trebuie structurat și promovat cu maximă rigurozitate. În centrul atenției este omul de rând cu tot spectrul de probleme ce îi sunt caracteristice. Transparența este regula de aur pentru orice informație publică tipărită sau difuzată prin canale media, social media, publicitate etc. Un alt aspect al comunicării publice este responsabilitatea pentru cele afirmate că vor fi îndeplinite la timp și cu mult profesionalism. Deci transparența, responsabilitatea și profesionalismul sunt factorii cheie ce asigură o comunicare publică adecvată. Strategia de comunicare publică trebuie să se bazeze pe obiective bine stabilite și realizabile, pe un plan de comunicare bine gândit și pe analiza indicatorilor de performanță.

O analiză a gradului de utilizare a surselor de comunicare de către APL și părțile interesate între anii (2017-2020) arată că se folosesc atât canalele tradiționale de comunicare (buletin informativ 3-4%, panou informativ 27-30%, mass-media 25-28%), cât și cele noi: (pagina web – 32-34 %, rețele sociale 23-26%,) [10, p. 47-52].

Comunicarea virtuală devine din ce în ce mai practicată de diverși factori politici, economici, sociali, culturali, crește ponderea ei în instituțiile statului care au conștientizat avantajele unei astfel de comunicări. Social media a devenit o sursă de informare în timp real, relaționare, interacțiune, comunicare pentru toți membrii societății. Interacțiunea socială, interactivitatea între utilizatori se transformă într-un dialog viu, unde se partajează impresii, opinii, conținut audio, video, text, etc.

Ca instrument de marketing este folosită pentru a promova produsele și serviciile unei organizații și a spori imaginea. Se formează grupuri de interese care împărtășesc aceleași valori și fac schimb de experiență. Orice utilizator este conștient de principalele funcții ale platformelor social-media: „publicare, partajare, discuții, marketing, realizare de evenimente, grupuri, jocuri” [11, p. 5].

Funcționarul public are obligația de a mânui cu abilitate principalele instrumente ale comunicării electronice, cum ar fi serviciul de email, site-ul WEB al instituției, blogul, semnătura electronică, rețelele de socializare [12]. Serviciul de email a devenit o modalitate la îndemâna oricui, datorită caracteristicilor de bază: simplu, rapid, accesibil, ieftin, confidențial, autentic, convenabil, permite trimiterea și primirea de mesaje concomitent de la zeci sau sute de persoane etc.

Site-urile WEB sunt create de organizații publice sau private, de persoane particulare, companii, fundații și conțin informații sub formă de text, imagini, poate fi chiar animații. Utilizatorii au acces 24 de ore la site, fiind la curent cu ultimele noutăți, cunosc activitatea organizației și serviciile pe care le promovează. Blogul este un instrument online de atitudine, de obicei, a unei persoane, unde sunt postate informații, comentarii, puncte de vedere. Semnătura electronică este un cod criptat, se utilizează pentru a trimite documente confidențiale. Se asigură astfel integritatea și autenticitatea documentelor digitale care sunt transmise.

Administrația publică a adoptat o serie de documente electronice, care pot fi accesate, completate și semnate de cetățean, apoi trimise organului respectiv. Se obține astfel securizarea documentelor și certitudinea că documentul a ajuns la destinație. Rețelele sociale sunt platforme de comunicare virtuală între diferite grupuri de indivizi cu scopuri comune, unde se interacționează, se face schimb de informații, se comentează evenimente etc.

Comunicarea publică online are caracteristicile sale, care trebuie reglementate prin diverse documente. La 15 aprilie 2014 Organizația pentru Cooperare și Dezvoltare Economică (OCDE) a adoptat Recomanda-

re referitoare la strategiile privind guvernarea digitală, pentru a facilita interacțiunea dintre administrația publică-cetățean-mediul de afaceri „ca factor strategic de creare a sectoarelor publice deschise, inovative, participative și de încredere, care să contribuie la dezvoltarea la nivel național și, pe termen lung, la o creștere economică sustenabilă", se arară în hotărârea Guvernului RM (2023) [13, p. 78].

Statele europene (UE și AELS) au adoptat la 6 octombrie 2017 Declarația ministerială de la Tallinn privind guvernarea digitală, care prevede „accelerarea transformării digitale a guvernului, bazat pe o serie de principii:

1) digital în mod implicit
2) principiul „doar o singură dată"
3) interoperabilitate în mod implicit
4) incluziune și accesibilitate
5) deschidere și transparență
6) fiabilitate și securitate" [13, p. 74].

Strategia de reformă a administrației publice din Republica Moldova pentru anii 2023-2030, adoptată în 2023, prevede la rubrica Debirocratizare și dezvoltarea serviciilor electronice drept obiectiv crearea unei administrații publice eficace cu practici democratice, ce prestează în mod transparent, imparțial, profesionist și responsabil servicii de calitate. Se prevede ca direcție prioritară pentru anul 2030 modernizarea tuturor serviciilor publice, automatizarea procesului de prestare a acestora pentru a deveni o „societate digitală, aptă să profite de oportunitățile tehnologiilor informaționale și a serviciilor electronice". Se preconizează dezvoltarea serviciilor digitale „pro-active, simple și intuitive", se creează astfel facilitatea ca persoanele să beneficieze de anumite servicii fără a aplica la ele dacă au completat alte formulare.

Va continua reproiectarea și extinderea serviciilor publice „în conformitate cu principiile orientării către client și facilitarea furnizării lor electronice, ca un pas necesar și important pentru modernizarea sectorului public și furnizarea de servicii electronice calitative" [13, p. 75]. Important pentru instituțiile publice este cunoașterea feedback-ului când se prestează servicii prin intermediul unor soluții electronice pentru a fi îmbunătățite. Sunt necesare soluții tehnice dezvoltate și implementate, să se facă schimbări benefice în baza propunerilor beneficiarilor.

Sistemul de e-Guvernare va fi dezvoltat prin noi „soluții guvernamentale partajate", vor fi eficientizate procesele administrative și de oferire a serviciilor publice. Procesul de digitalizare va lua amploare pe măsură ce se va schimba percepția față de aceste servicii electronice și mentalitatea cetățeanului. Se planifică colectarea, gestionarea și partajarea datelor din diferite registre și „prioritizarea digitalizării registrelor indisponibile electronic".

Cetățenii vor avea un acces mai liber la datele guvernamentale importante pentru economie și societate, se vor permite mai multe „conexiuni automate cu bazele de date (de exemplu, prin interfețe de programare a aplicațiilor)" [13, p. 77]. Va spori posibilitatea de a accesa, verifica, solicita informații, partaja cu părți terțe, cetățeanul fiind la curent dacă sunt utilizate date cu caracter personal și dându-și consimțământul de a prelucra informația despre sine.

Activitatea autorităților publice locale va fi „digitalizată prin intermediul operării și funcționării unei platforme informaționale, dar și instruirea cadrului normativ necesar"[13, p. 78]. Infrastructura de e-Guvernare va fi extinsă și la nivelul autorităților publice locale, se va accelera procesul de transformare digitală a serviciilor oferite. Se pune un accent deosebit pe calitatea serviciilor furnizate și îmbunătățirea lor. „Conceptul „guvernare centrată pe cetățean" este o viziune bazată pe recunoașterea modurilor diferite prin care oamenii interacționează cu sectorul public. Trecerea online a serviciilor și integrarea acestora aduc economii de timp/costuri, și ajută să ia în considerare nevoile beneficiarilor acestora. În consecință, într-un mediu online centrat pe cetățean, cetățenii sunt centrul și este de datoria entităților publice să se miște în jurul lui prin serviciile electronice pe care le furnizează" [13, p. 79].

CONCLUZII

Comunicarea virtuală se distinge prin mai multe caracteristici fundamentale. În primul rând, este mediată de tehnologia digitală, necesitând utilizarea computerelor, telefoanelor mobile sau a altor dispozitive

electronice conectate la internet. Adesea, comunicarea virtuală implică multimodalitate, combinând diverse forme de exprimare, cum ar fi textul scris, imaginile statice, videoclipurile, emoji-urile, hyperlink-urile și alte elemente media, pentru a transmite sensul în mod mai bogat și nuanțat. În al doilea rând, interacțiunile virtuale pot fi clasificate în funcție de sincronicitate. Comunicarea sincronă se desfășoară în timp real, așa cum este cazul în sesiunile de chat sau în videoconferințe, în timp ce comunicarea asincronă implică un decalaj temporal între momentul trimiterii mesajului și cel al primirii și răspunsului, așa cum se întâmplă în cazul e-mailurilor sau al postărilor pe forumuri. O altă caracteristică importantă a comunicării virtuale este posibilitatea anonimității, care poate influența în mod semnificativ comportamentul lingvistic al utilizatorilor, oferindu-le un sentiment de dezinhibare și conducând uneori la exprimări mai directe sau mai puțin convenționale. Aceste caracteristici unice creează un mediu lingvistic distinct de comunicarea față în față, cu propriile sale norme și convenții evoluând constant.

Referințe bibliografice:

1. ROTARU, I. *Comunicarea viturtuală. Impactul noilor tehnologii informaţionale şi comunicaţionale în spaţiul educaţional contemporan*. Bucureşti, 2010. nr. pag. 304, ISBN 9786068139395
2. DINESCU, L.-S. *Corpul în imaginarul virtual.* Iaşi: Polirom, 2007. nr. pag. 296, ISBN 978-973-46-0641-2
3. LEVY, P. Qu’est-ce que le virtuel? Edition de la Découverte. Disponibil: https://www.persee.fr/doc/homso_0018-4306_1996_num_120_2_3472 [accesat 04.06.2025].
4. Уэбстер, Ф. *Теории информационного общества*. М.: Аспект Пресс, 2004. nr. pag. 304, ISBN 9780415718790
5. Кастельс, М. *Информационная эпоха: экономика, общество и культура.* М.: ГУ ВШЭ, 2000. nr. pag. 597, ISBN 9781405196864
6. MAZLISH, B. *The fourth discontinuity: the so-evolution of Humans and Machines.* New Haven: Yale University press, 1993. nr. pag.282, ISBN 9780300054118
7. CASTELLS, M. *Communication Power.* Disponibil: https://www.academia.edu/25294841 [accesat 20.09.2025].
8. BACCIANTI, C., LABHARD, V., LEHTIMAK, J. *Digitalisation, institutions and governance, and diffusion: mechanisms and evidence.* Disponibil: https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecb.wp2675~8faf37ac20.en.pdf [accesat 20.09.2025].
9. HABERMAS, J. *Conştiinţă morală şi acţiune comunicativă*. Bucureşti: România: All Educaţional, 2000. nr. pag. 225, ISBN 9780262581189
10. BUCATARU, I. Sinteza gradului de respectare a prevederilor legale privind transparența decizională de către autoritățile APL de nivel II și UTAG pentru anii 2017-2020. In: *Teoria și practica administrării publice.* Materiale ale conferinței științifico-practice internaționale. 21 mai 2021. pp. 47-52. ISBN 978-9975-3492-6-0. ISBN 978-9975-3492-7-7 (PDF).
11. BURCEA, C., HÂRȚESCU, I. *Transparenţă şi calitate în administraţia publică prin social media.* București, 2014. Disponibil: https://www.anfp.gov.ro/R/Doc/2014/Proiecte/Social%20Media/Manual%20Social%20media_final.pdf [accesat 20.09.2025]
12. CEBOTARU, E. *Rolul şi importanţa comunicării în administraţia publică*. Disponibil: https://ibn.idsi.md/sites/default/files/imag_file/379-381_2.pdf [accesat 20.09.2025].
13. Strategia de reformă a administrației publice din Republica Moldova pentru anii 2023-2030. Disponibil: https://old.gov.md/sites/default/files/document/attachments/subiect-02-nu-92-cs-2023.pdf, [accesat 20.09/2025].

Date despre autor:

Lilia JOMIRU**,** doctorandă, Facultatea de Jurnalism și **Ș**tiințe ale Comunicării, Universitatea de Stat din Moldova.
ORCID: 0000-0002-7247-6783
E-mail: liliajomiru02@gmail.com

Prezentat:01.10.2025