

Promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea

Ghid de comunicare strategică



Elena MÂRZAC, Rodica PANȚA, Ana NEGRU

Ghidul a fost elaborat în cadrul proiectului „**Consolidarea angajamentului privind securitatea umană incluzivă**”, implementat de Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA). Proiectul este finanțat prin intermediul unui grant al Institutului pentru Raportare despre Pace și Război (IWPR), cu suportul Biroului pentru Afaceri Externe, Commonwealth și Dezvoltare al Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord (FCDO).



Exprimăm recunoștința pentru implicare și idei valoroase din partea participanților și participantelor la evenimentele din cadrul proiectului menționat, dar și din cadrul altor două [1] proiecte implementate de către PISA cu sprijinul IWPR și FCDO.

Pe parcursul a doi ani jumătate de lucru continuu cu autoritățile și instituțiile responsabile de implementarea Programului național de implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023-2027, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 152/2023 [2] (în continuare Program național 1325), au fost elaborate pentru activitatea comunicatorilor și comunicatoarelor instituționale:

- Concepția de comunicare strategică privind promovarea politicilor Agendei Femeile, Pacea și Securitatea [3];
- Planul de comunicare strategică privind Agenda Femeile, Pacea și Securitatea [4];

Iar pe lângă materialele de bază și până la elaborarea acestora, s-a lucrat în diverse formate precum: ateliere practice, o tabără pentru comunicatori și comunicatoare [5], consultări.

PISA, de asemenea, a organizat un șir de alte activități ce țin de promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea, printre care pot fi enumerate următoarele:

- Tabăra de Toamnă: „Abordarea securității umane în politicile de securitate”[6];
- Mese rotunde în diverse localități ale Republicii Moldova [7];
- Materiale jurnalistice;
- Materiale informaționale și analitice.

[1] Proiectul „ACADEMIA DE SECURITATE, EDIȚIA: SECURITATEA UMANĂ & FEMEILE, PACEA ȘI SECURITATEA”. <https://pisa.md/projects/academia-de-securitate-editia-securitatea-umana-femeile-pacea-si-securitatea/>

Proiectul „PROMOVAREA AGENDEI PRIVIND FEMEILE, PACEA ȘI SECURITATEA PRIN COMUNICARE STRATEGICĂ ȘI MONITORIZARE”. <https://pisa.md/projects/promovarea-agendei-privind-femeile-pacea-si-securitatea-prin-comunicare-strategica-si-monitorizare/>

[2] Hotărâre Nr. 152 din 22-03-2023 pentru aprobarea Programului național de implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023-2027

[3] Concepție de comunicare strategică privind promovarea politicilor Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. <https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/03/STRATCOM-2.pdf>

[4] Planul de comunicare strategică privind promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/PLAN-de-comunicare-strategica_1-merged.pdf

[5] Tabăra de toamnă „Consolidarea comunicării strategice pentru promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea”. <https://pisa.md/noutati/2921-tabara-de-toamna-consolidarea-comunicarii-strategice-pentru-promovarea-agendei-femeile-pacea-si-securitatea/>

[6] <https://pisa.md/noutati/1897-tabara-de-toamna-abordarea-securitatii-umane-in-politicile-de-securitate-ziua-i/>

[7] Au fost organizate mese rotunde în mun. Chișinău, mun. Cahul, mun. Bălți, mun. Ungheni, or. Căușeni, or. Ștefan Vodă, or. Sângerei, s. Selemet.

CUPRINS

INTRODUCERE

5

PARTEA I. ASPECTE TEORETICO-APLICATIVE A COMUNICĂRII STRATEGICE ÎN CONTEXTUAL PROMOVĂRII AGENDEI FEMEILE PACEA ȘI SECURITATEA

1.1. De ce comunicăm?	9
1.2. Ce comunicăm?	14
1.3. Cine comunică?	21
1.4. Cui comunicăm?	26
1.5. Cum comunicăm?	29
1.6. Unde comunicăm?	38
1.7. Când comunicăm	43
1.8. Cum monitorizăm progresul și măsurăm rezultatele ?	51

PARTEA II – STUDII DE CAZ : BARIERE ÎN IMPLEMENTAREA AGENDEI FEMEILE PACEA ȘI SECURITATEA

2.1. Stereotipurile de gen - barieră în implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea	55
2.2 Problema dezinformării în bază de gen	59
2.3. Nivel redus de informare și înțelegere - obstacol în aplicarea Agendei FPS	62

PARTEA III - PLANUL DE COMUNICARE ÎN MEDIUL INSTITUȚIONAL ȘI ORGANIZAȚIONAL

3.1 Repere conceptuale	66
3.2 Exemple de planuri de informare și promovare	68

RESURSE RECOMANDATE

72



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate – bariere, soluții și politici”, Ungheni, 14 noiembrie 2025

INTRODUCERE

Implementarea comunicării strategice eficiente privind Agenda Femeile, Pacea și Securitatea în Republica Moldova necesită o abordare coerentă, coordonată și incluzivă la nivel instituțional și societal. Acest proces vizează implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea în ansamblul său, iar Programul național de implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023–2027, constituie instrumentul principal de transpunere a acesteia la nivel național. În acest sens, comunicarea strategică facilitează integrarea principiilor FPS în politicile și practicile publice relevante.

Agenda FPS oferă un cadru de referință pentru dezvoltarea unui sector de securitate și apărare mai eficient, mai transparent, mai incluziv și mai credibil. În Republica Moldova, promovarea obiectivelor FPS se corelează cu principiile buneii guvernări, consolidarea încrederii între instituțiile statului și cetățeni și creșterea capacității autorităților de a răspunde provocărilor complexe din mediul de securitate, inclusiv amenințărilor hibride, dezinformării, polarizării sociale și vulnerabilităților instituționale, în strânsă legătură cu obiectivele de securitate umană și coeziune socială.

În contextul actual național și regional, comunicarea strategică privind FPS susține înțelegerea comună a priorităților Programului Național 1325, asumarea interinstituțională a acestora și reflectarea lor în percepțiile publice. Prin mesaje clare, coerente și adaptate diferitelor categorii de public, aceasta contribuie la integrarea obiectivelor FPS în procesele de planificare, implementare și evaluare a politicilor publice, precum și la consolidarea sprijinului public pentru reformele asociate.

Promovarea obiectivelor FPS în Republica Moldova se bazează pe un ansamblu de documente strategice naționale și europene. Printre cele mai relevante se regăsesc Programul național de implementare 1325 (2023–2027), Strategia Națională de Dezvoltare „Moldova Europeană 2030” [8], Strategia de reformă a administrației publice 2023–2030 [9], Strategia Securității Naționale [10], Planul Național de Acțiune privind

[8] Legea Nr. 315 din 17-11-2022 pentru aprobarea Strategiei naționale de dezvoltare „Moldova Europeană 2030

[9] Hotărâre Nr. 126 din 15-03-2023 cu privire la aprobarea Strategiei de reformă a administrației publice din Republica Moldova pentru anii 2023-2030. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=140474&lang=ro

[10] Hotărâre Nr. HP391/2023 din 15.12.2023 privind aprobarea Strategiei securității naționale a Republicii Moldova. https://presedinte.md/app/webroot/uploaded/Proiect%20SSN_2023.pdf

Aderarea la Uniunea Europeană [11], precum și documentele naționale de referință în domeniul comunicării strategice [12], inclusiv Concepția de comunicare strategică privind promovarea politicilor Agendei FPS [13] și Planul de comunicare strategică privind promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea [14], care oferă repere pentru dezvoltarea unei comunicări publice coordonate, proactive și orientate spre reziliență societală.

Comunicarea strategică reprezintă un instrument de susținere a reformelor democratice, de consolidare a rezilienței societale și de promovare a unei culturi instituționale bazate pe incluziune, participare și responsabilitate. Totodată, aceasta contribuie la creșterea vizibilității contribuției femeilor în domeniul păcii și securității, la promovarea relevanței FPS pentru cetățeni și la stimularea unui dialog public informat privind politicile sensibile la gen și orientate spre securitate umană.

Comunicarea publică privind rolul femeilor în sectorul de securitate reprezintă un element important al promovării unei culturi instituționale bazate pe profesionalism, egalitate de șanse și respect pentru diversitate. În contextul implementării Agendei FPS și al consolidării participării femeilor în instituțiile de securitate și apărare, modul în care sunt prezentate contribuțiile acestora în spațiul public determină formarea unei percepții corecte în societate.

De multe ori, reprezentarea femeilor în domeniul securității este influențată de stereotipuri de gen, abordări simbolice sau narațiuni simplificate, care pot diminua vizibilitatea competențelor și a contribuțiilor profesionale reale. În acest context, comunicarea instituțională trebuie să promoveze o abordare echilibrată, bazată pe fapte, rezultate și expertiză profesională, evitând reprezentările superficiale sau stereotipice.

Prezentul Ghid are rolul de a sprijini actorii relevanți în transpunerea obiectivelor asumate în acțiuni concrete și coerente. În acest sens, utilitatea sa derivă din câteva direcții de intervenție.

În primul rând, Ghidul urmează să faciliteze prezentarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea într-un limbaj clar, accesibil și relevant pentru categorii diverse de public.

În al doilea rând, acesta are scopul de a evidenția legătura directă dintre Agenda FPS și buna guvernare a sectorului de securitate și apărare.

Prezentul Ghid este destinat comunicatorilor/comunicatoarelor din instituțiile publice, din sectorul de securitate și apărare, precum și altor actori relevanți, oferind repere conceptuale, narrative și practice pentru formularea și transmiterea unor mesaje clare, credibile și coerente privind FPS, în conexiune cu Programul Național 1325, prioritățile naționale de reformă, documentele de referință în domeniul comunicării strategice, procesul de integrare europeană și nevoile societății din Republica Moldova.

[11] Planul Național de Acțiune privind Aderarea la Uniunea Europeană. https://gov.md/sites/default/files/media/documents/sedinte-de-guvern/2025-12/NU-939-CS-2025_1.pdf

[12] Hotărâre Nr. 416 din 22-12-2023 privind aprobarea Concepției de comunicare strategică și contracarare a dezinformării, a acțiunilor de manipulare a informației și a ingerințelor străine pentru anii 2024–2028. https://www.legis.md/cautare/getResults?doc_id=141254&lang=ro

[13] Concepție de comunicare strategică privind promovarea politicilor Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. [1] [Pilonul european al drepturilor sociale. https://eur-lex.europa.eu/RO/legal-content/glossary/european-pillar-of-social-rights.html](https://eur-lex.europa.eu/RO/legal-content/glossary/european-pillar-of-social-rights.html)

[14] Planul de comunicare strategică privind promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. [1] [Pilonul european al drepturilor sociale. https://eur-lex.europa.eu/RO/legal-content/glossary/european-pillar-of-social-rights.html](https://eur-lex.europa.eu/RO/legal-content/glossary/european-pillar-of-social-rights.html)

În egală măsură, Ghidul va contribui la clarificarea tipurilor de rezultate care pot fi urmărite în procesul de promovare a Agendei FPS și la conturarea unor repere pentru evaluarea impactului.

O altă funcție importantă a acestuia constă în promovarea unei abordări în care transparența este susținută prin dialog, iar încrederea publică este consolidată printr-o comunicare consecventă, credibilă și orientată spre cetățean.

De asemenea, Ghidul urmează să încurajeze un mod de lucru bazat pe cooperare, coordonare și complementaritate între actorii implicați.

MESAJUL CENTRAL TRANSMIS DE ACEST GHID: Agenda Femeile, Pacea și Securitatea necesită o comunicare strategică susținută, capabilă să însoțească procesele de reformă, să explice sensul intervențiilor instituționale, să consolideze consensul, să contribuie la depășirea stereotipurilor și să întărească încrederea publică.

În condițiile unei comunicări coerente, incluzive și bine coordonate, Agenda FPS dobândește vizibilitate sporită, legitimitate instituțională, relevanță practică și utilitate socială, contribuind astfel la consolidarea unui sector de securitate și apărare mai transparent, mai responsabil și mai apropiat de necesitățile cetățenilor.



Sursa foto: Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate: de la concepte la politici publice aplicabile”, Cahul, 18 februarie 2026

**PARTEA I. ASPECTE
TEORETICO-
APLICATIVE A
COMUNICĂRII
STRATEGICE ÎN
CONTEXTUAL
PROMOVĂRII
AGENDEI FEMEILE
PACEA ȘI
SECURITATEA**

DE CE COMUNICĂM?

CARE ESTE SCHIMBAREA PE CARE VREM SĂ O PRODUCEM PRIN COMUNICARE?

Avem nevoie de comunicare strategică pentru FPS, deoarece politicile publice nu produc schimbări doar prin adoptare formală. Ele produc schimbări atunci când sunt înțelese, explicate, asumate și transformate în comportamente, practici și priorități comune. Planul de comunicare strategică [15] arată clar că, în Republica Moldova, comunicarea despre Agenda FPS a fost adesea fragmentată, lipsită de mesaje clare și prea puțin conectată la impactul real pe care această Agendă îl are asupra securității, participării și încrederii publice. Promovarea unei comunicări strategice dedicate Agendei Femeile, Pacea și Securitatea răspunde unor necesități practice clare, esențiale pentru consolidarea coerenței instituționale, creșterea vizibilității Agendei și sporirea impactului acesteia asupra sectorului de securitate și asupra societății.



Pentru a explica de ce Agenda FPS contează pentru toată societatea, nu doar pentru femei. O securitate democratică nu poate fi construită fără participare, reprezentare și înțelegerea nevoilor diferite ale cetățenilor. Atunci când femeile sunt excluse din procesele decizionale, instituțiile pierd expertiză, perspective și capacitate de răspuns. Această dimensiune reflectă conexiunea directă dintre Agenda FPS, buna guvernare în sectorul de securitate și apărare și necesitatea asigurării unei participări substanțiale a femeilor, dincolo de reprezentarea formală.



Pentru a combate stereotipurile și percepțiile greșite. O parte importantă a populației continuă să asocieze rolurile de securitate și apărare aproape exclusiv cu bărbații, iar stereotipurile sunt mai pronunțate în anumite instituții [16]. Acest lucru afectează recrutarea, avansarea, legitimitatea și participarea femeilor în domeniu. Comunicarea strategică este necesară tocmai pentru a înlocui clișeele cu exemple reale, argumente credibile și modele profesionale vizibile.



Pentru a crea o coordonare și înțelegere comună între instituții. FPS nu poate fi implementată eficient dacă fiecare actor comunică separat, cu propriul limbaj, propriile priorități și fără coordonare. Comunicarea strategică ajută la alinierea mesajelor între ministere, structuri de forță, comunicatori, puncte focale de gen, societate civilă și parteneri de dezvoltare.

[15] Planul de comunicare strategică privind promovarea Agendei Femei, Pace și Securitate. https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/PLAN-de-comunicare-strategica_1-merged.pdf

[16] Percepțiile și atitudinile privind rolul femeilor în procesele de pace și securitate în Republica Moldova. https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/04/Studiu_Perceptiile-si-atitudinile-privind-rolul-femeilor-in-procesele-de-pace-si-securitate-in-Republica-Moldova.pdf



Pentru a crește transparența și încrederea în instituțiile statului. Comunicarea democratică nu înseamnă doar publicarea unor informații pe pagini web și conturi de rețele sociale oficiale. Înseamnă explicarea scopului deciziilor, dialog cu publicul, feedback și demonstrarea impactului politicilor. În prezent, transparența este uneori confundată cu simpla informare, iar comunicarea rămâne prea des concentrată pe activități și cifre, nu pe sens, utilitate și efecte.



Pentru a ancora Agenda FPS în contextul actual de securitate și de integrare europeană. În Republica Moldova, comunicarea despre FPS trebuie să fie conectată la realitățile actuale: amenințări hibride, manipulare informațională, război în regiune, polarizare socială, reformă instituțională și procesul de aderare la UE. Integrarea perspectivei de gen în sectorul de securitate și apărare este legată și de angajamentele Republicii Moldova privind respectarea drepturilor fundamentale și egalitatea de gen în contextul apropierei de Uniunea Europeană.

DE CE AVEM NEVOIE DE O COMUNICARE STRATEGICĂ EFICIENTĂ ÎN PROMOVAREA ȘI IMPLEMENTAREA AGENDEI FPS?

Perspective tradiționale de securitate: Politicile de securitate și apărare din Republica Moldova s-au concentrat pe amenințările convenționale la adresa independenței și integrității teritoriale, neglijând aspectele de securitate umană și drepturile omului, inclusiv ale grupurilor marginalizate.

Impactul asupra femeilor: Femeile, deși au un rol crucial, sunt frecvent excluse din procesele decizionale în domeniul securității și apărării, ceea ce duce la politici care nu le reflectă nevoile și perspectivele.

Angajamente UE: Odată cu apropierea de Uniunea Europeană, Republica Moldova și-a asumat respectarea drepturilor fundamentale, inclusiv nediscriminarea pe criteriu de gen.

Necesitatea integrării perspectivei de gen: Integrarea acestei perspective în politicile de securitate este esențială pentru a asigura nediscriminarea și pentru a reflecta viziunea și nevoile specifice ale femeilor. Femeile reprezintă 52.3% din populația Moldovei, dar sunt subreprezentate în procesele decizionale legate de securitate și apărare.

Fragmentarea comunicării publice: Comunicarea privind Agenda FPS (Femei, Pace și Securitate) a fost incoerentă, lipsind o narațiune clară și bine definită. În 2023, Moldova a adoptat un program pentru implementarea Rezoluției ONU 1325, care necesită o abordare comună pentru integrarea conceptului de securitate umană.

Rolul mass-mediei: Reflectarea rolului femeii în sectorul de securitate și apărare este polarizată, cu tendințe de promovare activă, dar și rezistență la schimbare.



*Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Masa rotundă privind promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea în Republica Moldova cu participarea factorilor de decizie, Chișinău,
4 martie 2026*



Obiectivul general de comunicare strategică: Creșterea gradului de conștientizare, înțelegere și susținere publică privind rolul femeilor în procesele de pace și securitate din Republica Moldova, prin promovarea unei perspective umane care subliniază beneficiile egalității de gen și incluziunii în acest domeniu. Obiectivul vizează informarea și sensibilizarea bărbaților și femeilor din sectorul de securitate, factorilor de decizie și populației cu privire la impactul pozitiv al participării femeilor în consolidarea păcii și securității, încurajând o implementare eficientă și sustenabilă a Agendei Femeile, Pacea și Securitatea.

CARE SUNT REZULTATELE-CHEIE CE POT DEMONSTRA SUCCESUL PROCESULUI DE PROMOVARE ȘI INTEGRARE A AGENDEI FEMEILE, PACEA ȘI SECURITATEA?

Evaluarea succesului trebuie să depășească dimensiunea cantitativă a activităților desfășurate și să vizeze efectele produse în planul percepțiilor, practicilor instituționale și comportamentelor schimbate.

1 **Agenda FPS trebuie să fie înțeleasă ca parte a securității naționale și a bunei guvernări, nu ca o temă separată sau „de nișă”.**

Dacă instituțiile, comunicatorii, liderii de opinie și publicul încep să identifice FPS ca pe un instrument de creștere a eficienței, legitimității și incluziunii sectorului, atunci comunicarea și-a atins unul dintre obiectivele de bază. În această logică, Agenda FPS se înscrie în mod direct în eforturile de reformă a sectorului de securitate, de consolidare a democrației și de promovare a transparenței și responsabilității instituționale.

2 **Creșterea nivelului de conștientizare și sensibilizare. Actorii din sistem trebuie să știe nu doar ce prevede Programul Național 1325,**

ci și de ce el este relevant pentru activitatea lor zilnică. Publicul trebuie să înțeleagă de ce participarea femeilor în securitate și pace produce beneficii concrete pentru instituții și societate. Planul de Comunicare Strategică privind implementarea Agendei FPS definește explicit acest obiectiv: creșterea nivelului de conștientizare, promovarea Agendei FPS și încurajarea unei participări mai active a femeilor în procesele de securitate și apărare.

3 **Reducerea stereotipurilor de gen și creșterea acceptării publice a rolului femeilor în instituțiile de securitate și apărare.**

Aceasta presupune consolidarea percepției femeilor ca profesioniste, lidere, experte și actori relevanți ai proceselor de decizie, dincolo de reprezentările simbolice sau de abordările de tip excepțional. Un rezultat important al comunicării ar consta în reflectarea mai frecventă și mai substanțială a contribuției concrete a femeilor, precum și în promovarea unui discurs public mai echilibrat și mai adecvat privind rolul acestora în domeniul securității și păcii.

4 **Îmbunătățirea cooperării între instituții și societatea civilă.**

Agenda FPS nu poate fi promovată doar „de sus în jos”. Este nevoie de parteneriat real între Guvern, autorități publice, organizații ale femeilor, asociații profesionale, experți, mass-media și parteneri externi. Eficiența promovării Agendei FPS este strâns legată de capacitatea actorilor relevanți de a coopera mai strâns și de a susține un dialog deschis și constructiv.

5 **Creșterea încrederii publice în instituțiile statului.**

Atunci când instituțiile comunică respectuos, clar, coerent și explică de ce anumite reforme sau măsuri sunt necesare, ele devin mai credibile. În cazul FPS, încrederea crește atunci când cetățenii percep sectorul de securitate nu ca unul închis și opac, dar capabil să includă, să asculte și să răspundă nevoilor reale ale societății.

CE ACȚIUNI SUNT NECESARE PENTRU CONSOLIDAREA UNEI VIZIUNI COMUNE ASUPRA DIRECȚIILOR DE DEZVOLTARE A UNEI ÎNȚELEGERI COMUNE?

Pentru a construi o viziune coerentă și sustenabilă, este esențială definirea unor pași clari și asumarea unor acțiuni concrete, capabile să alinieze actorii relevanți în jurul unei înțelegeri comune.

CREAREA UNEI MENTALITĂȚI COMUNE

Pentru a avea o mentalitate comună, primul pas constă în asumarea Agendei FPS ca investiție strategică în calitatea guvernării și în consolidarea securității democratice. Atât timp cât Agenda FPS este percepută doar ca o temă externă, temporară sau asociată exclusiv unor proiecte, nu va produce schimbare durabilă. Este necesar să fie integrată în cultura instituțională, în limbajul public și în felul în care instituțiile își definesc propria misiune.



FORMULAREA UNEI NARAȚIUNI COMUNE

Toți actorii relevanți trebuie să poată răspunde, într-un limbaj clar și coerent, la câteva întrebări simple: de ce este importantă participarea femeilor în procesele de pace și securitate, ce aduce aceasta în plus pentru instituții, cum contribuie la buna guvernare, cum întărește securitatea umană și de ce este relevantă pentru parcursul european al Republicii Moldova. Fără această narațiune comună, mesajele rămân izolate și slab credibile.



TRECEREA DE LA COMUNICARE OCAZIONALĂ LA COMUNICARE SISTEMICĂ

Planul de comunicare strategică constată lipsa unei comunicări proactive și strategice și semnalează că mesajele actuale sunt adesea contextuale, diluate și nesuținute de alți actori. De aceea, pentru o mentalitate comună, este necesar să fie planificate de comun mesajele, identificate publicurile-țintă, purtătorii de mesaj și instrumentele de comunicare.



IMPLICAREA REALĂ A FEMEILOR DIN SECTOR ÎN PROMOVAREA AGENDEI

Nu putem vorbi credibil despre FPS dacă femeile din instituții nu sunt văzute, auzite și valorizate ca actori ai schimbării. Experiențele lor profesionale, lecțiile învățate și expertiza lor trebuie să devină parte din narațiunea publică.



FORMAREA ȘI SENSIBILIZAREA CONTINUĂ

Consolidarea unei mentalități comune presupune un proces susținut de instruire, dialog intern, exerciții comune, schimb de bune practici și leadership instituțional. Acest proces implică alinierea punctelor focale, a comunicatorilor/comunicatoarelor, a managerilor și a liderilor/liderelor instituționali în jurul unei înțelegeri comune a Agendei FPS și a modalităților de promovare a acesteia.



DEZVOLTAREA UNOR MECANISME REALE DE REACȚIE INSTITUȚIONALĂ

Comunicarea eficientă presupune transmiterea clară a mesajelor, precum și înțelegerea modului în care acestea sunt recepționate, a rezervelor existente, a întrebărilor recurente și a domeniilor în care abordarea necesită ajustări. În această logică, eforturile de comunicare urmează să fie orientate spre dialog, ascultare activă și mecanisme funcționale de răspuns.



CE COMUNICĂM?

După definirea scopului comunicării, următorul pas vizează stabilirea conținutului comunicării, respectiv a mesajelor-cheie și a narațiunii comune privind Agenda Femeile,

Pacea și Securitatea. În această etapă sunt identificate informațiile ce urmează a fi transmise, ideile centrale ce trebuie promovate constant și în ce mod acestea susțin obiectivele Programului Național 1325. Comunicarea eficientă privind Agenda FPS presupune elaborarea unor mesaje clare, relevante, coerente și adaptate diferitelor categorii de public. În acest sens, comunicarea despre FPS presupune o diferențiere a conținutului pentru publicul larg, personalul instituțiilor publice, sectorul de securitate și apărare, partenerii de dezvoltare, mass-media, organizațiile societății civile, mediul academic și liderii/liderele de opinie.

Mesajele se formulează în funcție de nivelul de informare al audienței, de interesele și preocupările acesteia, precum și de contextul social, instituțional sau profesional în care are loc comunicarea.

IDENTIFICAREA BARIERELOR DE PERCEPȚIE

Înainte de formularea mesajelor, este necesar să fie identificate barierele de percepție care pot influența modul în care publicul recepționează, interpretează și asumă mesajele privind Agenda Femeile, Pacea și Securitatea. Cunoașterea acestor bariere permite adaptarea conținutului comunicării și formularea unor mesaje relevante, credibile și adecvate contextului social și instituțional.

Printre barierele frecvent întâlnite se regăsesc stereotipurile de gen, potrivit cărora securitatea și apărarea sunt percepute preponderent ca domenii masculine, lipsa de informație privind rolul și contribuția femeilor în instituțiile din sectorul de securitate și apărare, nivelul redus de familiarizare cu obiectivele și relevanța Agendei FPS, precum și expunerea la dezinformare, narațiuni manipulatorii sau interpretări distorsionate privind egalitatea de gen, securitatea umană și participarea femeilor în procesele de decizie.

Mesajele formulate în cadrul comunicării strategice trebuie să răspundă direct acestor bariere, prin: explicații simple, exemple concrete, date verificabile și formulări accesibile. Ele urmează să clarifice conceptele-cheie, să evidențieze contribuția femeilor la securitate

și consolidarea păcii, să explice relevanța FPS pentru Republica Moldova și să susțină o înțelegere comună a beneficiilor pe care această Agendă le aduce în materie de bună guvernare, reziliență societală și modernizare instituțională.

Elemente obligatorii:

- 3-5 mesaje-cheie clare;
- o narațiune comună;
- argumente simple, credibile și repetabile;
- exemple concrete și modele de succes.

Stabilirea mesajelor trebuie să aibă la bază date și dovezi relevante. Pentru definirea corectă a conținutului comunicării este necesară utilizarea unor instrumente de analiză, precum sondajele de opinie, cercetările privind percepțiile publice, chestionarele aplicate diferitelor grupuri-țintă, consultările, focus-grupurile și evaluările periodice ale nivelului de informare. Aceste instrumente oferă informații despre modul în care sunt înțelese anumite aspecte ale Agendei FPS, despre stereotipurile și barierele existente, despre temerile, așteptările și interesele publicurilor vizate, precum și despre tipurile de argumente și formate de comunicare care au cel mai mare impact.

Un mesaj eficient trebuie să fie clar, concis, credibil și orientat spre utilitate publică, astfel încât să poată fi ușor înțeles, reținut și valorificat. În comunicarea publică despre securitate și egalitate de gen, mesajele urmează să ofere informații concrete, să explice relevanța FPS pentru Republica Moldova, să evidențieze beneficiile pentru cetățeni și instituții, să contribuie la clarificarea conceptelor și să reducă spațiul pentru interpretări eronate, stereotipuri și mituri.

Construirea mesajelor cu impact

Mesajele eficiente respectă câteva principii de bază:

1 Claritate

evitarea limbajului tehnic sau abstract și utilizarea unor formulări ușor de înțeles.

2 Concizie

mesajele scurte sunt mai ușor de memorat și distribuit.

3 Relevanță

mesajul trebuie să răspundă unei preocupări reale ale publicului.

4 Utilitate

publicul trebuie să înțeleagă de ce informația este importantă pentru el.

Un instrument util în formularea mesajelor este matricea „Mesaj – Argument – Beneficiu pentru cetățean”.

Mesaj	Argument (fapte / explicații)	Beneficiu pentru cetățean
Echipele mixte iau decizii mai bune	Studiile arată că echipele diverse analizează mai multe opțiuni și reduc riscul erorilor	Decizii mai bune în domeniul securității înseamnă instituții mai eficiente și o societate mai sigură
Femeile contribuie activ la securitatea națională	Femeile activează ca analiste, ofițere, experte în securitatea ciberbetică sau negociatoare	Securitatea țării este consolidată prin valorificarea tuturor competențelor disponibile
Egalitatea de șanse întărește instituțiile	Instituțiile incluzive atrag mai multe talente și cresc performanța	Servicii publice mai eficiente și mai responsabile

În acest cadru, mesajele trebuie să pună în evidență contribuția femeilor în domeniul securității și apărării, prevenirea conflictelor, gestionarea crizelor și consolidarea păcii, precum și legătura dintre obiectivele FPS, modernizarea instituțiilor publice și procesul de integrare europeană.

Conținutul comunicării trebuie să susțină o narațiune comună, pozitivă și coerentă, care să prezinte Agenda FPS drept un cadru de consolidare a securității umane, a bunei guvernări, a participării incluzive și a rezilienței societale.



Recomandăm trei axe simple pentru narațiunea generală:

- FPS ca instrument de securitate și bună guvernare.
- Femeile ca actori ai securității și schimbării.
- FPS ca parte a rezilienței și integrării europene a Republicii Moldova.

Narațiunea generală propusă

Agenda Femeile, Pacea și Securitatea promovează în Republica Moldova o viziune modernă asupra securității, în care buna guvernare, participarea incluzivă și securitatea umană se completează reciproc. Femeile sunt parte activă a acestui proces, prin contribuția lor la prevenirea conflictelor, consolidarea rezilienței și susținerea păcii. În același timp, FPS se afirmă ca parte a efortului de modernizare democratică și de integrare europeană a Republicii Moldova, prin consolidarea instituțiilor, creșterea încrederii publice și alinierea la valorile și standardele europene.

Comunicatorii/comunicatoarele și toți cei care sunt implicați în procesul de popularizare a Agendei FPS pot promova următoarele mesaje-cheie și argumente despre FPS:

● Ce este Agenda FPS?

Mesaj de promovat: Agenda Femeile, Pacea și Securitatea reprezintă cadrul internațional construit în jurul Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU, care promovează participarea, prevenirea, protecția și reabilitarea, și recunoaște femeile ca actori ai păcii și securității. În Republica Moldova, acest cadru este transpus prin Programul național 1325, aprobat prin Hotărârea Guvernului nr. 152/2023.

Exemplu de formulare: „Agenda FPS înseamnă integrarea participării, prevenirii, protecției și reabilitării în politicile de securitate, cu femeile și bărbații ca parteneri egali în consolidarea păcii și securității.”

● De ce este relevantă pentru Republica Moldova?

Mesaj de promovat: FPS răspunde realităților de securitate ale Republicii Moldova și completează abordarea clasică de securitate cu o perspectivă centrată pe oameni, drepturi și comunități. Politicile de securitate au fost formulate mult timp din perspectiva amenințărilor convenționale, iar integrarea FPS ajută la includerea securității umane, a drepturilor fundamentale și a nevoilor grupurilor subreprezentate.

Exemplu de formulare: „Pentru Republica Moldova, FPS înseamnă o securitate mai apropiată de viața reală a cetățenilor și o capacitate mai bună de răspuns la riscuri complexe.”

● Ce beneficii aduce pentru sectorul de securitate și apărare?

Mesaj de promovat: FPS sprijină modernizarea sectorului de securitate și apărare prin incluziune, profesionalizare, coordonare și bună guvernare. Programul național 1325 urmărește reducerea stereotipurilor și barierelor, reprezentarea mai bună a femeilor, creșterea eficienței mecanismelor de prevenire, raportare și investigare, îmbunătățirea cadrului normativ, instituțional și operațional și instruirea specialiștilor.

Exemplu de formulare: „Un sector de securitate incluziv este un sector mai eficient, mai credibil și mai bine pregătit să răspundă provocărilor actuale.”



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)

Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate: de la concepte la politici publice aplicabile”, Cahul, 16 februarie 2026

● Cum contribuie participarea femeilor la securitate, prevenirea conflictelor și consolidarea păcii?

Mesaj de promovat: Participarea femeilor aduce perspective echilibrate și soluții inovatoare și crește eficiența politicilor și instituțiilor de securitate. Programul național subliniază că rolul femeilor la toate nivelurile este important pentru eficiență, succes și sustenabilitate în asigurarea păcii, iar Planul de comunicare strategică recomandă promovarea femeilor ca promotoare active ale schimbării, nu doar ca beneficiare ale securității.

Exemplu de formulare:
„Femeile reprezintă actori relevanți ai securității, cu o contribuție directă la prevenirea conflictelor, consolidarea rezilienței comunităților și promovarea păcii.”

● Care este legătura dintre FPS, securitatea umană, buna guvernare, transparență și integrare europeană?

Mesaj de promovat: FPS leagă securitatea de drepturi, bună guvernare, transparență și parcursul european al Republicii Moldova. Integrarea FPS în procesul de aderare reflectă angajamentul față de egalitatea de gen, democrație și stat de drept, iar implicarea societății civile sporește transparența și responsabilizarea guvernului. La nivelul UE, egalitatea de gen și drepturile omului sunt parte a valorilor de bază, iar parteneriatul UE–Moldova în securitate și apărare are ca obiective creșterea rezilienței și abordarea comună a provocărilor de securitate.

Exemplu de formulare:
„Implementarea FPS este parte a modernizării democratice a statului și a alinierii Republicii Moldova la valorile și standardele europene.”

● Ce rezultate produce Programul Național și ce schimbări urmărește?

Mesaj de promovat: Programul Național 1325 oferă un cadru concret de acțiune, coordonare și monitorizare pentru integrarea perspectivei de gen în securitate și apărare. Programul Național 1325 produce rezultate instituționale, operaționale și de comunicare, prin: consolidarea coordonării interinstituționale, dezvoltarea capacităților, creșterea vizibilității Agendei FPS și extinderea participării femeilor în sectorul de securitate și apărare. Rapoartele de progres [17] și monitorizare evidențiază instituirea mecanismelor de coordonare, activități de instruire și comunicare strategică, consolidarea parteneriatelor și prime evoluții în reprezentarea femeilor în poziții de conducere. Programul urmărește transformări durabile în participare, protecție, bună guvernare, transparență și reziliență instituțională și societală.

Exemplu de formulare:
„Programul Național 1325 produce schimbări instituționale, culturale și de comunicare care susțin un sector de securitate mai incluziv și mai conectat la nevoile societății.”

[17] Raport analitic privind realizarea Programului Național de Implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind Femeile, Pacea și Securitatea pentru anul 2024
<https://mai.gov.md/sites/default/files/ONU/Raport%20cu%20privire%20la%20realizarea%20Programului%20na%C8%9Bional%20de%20implementare%20a%20Rezolu%C8%9Biei%201325%20a%20Consiliului%20de%20Securitate%20al%20ONU%20privind%20femeile%20C%20pacea%20%C8%99%20securitatea%20pentru%20anii%202023%20-%202027%20pentru%20anul%202024.pdf>



Participarea femeilor în sectorul de securitate și apărare

- Femeile în forțele armate și structurile de securitate – povești de succes și provocări.
- Evoluția numărului de femei în structurile de apărare și ordine publică – progrese, statistici, provocări.
- Femeile în misiuni internaționale de pace – contribuția Republicii Moldova la operațiunile ONU, NATO, UE.
- Accesul femeilor la poziții de conducere în sectorul de securitate – studii de caz, interviuri cu experte.

Politicile guvernamentale privind securitatea umană și egalitatea de gen

- Reforme legislative pentru egalitatea de gen în apărare și securitate – ce schimbări sunt necesare?
- Bugetarea sensibilă la gen în domeniul securității – cum sunt alocate resursele?
- Strategii naționale pentru prevenirea și combaterea violenței de gen – cum se leagă de securitatea națională?
- Monitorizarea și implementarea Agendei FPS în Moldova – ce s-a realizat și ce rămâne de făcut?

Stereotipuri și percepții asupra femeilor în securitate și apărare

- Mentalități și prejudecăți despre femei în domeniul securității – analiza sondajelor și studiilor.
- Cum sunt reprezentate femeile din securitate în mass-media, cultură? – analiza filmelor, publicității, discursului public.
- Impactul stereotipurilor asupra recrutării și promovării femeilor în sectorul apărării.
- Egalitatea de gen în educația militară și polițienească – cât de accesibile sunt aceste domenii pentru femei?

Impactul conflictelor și crizelor asupra femeilor și grupurilor vulnerabile

- Femeile refugiate și securitatea – experiențele femeilor din Ucraina refugiate în Moldova.
- Rolul femeilor în gestionarea crizelor și situațiilor de urgență – cum pot contribui mai eficient?
- Traficul de ființe umane și exploatarea femeilor în context de conflict – riscuri și măsuri de prevenție.
- Impactul economic al conflictelor asupra femeilor și familiilor – pierderea locurilor de muncă, sărăcie, migrație

Securitate cibernetică și dezinformare bazată pe gen

- Amenințări cibernetică și atacuri asupra femeilor din sectorul public – hărțuire online, fake news.
- Cum sunt utilizate platformele online pentru a discredita femeile din funcții din sectorul de securitate?
- Combaterea dezinformării privind egalitatea de gen în securitate – campanii și măsuri.
- Rolul femeilor în apărarea cibernetică și combaterea atacurilor hibride – interviuri cu specialiste IT.

Diplomație, pace și securitate regională

- Rolul femeilor în construcția păcii – exemple internaționale aplicabile în Moldova.
- Securitate și integrare europeană: unde se află Moldova în ceea ce privește egalitatea de gen?

Programe educaționale și inițiative pentru viitoarele generații

- Cum pot fi atrase mai multe femei în cariere de securitate și apărare?
- Mentorat și leadership pentru femeile din domeniul securității – exemple de programe.
- Inițiative universitare și academice pentru promovarea Agendei FPS – cursuri și colaborări internaționale.
- Rolul bărbaților în promovarea egalității de gen în securitate – schimbarea mentalităților din interior.



Conținutul comunicării trebuie actualizat periodic în funcție de evoluțiile contextului de securitate, de rezultatele implementării Programului Național, de lecțiile învățate și de schimbările în percepțiile publice. O astfel de abordare contribuie la menținerea relevanței mesajelor și la consolidarea unei comunicări strategice bazate pe dovezi, adaptare și coerență instituțională.



Sursa foto: Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate – bariere, soluții și politici”, Bălți, 2 martie 2026

CINE COMUNICĂ?

În procesul de promovare a Agendei Femeile, Pacea și Securitatea (FPS), eficiența comunicării depinde de alegerea purtătorului de mesaj. **Diferitele categorii de actori contribuie în mod complementar la transmiterea mesajelor, fiecare având un rol specific în consolidarea impactului și credibilității acestora.**



Secretariatul pentru implementarea Programului și Planului național de acțiuni pentru implementarea Rezoluției 1325 pentru perioada 2023 – 2025

(în continuare Secretariat 1325) [18] joacă un rol important în coordonarea și coerența comunicării. Atribuțiile acestuia se referă la facilitarea cooperării dintre instituțiile publice relevante, de colectare și analiză a datelor, precum și de monitorizare a progresului înregistrat [19], asigură articularea mesajelor la nivel interinstituțional, monitorizează implementarea obiectivelor și facilitează schimbul de informații între actorii implicați. Eficiența acestuia depinde de existența unor mecanisme clare de coordonare, resurse adecvate și implicare activă din partea instituțiilor partenere.



Liderii/liderele instituționali/instituționale

joacă un rol central în acest proces, oferind legitimitate politică și instituțională mesajelor. Prin intervențiile lor publice, setează agenda și transmit prioritățile strategice ale instituțiilor, având capacitatea de a integra Agenda FPS în discursuri mai largi despre securitate națională, reziliență și integrare europeană. Impactul acestora este deosebit de puternic în momente-cheie, precum gestionarea crizelor, lansarea politicilor sau participarea la evenimente publice. Totuși, există riscul ca mesajele transmise să rămână la un nivel general sau simbolic, fără a fi susținute de conținut concret și măsuri clare.

[18] În momentul elaborării Ghidului, Secretariatul era deținut de Ministerul Afacerilor Interne a Republicii Moldova.

[19] Raport analitic privind realizarea programului național de implementare a rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind Femeile, Pacea și Securitatea pentru anul 2024

<https://mai.gov.md/sites/default/files/ONU/Raport%20cu%20privire%20la%20realizarea%20Programului%20na%C8%9Bional%20de%20implementare%20a%20Rezolu%C8%9Biei%201325%20a%20Consiliului%20de%20Securitate%20al%20ONU%20privind%20femeile%20%C8%99i%20pacea%20%C8%99i%20securitatea%20pentru%20anii%202023%20-%202027%20pentru%20anul%202024.pdf>, p. 5

3



Punctele focale desemnate în instituțiile implicate [20]

un rol operațional esențial. Acestea asigură implementarea și comunicarea Agendei FPS la nivel instituțional, facilitează transmiterea informațiilor între nivelul central și cel sectorial și contribuie la adaptarea mesajelor la specificul fiecărui domeniu (securitate, apărare, justiție, ordine publică etc.). Punctele focale sprijină colectarea datelor, monitorizarea progresului și raportarea indicatorilor, având totodată un rol important în coordonarea internă și în menținerea coerenței comunicării. Eficiența acestora depinde de claritatea mandatului, nivelul de instruire și integrarea lor în mecanismele de coordonare interinstituțională.

4



Comunicatorii/comunicatoarele instituționali/instituționale

asigură coerența, consistența și rapiditatea comunicării instituționale. Aceste persoane au responsabilitatea de a traduce politicile și documentele strategice în mesaje accesibile publicului larg, precum și de a coordona reacțiile instituționale în fața dezinformării sau a crizelor de imagine. Utilizarea canalelor oficiale, precum paginile web instituționale, rețelele sociale sau comunicatele de presă, contribuie la menținerea unei comunicări constante și structurate.

5



Asociațiile de femei din sectorul de securitate și apărare [21], inclusiv femeile profesioniste

din sector reprezintă modele autentice și credibile, având capacitatea de a transmite experiențe concrete din domenii precum securitatea, apărarea, poliția sau justiția. Prin poziția lor, acestea au acces direct la alte femei din sector, contribuind la procese de mentorat și la consolidarea încrederii profesionale. De asemenea, ele pot evidenția impactul real al participării femeilor în domeniul securității.

6



Bărbații aliați

au un rol important în promovarea egalității de gen în instituțiile tradițional dominate de bărbați. Implicarea lor contribuie la legitimarea și normalizarea Agendei, facilitând schimbarea culturii organizaționale, diminuarea rezistenței interne și promovarea unei abordări incluzive. Totodată, ei transmit un mesaj clar - **Agenda Femeile, Pacea și Securitatea reprezintă o dimensiune fundamentală a securității și nu o temă exclusiv „a femeilor”**. Implicarea lor trebuie să fie autentică, echilibrată și orientată spre susținerea vocilor feminine, nu substituirea acestora.

[20] Puncte focale sunt în următoarele instituții: Ministerul Afacerilor Interne, Ministerul Apărării, Centrul Național Anticorupție, Administrația Națională a Penitenciarelor, Serviciul de Protecție și Pază de Stat, Serviciul Vamal, Ministerul Muncii și Protecției Sociale, Ministerul Educației și Cercetării, Ministerul Sănătății, Ministerul Afacerilor Externe, Procuratura Generală

[21] Asociația Femeilor din Poliție. <https://www.facebook.com/WomenPoliceAssociation/>; Asociația Femeilor din Armata Națională. <https://www.facebook.com/AOAFANRM/>; Asociația Femeilor din Procuratură. <https://www.facebook.com/g/Asocia%C8%99Bia-Femeilor-din-Procuratur%C4%83-100088369939529/>



Expertii independenți

contribuie la consolidarea credibilității mesajelor prin oferirea unei analize obiective, bazate pe date și cercetare. Aceștia pot explica legătura dintre Agenda FPS și concepte precum reziliența, securitatea umană sau coeziunea socială, facilitând o înțelegere mai profundă a subiectului.



Reprezentanții/reprezentantele societății civile

conectează politicile publice cu realitățile din teren. Societatea civilă cunoaște nevoile comunităților, vulnerabilitățile locale și pot facilita dialogul între cetățeni și instituții. De asemenea, contribuie la mobilizarea comunităților și la monitorizarea implementării Programului Național 1325 [22].



Partenerii instituționali atât naționali, cât și internaționali [23]

oferă legitimitate suplimentară, expertiză și resurse pentru implementarea Agendei FPS. Aceștia sprijină alinierea la standardele Uniunii Europene, ONU sau OSCE și contribuie la amplificarea mesajelor la nivel regional și internațional. În același timp, există riscul ca aceste inițiative să fie percepute ca fiind impuse din exterior, dacă nu sunt adaptate și ancorate în contextul local.



Mass-media

are un rol determinant în formarea opiniei publice și în setarea agendei publice. Prin reportaje, interviuri, podcasturi sau campanii media, aceasta poate promova o imagine echilibrată și realistă a femeilor în domeniul securității, contribuind la combaterea stereotipurilor și a dezinformării. Totuși, există riscul de senzaționalism, stereotipizare sau politizare excesivă a subiectului.



În ansamblu, impactul maxim al comunicării este atins atunci când acești actori acționează coordonat, transmit mesaje complementare, adaptate publicului-țintă și susținute de date, exemple și rezultate concrete.

[22] Platforma de Inițiative de Securitate și Apărare, Centrul de Drept al Femeilor, Help Moldova, Institutul pentru Democrație și Dezvoltare, AO „Institutum Virtutes Civiles”, Gender-Centru, Asociația Obștească pentru Copii și Tineret „Făclia”, Asociația Inițiative 4 Peace, Centrul de Drept din Moldova, Centrul Parteneriat pentru Dezvoltare, Asociația Femeilor din Poliție, Asociația Femeilor din Armata Națională, Asociația Femeilor din Procuratură; Pentru detalii a se vedea: Raport de monitorizare pentru anii 2023–2024 al Programului Național de Implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023–2027. <https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/RAPORT-DE-MONITORIZARE-PENTRU-ANII-2023-2024-AL-PROGRAMULUI-NATIONAL-DE-IMPLEMENTARE-A-REZOLUTIEI-1325-A-CONSILIULUI-DE-SECURITATE-AL-ONU-PRIVIND-FEMEILE-PACEA-SI-SECURITATEA-PENTRU-ANII-2023-1-1.pdf>

[23] UN Women, Ambasada Suediei în Republica Moldova, Ambasada Regatului Unit al Marii Britanii și Irlandei de Nord, Uniunea Europeană, Ambasada Statelor Unite ale Americii (INL – Bureau of International Narcotics and Law Enforcement Affairs), Biroul Federal de Externe din Germania, Centrul de la Geneva pentru Guvernanța Sectorului de Securitate (DCAF), Programul Națiunilor Unite pentru Dezvoltare (PNUD), etc. Pentru detalii a se vedea: Raport de monitorizare pentru anii 2023–2024 al Programului Național de Implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de Securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023–2027. <https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/RAPORT-DE-MONITORIZARE-PENTRU-ANII-2023-2024-AL-PROGRAMULUI-NATIONAL-DE-IMPLEMENTARE-A-REZOLUTIEI-1325-A-CONSILIULUI-DE-SECURITATE-AL-ONU-PRIVIND-FEMEILE-PACEA-SI-SECURITATEA-PENTRU-ANII-2023-1-1.pdf>

Implementarea FPS presupune leadership strategic, angajament instituțional, coordonare intersectorială și orientare spre rezultate. Liderii politici și administrativi au responsabilitatea de a integra angajamentele internaționale în politici publice, reforme, planificare bugetară, mecanisme de monitorizare și cultura instituțională. Principalele responsabilități vizează stabilirea direcției strategice, instituționalizarea implementării, integrarea FPS în reforma sectorului de securitate, promovarea unei culturi instituționale compatibile cu buna guvernare, utilizarea datelor în procesul decizional și corelarea FPS cu reforma administrației publice.



RECOMANDĂRI PENTRU DECIDENTI (MINISTERE / INSTITUȚII IMPLEMENTATOARE A PROGRAMULUI 1325)

Leadership și mobilizare

- Organizați periodic evenimente publice (mese rotunde, conferințe) pentru a promova Agenda FPS și a evidenția contribuțiile femeilor, inclusiv rolul bărbaților ca aliați.
- Asigurați coordonarea eficientă prin ședințe regulate de planificare și comunicare internă, pentru a facilita decizii rapide și coerente.

Instrumente și produse de comunicare

- Elaborați și distribuiți buletine informative periodice către actorii relevanți din sector, cu actualizări privind inițiativele, progresul și rezultatele obținute.
- Dezvoltați și mențineți o platformă oficială dedicată Agendei FPS, care să includă resurse, bune practici și informații actualizate, accesibile publicului și instituțiilor.

Vizibilitate și raportare

- Organizați anual o conferință națională pentru prezentarea progresului în implementarea Programului 1325.
- Facilitați seminare și dialoguri tematice pentru a evidenția impactul pozitiv al Agendei și pentru a promova exemple de bune practici, inclusiv la nivel local.



RECOMANDĂRI PENTRU INTEGRAREA PERSPECTIVEI DE GEN ÎN DECIZII ȘI COMUNICARE

În discursuri și mesaje publice

- Comunicați clar - Agenda FPS este parte integrantă a securității, rezilienței și păcii durabile.
- Utilizați date și exemple concrete pentru a demonstra impactul participării femeilor.
- Promovați toleranța zero față de stereotipuri și hărțuire în bază de gen.

În politici interne și proceduri

- Introduceți criterii de incluziune în procesele de recrutare, promovare și selecție.
- Asigurați mecanisme sigure și funcționale de raportare a cazurilor de discriminare sau hărțuire.
- Planificați și alocați resurse pentru instruirii, mentorat și echilibru muncă-viață personală.

În guvernare și implementare

- Consolidați coordonarea interinstituțională prin intermediul punctelor focale și creați un calendar comun de acțiuni.
- Stabiliți indicatori clari de performanță privind participarea, încrederea publică și impactul.
- Raportați anual progresul și comunicați transparent rezultatele și pașii următori.



RECOMANDĂRI PENTRU COORDONARE ȘI PARTENERIATE

Coordonare interinstituțională

- Consolidați grupurile de lucru și mecanismele comune de comunicare pentru Agenda FPS.
- Organizați conferințe tematice pentru schimb de bune practici și dialog între instituții.
- Coordonați planurile și activitățile FPS la nivel național și instituțional.
- Asigurați diseminarea rezultatelor (rapoarte, materiale video), inclusiv în limba rusă, unde este relevant.

Dezvoltarea capacităților

- Susțineți programe interministeriale de mentorat și schimb de experiență pentru femeile din sectorul de securitate.

Parteneriate externe

- Organizați întâlniri regulate cu donatorii (1–2 ori pe an) pentru coordonarea inițiativelor.
- Dezvoltați parteneriate cu mass-media pentru promovarea Agendei, prin campanii, articole, podcasturi și instruirii dedicate.

Rolul decidenților

- Asigurați un mandat clar, reguli de coordonare și responsabilități bine definite pentru implementarea Agendei FPS (Secretariat PNA 1325, puncte focale, comunicare instituțională).



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Tabăra de Toamnă: „Abordarea securității umane în politicile de securitate”, 2-3 noiembrie 2023

CUI COMUNICĂM?

O societate durabilă și sigură se construiește prin participarea activă a tuturor cetățenilor. În acest context, Agenda Femeile, Pacea și Securitatea în Republica Moldova reprezintă un demers strategic care necesită o comunicare adaptată diferitelor categorii de public, în funcție de rolul, influența și nivelul lor de implicare. Pentru a asigura eficiența comunicării, este necesară identificarea și abordarea diferențiată a publicurilor-țintă, atât la nivel instituțional, cât și la nivel societal.

PUBLIC ȚINTĂ AL PLANULUI DE COMUNICARE STRATEGICĂ

LA NIVEL INSTITUȚIONAL

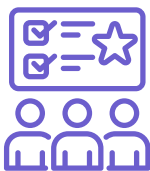
- Femei și bărbați;
- Punctele Focale de Gen;
- Femeile angajate în Sectorul de Apărare Națională;
- Decidenții/tele din cadrul ministerelor implementatoare ale Programului 1325.

LA NIVEL NAȚIONAL

- Publicul larg;
- Femeile și fetele cu vârsta între 16–24 ani;
- Bărbații și băieții cu vârsta între 16–24 ani;
- Partenerii de dezvoltare;
- Mass-media.

Sursa: Plan de comunicare strategică privind Agenda Femeile, Pacea și Securitatea

PUBLIC-ȚINTĂ LA NIVEL INSTITUȚIONAL



Personalul din ministere, poliție, armată și instituții de securitate

Acest public-țintă include angajații/angajatele de la toate nivelurile ierarhice din sectorul de securitate și apărare. Comunicarea trebuie să fie orientată spre informare și educație, evidențiind importanța integrării perspectivei de gen în activitatea profesională. Scopul este de a transforma personalul instituțional în promotori activi ai Agendei FPS și de a consolida o cultură organizațională incluzivă.



Punctele focale de gen și comunicatorii/comunicatoarele instituționali/instituționale

Acest grup reprezintă un public-țintă strategic, cu rol operațional în implementarea și comunicarea Agendei FPS. Comunicarea trebuie să vizeze consolidarea capacităților, schimbul de bune practici și asigurarea coordonării interinstituționale. Punctele focale și comunicatorii/comunicatoarele contribuie la adaptarea mesajelor, monitorizarea progresului și menținerea coerenței comunicării la nivel instituțional.



Liderii și liderele din instituții

Persoanele cu rol de conducere din instituții constituie un public-țintă esențial pentru asumarea politică a Agendei FPS. Comunicarea trebuie să fie strategică și orientată spre impact, oferind argumente, date și exemple care să susțină integrarea perspectivei de gen în politicile de securitate. Aceștia au capacitatea de a influența cultura organizațională și de a seta direcția instituțională.



Femeile angajate în sectorul de securitate și apărare

Femeile din acest sector reprezintă un public-țintă distinct, ale cărui nevoi și experiențe trebuie reflectate în mod direct în comunicare. Mesajele trebuie să fie orientate spre împuternicire, recunoaștere și promovarea oportunităților de dezvoltare profesională. Evidențierea modelelor de succes contribuie la creșterea vizibilității și la consolidarea încrederii.



Decidentele și decidenții din instituțiile implementatoare ale Programului 1325

Acest public-țintă are un rol central în procesul decizional. Comunicarea trebuie să fie orientată spre acțiune, susținută de date și rezultate concrete, oferind instrumentele necesare pentru integrarea perspectivei de gen în politici și strategii. Implicarea activă a acestora este esențială pentru implementarea eficientă a Agendei FPS.

PUBLIC-ȚINTĂ LA NIVEL NAȚIONAL

Publicul larg

Publicul larg, incluzând femei, bărbați, fete și băieți, reprezintă un public-țintă prioritar pentru creșterea nivelului de conștientizare. Comunicarea trebuie să promoveze egalitatea de gen, respectul și incluziunea, utilizând mesaje accesibile și relevante pentru diferite categorii sociale. Scopul este formarea unei culturi sociale favorabile participării egale.

Tinerii/tinerele și studenții/studentele (16–24 ani)

- Acest grup constituie un public-țintă strategic pentru schimbarea mentalităților pe termen lung.

- Fetele și tinerele trebuie încurajate să se implice activ în domeniul securității și să beneficieze de programe de mentorat și dezvoltare.
- Băieții și tinerii trebuie implicați în promovarea egalității de gen, prin combaterea stereotipurilor și promovarea respectului reciproc.

➤ **Societatea civilă și organizațiile de femei**

Comunicarea cu acest public trebuie să fie constantă, deschisă și orientată spre colaborare, facilitând coordonarea și schimbul de informații între instituții și organizații. Implicarea lor activă consolidează legitimitatea politicilor publice și asigură adaptarea intervențiilor la realitățile din teren, contribuind astfel la soluții mai eficiente, incluzive și sustenabile.

➤ **Mass-media**

Mass-media reprezintă un public-țintă strategic, cu rol de multiplicator al mesajelor. Comunicarea trebuie să includă instruirea jurnaliștilor/jurnalistelor și dezvoltarea parteneriatelor media pentru a asigura o reflectare echilibrată și corectă a Agendei FPS. Astfel, mass-media contribuie la combaterea stereotipurilor și la informarea corectă a publicului.

➤ **Partenerii internaționali și donatorii**

Acest public-țintă oferă sprijin esențial pentru implementarea Agendei FPS. Comunicarea trebuie să fie orientată spre consolidarea parteneriatelor, evidențierea progresului și facilitarea schimbului de bune practici. Cooperarea cu acești actori contribuie la alinierea la standardele internaționale și la creșterea capacității instituționale.



Prin adaptarea mesajelor, instrumentelor și canalelor de comunicare la specificul fiecărei categorii, se asigură o mai bună înțelegere, implicare și asumare a obiectivelor Agendei Femeile Pacea și Securitatea.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate – bariere, soluții și politici”, Ungheni, 14 noiembrie 2025

CUM COMUNICĂM?

Promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea necesită o abordare metodologică clară, coerentă și adaptată realităților actuale ale spațiului informațional. Aceasta trebuie să fie strategică, continuă și orientată spre impact, având ca obiectiv nu doar informarea, ci și schimbarea percepțiilor, consolidarea încrederii și stimularea participării publice. Pentru a-și atinge obiectivele, aceasta trebuie să respecte câteva principii fundamentale, care asigură credibilitate, relevanță și impact.

COMUNICAREA BAZATĂ PE FAPTE, REZULTATE ȘI COMPETENȚĂ PROFESIONALĂ

Un principiu fundamental al comunicării FPS este orientarea către date verificabile, rezultate concrete și performanță profesională. Mesajele instituționale trebuie să depășească nivelul declarativ și să demonstreze impactul real al activităților desfășurate.

În acest sens, comunicarea trebuie să evidențieze în mod clar:

- responsabilitățile profesionale asumate;
- tipul activităților desfășurate;
- rezultatele obținute;
- nivelul de formare și certificările relevante.

Utilizarea indicatorilor de performanță precum rezultate operaționale, instruirii realizate sau proiecte implementate contribuie la creșterea transparenței și credibilității. De asemenea, prezentarea unor rezultate măsurabile (de exemplu, eficiență crescută sau riscuri reduse) oferă publicului o înțelegere clară a impactului.

În același timp, promovarea femeilor trebuie să fie centrată pe competență, nu pe identitate. Accentul trebuie să cadă pe expertiză și contribuție, nu pe apartenența de gen. Femeile trebuie prezentate ca profesioniste egale în cadrul echipelor, nu ca excepții sau simboluri. Această abordare consolidează percepția că femeile sunt actori reali și relevanți ai securității, contribuind la normalizarea participării lor în domeniu.

EVITAREA REPREZENTĂRII SIMBOLICE ȘI PROMOVAREA CONTRIBUȚIEI REALE

Comunicarea instituțională trebuie să evite prezentările superficiale sau formale ale femeilor, care reduc participarea acestora la un element simbolic.

Participarea femeilor trebuie tratată ca o componentă de bază a funcționării echipelor profesionale și nu o simplă „bifare” a diversității. În acest sens, materialele de comunicare trebuie să reflecte:

- colaborarea în echipe mixte;
- implicarea reală în activități operaționale;
- contribuția concretă la atingerea obiectivelor instituționale.

Prin evidențierea muncii în echipă și a rezultatelor colective, comunicarea transmite faptul că securitatea este construită prin cooperare, profesionalism și complementaritate, nu prin reprezentare formală.

ABORDARE RESPECTUOASĂ, ECHILIBRATĂ ȘI INTERSECȚIONALĂ

Promovarea femeilor în sectorul de securitate trebuie realizată într-un mod respectuos și lipsit de stereotipuri de gen. Comunicarea trebuie să evite reprezentările simplificate sau polarizante, care pot distorsiona realitatea profesională.

Este important să fie evitate:

- etichetele reductive (ex. „mame-eroine” sau „figuri sacrificiale”);
- comparațiile stereotipice cu modelele masculine;
- sexualizarea imaginii sau accentul pe aspecte fizice.

În schimb, mesajele trebuie să reflecte diversitatea experiențelor și traseelor profesionale, recunoscând că femeile nu reprezintă un grup omogen.

O abordare intersecțională presupune luarea în considerare a unor factori precum:

- funcția și nivelul profesional;
- mediul instituțional;
- contextul social sau regional.

Această perspectivă contribuie la o reprezentare mai autentică și mai incluzivă.

RESPONSABILITATE ȘI SECURITATE OPERAȚIONALĂ ÎN COMUNICARE

În domeniul securității, comunicarea trebuie să fie realizată cu un nivel ridicat de responsabilitate. Vizibilitatea nu trebuie să genereze riscuri pentru personal sau instituții. Înainte de publicarea materialelor, este necesară o evaluare atentă a riscurilor, care să includă:

- protejarea datelor personale și a identității angajaților/angajatei;

- evitarea divulgării locațiilor sau infrastructurilor sensibile;
- analiza elementelor vizuale care pot permite identificarea unităților;
- evaluarea riscurilor pentru membrii familiei.

Respectarea consimțământului persoanei vizate este esențială, la fel ca menținerea echilibrului între transparență și securitate.

O comunicare responsabilă consolidează încrederea publicului și protejează integritatea operațională a instituțiilor.

ADAPTAREA MESAJELOR LA PUBLIC ȘI CONTEXT

Eficiența comunicării depinde de capacitatea de a adapta mesajele la specificul publicului și la contextul în care acestea sunt transmise.

Acest lucru presupune:

- diferențierea mesajelor în funcție de public (tineri și tinere, experți și experte, comunități locale, public general);
- selectarea canalelor potrivite (rețele sociale, media tradițională, evenimente);
- ajustarea tonului și nivelului de complexitate;
- integrarea contextului social, cultural și politic.

De exemplu, în comunitățile cu valori tradiționale mai pronunțate, este important ca mesajele să fie ancorate în realități locale și formulate într-un mod care să evite reacțiile de respingere.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Atelier practic „Combaterea dezinformării și stereotipurilor de gen pe subiectul participării femeilor în procesele de pace și securitate”, Chișinău, 10 noiembrie 2025

Principiu	Descriere	Elemente-cheie
1. Prioritizarea competenței profesionale	Comunicarea trebuie să evidențieze rolul profesional, competențele și rezultatele femeilor din sectorul de securitate, punând accent pe expertiză și impact real, nu pe simbolism.	<ul style="list-style-type: none"> • responsabilități profesionale • activități desfășurate • rezultate obținute • formare și certificări
2. Evitarea reprezentării simbolice	Femeile nu trebuie prezentate ca elemente de diversitate formală, ci ca parte integrantă a echipelor profesionale, cu contribuții reale la misiunile instituționale.	<ul style="list-style-type: none"> • echipe mixte • implicare operațională reală • contribuții concrete • rezultate colective
3. Abordare respectuoasă și intersecțională	Comunicarea trebuie să fie echilibrată, fără stereotipuri, reflectând diversitatea experiențelor profesionale și evitând reprezentările simplificate sau discriminatorii.	<ul style="list-style-type: none"> • evitarea stereotipurilor • diversitate de roluri • recunoașterea diferențelor profesionale și sociale • abordare incluzivă
4. Respectarea consimțământului și a securității operaționale	Comunicarea trebuie să protejeze datele și siguranța personalului, evitând divulgarea informațiilor sensibile și evaluând riscurile înainte de publicare.	<ul style="list-style-type: none"> • protecția datelor personale • evitarea expunerii locațiilor sensibile • analiză de risc • respectarea consimțământului

IMPORTANT - CE TREBUIE EVITAT ÎN COMUNICARE?

În promovarea publică a femeilor din sectorul de securitate și apărare trebuie evitate anumite practici care pot distorsiona mesajul sau pot crea riscuri.

X NU SE RECOMANDĂ: ↷

1. Centrarea narațiunii pe viața personală sau familială (copii, stare civilă)

De exemplu, mass-media adeseori în momentul prezentării Jacindei Ardern, fost prim-ministru al Noii Zeelande, menționau în mod repetat statutul său de mamă. Se menționa că este „doar al doilea lider mondial care a născut în timpul exercitării mandatului”, că este o „mamă devotată și lider mondial” și că bebelușul său, Neve, este adesea audibil în transmisiunile sale live pe Facebook. A fost portretizată metaforic ca o figură maternă protectoare a Noii Zeelande: ea „i-a ținut de mână pe neozeelandezi pe durata lockdown-ului”, a îmbinat „epidemiologia [...] cu empatia, legea fiind îndulcită cu glume de mamă” și, după ce își culca copilul mic, „a empatizat cu anxietățile cetățenilor” [24].

[24] Can women have it all? Transitions in media representations of Jacinda Ardern's leadership and identity by a global newsroom. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17405904.2024.2401984>. Gender and Political Leadership in a Time of COVID. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC7578628>

2. **prezentarea femeilor ca soluție universală pentru pace („feminizarea păcii”);**
3. **utilizarea generalizărilor esențialiste, de tipul „femeile sunt mai pașnice”;**
4. **dezvăluirea detaliilor operaționale sensibile, precum locații, rutine sau identificatori instituționali.**

EXEMPLE DE FORMULĂRI RECOMANDATE

Comunicarea eficientă trebuie să includă exemple concrete și verificabile.

● EXEMPLUL 1.

„[Nume], ofițeră de analiză operațională la [instituție], coordonează evaluări de risc pentru 12 misiuni anual și a implementat un protocol care a redus timpul de răspuns operațional cu 18%.”

● EXEMPLUL 2.

„Echipa [unitate] formată din 6 femei și 11 bărbați a finalizat 200 de ore de instruire în securitate cibernetică, rezultatul fiind absența incidentelor majore în ultimul trimestru.”

● EXEMPLUL 3

„Iryna Zelena, manageră de proiect la MAI/UAWLE, a coordonat dezvoltarea #ActAgainstViolence – un asistent virtual pentru cazuri de violență domestică, implementat împreună cu Poliția Națională și un institut universitar; utilizat la nivel național în sprijinul investigațiilor și al îndrumării victimelor.”

EXEMPLE DIN REPUBLICA MOLDOVA

EXEMPLUL 1 – MINI-PROFIL (REPUBLICA MOLDOVA, MILITARĂ ÎN MISIUNE ONU)

Mini-profil (Republica Moldova, militară în misiune ONU)

Original (UN Moldova, 30 mai 2025):

„Major Stela Alexandrov, peacekeeper to UNMISS ...” + „proporția femeilor în armată a crescut de la 19,7% la 21% (2018–2024).”

De ce e bun?

- Rol concret (peacekeeper UNMISS) + indicator sectorial măsurabil.
- Focus pe sarcini și rezultate, nu pe viața privată.
- Aliniat WPS: participare semnificativă, nu prezență simbolică.

POSTARE GATA DE PUBLICAT (MODEL MINI-PROFIL)

Major Stela Alexandrov, ofițeră moldoveană în misiunea UNMISS (Sudanul de Sud), contribuie la creșterea încrederii comunităților și la identificarea nevoilor femeilor și copiilor pe teren.

La nivel de sistem, ponderea femeilor în armată a crescut de la 19,7% la 21% (2018–2024) – un pas înainte pentru participarea reală în securitate. #UNSCR1325 #WPS #WomenInPeacekeeping

EXEMPLUL 2 – „ECHIPA ÎN PRIM-PLAN” (MOLDOVA ÎN OPERAȚIUNE GLOBALĂ ANTI-TRAFIC)

Original (INTERPOL / Europol, 11 iulie 2025):

„Moldovan police were among nearly 15,000 officers ... 1,194 potential victims detected, 158 suspects arrested.” (Operațiunea Global Chain)

De ce e bun?

- Mesaj pe misiune și impact (victime protejate, arestări).
- Evidențiază contribuția Moldovei fără tokenism; ușor de completat cu componenta echipei.
- Model ideal pentru postări „echipă + impact” (roluri, sarcini, indicatori).

POSTARE GATA DE PUBLICAT (MODEL MINI-PROFIL)

Postare gata de publicat (model echipă)

Echipa Poliției RM, alături de parteneri internaționali, a contribuit la operațiunea Global Chain: 1.194 potențiale victime identificate, 158 suspecți arestați, acțiuni coordonate în 43 de țări. Participarea Republicii Moldova a întărit răspunsul comun împotriva traficului de persoane.

#GlobalChain #WPS #RuleOfLaw

Notă: Înlocuiește numele, unitatea și datele exacte cu informațiile confirmate de instituția ta înainte de publicare.

AȘA DA

exemple utile

1

Puneți în prim-plan funcția, responsabilitățile și rezultatele

Un model bun este pagina oficială a guvernului britanic despre Generalul Dame Sharon Nesmith [25], unde accentul cade pe funcție, traseu profesional, responsabilități de comandă, planificare și dezvoltare de capacități, nu pe faptul că este femeie. Acesta este un exemplu de reprezentare instituțională centrată pe competență și rol.

2

Folosiți experiențe profesionale concrete, descrise în termeni de muncă reală.

Pe pagina oficială „Women in the Forces”[26], Forțele Armate Canadiene prezintă femeile prin cariere, pregătire, beneficii și activitate operațională, iar în testimonialul Samantha McPhee accentul cade pe atribuții, antrenament, lucru în teren și competențe tehnice. Acest tip de comunicare normalizează prezența femeilor în profesii militare și operaționale.

[25] Vice Chief of the Defence Staff. General Dame Sharon Nesmith DCB ADC. <https://www.gov.uk/government/people/sharon-nesmith>

[26] Women in the Forces. <https://forces.ca/en/women-in-caf/>

3

Arătați diversitatea rolurilor și a traseelor profesionale.

Tot în Canada, pagina despre Rezervă [27] include mărturia sergentului Sonya Marchand, care explică de ce a ales serviciul militar, cum arată ritmul de lucru și ce opțiuni de dezvoltare are. Astfel de exemple demonstrează că participarea femeilor în securitate și apărare are forme diverse și parcursuri profesionale diferite.

4

Prezentați femeile ca parte a unei capacități instituționale, nu ca element decorativ

Ministerul australian al Apărării descrie volumul Winning the Peace [28] ca o colecție de profiluri [29] care evidențiază experiențele, contribuțiile și realizările a 30 de consilieri și consilieri de gen ai Forțelor de Apărare Australiene în operații, exerciții și conflicte. Este un exemplu util de comunicare care leagă profilul personal de valoarea operațională.

5

Includeți femei în roluri de conducere, expertiză și reprezentare strategică

NATO a prezentat recent un dialog cu femei-lider militare din state partenere, punând accent pe experiența lor profesională și pe avansarea carierei în mediul militar [30]. Acest tip de comunicare transmite că femeile fac parte firesc din leadership, expertiză și reprezentare instituțională.

AȘA NU

formulări mai puțin recomandate

1

Evitați titlurile care sugerează că prezența femeii în domeniu este surprinzătoare.

Titlul oficial „Elena Milcenco – femeia care știe să mânuiască arma” mută accentul de pe rol și competență pe ideea de excepție feminină. O astfel de formulare ar trebui înlocuită cu una centrată pe funcție, pregătire și contribuție profesională [31].

2

Evitați formulările care transformă femeia într-o „excepție” în sistem.

Pe pagina oficială a Carabinierilor apare trimiterea „Unica femeie comandant de pluton în cadrul Departamentului Trupelor de Carabinieri”. Deși vizibilitatea este utilă, accentul pe unicitate poate întări percepția că femeia reprezintă o abatere de la normă, nu un profesionist în cadrul instituției.

[27] Reserve Force. <https://forces.ca/en/reserve-force/>

[28] Gender, Peace and Security at Defence. <https://www.defence.gov.au/defence-activities/programs-initiatives/gender-peace-security-defence>

[29] Gender workers bring their passion. <https://www.defence.gov.au/news-events/news/2023-11-14/gender-workers-bring-their-passion-pages>

[30] Deep Dive Recap: Women in the Military – Breaking Barriers and Building Balanced Leadership. <https://www.nato.int/en/news-and-events/articles/news/2025/01/28/deep-dive-recap-women-in-the-military-breaking-barriers-and-building-balanced-leadership>

[31] Campanie Moldova 1: Elena Milcenco - femeia care știe să mânuiască arma. <https://www.army.md/?action=show&cat=124&lng=3&obj=5002&utm>

3

Evitați prezentarea femeilor exclusiv prin vulnerabilitate, emoție sau roluri familiale.

În locul formulărilor de tipul „mamă, soție și femeie sensibilă în uniformă”, comunicarea instituțională are mai multă forță atunci când pornește de la responsabilități, experiență, competențe și rezultate. Această abordare este în linie cu obiectivul NATO de a combate stereotipurile și de a promova participarea deplină și semnificativă a femeilor în procesele de pace și securitate.

4

Evitați generalizările despre ce pot sau nu pot face femeile în securitate.

Formule precum „femeile sunt mai potrivite pentru comunicare sau asistență, nu pentru roluri operative” contravin atât logicii Programului național 1325, care urmărește reprezentarea mai bună a femeilor în toate domeniile sectoriale, cât și mesajelor NATO privind cariere echitabile și forțe armate mai reziliente.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA) Eveniment “Promovarea securității umane și a rolului femeilor în procesele de pace și securitate: realizări și pași de urmat”, Chișinău, 11 martie 2024



RECOMANDĂRI

1



Implicați bărbații ca aliați

Promovarea egalității de gen și a Agendei Femeile, Pacea și Securitatea nu este o responsabilitate exclusivă a femeilor. Bărbații reprezintă parteneri ai schimbării, contribuind la legitimarea și consolidarea mesajelor.

- Implicarea lor activă în inițiativele dedicate egalității de gen favorizează: normalizarea colaborării profesionale între femei și bărbați;
- dezvoltarea unor instituții mai incluzive și echilibrate;
- creșterea credibilității și impactului comunicării publice.

2



Prioritizați diversitatea

Femeile reprezintă aproximativ jumătate din populația globală și peste 52% din populația Republicii Moldova. Promovarea rolului lor trebuie integrată într-o abordare mai amplă, care reflectă diversitatea experiențelor, identităților și perspectivelor din societate.

3



Folosiți un proces participativ

Pentru ca vocile femeilor să fie cu adevărat auzite, este necesară o participare reală și egală în dezbateri publice, paneluri și procese de consultare. Instituțiile publice, organizatorii de evenimente și organizațiile societății civile au responsabilitatea de a crea spații sigure și deschise, în care femeile pot contribui activ, fără a fi marginalizate sau reduse la o prezență simbolică.

4



Suțineți femeile în spațiul online

Femeile sunt adesea mai expuse la hărțuire online, atacuri personale și campanii de discreditare. Instituțiile și organizațiile trebuie să reacționeze prompt și ferm, manifestând solidaritate și sprijin public față de femeile vizate. O poziție instituțională clară contribuie la descurajarea abuzurilor și la construirea unui spațiu digital mai sigur și incluziv.



Prezentați femeile din sectorul de securitate și apărare prin rolurile, competențele, responsabilitățile și rezultatele lor. Utilizați exemple reale, diverse și bine contextualizate. Evitați formulările care le transformă exclusiv în simboluri emoționale, excepții spectaculoase sau ilustrații ale unor stereotipuri de gen. Această abordare este mai bine aliniată atât cu Programul național 1325 al Republicii Moldova, cât și cu practica instituțională promovată de NATO și de alte state partenere.

UNDE COMUNICĂM?

După ce am stabilit ce comunicăm și cui ne adresăm, următorul pas este să alegem unde transmitem mesajul. Alegerea canalului este importantă, deoarece influențează în mod direct dacă mesajul ajunge la publicul vizat, este înțeles și produce efectul dorit.

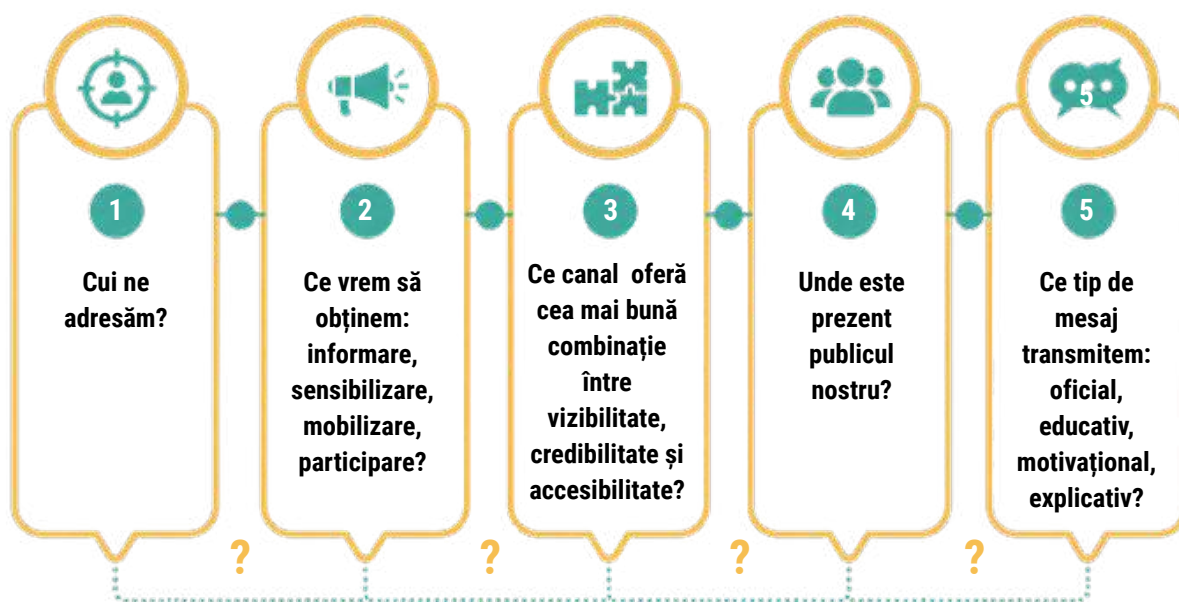
În comunicarea despre Agenda Femeile, Pacea și Securitatea, canalul nu se alege în funcție de preferința instituției, ci în funcție de public, obiectiv și tipul mesajului.



Regulă practică: Canalul se alege după public, nu după comoditatea instituției

CUM ALEGEM CANALUL POTRIVIT?

Înainte de a selecta un canal de comunicare, este util să răspundem la câteva întrebări simple:



Un singur canal este rareori suficient. De cele mai multe ori, comunicarea este mai eficientă atunci când sunt folosite mai multe canale complementare.

CE CANALE PUTEM FOLOSII?

Canal de comunicare	Rol principal	Este potrivit pentru	Ce se recomandă să fie publicat / utilizat
Paginile web ale instituțiilor	Spațiul principal pentru informația instituțională validate	<ul style="list-style-type: none"> • informații oficiale; • documente strategice; • anunțuri instituționale; • resurse consultate ulterior 	<ul style="list-style-type: none"> • planuri și rapoarte privind FPS; • comunicate și declarații oficiale; • materiale informative și ghiduri; • calendarul evenimentelor și activităților
Rețelele sociale	Vizibilitate, transmitere rapidă a mesajelor, interacțiune cu publicul	<ul style="list-style-type: none"> • campanii de informare; • mesaje-cheie; • promovarea inițiativelor și rezultatelor; • conținut vizual ușor de distribuit 	<ul style="list-style-type: none"> • infografice; • video scurte; • istorii de succes; • mesaje-cheie; • invitații la evenimente; • rezumate vizuale ale activităților
Comunicate și briefinguri de presă	Comunicare oficială cu mass-media și poziționare publică	<ul style="list-style-type: none"> • anunțuri oficiale; • lansarea unor inițiative; • explicarea deciziilor și rezultatelor; • consolidarea credibilității instituționale 	<ul style="list-style-type: none"> • lansarea unei campanii FPS; • prezentarea rezultatelor unui program; • anunțarea unui eveniment important; • clarificarea poziției instituției
Televiziune și radio	Informare și sensibilizare a publicului larg	<ul style="list-style-type: none"> • sensibilizare publică; • explicarea subiectelor de interes general; • participare la emisiuni și dezbateri; • mesaje pentru audiențe diverse 	<ul style="list-style-type: none"> • interviuri cu experți și reprezentanți instituționali; • dezbateri tematice; • spoturi și mesaje scurte de informare; • emisiuni despre rolul femeilor în securitate și pace

Platforme educaționale și sesiuni de instruire	Învățare, formare și consolidarea capacităților	<ul style="list-style-type: none"> personalul din instituții; punctele focale de gen; tineri/tinere profesioniști/ profesioniste; formatori și practicieni 	<ul style="list-style-type: none"> cursuri și webinare; sesiuni de instruire internă; module tematice despre Agenda FPS; materiale de auto-instruire
Evenimente publice și comunitare	Dialog, clarificare și apropiere de public	<ul style="list-style-type: none"> sensibilizare; implicare comunitară; dialog direct cu publicul; promovarea bunelor practici 	<ul style="list-style-type: none"> mese rotunde; dezbateri publice; campanii locale; întâlniri cu femei-lider; forumuri și conferințe
Comunicarea internă	Asigură înțelegerea și asumarea mesajelor în interiorul instituției	<ul style="list-style-type: none"> informarea personalului; clarificarea rolurilor și responsabilităților; consolidarea culturii instituționale 	<ul style="list-style-type: none"> email instituțional; newsletter intern; briefinguri; ședințe comune; sesiuni interne de informare
Materiale tipărite și digitale	Suport pentru activități publice și procese interne	<ul style="list-style-type: none"> distribuire la evenimente; informare rapidă; utilizare în instruire; consultare ulterioară 	<ul style="list-style-type: none"> broșuri; ghiduri; fișe informative; prezentări; infografice
Rețelele societății civile și partenerii	Multiplicarea mesajelor și extinderea comunicării	<ul style="list-style-type: none"> multiplicarea mesajelor; activități comune; campanii de sensibilizare; dialog cu comunitățile 	<ul style="list-style-type: none"> campanii comune; diseminarea mesajelor; evenimente în parteneriat; activități de mobilizare comunitară

CUM SELECTĂM CANALUL DE COMUNICARE PENTRU PUBLIC?



Pentru publicul larg

- Se recomandă:
- televiziune;
 - radio;
 - Facebook;
 - presă online;
 - campanii publice;
 - materiale video scurte.



Pentru personalul din sectorul de securitate și apărare

- Se recomandă:
- instruirii interne;
 - email;
 - briefinguri;
 - newsletter intern;
 - platforme educaționale;
 - site-uri instituționale.



Pentru factori de decizie

- Se recomandă:
- briefinguri;
 - ședințe de lucru;
 - note informative;
 - conferințe tematice;
 - platforme oficiale.



Pentru mass-media și formatori de opinie

- Se recomandă:
- comunicate;
 - briefinguri;
 - interviuri;
 - dosare de presă;
 - evenimente publice.



Pentru tineri

- Se recomandă:
- Instagram;
 - YouTube;
 - conținut video scurt;
 - campanii interactive;
 - evenimente educaționale.



Pentru societatea civilă și parteneri

- Se recomandă:
- rețele profesionale;
 - întâlniri tematice;
 - forumuri;
 - campanii comune;
 - schimburi de informații.

CE TREBUIE SĂ AVEM ÎN VEDERE?

Pentru ca alegerea canalului să fie eficientă, este util să respectăm câteva reguli simple:

- **Alege canale pe care publicul chiar le folosește.** Nu presupune că același mesaj va funcționa la fel pentru toate grupurile.
- **Adaptează mesajul la canal.** Mesajul de pe pagina web oficială poate fi mai formal și detaliat. Mesajul de pe contul de Facebook trebuie să fie mai scurt și accesibil. Mesajul pentru TV sau radio trebuie să fie clar și ușor de reținut.
- **Folosește mai multe canale atunci când este nevoie.** De exemplu, un eveniment poate fi anunțat pe rețele sociale, prezentat printr-un comunicat de presă și documentat ulterior pe pagina web a instituției.
- **Păstrează coerența mesajelor.** Chiar dacă forma diferă, ideea principală trebuie să rămână aceeași pe toate canalele.
- **Menține continuitatea.** Comunicarea eficientă nu înseamnă o singură postare sau o singură apariție publică, ci prezență constantă și consecventă.

CE TREBUIE DE EVITAT?

În utilizarea canalelor de comunicare, este recomandat să evităm:

- ✗ folosirea aceluiași canale pentru toate publicurile;
- ✗ publicarea mesajelor fără adaptare;
- ✗ concentrarea exclusivă pe social media;
- ✗ lipsa canalelor oficiale pentru informația instituțională;
- ✗ mesaje rare, fără continuitate;
- ✗ alegerea canalelor doar pentru că sunt mai ușor de folosit.

INSTRUMENT PRACTIC

Pentru fiecare activitate de comunicare, instituția poate completa un tabel simplu:

Public	Obiectiv	Canal	Tip de conținut
1 Public larg	1 Informare	1 Facebook, TV, radio	1 postare, video, spot
2 Personal instituțional	2 Înțelegere și asumare	2 email, briefing, training	2 notă, prezentare, ghid
3 Factori de decizie	3 Susținere	3 briefing, ședință, document oficial	3 mesaj-cheie, date, recomandări
4 Tineri/tinere	4 Sensibilizare	4 Instagram, YouTube	4 reel, story, video scurt
5 Mass-media	5 Vizibilitate	5 comunicat, briefing	5 comunicat, interviu, fișă de presă

EXEMPLU DIN REPUBLICA MOLDOVA:

În cazul unei instituții precum Ministerul Afacerilor Interne, același mesaj strategic privind participarea femeilor în sectorul de securitate și apărare poate fi adaptat în funcție de canalul utilizat. Pe pagina web a instituției, mesajul va avea un caracter formal și informativ; pe contul de Facebook va fi mai accesibil și explicativ; pe contul de Instagram va fi mai scurt și vizual; pe cel de LinkedIn va fi formulat într-un registru profesional; iar într-un comunicat de presă va fi prezentat sintetic, oficial și ușor de preluat de mass-media. Existența Programului național 1325 pentru anii 2023–2027 și a paginilor instituționale dedicate oferă cadrul pentru acest tip de comunicare coordonată.



În comunicarea despre Agenda FPS, canalul potrivit este cel care ajunge la publicul potrivit, în formatul potrivit și la momentul potrivit. O comunicare eficientă presupune combinarea canalelor oficiale, mediatice, digitale și comunitare, astfel încât mesajele să fie clare, credibile și accesibile.

CÂND COMUNICĂM?

În promovarea eficientă a Agendei Femeile, Pacea și Securitatea, momentul comunicării este la fel de important ca mesajul și purtătorul acestuia. Comunicarea trebuie să fie integrată strategic, planificată și adaptată contextului.

COMUNICAREA PROACTIVĂ

Comunicarea trebuie să fie constantă pentru construirea încrederii publice, normalizarea rolului femeilor în sectorul de securitate și prevenirea dezinformării înainte ca aceasta să apară. În absența unei comunicări proactive, spațiul informațional poate fi ocupat de narațiuni false sau stereotipuri.

Momentul comunicării	Descriere	Exemple de acțiuni
Perioade de stabilitate instituțională	Comunicarea este esențială și în perioade fără crize, pentru a consolida percepții corecte și pentru a preveni apariția narativelor false.	<ul style="list-style-type: none">• materiale „Mit vs Realitate”• articole explicative• campanii de informare
Promovarea politicilor publice și reformelor	Comunicarea trebuie intensificată atunci când sunt lansate sau implementate politici relevante, pentru a explica impactul acestora și a asigura transparența.	<ul style="list-style-type: none">• prezentarea reformelor• informări publice• campanii tematice FPS
Activități de instruire, educație și conștientizare	Comunicarea trebuie să fie echilibrată, fără stereotipuri, reflectând diversitatea experiențelor profesionale și evitând reprezentările simplificate sau discriminatorii.	<ul style="list-style-type: none">• ateliere și traininguri• sesiuni de informare• promovarea modelelor profesionale feminine din sector

Elemente cheie:

- frecvență constantă a mesajelor (săptămânal/lunar);
- diversificarea formatelor (video, infografic, testimoniale);
- promovarea exemplelor reale de femei în sectorul de securitate;
- integrarea mesajelor FPS în comunicarea generală a instituțiilor.

Recomandare practică:

Minimum 2-4 materiale tematice pe lună despre rolul femeilor în securitate.

COMUNICAREA ÎN MOMENTE SENSIBILE

Există situații în care anumite teme devin vulnerabile la manipulare, chiar înainte de apariția unei crize evidente. Comunicarea în momente sensibile are scopul prevenirii escaladării narațiunilor manipulatorii, clarificării timpurii a informațiilor și reducerii riscului de polarizare. Instituțiile trebuie să identifice din timp temele sensibile și să intervină înainte ca acestea să fie exploatare.

Indicatorii activizării manipulării informaționale:

- ✓ creșterea discursului polarizant în media;
- ✓ apariția narațiunilor despre „valori tradiționale vs. occidentale”;
- ✓ atacuri la persoană bazate pe gen;
campanii coordonate în mediul online.

Momentul comunicării	Descriere	Exemple de acțiuni
Perioade electorale	Comunicarea trebuie intensificată în timpul alegerilor, când spațiul informațional este mai vulnerabil la manipulare și dezinformare, inclusiv pe bază de gen.	<ul style="list-style-type: none">• intervenții explicative timpurii• monitorizarea narativelor electorale• colaborare cu mass-media și fact-checkeri
Reforme sensibile (securitate, justiție, apărare)	În contextul reformelor majore, comunicarea este esențială pentru a preveni interpretările eronate și pentru a explica impactul schimbărilor.	<ul style="list-style-type: none">• campanii explicative• mesaje instituționale coordonate• implicarea experților în comunicare
Primele semnale de dezinformare (Red flags)	Comunicarea trebuie să fie rapidă și preventivă atunci când apar indicii de manipulare informațională, pentru a limita propagarea acestora.	<ul style="list-style-type: none">• intervenții explicative timpurii• activarea mecanismelor interne de răspuns• colaborare cu fact-checkeri

Subiecte polarizante (gen, identitate, securitate) pot genera diviziuni sociale, de aceea comunicarea trebuie să fie atent calibrată și orientată spre clarificare și dialog:

- activarea rețelelor de experți
- utilizarea ambasadourilor credibili
- dialog public și mesaje echilibrate

COMUNICAREA REACTIVĂ

Acest tip de comunicare intervine când e necesar a răspunde prompt la informații, interpretări sau narațiuni apărute în spațiul public cu privire la femeile din sectorul de securitate sau la implementarea Agendei FPS. Aceasta este deosebit de importantă în combaterea dezinformării bazate pe gen și în corectarea percepțiilor eronate. Comunicarea reactivă contribuie la prevenirea escaladării unor situații în crize de imagine, consolidând în același timp o reprezentare corectă și echilibrată a femeilor în procesele de pace și securitate.



Principii de bază:

- un mesaj instituțional coerent și unitar;
- evitarea contradicțiilor între instituții și actori implicați;
- accent pe fapte verificate și pe contribuțiile reale ale femeilor în securitate;
- utilizarea unui limbaj incluziv, care evită stereotipurile;
- protejarea identității și securității femeilor vizate.

COMUNICAREA ÎN SITUAȚII DE CRIZĂ

Comunicarea de criză, în contextul Agendei Femeile, Pacea și Securitatea intervine în situațiile în care apar evenimente sau narațiuni care afectează percepția publică asupra rolului femeilor în sectorul de securitate sau pun în risc siguranța și credibilitatea acestora. Astfel de situații pot include campanii de dezinformare, atacuri mediatice, incidente operaționale sau controverse publice. În aceste contexte, comunicarea trebuie să fie rapidă, coordonată și responsabilă, pentru a preveni amplificarea stereotipurilor de gen și erodarea încrederii în instituții.

Scopul principal al comunicării de criză este:

- ✓ limitarea impactului negativ asupra imaginii femeilor din sectorul de securitate;
- ✓ prevenirea răspândirii dezinformării și a narativelor discriminatorii;
- ✓ menținerea încrederii publice în instituții și în Agenda FPS.

Standard operațional recomandat:

- **reacție inițială în 1-3 ore (confirmare sau recunoaștere a situației);**
- **transmiterea unui mesaj complet în maximum 24 de ore;**
- **actualizări periodice, în funcție de evoluția situației.**

Comunicarea de criză are câteva caracteristici specifice care o diferențiază de comunicarea instituțională obișnuită:

- ✓ este reactivă și rapidă, deoarece situațiile de criză necesită răspunsuri imediate;
- ✓ are un orizont de timp scurt, fiind orientată spre gestionarea momentului critic;
- ✓ presupune mesaje clare, concise și uneori repetitive, pentru a asigura înțelegerea corectă a informațiilor;
- ✓ necesită coordonare internă strictă între instituțiile implicate și între diferitele niveluri ale organizației.

Comunicarea strategică și comunicarea de criză sunt complementare, dar au obiective și caracteristici diferite.

TIP DE COMUNICARE		
Comunicarea strategică	Descriere Comunicarea strategică este proactivă și se desfășoară în mod constant, chiar și în perioade de stabilitate. Ea are un orizont de timp mediu și lung și urmărește construirea unei relații de încredere între instituții și public.	Caracteristici <ul style="list-style-type: none">• construirea și consolidarea încrederii publice;• transmiterea unor mesaje coerente și bine elaborate;• dezvoltarea unei narațiuni instituționale consistente;• funcționarea în condiții de normalitate și stabilitate.
Comunicarea de criză	Comunicarea de criză este reactivă și apare în situații excepționale. Ea are un orizont de timp scurt și urmărește gestionarea rapidă a unei situații critice.	<ul style="list-style-type: none">• protejarea încrederii publicului în contextul unei crize;• transmiterea unor mesaje clare și urgente;• apariția în situații neprevăzute sau excepționale care necesită reacții imediate.



O instituție care nu dezvoltă comunicare strategică în perioadele de normalitate va avea dificultăți majore în gestionarea comunicării în timpul unei crize. În lipsa unei strategii de comunicare, reacțiile pot deveni haotice, contradictorii și ineficiente.

Cazul Rinei Gonoï reprezintă un exemplu relevant de reacție instituțională în urma unei agresiuni sexuale în sectorul de securitate. În 2023, un tribunal japonez a condamnat trei foști soldați pentru agresarea acesteia, după un incident produs în 2021 în cadrul Forțelor de Autoapărare ale Japoniei. Deși inițial plângerile victimei nu au fost tratate corespunzător, situația s-a schimbat după ce cazul a devenit public. Ulterior, Ministerul Apărării al Japoniei a intervenit, prezentând scuze oficiale victimei și inițiind o anchetă amplă privind cazurile de agresiune sexuală din armată. Ca rezultat, mai multe persoane implicate au fost concediate sau sancționate disciplinar. Acest caz evidențiază atât deficiențele inițiale ale sistemului instituțional în gestionarea unor astfel de plângeri, cât și capacitatea de corectare sub presiune publică și mediatică. În același timp, el demonstrează importanța asumării responsabilității de către instituții și rolul esențial al comunicării transparente în restabilirea încrederii publice [32].

De multe ori, narațiunile manipulatorii sau informațiile false apar inițial sub forma unor indicii subtile, care pot fi ușor trecute cu vederea dacă nu există mecanisme clare de monitorizare. De aceea, instituțiile trebuie să dispună de instrumente simple și rapide pentru a detecta din timp potențiale campanii de manipulare sau dezinformare.

Un astfel de instrument este **Lista de semnale de alarmă**, care ajută comunicatorii să identifice semnalele de alarmă (*red flags*) ce indică faptul că o informație sau o narațiune ar putea face parte dintr-o campanie de dezinformare sau manipulare informațională.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Masa rotundă: Rolul femeilor în procesele de pace și securitate la nivel local și național, Căușeni, 23 ianuarie 2024

[32] Scandal unic în Japonia: Trei foști soldați au fost găsiți vinovați de agresiune sexuală asupra unei colege. <https://ziare.com/agresiune-sexuala/japonia-justitie-caz-istoric-fosti-soldati-vinovati-agresiune-sexuala-1841138>

LISTĂ DE SEMNALE DE ALARMĂ

Etapa 1. Suspiciune inițială

Prima etapă presupune identificarea unor semnale de avertizare care pot indica existența unei informații manipulatorii sau false. Dacă două sau mai multe dintre aceste elemente sunt confirmate, informația trebuie să intre în etapa de verificare.

Semne frecvente ale unui posibil fals includ:

- titluri formulate într-un mod excesiv de emoțional, alarmist sau șocant;
- menționarea unor „surse anonime” sau „experți” fără identitate clară;
- existența unor greșeli gramaticale, incoerențe sau elemente vizuale prost editate;
- apariția informației pe pagini obscure sau neoficiale care imită site-uri instituționale.

Aceste indicii nu confirmă automat existența unei dezinformări, dar reprezintă semnale de avertizare care justifică verificarea suplimentară.

Etapa 2. Verificare de fond

În această etapă se realizează verificarea informației prin surse oficiale și instrumente de analiză digitală.

Acțiunile recomandate includ:

- identificarea sursei originale a informației în canale oficiale (de exemplu portaluri guvernamentale sau pagini instituționale);
- verificarea imaginilor utilizate prin instrumente de căutare inversă, precum Google Reverse Image sau TinEye, pentru a identifica utilizarea unor imagini din alte contexte;
- verificarea datei publicării, deoarece uneori informații vechi sunt reutilizate pentru a crea impresia unor evenimente recente;
- consultarea colegilor/colegelor din instituții partenere sau din structurile de comunicare strategică.

Scopul acestei etape este stabilirea faptelor și evaluarea gradului de veridicitate a informației.

Etapa 3. Evaluarea înainte de reacția publică

Înainte de transmiterea unui mesaj oficial, instituțiile trebuie să evalueze impactul potențial al informației false.

Se recomandă analizarea următoarelor întrebări:

- Există certitudinea că informația falsă vizează tema Femeile, Pacea și Securitatea sau alte domenii sensibile?
- Informația poate afecta încrederea publică, reputația instituției sau relațiile externe?
- Există dovezi factuale verificabile (documente, declarații oficiale, imagini originale)?
- Reacția este coordonată cu punctul focal instituțional responsabil de comunicare?

Dacă răspunsul la aceste întrebări indică un risc semnificativ, trebuie pregătit un brief de răspuns pentru aprobarea conducerii instituției.

Etapa 4. Răspunsul instituțional

Răspunsul trebuie să fie:

- rapid, pentru a limita răspândirea informației false;
- clar și factual, bazat pe dovezi verificabile;
- coordonat, pentru a evita mesaje contradictorii.

În funcție de gravitatea situației, reacția poate include:

- comunicate oficiale;
- clarificări publice pe site-ul instituției;
- postări explicative pe rețele sociale;
- colaborare cu platforme de fact-checking.

Mesajele trebuie să fie concise și să evite repetarea excesivă a falsului, pentru a nu amplifica narațiunea manipulatorie.

Etapa 5. Monitorizare după reacție

După transmiterea mesajului oficial, instituțiile trebuie să monitorizeze impactul comunicării.

Acest proces presupune:

- urmărirea reacțiilor din mass-media și din spațiul online;
- analizarea comentariilor și a nivelului de viralizare;
- evaluarea eficienței răspunsului.

Rezultatele trebuie consemnate într-un raport intern antifake, care va contribui la îmbunătățirea procedurilor viitoare.

COMUNICAREA POST-CRIZĂ (RECUPERARE ȘI CONSOLIDARE)

După o criză, comunicarea trebuie să continue pentru a reconstrui încrederea și a preveni reapariția narațiunilor false, consolida reziliența instituțională și pentru a corecta percepțiile afectate de criză.

Momentul comunicării	Descriere	Exemple de acțiuni
După stabilizarea situației	Comunicarea continuă după depășirea unei crize pentru a clarifica faptele, a reconstrui încrederea și a preveni reapariția dezinformării.	<ul style="list-style-type: none">• rapoarte transparente• comunicări oficiale de clarificare• informări publice privind situația
Etapa de evaluare și lecții învățate	Instituțiile analizează modul în care a fost gestionată situația și comunică concluziile pentru a demonstra transparență și responsabilitate.	<ul style="list-style-type: none">• rapoarte de evaluare• prezentarea lecțiilor învățate• recomandări pentru viitor
Reluarea activităților normale	Comunicarea sprijină revenirea la normalitate și reafirmă funcționarea instituțiilor și continuitatea activităților.	<ul style="list-style-type: none">• campanii de informare și educație• promovarea rezultatelor obținute• evidențierea bunelor practici



Se recomandă elaborarea și utilizarea unui calendar de comunicare clar structurat, care să asigure coerența, continuitatea și eficiența promovării Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. Planificarea anuală, organizată pe trimestre, permite alinierea activităților (campanii, instruirii, produse media) cu obiectivele instituționale și prioritățile strategice.

Totodată, este recomandată stabilirea unui calendar minim de comunicare (trimestrial sau bianual), care să garanteze o prezență constantă în spațiul public. Acesta ar trebui să includă, în mod regulat, produse-cheie precum: studii de caz, profiluri de specialiste, materiale educative de tip „mit vs. fapt” și actualizări privind implementarea Programului național 1325.

CALENDAR (EXEMPLU PE 12 LUNI)

TRIMESTRU I

- Creare celulă monitorizare
- Elaborare identitate campanie
- Dezvoltare materiale „Adevăr vs. Mit” (prima serie)
- Inițiere campanie digitală

TRIMESTRU II

- Lansare secțiune web
- Ateliere media literacy (etapa 1)
- Începere campanie
- Training jurnaliști/influenceri (etapa 1)

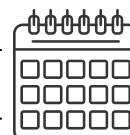
TRIMESTRU III

- Concurs „Erou/eroină contra stereotipului”
- Serii de contra-narațiuni
- Training jurnaliști (etapa 2)
- Monitorizare și ajustare mesaje

TRIMESTRU IV

- Etapa 2 campanie outdoor
- Raport final monitorizare
- Evaluare impact
- Recomandări pentru continuare

NOTIȚE:



CALENDAR MINIM DE COMUNICARE (TRIMESTRIAL/BIANUAL)



- 1 studiu de caz (impact operațional)
- 1 profil de specialistă (model de carieră)
- 1 postare de informare educativă atractivă (mit vs. fapt despre femei în securitate)
- 1 actualizare privind PNA 1325 (indicatori, parteneriate)

CUM MONITORIZĂM PROGRESUL ȘI MĂSURĂM REZULTATELE ?

Pentru a evalua eficiența strategiilor de comunicare, este necesară utilizarea unui sistem clar de indicatori de performanță (*KPI - Key Performance Indicators*). Acești indicatori permit monitorizarea progresului, măsurarea rezultatelor și ajustarea strategiilor de comunicare în funcție de impactul real asupra publicului. În mod obișnuit, indicatorii sunt structurați pe trei niveluri principale: output, outcome și impact.

Tip indicator	Definiție	Exemple de indicatori	Metode de măsurare	Utilitate
Output	Măsoară activitățile realizate și produsele de comunicare generate. Reflectă volumul și frecvența acțiunilor, fără a evalua schimbarea percepțiilor.	<ul style="list-style-type: none"> • Numărul de postări pe rețele sociale/platforme instituționale • Numărul de comunicate de presă • Numărul de materiale video/grafice produse • Numărul de vizualizări, distribuiri, interacțiuni • Numărul de evenimente, instruirii, campanii organizate 	<ul style="list-style-type: none"> • Statistici social media • Rapoarte instituționale • Analiza activităților realizate 	Evaluează nivelul de activitate și vizibilitatea comunicării
Outcome	Măsoară schimbările de percepție, nivelul de înțelegere și atitudinile publicului ca rezultat al comunicării.	<ul style="list-style-type: none"> • Nivelul de înțelegere a rolului femeilor în securitate • Reducerea stereotipurilor de gen în media • Creșterea încrederii în instituțiile de securitate • Schimbarea tonului și cadrului narativ în mass-media 	<ul style="list-style-type: none"> • Sondaje de opinie • Monitorizare media • Analiza discursului public 	Indică dacă mesajele au fost înțelese și au produs schimbări de percepție
Impact	Măsoară schimbările pe termen lung în comportamente și sisteme. Reflectă transformări structurale generate de comunicare.	<ul style="list-style-type: none"> • Creșterea participării femeilor în procesele de securitate și pace • Implicarea instituțiilor și societății civile în combaterea dezinformării • Dezvoltarea unei culturi reziliente la manipulare și stereotipuri 	<ul style="list-style-type: none"> • Analize pe termen lung • Date statistice instituționale • Studii sociologice complexe 	Evaluează efectele durabile și schimbările structural

INDICATORI CALITATIVI ȘI CANTITATIVI

Pentru monitorizarea progresului campaniilor de comunicare trebuie stabiliți indicatori concreți și măsurabili. Utilizarea acestor indicatori permite instituțiilor publice și organizațiilor societății civile să monitorizeze eficiența comunicării, să identifice punctele vulnerabile și să adapteze strategiile de comunicare pentru a combate mai eficient dezinformarea și stereotipurile de gen.

Monitorizarea eficienței comunicării trebuie să combine indicatori cantitativi și indicatori calitativi. Combinarea acestor două tipuri de indicatori permite o evaluare mai completă a eficienței comunicării.



INDICATORII CANTITATIVI măsoară rezultate numerice, precum:

- numărul de postări, materiale publicate sau instruirii organizate;
- numărul de participanți la activități;
- reach-ul și nivelul de interacțiune în mediul online



INDICATORII CALITATIVI în schimb, analizează calitatea mesajelor și modul în care acestea influențează percepțiile publicului. Aceștia pot include:

- schimbarea tonului mediatic privind rolul femeilor în securitate;
- nivelul de înțelegere a conceptelor de egalitate de gen și securitate;
chestionare înainte și după campanii de informare;
- feedback-ul participanților/participantelor la instruirii sau campanii de informare



RECOMANDARE: ORGANIZAȚII SONDAJE DE OPINIE PUBLICĂ PERIODICE

Se recomandă organizarea periodică a sondajelor de opinie publică pentru a înțelege percepțiile, atitudinile și nivelul de informare al populației privind rolul femeilor în securitate și implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea. Aceste instrumente oferă o bază empirică solidă pentru dezvoltarea mesajelor și ajustarea strategiilor de comunicare.

Sondajele ar trebui realizate la intervale regulate (anual sau bianual) și să includă indicatori relevanți, precum: nivelul de încredere în instituțiile de securitate, percepțiile asupra rolului femeilor în domeniu, gradul de acceptare socială a egalității de gen și expunerea la dezinformare sau stereotipuri. De asemenea, este important ca rezultatele să fie analizate, comunicate public și integrate în procesul decizional, contribuind la elaborarea unor politici și campanii mai eficiente și adaptate contextului național.

EXEMPLE

- Reducerea cu 30% a stereotipurilor în media monitorizată.

Prin analiza periodică a presei și a rețelelor sociale, se urmărește reducerea semnificativă a narațiunilor stereotipice sau discriminatorii privind rolul femeilor în securitate.

- 100% reacții oficiale la dezinformări majore în maximum 48 de ore.

Instituțiile responsabile trebuie să asigure un mecanism rapid de reacție la campaniile de dezinformare care pot afecta securitatea sau încrederea publică.

- Minimum 20 de materiale „Adevăr vs Mit” cu un reach de peste 10.000 de utilizatori per material.

Instruirea a peste 300 de elevi (valul 1). Activitățile educaționale destinate tinerilor contribuie la dezvoltarea competențelor de gândire critică și la creșterea rezilienței societății față de dezinformare.

- Formarea a 50 de jurnaliști și 20 de influenceri

Prin instruirea actorilor din mass-media și din mediul digital se urmărește crearea unei rețele de comunicatori și comunicatoare care pot promova informații corecte și pot contracara narațiunile manipulatorii.



Sursă foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Prezentarea Planului de comunicare strategică privind agenda „Femeile, pacea și securitatea”, Chișinău, 24 ianuarie 2025

**PARTEA II – STUDII
DE CAZ : BARIERE ÎN
IMPLEMENTAREA
AGENDEI FEMEILE
PACEA ȘI
SECURITATEA**

I. STEREOTIPURILE DE GEN - BARIERĂ ÎN IMPLEMENTAREA AGENDEI FEMEILE, PACEA ȘI SECURITATEA

DE CE ESTE PROBLEMA?

Stereotipurile de gen și normele sociale dăunătoare reprezintă o problemă majoră pentru implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea, deoarece limitează participarea semnificativă a femeilor în procesele de pace și securitate, afectează accesul acestora la oportunități profesionale și reduc susținerea socială și instituțională pentru o reprezentare echilibrată [33]. Soluționarea acestei probleme presupune măsuri de educare, sensibilizare, mentorat, comunicare strategică și promovare a exemplurilor de succes, implementate în mod coordonat de Secretariatul PNA 1325, instituțiile din sectorul de securitate și apărare, punctele focale de gen, instituțiile educaționale, societatea civilă, mass-media, asociațiile de femei din sector și partenerii de dezvoltare.

Percepțiile stereotipizate și învechite mențin ideea că securitatea și apărarea aparțin în principal bărbaților, ceea ce afectează atât aspirațiile femeilor și fetelor, cât și deciziile instituționale privind recrutarea, promovarea, reprezentarea și participarea la procesele de luare a deciziilor. În același timp, stereotipurile reduc vizibilitatea contribuției femeilor, perpetuează bariere culturale și instituționale și slăbesc eforturile de construire a unei securități incluzive și durabile. Problema este relevantă deoarece stereotipurile:

- influențează percepțiile despre rolul femeilor în securitate și pace;
- limitează interesul fetelor și tinerelor pentru domeniile de securitate și apărare;
- afectează accesul femeilor la formare, avansare și leadership;
- reduc susținerea instituțională și socială pentru participarea lor;
- perpetuează medii profesionale mai puțin incluzive;
- slăbesc capacitatea instituțiilor de a valorifica întregul potențial profesional disponibil.

Stereotipuri și norme dăunătoare: cum se manifestă și cum răspundem prin comunicare?

Stereotip / normă dăunătoare	Cum se manifestă?	Cum răspundem prin comunicare?
„Roluri potrivite”	Femeile sunt asociate cu comunicarea și îngrijirea, iar bărbații cu operațiunile și decizia.	Promovăm mesaje și exemple care arată femei în roluri operative, tehnice și de conducere. Evidențiem diversitatea rolurilor profesionale din sector.
„Forță vs. competență”	Se supralicitează forța fizică și se subvaluează analiza, leadershipul și abilitățile tehnice.	Punem accent pe competențe, expertiză, pregătire și rezultate. Comunicăm că securitatea modernă cere analiză, coordonare, reziliență și capacitate de decizie.

[33] Percepțiile și atitudinile privind rolul femeilor în procesele de pace și securitate în Republica Moldova. https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/04/Studiu_Percepțiile-si-atitudinile-privind-rolul-femeilor-in-procesele-de-pace-si-securitate-in-Republica-Moldova.pdf

„Disponibilitate 24/7”	Norma „mereu la datorie” afectează disproporționat persoanele cu responsabilități de îngrijire.	Promovăm o cultură instituțională bazată pe profesionalism, performanță și echilibru. Comunicăm că responsabilitățile de îngrijire nu reduc valoarea profesională.
„Mamele nu pot”	Apar presupuneri legate de mobilitate, risc și „loialitate” după sarcină sau maternitate.	Combatem presupunerile prin mesaje bazate pe fapte, exemple reale și istorii de succes ale femeilor care își continuă cariera și contribuția profesională.
„Leadershipul feminin e prea blând / prea dur”	Femeile sunt evaluate printr-un dublu standard în roluri de conducere.	Promovăm leadershipul ca set de competențe, nu ca expresie a unui tipar de gen. Evidențiem stiluri diferite de conducere și rezultate concrete.
„Femeile sunt excepții”	Una sau două femei sunt menținute în poziții vizibile, fără mandat real sau perspective clare de progres.	Comunicăm constant despre participarea femeilor ca parte firească a instituției, nu ca excepție. Evidențiem contribuții diverse și trasee profesionale reale.
„Glumă, nu hărțuire”	Remarcile sexualizante, insinuările sau comportamentele nepotrivite sunt minimizate și normalizate.	Transmitem mesaje clare despre respect, integritate și conduită profesională. Explicăm diferența dintre umor și comportament inacceptabil.
„Standardul unic”	Sunt aplicate criteriile fizice sau logistice necorelate cu sarcina reală, ceea ce produce excludere de facto.	Comunicăm despre criteriile relevante pentru funcție, merit și competență. Explicăm de ce standardele trebuie raportate la cerințele reale ale rolului.
„Securitatea operațională ca pretext”	Vizibilitatea profesională a femeilor este limitată, de exemplu în interviuri sau conferințe, mai mult decât a bărbaților.	Asigurăm reprezentare echilibrată în comunicarea publică, în respectarea regulilor instituționale. Promovăm femei-expert în mod echitabil și profesionist.
„Lipsă de modele”	Absența femeilor în funcții-cheie generează așteptări joase, descurajare și auto-excludere.	Creăm campanii cu modele profesionale, istorii de succes, mentorat și vizibilitate pentru femei din diferite niveluri și specializări.
„Eroismul	Cultura „eroului solitar” eclipsează munca de echipă și contribuțiile diverse.	Promovăm mesaje despre colaborare, echipă, complementaritate și valoarea contribuțiilor multiple în procesele de securitate și pace.

CE SE POATE FACE?

Pentru a răspunde acestei probleme, sunt necesare măsuri de educare, sensibilizare, comunicare strategică și sprijin instituțional, orientate atât spre schimbarea percepțiilor publice, cât și spre transformarea culturii organizaționale, cât și celei societale.

MĂSURI RECOMANDATE:

Organizarea atelierelor de instruire și informare

Pentru personalul instituțiilor guvernamentale și neguvernamentale din sectorul de securitate și apărare, cu accent pe identificarea și discutarea barierelor, stereotipurilor și normelor sociale care afectează participarea femeilor [34].

Dezbateri publice și evenimente tematice

Discuții instituționale, dezbateri publice, podcasturi, emisiuni radio și TV, forumuri și întâlniri comunitare dedicate rolului femeilor în securitate și păcii durabile.

Campanii de informare și conștientizare

Campanii online și offline pentru demontarea stereotipurilor de gen, promovarea mesajului că securitatea și profesiile nu au gen și evidențierea beneficiilor participării echilibrate.

Promovarea istoriilor de succes

Prezentarea realizărilor femeilor din sector prin articole, interviuri, videoclipuri, studii de caz și campanii media care oferă exemple pozitive și credibile [35].

Programe de mentorat și sprijin profesional

Crearea unor spații de mentorat pentru femei și fete interesate de cariere în securitate și apărare, inclusiv sprijin pentru acces la formare și dezvoltare profesională.

Activități educaționale în școli și universități

Campanii și materiale educaționale adresate tinerilor/tinerelor, pentru a schimba percepțiile despre profesiile din securitate și pentru a încuraja participarea egală [36].

Colaborarea cu mass-media și societatea civilă

Parteneriate pentru promovarea mesajelor corecte, combaterea stereotipurilor și dezvoltarea unui discurs public bazat pe incluziune și egalitate.

Monitorizarea și combaterea dezinformării

Crearea sau susținerea unor mecanisme de analiză și răspuns la narațiuni false, stereotipuri și mesaje discriminatorii care afectează participarea femeilor în sector.

[34] Participarea echitabilă în sectorul de securitate: de la concepte la politici publice aplicabile, discutată la Cahul. https://pisa.md/noutati/4300-participarea-echitabila-in-sectorul-de-securitate-de-la-concepte-la-politici-publice-aplicabile-discutata-la-cahul/?fbclid=IwY2xjawQIHqtleHRuA2FlbQIxMABicmlkETFjWmgzNUM1V0VgQkhHeGxGc3J0YwZhcHBfaWQOMjlyMDM5MTc4ODIwMDg5MgABHr7r5A9kWiI5nsfLRROINSNgEzQ1O8TRAP0w8AS90gJrg9hOJxbr0LRFdl4T_aem_Yn4GrsvCEGdE2yQpIAFFUw

[35] A se vedea Resurse utile din prezenta lucrare.

[36] Tinerii și tinerele de azi – vocea schimbării pentru egalitatea de gen. <https://moldova.unwomen.org/ro/stories/noutati/2025/08/tinerii-si-tinerele-de-azi-vocea-schimbarii-pentru-egalitatea-de-gen>

CINE POATE CONTRIBUI LA SOLUȚIONAREA ACESTEI PROBLEME?

Actor responsabil/actor lider

Secretariatul PNA 1325



Punctele focale de gen



Instituțiile guvernamentale din sectorul de securitate și apărare



Instituțiile educaționale



Comunicatorii și comunicatoarele din instituții



Asociațiile de femei din sector



Societatea civilă



Mass-media și jurnaliștii/jurnaliste



Donatorii și partenerii de dezvoltare



Atribuții



Asigură coordonarea generală, coerența mesajelor și monitorizarea măsurilor de comunicare și sensibilizare.



Integrează subiectul la nivel instituțional, facilitează instruirile și susțin schimbarea culturii organizaționale.



Implementează măsuri interne de instruire, comunicare, mentorat, promovare a exemplor de succes și consolidare a participării femeilor.



Contribuie prin activități de informare, campanii educaționale și promovarea profesiilor din domeniul securității într-o manieră incluzivă.



Adaptează și distribuie mesaje strategice, dezvoltă campanii publice și promovează modele profesionale relevante.



Susțin mentoratul, vizibilitatea femeilor profesioniste, schimbul de experiență și reprezentarea intereselor specifice.



Facilitează dialogul public, organizează campanii de sensibilizare și sprijină monitorizarea discursurilor discriminatorii și a stereotipurilor.



Contribuie la formarea percepțiilor publice, promovează exemple pozitive și demontează miturile privind rolul femeilor în securitate.



Oferă sprijin tehnic, resurse și expertiză pentru campanii, cercetare, formare și inițiative de schimbare socială.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)

Atelier practic „De la Plan la Acțiune: Ateliere practice de comunicare strategică pentru implementarea PNA 1325”, Chișinău, 4 decembrie 2025

II. PROBLEMA DEZINFORMĂRII ÎN BAZĂ DE GEN

DE CE ESTE PROBLEMĂ? Dezinformarea bazată pe gen reprezintă utilizarea deliberată a narațiunilor, imaginilor sau materialelor false ori înșelătoare care exploatează stereotipurile de gen pentru a discredita, intimida sau marginaliza femeile din spațiul public: inclusiv lidere politice, jurnaliste, experte sau activiste. Acest tip de manipulare combină sexismul cu tehnici moderne de propagandă, precum deepfake-uri, conturi false, roboți digitali sau micro-targetare pe rețelele sociale, având ca scop subminarea credibilității femeilor și limitarea participării lor în procesele politice, sociale și de securitate.

Dezinformarea bazată pe gen este simultan:

- o problemă de egalitate de gen, deoarece limitează accesul și participarea femeilor;
- o amenințare la adresa democrației, deoarece distorsionează dezbaterile publice și reprezentarea echitabilă.

Impactul acestora depășește nivelul individual și afectează funcționarea societății și a instituțiilor democratice:

- **Subminează credibilitatea femeilor** în poziții de leadership, creând percepția că nu sunt potrivite pentru roluri de decizie;
- **Distorsionează dezbaterile publice**, mutând focusul de la competență și politici către stereotipuri și viața personală;
- **Reduce participarea femeilor**, prin descurajare, autocenzură sau retragere din spațiul public;
- **Erodează încrederea în instituții**, prin amplificarea narațiunilor manipulatorii;
- **Amplifică polarizarea socială**, inclusiv între diferite grupuri sociale și teritoriale;
- **Poate fi utilizată ca instrument de influență externă**, în contexte de război informațional.

În cazul Republicii Moldova, vulnerabilitatea este accentuată de:

- persistența normelor sociale tradiționale;
- expunerea ridicată la propagandă externă;
- nivelul variabil de educație media;
- viteza de răspândire a conținutului pe rețelele sociale.

Prin utilizarea stereotipurilor (maternitate, moralitate, roluri tradiționale), propaganda transformă femeile în simboluri emoționale, reducând capacitatea publicului de analiză critică și facilitând manipularea opiniei publice.

Cum și cine o poate soluționa?

Dezinformarea bazată pe gen necesită un răspuns instituțional coordonat, deoarece impactul său este sistemic și afectează securitatea informațională, coeziunea socială și funcționarea democratică.

În lipsa unei intervenții coordonate:

- narațiunile manipulatorii pot deveni dominante;
- stereotipurile sunt consolidate;
- încrederea publică este afectată pe termen lung.

Elemente-cheie ale răspunsului instituțional

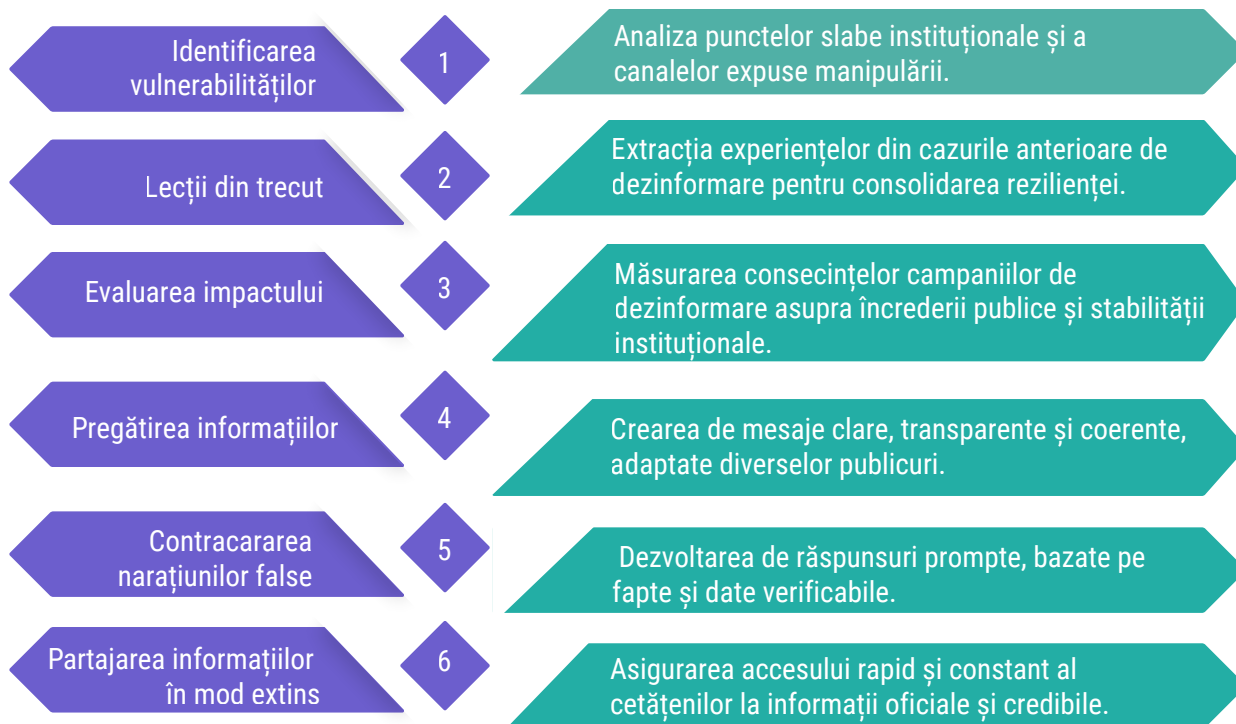
Domeniu de intervenție	Măsuri recomandate
Politici și responsabilități instituționale clare	<ul style="list-style-type: none"> • Elaborarea de politici interne împotriva dezinformării și hărțuirii • Stabilirea unor termene clare de reacție (ex. 24–72h) • Desemnarea punctelor focale • Crearea unor echipe multidisciplinare (comunicare, juridic, IT)
Monitorizare și detectare timpurie	<ul style="list-style-type: none"> • Monitorizarea presei și a rețelelor sociale • Utilizarea listelor de cuvinte-cheie asociate stereotipurilor • Implementarea sistemelor de alertă rapidă • Colectarea și arhivarea dovezilor digitale
Comunicare strategică (proactivă și reactivă)	<ul style="list-style-type: none"> • Comunicare proactivă (explicarea anticipativă a subiectelor sensibile) • Reacții rapide și bazate pe fapte • Mesaje coerente și coordonate între instituții • Utilizarea purtătorilor credibili (experte, femei din sector, jurnaliști)
Răspuns gradual la dezinformare	<ul style="list-style-type: none"> • Prevenție (educarea publicului) • Demontare punctuală (fără amplificarea falsului) • Reacții coordonate în cazul atacurilor • Stabilirea priorităților (nu toate falsurile necesită răspuns public)
Protecția persoanelor vizate	<ul style="list-style-type: none"> • Sprijin psihologic • Asistență juridică • Recomandări de securitate digitală • Gestionarea expunerii publice în situații sensibile
Cooperare interinstituțională și externă	<ul style="list-style-type: none"> • Coordonare între instituții publice • Colaborare cu mass-media și fact-checkeri • Parteneriate cu societatea civilă • Cooperare cu platforme digitale și instituții de reglementare
Educație și cultură organizațională	<ul style="list-style-type: none"> • Traininguri în media literacy și securitate digitală • Ghiduri editoriale privind comunicarea incluzivă • Promovarea unei culturi instituționale bazate pe respect și profesionalism
Instrumente operaționale	<ul style="list-style-type: none"> • Protocol interinstituțional de reacție la falsuri • Red Flag Checklist pentru identificarea dezinformării • Indicatori de performanță (timp de reacție, impact, percepție publică)

Este recomandabil ca fiecare instituție să elaboreze un protocol interinstituțional de reacție la falsuri pentru a asigura o intervenție rapidă, coordonată și bazată pe fapte în cazul informațiilor false sau manipulatorii. În contextul securității informaționale și al combaterii dezinformării bazate pe gen, instituțiile trebuie să dispună de proceduri clare de identificare, verificare și reacție.

Acest protocol urmărește trei obiective principale:

- detectarea timpurie a falsurilor;
- coordonarea reacției între instituții;
- protejarea încrederii publice și a reputației instituționale.

Acțiuni necesare pentru protejarea instituțiilor împotriva dezinformării



Sursa foto: Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Sesiune de informare „Participarea echitabilă în sectorul de securitate – bariere, soluții și politici”, Bălți, 2 martie 2026

III. NIVEL REDUS DE INFORMARE ȘI ÎNȚELEGERE - OBSTACOL ÎN APLICAREA AGENDEI FPS

DE CE ESTE PROBLEMĂ?

Lipsa de informare reprezintă una dintre principalele bariere în implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea, deoarece reduce nivelul de înțelegere a relevanței acesteia în sectorul de securitate și apărare, limitează asumarea instituțională și diminuează participarea actorilor-cheie. În absența unei informări coerente și constante, Agenda FPS riscă să fie percepută ca un subiect secundar, și nu ca un instrument strategic pentru consolidarea securității umane, a rezilienței instituționale și a participării incluzive în procesele de pace și securitate.

Problema apare deoarece lipsa de informare:

- limitează înțelegerea beneficiilor concrete ale Agendei FPS;
- reduce sprijinul instituțional și public pentru măsurile propuse;
- menține stereotipuri privind rolul femeilor în securitate și apărare;
- diminuează participarea femeilor la procesele decizionale;
- afectează coordonarea dintre instituții, societatea civilă și publicul larg;
- face mai dificilă transformarea obiectivelor strategice în acțiuni practice.

Astfel, Obiectivul 3 din Planul de comunicare strategică [37] răspunde clar la dimensiunile de acțiune și responsabilitate, indicând atât măsurile necesare pentru creșterea nivelului de informare despre Agenda FPS, cât și actorii care pot contribui la realizarea acestora.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)

Tabăra de toamnă, ediția 2024: „Consolidarea Comunicării Strategice pentru Promovarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea”, Chișinău, 18 - 20 septembrie 2024

[37] Planul de comunicare strategică privind promovarea Agendei Femei, Pace și Securitate. https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/PLAN-de-comunicare-strategica_1-merged.pdf

CE SE POATE FACE?

Lansarea unei campanii naționale de informare despre Agenda FPS

Cu mesaje clare despre rolul femeilor în securitate, beneficiile participării lor și relevanța Agendei FPS pentru societate.

Elaborarea și distribuirea materialelor informative

Broșuri, ghiduri, infografice, prezentări, newslettere și buletine informative pentru instituții, societatea civilă și publicul larg.

Organizarea de activități de sensibilizare și dialog public

Conferințe, seminare, mese rotunde, emisiuni TV/radio, briefnguri și întâlniri cu experți, lidere și reprezentante ale sectorului de securitate.

Integrarea subiectului FPS în formarea profesională

Traininguri pentru personalul din sectorul de securitate și apărare, pentru punctele focale de gen și pentru comunicatorii instituționali.

Promovarea exemplilor de succes și a istoriilor profesionale ale femeilor din sector

Vizibilizarea contribuției femeilor prin articole, interviuri, campanii online și produse multimedia.

Crearea de conținut adaptat pentru platformele digitale

Materiale video scurte, campanii pe rețele sociale, hashtag-uri tematice și produse vizuale accesibile pentru publicul tânăr.

Consolidarea comunicării interinstituționale

Schimb regulat de informații între instituțiile implementatoare, societatea civilă, mass-media și partenerii de dezvoltare.

Monitorizarea impactului activităților de informare

Evaluarea periodică a gradului de informare, a percepțiilor publice și a nivelului de implicare a actorilor relevanți.

CINE POATE FACE ACEST LUCRU?

Actor coordonator:

- **Secretariatul PNA 1325** – coordonare generală, mesaj instituțional comun, planificarea și monitorizarea activităților.

Instituții implementatoare:

- **Ministerele și instituțiile din sectorul de securitate și apărare** – integrarea mesajelor FPS în comunicarea instituțională, instruire internă, campanii tematice.
- **Punctele focale de gen** – facilitarea implementării la nivel instituțional, diseminarea informațiilor și conectarea priorităților FPS cu activitatea curentă.
- **Structurile de comunicare ale instituțiilor publice** – producerea și distribuirea mesajelor publice.

Parteneri de sprijin și multiplicare:

- **Societatea civilă** – activități de sensibilizare, educare, advocacy și dialog cu comunitățile.
- **Asociațiile de femei din sector** – promovarea modelelor de succes, mentorat și informare profesională.
- **Mass-media** – creșterea vizibilității temei și facilitarea dezbaterii publice.
- **Mediul academic și instituțiile de formare** – includerea perspectivei FPS în programe educaționale și de instruire.
- **Donatorii și partenerii internaționali** – sprijin tehnic, expertiză și resurse pentru campanii și formare.



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Eveniment de prezentare a primului Raport de monitorizare (2023 – 2024) a Programului național de implementare a Rezoluției 1325 a Consiliului de securitate al ONU privind femeile, pacea și securitatea pentru anii 2023-2027", Chișinău, 27 ianuarie 2025

**PARTEA III - PLANUL
DE COMUNICARE ÎN
MEDIUL
INSTITUȚIONAL ȘI
ORGANIZAȚIONAL**

REPERE CONCEPTUALE

Planul de comunicare reprezintă cadrul strategic general care definește obiectivele, principiile, publicurile-țintă, mesajele, canalele și mecanismele de evaluare ale procesului de comunicare al unei organizații, instituții sau inițiative. Acesta oferă o viziune coerentă și pe termen mediu sau lung asupra modului în care comunicarea contribuie la realizarea obiectivelor instituționale sau de politică publică.

Campania de informare, în schimb, constituie un demers operațional, delimitat temporal, derivat din planul de comunicare, având ca scop transmiterea sistematică a unor informații specifice către publicuri clar definite. Campania este concepută ca un instrument de implementare a planului, utilizând mesajele, canalele și resursele stabilite la nivel strategic.

Din perspectivă analitică, relația dintre cele două este una de subordonare funcțională și complementaritate: planul de comunicare stabilește cadrul conceptual și direcțiile de acțiune, iar campania de informare operationalizează aceste direcții prin activități concrete. În absența unui plan de comunicare, campaniile de informare riscă să fie fragmentare, reactive sau incoerente; în schimb, un plan de comunicare fără campanii rămâne un exercițiu teoretic, fără impact practic.



În concluzie, campania de informare nu este un scop în sine, ci un instrument al planului de comunicare, contribuind la atingerea obiectivelor strategice prin acțiuni punctuale, măsurabile și orientate către public.

În contextul Agendei Femeile, Pacea și Securitatea, campaniile urmăresc:

- creșterea vizibilității rolului femeilor în prevenirea conflictelor și consolidarea păcii;
- corectarea stereotipurilor de gen în sectorul de securitate;
- promovarea participării femeilor în structurile de apărare, securitate, poliție, administrație publică;
- sensibilizarea publicului cu privire la securitatea umană și drepturile femeilor;
- informarea actorilor instituționali despre obligațiile derivate din NAP 1325 (Planul Național de Acțiune).

Relevanță socială
mesajele trebuie ancorate în realitățile comunitare (ex. Găgăuzia, zone rurale, instituții de securitate).

Incluziune
campaniile reprezintă atât femeile, cât și bărbații – ca parteneri în securitate.

Accesibilitate
limbaj simplu, vizual, în limba comunității (română/rusă/găgăuză).

1

2

3

Principii teoretice ale unei campanii FPS

4

Evidență și date
campania se bazează pe cercetări, percepții publice, studii.

5

Neutralitate politică
evită politizarea subiectelor de securitate.

6

Orientare spre impact
se definesc indicatori măsurabili (reach, engagement, schimbări de percepții)



Sursa foto: Platforma pentru Inițiative de Securitate și Apărare (PISA)
Atelier practică „De la Plan la Acțiune: Ateliere practice de comunicare strategică pentru implementarea PNA 1325”, Chișinău, 4 decembrie 2025

Plan de Comunicare Externă (exemplu)

Secțiune	Conținut
I. Scopul planului	Scopul planului este de a promova o imagine publică incluzivă a instituțiilor de securitate, prin combaterea stereotipurilor de gen, informarea transparentă despre oportunitățile de carieră, atragerea unui număr mai mare de femei aplicante și sporirea vizibilității instituționale prin campanii moderne și parteneriate strategice.
II. Obiective de comunicare	<ul style="list-style-type: none"> • Combaterea stereotipurilor la nivel societal – corectarea percepțiilor despre profesii de securitate • Informarea publicului despre oportunitățile de carieră • Creșterea numărului de femei aplicante • Sporirea vizibilității instituționale
III. Publicuri-țintă externe	<ul style="list-style-type: none"> • Adolescenți, 14-18 ani, aflați în orientare profesională • Public 18-65 ani – femei și bărbați interesați de stabilitate profesională; • Lideri comunitari. • Comunități rurale și urbane – necesită informare directă. • Studenți la Academia de Poliție – necesită susținere motivațională. • Mass-media – amplificatori de mesaj, formatori de opinie.
IV. Mesaje-cheie externe	<p>„Stereotipurile limiteză progresul, iar incluziunea aduce succes și prosperitate.”</p> <p>„Nu tot ce auzi crede: verifică faptele, nu miturile.”</p>
V. Tactici și instrumente	<ul style="list-style-type: none"> • Campanii media (TV, radio, online, podcasturi) – reportaje, interviuri, prezență constantă. • Spoturi sociale – mesaje scurte pe TV, TikTok, YouTube. • Comunicate și briefinguri • Târguri de carieră • Zile ale ușilor deschise: vizite în unități, întâlniri cu femei din sistem. • Campanii vizuale: istorii de succes, panouri, bannere. • Materiale promoționale: broșuri, pliante, infografice adaptate mediilor rurale.
VI. Calendar anual	<ul style="list-style-type: none"> • T1 – Lansarea campaniei: eveniment oficial, conferință de presă, spoturi media. • T2 – Activități cu tinerii: ateliere, caravane rurale, campanii digitale. • T3 – Târguri de carieră, mentorat, voluntariat: programe de recrutare și ambasadoare. • T4 – Evaluare și documentare: mini-documentar anual, sondaje, raport final.
VII. Responsabilități	<ul style="list-style-type: none"> • Instituții de forță/apărare/frontieră – coordonare, logistică, acces la locații. • Mass-media – difuzare, reportaje tematice. • Parteneri internaționali (UN Women, OSCE, PISA, Frontex, Ambasade) – expertiză, suport financiar. • ONG-uri – facilitare comunitară. • Instituții educaționale – acces la tineri.
VIII. Costuri/ Bugete	<p>Buget recomandat (scenariu standard): ~25.000 EUR</p> <p>Include, orientativ:</p> <ul style="list-style-type: none"> 5.000-7.000 EUR – producție materiale vizuale (spoturi scurte video, grafică pentru TV/online, infografice, machetare pentru broșuri) 8.000-12.000 EUR – difuzare media (TV/radio local, online ads) promovare social media sau am putea negocia anumite produse sa fie distribuite gratis 5.000-7.000 EUR – caravane, evenimente publice, târguri de carieră, zile ale ușilor deschise (logistică, transport, închiriere săli) 3.000-5.000 EUR – tipărire materiale (broșuri, pliante, postere, bannere) 2.000-4.000 EUR – servicii foto/video, documentare scurtă, montaj
IX. Evaluare & indicatori	<ul style="list-style-type: none"> • Min. 10 evenimente publice anual. • Min. 1500 participanți anual. • Creștere 30% în engagement online. • +25% femei aplicante. • +15% studenți la programe de securitate. • Min. 3 mini-documentare/reportaje. • Sondaje de percepție. • Creșterea încrederii publice în instituții.

Plan de Comunicare Internă (exemplu)

Secțiune	Conținut dezvoltat
I. Scopul planului	Scopul planului este de a crea un mediu instituțional incluziv și performant prin încurajarea participării femeilor în funcții operative și de leadership și creșterea coeziunii echipelor mixte.
II. Obiective de comunicare	<ul style="list-style-type: none"> • Combateră misoginismului și corectarea percepțiilor interne. • Informarea angajaților despre oportunități de dezvoltare și promovare. • Creșterea participării femeilor la concursuri interne și instruirii. • Aplicarea practică a Agendei FPS în toate activitățile instituționale.
III. Publicuri-țintă internă	<ul style="list-style-type: none"> • Conducerea instituțiilor. • Angajați din structuri operative, procuratură, SPPS, apărare și securitate (femei și bărbați). • Responsabili gender și formatori interni. • Noii angajați care intră în sistem.
IV. Mesaje-cheie interne	<p>„Profesionalismul nu are gen.”</p> <p>„Incluziunea = pace și performanță.”</p> <p>„Echipele mixte iau decizii mai bune.”</p> <p>„Femeile și bărbații se completează în misiuni.”</p>
V. Tactici și instrumente	<ul style="list-style-type: none"> • Ședințe cu conducerea. • Workshopuri și traininguri tematice. • Team-buildinguri și exerciții comune. • Conferințe cu speakeri inspiraționali • Schimburi de experiență interinstituționale. • Programe de mentorat, stagii și dezvoltare profesională. • Materiale informative interne și newsletter intern. • Mecanisme interne de raportare și monitorizare.
VI. Calendar anual	<p>T1 – Formarea grupului de lucru, audit intern.</p> <p>T2 – Instruire și planificare, workshopuri.</p> <p>T3 – Materiale, conferințe, mentorat.</p> <p>T4 – Schimburi de experiență, evaluare și raport final.</p>
VII. Responsabilități	<ul style="list-style-type: none"> • Conducerea instituțiilor – coordonare strategică. • Unitatea de Gender (punct focal) – implementare și monitorizare. • Responsabili de comunicare – comunicare internă, materiale vizuale. • Parteneri externi (UN Women, OSCE, GIZ, Ambasade, PISA) – instruire și expertiză • Actualizarea politicilor interne și sprijin în recrutare.
VIII. Costuri/ Bugete	---
IX. Evaluare & indicatori	<ul style="list-style-type: none"> • Număr de instruire și rata de participare. • Chestionare (min. 1000) aplicate inițial și final. • Creșterea participării femeilor la programe și concursuri interne. • Reducerea incidentelor discriminatorii. • Numărul de programe FPS integrate. • Rapoarte trimestriale și analiză anuală.

Recomandare/sugestie – informațiile să fie transmise prin email, în variantă electronică și mai puțin în format printat.

PLAN DE COMUNICARE (exemplu)

<p>I. Scopul planului</p>	<p>Contracarea dezinformării și stereotipurilor de gen privind participarea femeilor în securitate, consolidarea încrederii publice în competențele acestora și creșterea rezilienței informaționale a populației.</p>
<p>II. Obiective de comunicare</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Identificarea rapidă a narativelor false despre femeile în securitate. 2. Informarea publicului despre realitățile privind competențele și rolul femeilor în sectorul de securitate. 3. Educarea tinerilor și comunităților în recunoașterea știrilor false și a stereotipurilor. 4. Creșterea capacității media și influencerilor de a combate stereotipurile prin comunicare responsabilă. 5. Asigurarea unei reacții rapide și coerente la apariția dezinformărilor.
<p>III. Publicuri-țintă</p>	<p>Populația generală Tineri (elevi și studenți) Jurnaliști, influenceri, bloggeri</p> <p>Comunicatori instituționali Comunități cu valori tradiționale rigide Lideri de opinie locali, inclusiv preoți</p>
<p>V. Tactici și instrumente de comunicare</p>	<p>„Stereotipurile limitează progresul, iar incluziunea aduce succes și prosperitate.” „Nu tot ce auzi crede: verifică faptele, nu miturile.” „Femeile în securitate: Realitatea demontează miturile.” „Femeile din Moldova apără patria cot la cot cu băbății.” „Echipele mixte iau decizii mai bune și reduc riscul de escaladare.”</p>
<p>V. Tactici și instrumente de comunicare</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Monitorizare și analiză <ul style="list-style-type: none"> • Celulă de monitorizare în FPS • Raport lunar privind narativele 2. Campanie digitală „Adevăr vs. Mit” <ul style="list-style-type: none"> • Infografice • Carousel FB/IG • Clipuri scurte TikTok/YouTube • Secțiune web dedicată (colaborare cu StopFals și institutii guvernamentale) 3. Programe educaționale <ul style="list-style-type: none"> • Ateliere media literacy în licee • Concurs național: „Erou/eroină contra stereotipului” • Ghiduri pentru profesori 4. Parteneriat cu mass-media <ul style="list-style-type: none"> • Sesiuni de instruire pentru jurnaliști și influenceri <ul style="list-style-type: none"> • Ghid de reprezentare corectă a femeilor în securitate • Parteneriate editoriale pentru materiale pozitive <ol style="list-style-type: none"> 5. Comunicare oficială și reacție rapidă <ul style="list-style-type: none"> • Protocol de reacție în maxim 48 ore • Comunicate de presă • Postări oficiale explicative • Contra-narațiuni proactive planificate 6. Campanie outdoor <ul style="list-style-type: none"> • Panouri și afișe în spații publice • Mesaje vizuale cu „Top 5 stereotipuri și adevărul din spatele lor” • QR code spre resurse verificabile 7. Grupuri de discuții online cu experți <ul style="list-style-type: none"> • Sesiuni Live Q&A cu femei din armată/poliție • Moderare pentru prevenirea dezinformării

VI. Calendar (exemplu pe 12 luni)	<p>T1</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare celulă monitorizare • Elaborare identitate campanie • Dezvoltare materiale „Adevăr vs. Mit” (prima serie) • Inițiere campanie digitală 	T2	<ul style="list-style-type: none"> • Concurs „Erou/eroină contra stereotipului” • Serii de contra-narațiuni • Training jurnaliști (valul 2) • Monitorizare și ajustare mesaje 																		
T3	<ul style="list-style-type: none"> • Lansare secțiune web • Ateliere media literacy (valul 1) • Incepere campanie outdoor 	T4	<ul style="list-style-type: none"> • Valul 2 campanie outdoor • Raport final monitorizare • Evaluare impact • Recomandări pentru continuare 																		
VII. Responsabilități instituționale	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="467 1189 499 1630">ACTOR</th> <th data-bbox="467 295 499 1189">ROL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="499 1189 547 1630">Secretariat MAI</td> <td data-bbox="499 295 547 1189">Coordonare generală, monitorizare, reacție rapidă</td> </tr> <tr> <td data-bbox="547 1189 595 1630">Ministerul Apărării / MAI</td> <td data-bbox="547 295 595 1189">Date și clarificări oficiale; testimoniale; povești de succes</td> </tr> <tr> <td data-bbox="595 1189 643 1630">Ministerul Educației</td> <td data-bbox="595 295 643 1189">Implementarea atelierelor în școli</td> </tr> <tr> <td data-bbox="643 1189 691 1630">ONG-uri FPS</td> <td data-bbox="643 295 691 1189">Ateliere, campanii, suport tehnic și conceptual</td> </tr> <tr> <td data-bbox="691 1189 738 1630">StopFals / portaluri fact-checking</td> <td data-bbox="691 295 738 1189">Validarea informațiilor, secțiune web</td> </tr> <tr> <td data-bbox="738 1189 786 1630">Redacții media & influenceri</td> <td data-bbox="738 295 786 1189">Difuzare mesaje, parteneriate editoriale</td> </tr> <tr> <td data-bbox="786 1189 834 1630">Autorități locale</td> <td data-bbox="786 295 834 1189">Sprijin logistic (outdoor, acces la comunități)</td> </tr> <tr> <td data-bbox="834 1189 882 1630">Donatori internaționali</td> <td data-bbox="834 295 882 1189">Suport financiar, expertiză</td> </tr> </tbody> </table>			ACTOR	ROL	Secretariat MAI	Coordonare generală, monitorizare, reacție rapidă	Ministerul Apărării / MAI	Date și clarificări oficiale; testimoniale; povești de succes	Ministerul Educației	Implementarea atelierelor în școli	ONG-uri FPS	Ateliere, campanii, suport tehnic și conceptual	StopFals / portaluri fact-checking	Validarea informațiilor, secțiune web	Redacții media & influenceri	Difuzare mesaje, parteneriate editoriale	Autorități locale	Sprijin logistic (outdoor, acces la comunități)	Donatori internaționali	Suport financiar, expertiză
ACTOR	ROL																				
Secretariat MAI	Coordonare generală, monitorizare, reacție rapidă																				
Ministerul Apărării / MAI	Date și clarificări oficiale; testimoniale; povești de succes																				
Ministerul Educației	Implementarea atelierelor în școli																				
ONG-uri FPS	Ateliere, campanii, suport tehnic și conceptual																				
StopFals / portaluri fact-checking	Validarea informațiilor, secțiune web																				
Redacții media & influenceri	Difuzare mesaje, parteneriate editoriale																				
Autorități locale	Sprijin logistic (outdoor, acces la comunități)																				
Donatori internaționali	Suport financiar, expertiză																				
VIII. Costuri / Bugete	<p>Buget orientativ (35-45.000 EUR, împărțit pe mari componente: Celulă de monitorizare & analiză – ~4.000–6.000 EUR (tool-uri, mici contracte de analiză, rapoarte lunare) Campanie digitală „Adevăr vs. Mit” – ~10.000–12.000 EUR (grafică, producție video scurtă, administrare pagini, promovare plătită FB/IG/Tik Tok) Programe educaționale (ateliere, ghiduri, concurs național) – ~7.000–8.000 EUR (trainerii, transport, materiale, premii pentru concurs) Parteneriat cu mass-media & training jurnaliști/influenceri – ~5.000–6.000 EUR (ateliere, ghid, producție de materiale editoriale) Campanie outdoor (panouri, afișe, print) – ~7.000–9.000 EUR Grupuri de discuții online / live-uri cu experți – ~2.000–3.000 EUR</p>																				
IX. Evaluare și indicatori	<ul style="list-style-type: none"> • Reducerea cu 30% a stereotipurilor în media monitorizată • 100% reacții oficiale la dezinformări majore în 48h • Min. 20 materiale „Adevăr vs Mit” cu reach peste 10.000 utilizatori / material • 300+ elevi instruiți (valul 1) • 50 jurnaliști și 20 influenceri formați • Schimbare pozitivă a sentimentului online (min. +20%) 																				

RESURSE RECOMANDATE

1. Combaterea dezinformării

- UN Women – Guidance note: prevenirea violenței împotriva femeilor în politică:
<https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2021/07/guidance-note-preventing-violence-against-women-in-politics>
- UN Women – Prevenirea violenței împotriva femeilor în alegeri (ghid):
<https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2017/11/preventing-violence-against-women-in-elections>
- OSCE/ODIHR – Toolkit: Addressing Violence against Women in Politics:
<https://www.osce.org/odihr/530272>
- OSCE/ODIHR – Introducere (PDF): https://www.osce.org/files/f/documents/e/7/530272_1.pdf
- UNESCO – The Chilling (studiu global): <https://en.unesco.org/publications/thechilling>
- UNESCO – The Chilling (recomandări pentru acțiune, PDF):
<https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000383788>
- PEN America – Online Harassment Field Manual:
<https://onlineharassmentfieldmanual.pen.org/>

2. Promovarea corectă a femeilor în sectorul de securitate (WPS)

- DCAF–OSCE/ODIHR–UN Women – Gender and Security Toolkit (overview):
<https://www.dcaf.ch/gender-and-security-toolkit>
- UN Women – Gender and Security Toolkit (colecție): <https://www.unwomen.org/en/digital-library/publications/2019/12/gender-and-security-toolkit>
- OSCE/ODIHR – Gender and Security Toolkit : <https://www.osce.org/odihr/gender-security-toolkit>
- OSCE/ODIHR – Guidance Notes on Gender in Security Sector Oversight:
<https://www.osce.org/odihr/118331>
- EIGE – Toolkit de comunicare sensibilă la gen: <https://eige.europa.eu/publications-resources/publications/toolkit-gender-sensitive-communication>
- EIGE – Toolkit (PDF):
https://eige.europa.eu/sites/default/files/documents/20193925_mh0119609enn_pdf.pdf
- NATO – Politica privind Femeile, Pacea și Securitatea (2024):
https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2024/7/pdf/240711-WPS-Policy-2024_en.pdf
- NATO – Politică privind violența sexuală legată de conflict (2021):
https://www.nato.int/nato_static_fl2014/assets/pdf/2021/6/pdf/210601-CRSV-Policy.pdf

MATERIALE ELABORATE DE CĂTRE PLATFORMA PENTRU INIȚIATIVE DE SECURITATE ȘI APĂRARE ÎN DOMENIUL AGENDA FEMEILE PACEA ȘI SECURITATEA

Note analitice

- Mârzac Elena. Valorificarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea în procesul de aderare la Uniunea Europeană a Republicii Moldova - https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/05/POLICY-BRIEF_PISA-4.pdf
- Bordeaunu Iuliana, Mârzac Elena. Mediul informațional în contextul promovării Agendei Femeile, Pacea și Securitatea - <https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/10/Diagnosticarea-mediului-informational-6.pdf>
- Mârzac Elena și contribuții de la Cristina Lesnic, Victoria Roșă, Sanda Sandu, Olesea Simion. Concepție de comunicare strategic privind promovarea politicilor Agendei Femeile, Pacea și Securitatea - <https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/03/STRATCOM-2.pdf>
- Sandu Sandu. Perspectiva drepturilor omului asupra platformelor Tech. Studiu de caz: violența online bazată pe gen în Moldova, Ucraina și Georgia - https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/02/Nota-analitica_-Perspectiva-drepturilor-omului-asupra-paltformelor-tech.-Studiu-de-caz-Violenta-online-bazata-pe-gen-in-Moldova-Ucraina-si-Georgia.pdf
- Albu Natalia, Elena Mârzac. Agenda Femeile, Pacea și Securitatea: linii directorii pentru implementarea eficientă - https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/01/NOTA-ANALITICA-AGENDA-FEMEILE-PACEA-SI-SECURITATEA-Linii-directorii-pentru-implementarea-eficienta_2024-1.pdf
- Albu Natalia. Notă de sinteză. Agenda Femeile, Pacea și Securitatea. https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/01/Nota-informativa_AGENDA-FEMEILE-PACEA-SI-SECURITATE.pdf

Studii

- Femei care inspiră: istorii de impact - <https://pisa.md/wpcontent/uploads/2025/06/Revista-istorii-de-impact-1.pdf>
- Mârzac Elena. Percepțiile și atitudinile privind rolul femeilor în procesele de pace și securitate în Republica Moldova - https://pisa.md/wpcontent/uploads/2025/04/Studiu_Perceptiile-si-atitudinile-privind-rolul-femeilor-in-procesele-de-pace-si-securitate-in-Republica-Moldova.pdf
- Raport de monitorizare pentru anii 2023 - 2024 al programului național de implementare a rezoluției 1325 a consiliului de securitate al ONU privind Femeile, Pacea și Securitatea pentru anii 2023-2027 - <https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/RAPORT-DE-MONITORIZARE-PENTRU-ANII-2023-2024-AL-PROGRAMULUI-NATIONAL-DE-IMPLEMENTARE-A-REZOLUTIEI-1325-A-CONSILIULUI-DE-SECURITATE-AL-ONU-PRIVIND-FEMEILE-PACEA-SI-SECURITATEA-PENTRU-ANII-2023-1-1.pdf>
- Monitoring Report of the National Implementation Programme of the UN Security Council Resolution 1325 on Women, Peace and Security for the years 2023-2027 - <https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/MONITORING-REPORT-OF-THE-NATIONAL-IMPLEMENTATION-PROGRAMME-OF-THE-UN-SECURITY-COUNCIL-RESOLUTION-1325-ON-WOMEN-PEACE-AND-SECURITY-FOR-THE-YEARS-2023-2027-1.pdf>
- Plan de comunicare strategică privind Agenda Femeile, Pacea și Securitatea - https://pisa.md/wp-content/uploads/2025/01/PLAN-de-comunicare-strategica_1-merged.pdf

- Compendiu: academia de securitate, ediția: Securitatea umană & Femeile, Pacea și Securitatea - <https://pisa.md/wp-content/uploads/2024/03/COMPENDIU-ACADEMIA-DE-SECURITATE.pdf>

Infografice

- Localizarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea (II) - <https://pisa.md/noutati/3493-infografic-localizarea-agendei-femeile-pacea-si-securitatea-ii/>
- Localizarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea (I) - <https://pisa.md/noutati/3489-infografic-localizarea-agendei-femeile-pacea-si-securitatea-i/>
- Роль гражданского общества в реализации повестки дня о женщинах, мире и безопасности - <https://pisa.md/infografic/2274>
- Rolul societății civile în implementarea Agendei Femeile, Pacea și Securitatea - <https://pisa.md/noutati/2256-infografic-rolul-societatii-civile-in-implementarea-agendei-femeile-pacea-si-securitatea/>
- Сектор обороны и гендерное равенство - <https://pisa.md/infografic/2270>
- Sectorul de apărare și egalitate de gen - <https://pisa.md/noutati/2251-infografic-sectorul-de-aparare-si-egalitate-de-gen/>
- Повестка дня «Женщины, мир и безопасность» и эффективное управление сектором безопасности и обороны - <https://pisa.md/infografic/2265>
- Agenda Femeile, Pacea și Securitatea și buna guvernare a sectorului de securitate și apărare - <https://pisa.md/noutati/2170-infografic-agenda-femeile-pacea-si-securitatea-si-buna-guvernare-a-sectorului-de-securitate-si-aparare/>
- Роль женщин в процессах мира и безопасности - <https://pisa.md/infografic/2279>
- Rolul femeilor în procesele de pace și securitate - <https://pisa.md/noutati/2162-infografic-rolul-femeilor-in-procesele-de-pace-si-securitate/>
- Ce instrumente privind protejarea femeilor și fetelor în situația de pace cuprinde Agenda Femeile, Pacea și Securitatea? - <https://pisa.md/noutati/2174-infografic-ce-instrumente-%f0%9d%97%96%f0%9d%97%b2-%f0%9d%97%b6%f0%9d%97%bb%f0%9d%98%80%f0%9d%98%81%f0%9d%97%bf%f0%9d%98%82%f0%9d%97%ba%f0%9d%97%b2%f0%9d%97%bb%f0%9d%98%81%f0%9d%97%b2%f0%9d%97%b9>
- Ce este Rezoluția 1325? - <https://pisa.md/noutati/2178-infografic-ce-este-rezolutia-1325/>
- Declarația de la Beijing și Platforma de acțiune de la Beijing - <https://pisa.md/noutati/2181-infografic-declaratia-de-la-beijing-si-platforma-de-actiune-de-la-beijing/>

Vox Populi

- Care credeți că este rolul femeilor în sectorul de apărare și securitate? - <https://pisa.md/noutati/3164-vox-populi-care-credeti-ca-este-rolul-femeilor-in-sectorul-de-aparare-si-securitate/>

Video explicative

- Importanța Agendei Femeile, Pacea și Securitatea - <https://pisa.md/noutati/3114-video-explicativ-importanta-agendei-femeile-pacea-si-securitatea>

