

ROMÂNIA  
MINISTERUL APĂRĂRII NAȚIONALE  
DIRECȚIA INFORMARE ȘI RELAȚII PUBLICE



**STRATEGIA DE COMUNICARE**  
A MINISTERULUI APĂRĂRII NAȚIONALE  
ÎN PERIOADA 2017-2020

## 1. REFERINȚE

1. Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu modificările și completările ulterioare;
2. Strategia Națională de Apărare a Țării pentru perioada 2015-2019;
3. Carta Albă a Apărării - 2015;
4. Strategia Militară a României - 2016;
5. Programul de Guvernare 2017 - 2020;
6. Ordinul ministrului apărării naționale nr. M.76/2016 pentru aprobarea *Instrucțiunilor privind activitatea de informare și relații publice în Ministerul Apărării Naționale*.

## 2. INTRODUCERE

*Strategia de comunicare a Ministerului Apărării Naționale în perioada 2017-2020*, elaborată de Direcția informare și relații publice, este un document cadru, multianual, prin care sunt stabilite obiectivele de comunicare ale instituției militare, trăsăturile profilului de imagine dezirabil al Armatei României și modalitățile de realizare a echilibrului între activitățile de informare publică, cele de informare internă și cele pe linia relației cu comunitatea.

Pentru implementarea *Strategiei de comunicare*, Direcția informare și relații publice elaborează *Planul anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale*. Acest document de planificare a comunicării vizează exclusiv acțiunile de informare și relații publice desfășurate nemijlocit de Direcția informare și relații publice și conduse/coordonate de la nivel central.

Documentul de față, coroborat cu *Planul anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale*, oferă comandanților/șefilor structurilor militare, responsabililor din domeniul informării și relațiilor publice și actorilor ce vor fi implicați (comunicatorii oficiali sau specialiști pe diferite domenii) o abordare coerentă și responsabilă, bazată pe soluții și finanțare proprie, structurată pe etape succesive și pe un calendar al acțiunilor ce urmăresc îndeplinirea obiectivelor de comunicare planificate.

În baza prevederilor actelor normative specifice și a prezentei *Strategii*, structurile de informare și relații publice de la toate eșaloanele vor elabora propriile documente de planificare a comunicării prin preluarea și adaptarea obiectivelor de comunicare, temelor și mesajelor-cadru stabilite, corespunzător specificului fiecărui eșalon și particularităților audiențelor cărora li se adresează.

Pluralitatea și complementaritatea mijloacelor de comunicare în masă, concurența acerbă dintre acestea pentru atragerea audiențelor, diversitatea intereselor, orientărilor și afiliierilor politice antrenează instituțiile mass-media într-o veritabilă goană după senzațional, alterând accidental sau intenționat calitatea discursului mediatic și provocând distorsiuni grave conținutului informațional al mesajelor transmise.

În aceste circumstanțe, sistemul militar de informare și relații publice se va adapta vitezei de operare a jurnaliștilor și va pune la dispoziția acestora, **în timp util**, punctul de vedere al instituției militare. În același timp, va cere partenerilor săi de dialog, redacțiilor mass-media și jurnaliștilor, să respecte normele deontologiei profesionale și să verifice informațiile pe care le dețin.

## 3. MISIUNEA

Misiunea sistemului de informare și relații publice din Armata României este de a sprijini comandanții/șefii prin comunicarea/transmiterea de informații adevărate, corecte și în timp util audiențelor, pentru a menține încrederea ridicată a publicului în instituția militară și realizarea în cadrul acestuia a unei culturi militare necesare înțelegerii adecvate a problematicii militare, rolului, obiectivelor, misiunilor, operațiilor și activităților desfășurate, contribuind astfel la promovarea și consolidarea credibilității instituției militare și a profesiei militare.

#### 4. SCOPUL STRATEGIC DE COMUNICARE

Scopul *Strategiei de comunicare* este de a susține îndeplinirea obiectivelor fundamentale ale Ministerului Apărării Naționale, stabilite pentru perioada 2017-2020, prin promovarea direcțiilor generale de acțiune ale Armatei României, creșterea gradului de informare și a nivelului de înțelegere a problematicii asociate domeniului militar în rândul membrilor grupurilor de audiență.

#### 5. OBIECTIVE DE COMUNICARE URMĂRITE

În definirea obiectivelor de comunicare ale M.Ap.N. vor fi avute în vedere misiunile asumate de instituție care derivă din atribuțiile constituționale ale M.Ap.N., obligațiile asumate de România în plan internațional în domeniul securității și obiectivele/măsurile care revin M.Ap.N. în baza Programului de Guvernare 2017 - 2020.

În implementarea acestor obiective, DIRP se va coordona cu structura de comunicare a Guvernului în vederea unei acțiuni sincronizate și integrate la nivelul aparatului guvernamental și al Sistemului Național de Securitate (SNS).

Realizarea obiectivelor de comunicare stabilite în prezentul document necesită transmiterea mesajelor instituției militare într-un mod coerent, ritmic, cu largă adresabilitate și accesibilitate, prin valorificarea tuturor canalelor media și o reacție promptă pentru corectarea știrilor/informațiilor false din toate mediile.

Obiectivele de comunicare generale ale M.Ap.N. sunt:

- Informarea completă și oportună a audiențelor externe și interne cu privire la operațiile, misiunile, transformarea instituției militare, politicile și direcțiile de acțiune din domeniile resurselor umane și programelor de achiziții și modernizare cu tehnică militară;
- Obținerea înțelegerii și menținerea sprijinului public cu privire la acțiunile instituției militare și la necesitatea alocării resurselor financiare destinate înzestrării, operațiilor și misiunilor curente, continuării procesului de transformare a structurii de forțe pentru a genera capabilități cu un grad sporit de sustenabilitate și interoperabilitate, flexibile, robuste, mobile, rapid dislocabile în teatru și capabile să participe la întreaga gamă de misiuni de apărare colectivă și gestionare a crizelor internaționale (sub egida NATO, UE, ONU și OSCE);
- Informarea completă și oportună a audiențelor interne și externe cu privire la condițiile de muncă, salarizare, dezvoltare profesională, creșterea calității vieții personalului, acordarea de sprijin și asistență personalului în activitate, în rezervă și în retragere, veteranilor de război, membrilor familiilor acestora, răniților, invalizilor și urmașilor celor decedați ca urmare a participării la acțiuni militare, pentru rezolvarea unor cazuri sociale;
- Informarea permanentă, corectă și oportună a comisiilor de specialitate din Parlamentul României în vederea menținerii/câștigării sprijinului acestora pentru promovarea inițiativelor legislative ale M.Ap.N. și pentru susținerea întregului proces de transformare a instituției militare;
- Informarea completă și oportună a audiențelor interne și externe cu privire la implementarea măsurilor stabilite la Summit-ul de la Varșovia cu privire la postura NATO de apărare și descurajare la flancul estic, în cadrul conceptelor de prezență avansată **întărită** - eFP (enhanced Forward Presence) și prezență avansată **adaptată** - tFP (tailored Forward Presence) pentru zona de sud a flancului estic, prin constituirea și operaționalizarea Comandamentului Multinațional de Divizie Sud - Est (HQ MND-SE), a Brigăzii multinaționale (MN-BDE) și a unei Unități de integrare a forțelor NATO (NFIU) pe teritoriul României;
- Informarea completă și oportună a audiențelor interne și externe referitoare la activitățile/exercițiile desfășurate în colaborare cu țări aliante și parteneri pe teritoriul României, în spațiul aerian și apele teritoriale în scopul consolidării securității aliante la flancul estic al NATO;
- Mediatizarea contribuției României, de nivel companie, la Grupul de Luptă coordonat de SUA ce va fi dislocat în Polonia ca parte a prezenței aliante avansate pe segmentul nordic al flancului estic;

- Prezentarea clară, explicită și cuprinzătoare a rolului, importanței și semnificațiilor intensificării eforturilor de atingere a ținutelor de cooperare consolidată cu statele cu care România are încheiate parteneriate strategice (SUA, Germania, Franța, Italia, Spania, Marea Britanie, Polonia, Turcia, Azerbaidjan, Moldova, Ungaria și R. Coreea), a relevanței continuării și consolidării relațiilor la nivel bilateral și regional cu statele din vecinătatea României și din regiunea extinsă a Mării Negre, inclusiv Caucazul de Sud și Asia Centrală, care reprezintă un demers complementar statutului de membru al NATO și al UE, de natură să confere un plus de credibilitate României pe scena internațională potențând astfel procesul de consolidare a profilului de stat promotor al stabilității regionale.
- Informarea completă și oportună a audiențelor interne și externe cu privire la îndeplinirea angajamentelor în planul securității și apărării asumate de țara noastră în cadrul NATO și UE, față de alte organisme internaționale și autorități publice naționale, în scopul asigurării unor capacități optime de descurajare și reacție imediată pentru promovarea și protejarea intereselor naționale în fața amenințărilor, riscurilor și vulnerabilităților menționate în *Strategia națională de apărare a țării pentru perioada 2015 - 2019*;
- Menținerea sprijinului public cu privire la contribuția țării noastre la desfășurarea sistemului american de apărare antirachetă în Europa, parte integrantă a sistemului de apărare antirachetă al NATO, ale cărui elemente determină creșterea nivelului de securitate națională, substanțierea Parteneriatului Strategic româno-american și consolidarea profilului strategic al României de partener de încredere și furnizor de securitate pentru statele membre NATO și UE;
- Promovarea constantă a profesiei militare în vederea creșterii gradului de interes al tinerilor față de aceasta și menținerea pe o poziție atractivă pe piața forței de muncă, sprijinirea procesului de recrutare și selecție a candidaților pentru profesia militară, în acord cu nevoile proceselor de transformare/operationalizare a structurilor armatei, inclusiv prin campanii media;
- Promovarea și explicarea modului de îndeplinire a serviciului militar în calitate de rezervist voluntar, inclusiv prin campanii media, potrivit Legii 270/2015;
- Cooperarea inter-instituțională în scopul dezvoltării relațiilor de sprijin reciproc prin informarea populației asupra misiunilor unităților militare, invitarea reprezentanților autorităților publice la activități/ceremonialuri militare, participarea militarilor la evenimente/acțiuni publice de interes local/umanitar, prezentarea profesionalismului militarilor și promovarea profesiei militare;
- Informarea completă și oportună a audiențelor interne și externe cu privire la sprijinirea, cu forțe și mijloace din Armata României, a autorităților administrației publice în situații de urgență, pentru acordarea de asistență populației și pentru managementul consecințelor dezastrelor, la solicitarea autorităților administrației publice centrale și locale;
- Informarea permanentă, corectă și oportună a audiențelor externe și interne cu privire la inițierea/derularea Programelor de înzestrare de importanță strategică, cu prioritate avionul multirol, inclusiv modernizarea infrastructurii de aerodrom, transportorul blindat pentru trupe TBT 8x8, autoturisme de teren blindate și neblindate, înzestrarea cu corvete multirol și asigurarea capacității operaționale finale pentru Fregatele T 22R;
- Reacție promptă, în colaborare cu alte structuri din M.Ap.N., SNS sau alte ministere pentru corectarea știrilor/informațiilor false din toate mediile;
- Asigurarea accesului la informațiile de interes public în condițiile Legii nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public, cu completările și modificările ulterioare.
- Educarea cetățenilor, deopotrivă militari și civili, cu privire la respectarea tradițiilor și simbolurilor militare și naționale, precum și la promovarea voluntariatului și a spiritului de solidaritate umană sau a altor valori specifice unei societăți democratice;
- Creșterea gradului de conștientizare, în mediul militar și civil, asupra existenței categoriei militari răniți, invalizi și urmași ai celor căzuți la datorie, problemelor cu care aceștia se confruntă și respectului care li se cuvine din partea societății.

**Obiectivele de comunicare ale fiecărei structuri vor fi stabilite în planurile anuale de informare și relații publice.**

## 6. PROFILUL DE IMAGINE AL ARMATEI ROMÂNIEI

Realizarea obiectivelor de comunicare ale M.Ap.N. în perioada 2017-2020 condiționează în mod direct realizarea profilului de imagine al Armatei României, având următoarele trăsături principale:

- **ARMATA - instituție fundamentală a statului român**
  - capabilă să-și îndeplinească misiunile constituționale și neimplicată politic;
  - formată din personal profesionist;
  - echipă unită și performantă, cu un grad mare de predictibilitate a acțiunilor sale.
- **ARMATA - ambasador al imaginii României în lume**
  - aport major la îndeplinirea angajamentelor internaționale ale României;
  - instituție compatibilă și interoperabilă cu armatele țărilor membre NATO;
  - factor activ de securitate euro-atlantică și regională;
  - profesionalismul militarilor români, apreciat de aliații din NATO și UE.
- **ARMATA - model de transformare structurală și calitativă**
  - cea mai reformată instituție a statului român;
  - pilon de stabilitate;
  - exemplu de disciplină, înțelegere și solidaritate umană.
- **ARMATA - parte integrantă a societății românești**
  - administrator eficient al resurselor pentru apărare și al fondurilor publice;
  - sprijin activ al populației în situații de urgențe civile;
  - implicată în viața comunității/societății;
  - bun angajator și protector al drepturilor personalului militar și civil;
  - implicată în rezolvarea problemelor sociale ale personalului militar și civil.
- **ARMATA - continuator al tradițiilor de luptă ale poporului român**
  - implicată activ în toate activitățile de cinstire a memoriei eroilor căzuți la datorie;
  - simbol al tradițiilor și valorilor istorice naționale;
  - continuator și promotor al tradițiilor de luptă ale poporului român.

## 7. PROGNOZA EVOLUȚIEI TEMELOR MINISTERULUI APĂRĂRII NAȚIONALE ÎN MASS-MEDIA ÎN PERIOADA 2017-2020

În perioada 2017-2020 este posibil ca atenția mass-media să fie concentrată pe următoarele teme specifice portofoliului instituției militare sau asociate:

- participarea contingentelor românești la misiuni și operații în afara teritoriului statului român și evoluția situației de securitate în aceste zone;
- prezența avansată a NATO în România pentru zona de sud a flancului estic (cu accent pe operaționalizarea Comandamentului Multinațional de Divizie Sud-Est - HQ MND-SE - din București și constituirea Brigăzii multinaționale - MN-BDE - la Craiova) și contribuția noastră la Grupul de Luptă coordonat de SUA ce va fi dislocat în Polonia ca parte a prezenței aliate avansate pe segmentul nordic al flancului estic;
- rezerviștii voluntari: legislație, organizare, costuri, misiuni;
- continuarea eforturilor instituționale în vederea asigurării resurselor financiare necesare modernizării și înzestrării Armatei României, prin alocarea anuală a minim 2% din PIB bugetului apărării, timp de 10 ani, începând cu anul 2017;
- continuarea/inițierea programelor strategice de înzestrare cu tehnică de luptă performantă și echipamente noi necesare categoriilor de forțe ale Armatei României (avion multirol și modernizarea infrastructurii de aerodrom, asigurarea capacității operaționale finale pentru Fregatele T 22R, corvetă multifuncțională, transportoare blindate, autoturisme ș.a.);
- misiunile și activitățile din agenda NATO - Summit-urile NATO de la Bruxelles (2017) și Istanbul (2018), reuniuni ministeriale, implementarea măsurilor de asigurare/reasigurare, exerciții, nivelul de instruire, interoperabilitate și modul de acțiune al comandamentelor și al altor structuri

NATO de pe teritoriul României);

- integrarea tuturor componentelor sistemului NATO de apărare antirachetă din Europa, de pe teritoriul țărilor aliate, și declararea nivelului de operabilitate finală a acestuia;
- intervenția unor forțe și mijloace ale Armatei României în sprijinul autorităților administrației publice în situații de urgență, pentru acordarea de asistență populației afectate de calamități naturale și pentru managementul consecințelor dezastrelor;
- aplicarea legislației privind pensiile militare de stat, rezerviștii voluntari, a noului statut al personalului militar, precum și a reglementărilor în domeniul salarizării;
- contribuția Armatei României la activitățile din Programul național al manifestărilor aniversării Centenarului Primului Război Mondial și al Centenarului Marii Uniri;
- disfuncții organizatorice sau de înzestrare ale Armatei României.

## 8. EXECUȚIA

Pentru atingerea obiectivelor de comunicare stabilite prin prezenta Strategie de comunicare și în execuția *Planului anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale* se va urmări o abordare multidimensională și diversificată și se vor folosi pe deplin avantajele oferite de tehnologia informației.

Pe plan central, efortul de comunicare se va concentra pe conștientizarea de către audiențele interne și naționale a măsurilor întreprinse de M.Ap.N. pentru stabilirea condițiilor necesare modernizării și adaptării Armatei României la riscurile și provocările specifice actualului context geopolitic, cât și pentru consolidarea profilului de partener strategic relevant al României la nivelul NATO, al UE și în relația cu Statele Unite ale Americii.

În acest sens, direcțiile de comunicare principale vor fi axate pe continuitatea strategică în cadrul NATO și UE, creșterea capacității operaționale a forțelor armate, implementarea unui management optim al resurselor de apărare, pregătirea profesională și calitatea vieții personalului militar, revitalizarea industriei naționale de apărare, pregătirea populației și teritoriului, precum și gestionarea inter-instituțională a crizelor de tip militar sau de securitate.

Liderii civili și militari vor transmite mesaje periodice pe subiectele strategice ale instituției militare. Acestea vor fi preluate de comunicatorii specialiști pentru un plus de credibilitate.

Crearea și exploatarea oportunităților de mediatizare a activităților conducerii civile și militare a M.Ap.N., ca principalii vectori de comunicare a mesajelor instituției militare, va permite îndeplinirea obiectivelor de comunicare stabilite și încadrarea în profilul de imagine propus, în mod corelat cu obiectivele, temele și mesajele de comunicare strategică ale NATO referitoare la evoluțiile situației de securitate, evenimente de rezonanță publică internațională și misiunile din teatrele de operații.

În funcție de gravitatea și urgența situațiilor concrete, reprezentanții M.Ap.N. desemnați (șeful Direcției informare și relații publice, purtătorul de cuvânt al M.Ap.N., ofițeri de informare și relații publice, comandanți, comunicatori experți/specialiști ș.a.) vor putea recurge la luări de poziție pentru a oferi explicațiile necesare înțelegerii corecte de către opinia publică a cazurilor respective, făcând precizările și/sau dezmințirile care se impun, în cadrul briefingurilor și conferințelor de presă, prin utilizarea dreptului la replică și/sau prin intervenții în direct pe timpul emisiunilor/dialogurilor televizate sau radiodifuzate, prin interviuri, articole, editoriale, comentarii destinate publicării de către presa scrisă/electronică militară și civilă.

Printr-o cooperare benefică cu alte structuri din M.Ap.N., din cadrul SNS sau alte ministere/agenții guvernamentale, asociații ale cadrelor militare în rezervă și în retragere, organizații neguvernamentale, fundații culturale, asociații sportive, DIRP va avea o reacție promptă în corectarea știrilor/informațiilor false din toate mediile. Totodată, prin acest mecanism de colaborare și schimb de informații, se va crește capacitatea de anticipare și prevenire a atacurilor mediatice, precum și viteza de reacție în cazul situațiilor de criză mediatică.

Perspectiva Guvernului/M.Ap.N. de interpretare a evenimentelor va fi comunicată în timp cât mai scurt în vederea reducerii numărului de situații în care instituția militară ar putea fi nevoită să adopte poziții reactive/defensive, încercând să corecteze și să explice informațiile eronate sau incomplete vehiculate în mass-media.

Vor fi desemnați comunicatori specialiști pe domeniile prioritare, care vor fi pregătiți periodic de către DIRP, pentru a putea interveni prompt în dezbaterile publice pe temele de interes ale instituției

militare, cum ar fi achizițiile publice, bugetul apărării, operațiile militare, proiecte legislative, recrutarea și rezerviștii voluntari etc.

La nivel local, fiecare comandant/șef, prin persoana responsabilă de domeniul informării și relații publice, va planifica și componenta media la toate activitățile importante ale unității militare. În cadrul acestei planificări, vor fi desemnați comunicatori care pot explica jurnaliștilor detalii despre munca militarilor. Se va acorda o atenție deosebită misiunilor externe, exercițiilor naționale sau multinaționale, evenimentelor desfășurate în spațiul public, misiunilor umanitare etc.

Crizele mediatice vor fi tratate cu celeritate. Comandanții și ofițerii de informare și relații publice vor fi disponibili pentru jurnaliști imediat ce presa află sau este anunțată despre evenimentul produs. În redactarea mesajelor, ofițerul de informare și relații publice se va consulta cu DIRP

### **8.1 POLITICA DE COMUNICARE:**

Pentru îndeplinirea obiectivelor de comunicare stabilite și promovarea imaginii instituției militare, preluarea de către agenda media a temelor dezirabile și asigurarea unei continuități pozitive a subiectelor militare în relațiile presei scrise și audio-vizuale, în funcție de contextul mediativ, de limitările și constrângerile specifice evenimentului militar, structurile de informare și relații publice din Ministerul Apărării Naționale vor urmări implementarea unor politici de informare publică *active* și/sau *foarte active*. În anumite situații, când se anticipează un interes public nesemnificativ pentru o activitate planificată sau când există restricții impuse pentru protejarea informațiilor clasificate ori a datelor cu caracter personal, cu avizul șefului Direcției informare și relații publice, se poate recurge la utilizarea politicii de informare *reactive*.

În situația difuzării de către mass-media a unor date și informații neconforme cu realitatea, precum și în cazul manifestării unor crize mediatice, reacțiile sistemului militar de informare și relații publice vor avea la bază monitorizarea, analiza și evaluarea permanentă a relațiilor mass-media, obținerea datelor necesare de la structurile M.Ap.N., redactarea, aprobarea și distribuirea cu rapiditate a reacțiilor M.Ap.N., în condițiile respectării principiului „vocii unice” (mai multe voci, un singur mesaj) și corectării rapide a informațiilor incomplete, incorecte sau tendențioase direct la sursă.

În acest scop, structurile/personalul de informare și relații publice trebuie să întreprindă toate demersurile pentru a avea o reacție adecvată și oportună, punând la dispoziția opiniei publice și a instituțiilor mass-media datele și informațiile corecte, necesare realizării unei mediatizări echilibrate, imparțiale și echidistante referitoare la activitățile M.Ap.N.

### **8.2. EFECTELE SCONTATE:**

În scopul construirii și promovării unei imagini instituționale, care să ofere identitate distinctă Armatei României ca instituție fundamentală în domeniul securității naționale, este necesară adoptarea unei atitudini *foarte active* a comunicatorilor militari (oficiali sau desemnați), pentru a face ca mediul militar să fie integrat, „contextualizat” în agenda mass-media, în scopul atingerii următoarelor efecte:

#### **a. Menținerea încrederii și sprijinului public pentru operațiile și activitățile desfășurate de M.Ap.N.**

- Menținerea Armatei României în topul încrederii populației și a sprijinului public pentru această instituție fundamentală a statului român;
- Menținerea sprijinului populației pentru activitățile desfășurate de NATO și aliați pe teritoriul României, în spațiul aerian și apele teritoriale;
- Consolidarea profilului de imagine al României în cadrul NATO/UE;
- Menținerea la un nivel constant a problematicii instituției militare în agenda mass-media;
- Asigurarea accesului persoanelor la informații de interes public din domeniul apărării, în condițiile legii.

#### **b. Asigurarea resurselor financiare necesare M.Ap.N.**

- Menținerea sprijinului mass-media, al liderilor de opinie și al populației pentru alocarea resurselor financiare necesare instituției militare, în perspectiva direcționării către bugetul apărării, începând cu anul 2017, timp de 10 ani, a minim 2% din PIB;
- Creșterea gradului de informare a audiențelor naționale cu privire la necesitatea continuării derulării programelor majore de achiziții și a celor strategice de înzestrare pentru îndeplinirea obiectivelor de operaționalizare asumate de Armata României.

**c. Atragerea și menținerea unei resurse umane de calitate pentru M.Ap.N.**

- Consolidarea poziției câștigate de profesia militară pe piața forței de muncă și a atractivității ofertelor educaționale din rețeaua de învățământ a M.Ap.N.;
- Promovarea identității Armatei României, a structurilor centrale și a categoriilor de forțe;
- Amplificarea interesului și motivarea tinerilor pentru a urma o carieră militară;
- Îmbunătățirea percepției asupra mediului militar, a personalului militar și a profesiei militare ca alternativă viabilă la profesiile civile;
- Creșterea vizibilității profesiei militare pe piața forței de muncă și consolidarea atractivității ofertelor educaționale din rețeaua de învățământ a M.Ap.N.;
- Perceperea mediului militar ca un mediu profesional concurențial, stabil și dinamic.

**d. Atragerea și menținerea sprijinului populației din zonele de dislocare a contingentelor Armatei României participante la operații multinaționale NATO/UE**

- Informarea populației locale asupra mandatului și legitimității misiunilor militarilor români, precum și asupra acțiunilor de asistență umanitară desfășurate de aceștia;
- Înțelegerea mandatului și legitimității misiunilor militarilor români de către populația locală din zonele de dislocare a contingentelor Armatei României în teatrele de operații;
- Îmbunătățirea percepției populației locale asupra prezenței și activității militarilor români în zonele de dislocare a contingentelor Armatei României în teatrele de operații.

### 8.3 COMUNICATORII

În relația cu mass-media cele mai reprezentative categorii de comunicatori ai instituției militare sunt constituite din: **ministrul apărării naționale, șeful SMG, secretarii de stat, secretarul general, comandanții/șefii** de la diferite eșaloane și categorii de forțe ale armatei (semnifică autoritatea, puterea decizională și asumarea responsabilității actului de comandă); **cadrele militare și soldații/gradații profesioniști** (un statut profesional distinct și onorant, definit prin drepturi și obligații, sunt apolitici și credibili, semnifică, în percepția publică, îndeplinirea datoriei față de țară); **elevii/studentii din instituțiile militare de învățământ** care demonstrează valențele opțiunii pentru cariera militară, având ca reper fundamental îndeplinirea datoriei față de țară; **personalul civil** care lucrează în armată (subliniază valorizarea specialiștilor și a expertizei funcționale, performanța mediului profesional și rolul de angajator al instituției militare, dar și imaginea M.Ap.N. ca parte integrantă a societății în ansamblu); **membrii familiilor militarilor** (personalizează imaginea militarului român, în calitate de cetățean, soț, părinte, membru respectat al comunității locale); **personalul militar în rezervă și în retragere** (semnifică credibilitate, experiență, statut și prestigiu); **rezerviștii voluntari** (reprezintă o resursă importantă pentru suplimentarea, la nevoie, a personalului militar activ); **veteranii și văduvele de război** (reprezintă imaginea vie a tradițiilor de luptă ale Armatei României, fiind exemple pentru spiritul de sacrificiu dovedit pe câmpurile de luptă), **veteranii și răniții/invalizii din teatrele de operații și urmașii celor decedați, endorseri** (persoane de suport) **din mediul academic, artistic și societatea civilă** (credibilitate, transfer pozitiv de imagine, prestigiu).

## 9. AUDIENȚE ȚINTĂ ȘI PARTENERI DE COMUNICARE

Audiențele cărora le sunt adresate activitățile de informare și relații publice ale M.Ap.N. se clasifică în patru grupuri distincte, fiecare grup având nevoi diferite de informare, de resurse și abordări specifice:

- Audiențe naționale;
- Audiențe internaționale;
- Audiențe regionale;
- Audiențe interne.

Totodată, personalul de informare și relații publice trebuie să urmărească permanent modul de adecvare a mesajelor specifice categoriei de forțe ale armatei/structurii militare pe care o reprezintă la particularitățile, necesitățile de informare și așteptările audiențelor menționate, având în vedere că acestea reprezintă parteneri de comunicare ai instituției militare.

Grupurile de audiențe vor fi detaliate în *Planurile anuale ale activităților de informare și relații publice ale Ministerului Apărării Naționale* în funcție de obiectivele de comunicare propuse

pentru anul respectiv și tipul de activități.

## 10. MESAJUL CENTRAL, TEME GENERALE ȘI MESAJE-CHEIE

Mesajul central este, de regulă, declarația persoanei care reprezintă Statul Român (ex. Președintele României, după o decizie CSAT) și se referă la încadrarea situației de fapt și măsurile care se impun. În toate situațiile, acest tip de mesaj arată că România este un stat puternic, capabil să-și asigure securitatea cetățenilor săi, să-și apere valorile, interesele și simbolurile naționale și să contribuie la securitatea colectivă în cadrul Alianței Nord-Atlantice.

La nivelul M.Ap.N., mesajul central constituie reperul pentru definirea unor teme generale (TG) și mesaje-cheie care, prin evenimente de presă generate de instituția militară, proiecte derulate și activitățile de informare și relații publice desfășurate pentru informarea tuturor categoriilor de audiențe, vor urmări îndeaproape realizarea profilului de imagine dezirabilă a Armatei României.

Eforturile de comunicare vor fi concentrate pe transmiterea unor mesaje simple, realiste și concrete, sincronizate pe toate palierele, nuanțate și adaptate la particularitățile audiențelor cărora li se adresează, specificul evenimentelor și eșalonului de unde sunt transmise.

Va fi acordată o importanță sporită coordonării interne a efortului comunicațional, concomitent cu îmbunătățirea conlucrării și sincronizării cu structurile de comunicare din instituțiile sistemului de securitate și apărare națională. Lista cu mesajele-cheie este una deschisă și va fi actualizată pe măsură ce apar noi teme/subiecte de interes.

Activitățile (evenimentele, programele sau acțiunile) de informare și relații publice pentru informarea tuturor categoriilor de audiențe vor avea la bază următoarele teme generale:

### **TG#1 Întărirea posturii de descurajare și apărare a Alianței pe flancul estic:**

- Structurile NATO înființate pe teritoriul României (MND-SE HQ, MN-BDE și NFIU) desfășoară activitățile planificate pentru întărirea posturii de descurajare și apărare a Alianței în această regiune și reprezintă certitudinea că Alianța rămâne unită și puternică în fața amenințărilor de orice natură;

- contribuțiile țărilor din NATO pentru segmentul sudic al flancului estic, în mediile terestru, aerian și maritim, reflectă o creștere a atenției acordate prezenței înaintate din sud-est și o recunoaștere sporită a nevoii de consolidare a acesteia;

- exercițiile și alte activități desfășurate în comun arată determinarea și putința țărilor aliate de a asigura securitatea fiecărei națiuni din NATO;

- contribuim cu o companie la Grupul de Luptă coordonat de SUA, dislocat în Polonia, ca parte a prezenței aliate avansate pe segmentul nordic al flancului estic, arătând determinarea României de a participa la efortul comun al NATO de asigurare a securității fiecărui aliat;

- în cadrul Inițiativei SUA de Reasigurare Europeană (ERI), avem proiecte comune de pregătire și instruire cu partenerii americani și am inițiat și dezvoltarea unor proiecte de infrastructură necesare pre-poziționării unor echipamente;

### **TG#2 Armata României - vector important al promovării imaginii României în lume (audiențe naționale, internaționale și regionale):**

- angajamentele asumate în teatrele de operații confirmă vocația țării noastre de furnizor de securitate, consolidează statutul internațional al României, de aliat și partener de încredere, conform tratatelor și acordurilor la care este parte, contribuind la dezvoltarea cooperării militare, capacității operaționale și interoperabilității Armatei României cu armatele statelor membre ale NATO și UE;

- prin misiunile îndeplinite cu profesionalism de armata sa, România se impune și este recunoscută ca un partener serios și credibil în cadrul comunității internaționale;

- aprecierile de care se bucură militarii români în teatrele de operații sunt o dovadă că Armata României știe să-și pună în valoare una din cele mai importante resurse în domeniul securității, și anume resursa umană;

- militarii români care participă la misiuni desfășurate în afara teritoriului statului român aduc o contribuție majoră la creșterea prestigiului internațional al țării noastre;

- găzduirea unor elemente ale sistemului NATO de apărare antirachetă de către România aduce un plus de securitate atât pentru teritoriul național, cât și pentru aliați și face ca nivelul de securitate al României să fie cel mai înalt din istoria țării.

- dezvoltarea programelor de asistență în domeniul militar, pregătirea militară și desfășurarea exercițiilor militare în comun, cooperarea în domeniul operațional cu statele partenere pot aduce valoare adăugată eforturilor de asigurare a securității regionale.

**TG#3 Armata României – contributor semnificativ la infrastructura militară a NATO, prin punerea la dispoziția Alianței, pe teritoriul României, a unor structuri și a personalului aferent acestora:**

- unul dintre obiectivele majore ale Armatei României îl constituie implementarea conceptului de Smart Defense/Dezvoltarea capabilităților NATO prin abordări multinaționale în vederea optimizării cheltuielilor militare și adaptarea la cerințele Noului Concept Strategic al Alianței;

- îndeplinirea obligațiilor ce decurg din calitatea de membru NATO și UE presupune continuarea unor reforme în domeniul resurselor de apărare și adaptarea constantă a cadrului legislativ, pentru a corespunde noilor realități instituționale și mediului de securitate intern și internațional;

- demararea programelor majore de achiziții pentru categoriile de forțe ale armatei se înscrie în rândul eforturilor întreprinse de România pentru îndeplinirea cerințelor operaționale, realizarea nevoilor de apărare ale României și îndeplinirea angajamentelor asumate în cadrul NATO;

- transformarea Armatei României urmărește crearea unei armate moderne, profesionalizată integral, dimensionată și înzestrată corespunzător, cu forțe expediționare mobile și multifuncționale, rapid dislocabile, flexibile și eficiente, capabile să asigure credibilitatea apărării teritoriului național, îndeplinirea angajamentelor asumate în cadrul apărării colective și participarea la misiuni în afara teritoriului statului român.

**TG#4 Armata României - instituție fundamentală a statului român (audiențe naționale și internaționale):**

- Armata României este echidistantă, neimplicată și neimplicabilă politic, capabilă să-și îndeplinească misiunile constituționale, apărarea țării și asigurarea securității naționale;

- Armata României este subordonată exclusiv voinței poporului pentru garantarea suveranității, a independenței și unității statului, a integrității teritoriale a țării și a democrației constituționale;

- cercetările sociologice confirmă situarea instituției/profesiei militare pe primele locuri în topul încrederii și preferințelor populației, fiind o recunoaștere a rolului esențial îndeplinit de Armata României, împreună cu celelalte instituții fundamentale ale statului, pentru asigurarea cadrului de stabilitate necesar dezvoltării societății românești;

- Armata României este o organizație profesionalizată și performantă, având o contribuție decisivă la îndeplinirea angajamentelor României în cadrul Alianței Nord-Atlantice și implementarea Politicii de Apărare și Securitate Comună (Tratatul de la Lisabona), prin promovarea securității și stabilității regionale și prin participarea la misiunile comune, desfășurate pentru combaterea terorismului internațional;

- M.Ap.N. este un bun angajator și protector al drepturilor legale cuvenite personalului militar și civil, cadrelor militare în rezervă și în retragere, veteranilor de război și urmașilor acestora, în conformitate cu prevederile legislației în vigoare.

**TG#5 Armata României - parte integrantă a societății românești și administrator eficient al fondurilor publice (audiențe naționale):**

- instituția militară este un pilon de stabilitate și contribuie pe multiple planuri, cu respectarea limitelor constituționale, la viața societății românești;

- resursele financiare alocate de la bugetul de stat sunt administrate eficient pentru ca Armata României să-și poată îndeplini misiunile constituționale și angajamentele asumate în plan internațional și misiunile de instruire pe teritoriul național;

- conducerea M.Ap.N. întreprinde toate demersurile necesare pentru asigurarea măsurilor de protecție socială corespunzătoare pentru militarii răniți și pentru familiile militarilor care au făcut sacrificiul suprem pe timpul executării misiunilor în afara teritoriului sau pe teritoriul național;

- Armata României confirmă încrederea acordată de populația țării dând dovadă de solidaritate și profesionalism, răspunzând cu promptitudine la solicitările autorităților publice pentru

a desfășura misiuni de asistență umanitară și intervenție în caz de urgențe civile (ex. distribuire de ajutoare, transport și evacuare răniți/persoane aflate în diferite situații critice).

#### **TG#6 Armata României – continuator al tradițiilor de luptă ale poporului român**

- prin participarea la activitățile prilejuite de aniversările și comemorările principalelor momente din istoria României, Armata demonstrează că este continuatorul tradițiilor de luptă ale poporului român;

- Armata României este continuatoarea și promotoarea valorilor și tradițiilor naționale, contribuind astfel semnificativ la educarea spiritului civic și la respectarea valorilor și simbolurilor naționale de către membrii societății.

### **11. PRINCIPALELE MIJLOACE UTILIZATE**

Atingerea impactului maxim asupra grupurilor de audiență presupune utilizarea optimă, coordonată și complementară, a tuturor instrumentelor de comunicare publică și internă, ca și a resurselor existente.

Mijloacele de comunicare ale M.Ap.N., precum și instrumentele de diplomatie publică utilizate în sprijinul îndeplinirii obiectivelor de comunicare ale instituției militare vor fi stabilite prin *Planul anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale*.

**Trustul de presă al Ministerului Apărării Naționale este principalul vector de comunicare abilitat să mediatizeze activitatea Armatei României** pentru îndeplinirea atribuțiilor sale constituționale, realizarea obiectivelor politicii de securitate și apărare națională, implementarea aspectelor militare ale tratatelor și acordurilor internaționale la care România este parte, instruirea categoriilor de forțe și ipostazele profesiei militare, înzestrarea și operaționalizarea unităților militare, participarea militarilor români la misiuni și operații în afara teritoriului statului român și la exerciții multinaționale, învățământ militar, oferta educațională a M.Ap.N., promovarea tradițiilor militare, evenimente organizate de structurile asociative ale veteranilor de război, ale cadrelor militare în rezervă și în retragere, ale familiilor acestora, precum și relația cu societatea civilă.

Informarea publică prin intermediul redacțiilor mass-media civile naționale, regionale și locale contribuie semnificativ la extinderea difuzării mesajelor transmise de structurile abilitate ale M.Ap.N. Efortul de comunicare va fi susținut și multiplicat pe contururile oficiale de pe rețelele de socializare.

Este recomandată valorificarea tuturor oportunităților de mediatizare a activităților desfășurate în mod curent de structurile M.Ap.N., în mod autonom sau în parteneriat cu alte structuri guvernamentale sau neguvernamentale, precum și organizarea de activități de interes public, cu invitarea presei civile (ceremonii și evenimente speciale, exerciții, activități internaționale, zile ale porților deschise, tururi media/vizite la unitățile militare de pe teritoriul național și la contingentele dislocate în teatrele de operații, cupe ale presei la tir, campionate sportive, activități culturale, susținerea proiectelor de promovare a profesiei militare „Armata – O școală altfel!”, „Ziua Armatei României în școli”, „Școala de vară a M.Ap.N.”, tabere de vară pentru cercetași, Proiectul „Invictus Games”, acțiuni de voluntariat vizând ocrotirea mediului, caritatea, promovarea sportului sau a valorilor militare și naționale etc.).

Totodată, este recomandată dezvoltarea în continuare a relațiilor de colaborare și de parteneriat dintre structurile de informare și relații publice și redacțiile mass-media civile naționale, regionale și locale în vederea reflectării obiective a activităților M.Ap.N. prin realizarea de emisiuni de radio și de televiziune pe teme de interes pentru opinia publică, prin publicarea unor articole tematice în publicațiile scrise sau online și prin preluarea/redifuzarea emisiunilor de radio și de televiziune realizate de redacțiile specializate ale Trustului de Presă al M.Ap.N.

În condițiile unui mediu informațional concurențial, caracterizat de multiplicarea și accesibilitatea surselor de informare, este necesară revizuirea cadrului normativ și adaptarea structurilor/procedurilor de operare pentru creșterea vitezei de reacție a sistemului mass-media militare în vederea satisfacerii nevoilor de informare ale audiențelor interne, naționale și internaționale prin asigurarea unui flux continuu de informații corecte și complete referitoare la Armata României și rolul social al acesteia, ca instituție fundamentală a statului român.

În baza *Strategiei de comunicare a M.Ap.N.* și a planurilor publicistice anuale, Trustul de presă al M.Ap.N. contribuie la îndeplinirea obiectivelor de comunicare ale M.Ap.N., având ca

deziderat impunerea publicațiilor scrise, electronice și online, a emisiunilor de radio și televiziune realizate de redacțiile specializate ale presei militare centrale și teritoriale ca surse de informații pe teme de securitate și apărare nu doar pentru personalul M.Ap.N., dar și pentru presa civilă, pentru opinia publică în general, prin asigurarea informării corecte și rapide a audiențelor interne, naționale și internaționale cu privire la Armata României și contribuția acesteia la asigurarea stabilității regionale, inclusiv prin preluarea și difuzarea temelor și mesajelor de comunicare strategică ale NATO și UE.

Presa militară centrală și teritorială (publicații scrise, electronice și digitale, emisiuni de radio și televiziune), rețeaua site-urilor web ale structurilor M.Ap.N., rețeaua Intraman și paginile oficiale ale unităților militare în rețelele de socializare vor acționa atât ca vector de multiplicare a mesajului, dar și pe linia informării interne. Se va exploata oportunitatea presei militare de a avea acces la toate activitățile structurilor militare, iar produsele realizate, editate sau brute, vor fi transmise presei civile și distribuite prin rețelele sociale. Aceste produse vor fi dinamice, diversificate, realizate în format digital și puse la dispoziție în timp util prin utilizarea intensivă a facilităților oferite de cele mai noi tehnologii de comunicații.

**Diversificarea și creșterea atractivității ofertei informaționale a mass-media militare** va necesita măsuri administrative, de natură organizatorică, de optimizare funcțională și structurală, care să contribuie la integrarea activităților desfășurate de redacțiile centrale și teritoriale ale presei militare pentru mediatizarea corespunzătoare a activităților personalului M.Ap.N. pe teritoriul național și în teatrele de operații, prin concentrarea și folosirea cât mai eficientă a resurselor existente, umane, materiale și financiare. În același timp, sunt necesare măsuri consecutive pentru modernizarea echipamentelor din dotare, asigurarea funcționalității și creșterea audienței platformelor existente, inclusiv prin eficientizarea sistemului de distribuție a presei scrise și de difuzare a emisiunilor militare de radio și televiziune.

**Perfecționarea pregătirii profesionale a jurnaliștilor militari** va avea ca obiectiv dezvoltarea competențelor multimedia ale acestora la nivelul standardelor de performanță și competitivitate specifice mass-media civile, prin realizarea de produse publicistice specifice presei scrise, online și audiovizuale.

**Creșterea atractivității presei militare**, modernizarea platformelor și a canalelor mass-media militare existente, crearea și dezvoltarea unor noi platforme, canale, produse și publicații (ex. „Armata României” - [www.armataromaniei.ro](http://www.armataromaniei.ro), “Armata României Media – ARMED”, postul de radio militar „Vocea Armatei”, accesibil online [www.presamil.ro](http://www.presamil.ro), emisiuni de televiziune și filme documentare difuzate de posturile TV publice/comerciale din țară și din străinătate, cu precădere de „NATOchannel.TV”, în baza unor acorduri de colaborare) contribuie la diversificarea ofertei informaționale a instituției militare și la promovarea imaginii Armatei României. Această abordare, susținută prin implementarea conceptului echipelor multimedia mobile ”Combat Camera” și prin dezvoltarea capacităților de colectare, procesare și diseminare - în timp real/scurt - a datelor, informațiilor și imaginilor fotografice/video de interes public transformă mijloacele de comunicare ale M.Ap.N. în surse de informații pe teme de securitate și apărare nu doar pentru personalul militar și civil, dar și pentru mass-media civile, pentru opinia publică în general, putând contribui semnificativ la contracararea propagandei ostile îndeplinirii obiectivelor de securitate ale României și ale NATO.

## 12. ACȚIUNI ȘI PRODUSE PRINCIPALE

**Acțiunile** de comunicare și evenimentele speciale organizate de structurile M.Ap.N. vor urmări promovarea și întărirea valorilor care fundamentează încrederea în Armata României. Astfel, percepția militarilor români pe plan intern și extern va fi considerabil îmbunătățită prin construirea și consolidarea identității de militari ai unei armate dintr-o țară membră NATO și UE care acționează pentru îndeplinirea misiunilor constituționale.

Realizarea convergenței tematice în acțiunile de informare pentru audiențele interne și externe, va fi detaliată în **Planul anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale**, document care va fundamenta acest demers.

**Produsele** principale de comunicare vor respecta formatul aprobat, putând fi individualizate pentru a păstra identitatea structurii. Produsele de comunicare reprezintă instrumente eficiente ce pot fi utilizate într-o mare diversitate de împrejurări și au avantajul că pot fi distribuite atât înaintea, cât și

după încheierea activităților organizate de structurile militare.

**Planul anual al activităților de informare și relații publice al Ministerului Apărării Naționale** va detalia, pe activități (evenimente), principalele produse de informare publică și de informare internă utilizate, precum și periodicitatea, secvența și bugetarea acestora.

### 13. RISCURI ȘI AMENINȚĂRI

În prezent, riscurile și amenințările la adresa statului român, fie ele convenționale, neconvenționale, teroriste, propagate în mediu virtual sau hibride, pot proveni atât din partea unor state, dar și a unor actori non-statali, și au ca element comun utilizarea comunicării ca parte integrată a strategiei acestora de a decredibiliza statul oponent și alianțele din care acesta face parte.

În sensul contracarării acestor tipuri de amenințări, activitatea de planificare, organizare și desfășurare vor include măsuri specifice, axate pe următoarele principii definitorii (PD):

**PD#1. Punerea la dispoziție, în mod oportun, corect și complet, a tuturor informațiilor necesare conștientizării situației reale de către audiențele expuse dezinformării.**

**PD#2. Transmiterea oportună a unor mesaje-cheie reale, robuste, coerente și unitare privind legitimitatea, vizibilitatea, credibilitatea și capacitatea forțelor armate ale României de a planifica, organiza și acționa pentru gestionarea unei posibile situații de criză/de agresiune asupra teritoriului național.**

**PD#3. Colaborarea cu structurile de comandă ale NATO, cu structurile militare aliate în cadrul misiunilor și exercițiilor comune, precum și la nivel național în cadrul SNS, în vederea stabilirii unor strategii comune de răspuns și a coordonării eforturilor de comunicare pentru o mai bună înțelegere de către audiențe a situației de fapt.**

**PD#4. Introducerea în procesul de planificare a activităților desfășurate de către Armata României a unor prevederi privind elaborarea și punerea la dispoziția publicului, înainte de începerea activității, a unor documentare/fișe cuprinzând informații suplimentare despre activitățile desfășurate, precum istoricul activității, scop, obiective, mijloace utilizate și alte informații de interes public.**

### 14. INSTRUCȚIUNI DE COORDONARE

În vederea realizării obiectivelor de comunicare prevăzute în cadrul *Strategiei de comunicare a Ministerului Apărării Naționale în perioada 2017-2020*, activitatea structurilor de informare și relații publice din cadrul M.Ap.N. este condusă de șeful Direcției informare și relații publice, ținând cont și de punctele de vedere ale consilierului ministrului apărării naționale pe probleme de comunicare și ale Purtătorului de Cuvânt al M.Ap.N.

Comandanții/șefii și structurile/personalul de informare și relații publice de la toate eșaloanele vor sprijini implementarea strategiei prin participarea la activități și evenimente publice și prin valorificarea oportunităților de comunicare oferite de implicarea în acțiuni cu reprezentanții media.

Fiecare structură din M.Ap.N. este responsabilă de managementul propriei reputații și imagini, componente ale reputației și imaginii instituției militare. Apariția unor disfuncționalități pe linie de comunicare la oricare dintre eșaloane poate prejudicia substanțial imaginea care se formează în exterior asupra Armatei României.

Difuzarea informațiilor de către comunicatorii militari se face în mod coordonat și sincronizat cu scopul de a prezenta obiectiv și unitar datele, faptele și evenimentele care implică M.Ap.N., contribuind la îmbunătățirea percepției publice asupra instituției militare și la utilizarea eficientă a resurselor alocate. Cu referire la același subiect, toți comunicatorii militari vor transmite mesaje coordonate și complementare, utilizând toate canalele de comunicare disponibile, nerespectarea acestui principiu determinând eforturi inutile din partea personalului/structurilor de informare și relații publice, folosirea necorespunzătoare a resurselor disponibile și chiar difuzarea de mesaje contradictorii.

Pentru gestionarea corespunzătoare a situațiilor de criză mediatică și, respectiv, adoptarea/implementarea unor măsuri specifice de informare publică, informare internă și pe linia

relației cu comunitatea în scopul contracarării propagandei ostile (acțiuni punctuale și/sau campanii de dezinformare, operații/război informațional), structurile de informare și relații publice își vor coordona activitatea cu celelele structuri specializate ale M.Ap.N., ale instituțiilor din cadrul SNS și ale comandamentelor NATO în scopul integrării și maximizării eficacității eforturilor de comunicare strategică naționale și aliate.

Temele și mesajele de comunicare strategică ale NATO, asociate evenimentelor organizate de Alianță (summit-uri, conferințe), evoluțiilor situației de securitate și/sau operațiilor desfășurate de statele membre în teatrele de operații vor fi preluate și incluse în mesajele proprii, destinate difuzării prin intermediul canalelor de comunicare ale structurilor M.Ap.N.

Eficiența activităților de comunicare desfășurate de structurile specializate ale M.Ap.N. și valorificarea judicioasă a resurselor la dispoziție/alocate fac necesară utilizarea complementară a mijloacelor de comunicare clasice (publicații tipărite, emisiuni de radio/televiziune) și a celor moderne (rețele de socializare, publicații electronice și digitale), asigurarea financiară a producției editoriale, perfecționarea pregătirii personalului și achiziția de echipamente moderne (kituri media, camere foto/video, aparatură de prelucrare/transmitere în timp real a imaginilor foto/video).

Comunicarea online oferă posibilități extinse de transmitere rapidă a informațiilor de interes public către grupurile de audiențe și partenerii de comunicare ai instituției militare, în acest scop putând fi folosite paginile oficiale ale M.Ap.N. și/sau ale structurilor militare în rețelele de socializare *YouTube*, *Facebook* și *Twitter*, gestionate direct sau coordonate de DIRP.

Pentru evitarea situațiilor susceptibile de a declanșa reacții negative sau de a furniza mass-media subiecte de senzație, defavorabile imaginii armatei, comunicatorii nu vor contacta reprezentanții mass-media în situația în care nu se cunoaște poziția oficială, nu se dețin informații sau acestea sunt incomplete și nu există un mandat pentru difuzarea informațiilor către instituțiile mass-media.

## 15. MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Evaluarea atitudinii mass-media cu acoperire națională față de instituția militară va avea la bază datele furnizate de **Centrul de Monitorizare Mass-Media/DIRP**.

Datele obținute în urma activităților de monitorizare a relatărilor mass-media, referitoare la activitatea structurilor/personalului M.Ap.N., sunt esențiale pentru gestionarea situațiilor de criză mediatică, pentru evaluarea eficacității activităților de informare publică, pentru identificarea vulnerabilităților de imagine ale M.Ap.N. și a elementelor de propagandă ostilă la adresa României și a instituției militare.

Materialele din presa locală/regională, referitoare la activitățile desfășurate de structurile M.Ap.N., vor fi transmise în timpul cel mai scurt de către personalul/structurile de informare și relații publice, prin orice mijloc, la Direcția informare și relații publice.

Evaluarea îndeplinirii obiectivelor de comunicare stabilite în cuprinsul prezentei Strategii de comunicare se realizează prin **analize și sinteze** realizate de DIRP, destinate conducerii ministerului, care cuprind analiza vulnerabilităților de imagine și a tendințelor semnalate în spațiul mediatic și potențialul acestora de a evolua spre stadiul de problemă sau criză cu impact mediatic.

## ȘEFUL DIRECȚIEI INFORMARE ȘI RELAȚII PUBLICE

Colonel

**Constantin SPÎNU**