

CZU: 654.16/.19:[659.3 + 070](478)

DOI: <https://doi.org/10.5281/zenodo.5816639>

STRATEGII DE COMUNICARE INTERNĂ ÎN INSTITUȚIA PUBLICĂ AUDIOVIZUALĂ „TELERADIO MOLDOVA”

Vitalie GUȚU

Universitatea de Stat din Moldova

Dezvoltarea și gestionarea unei instituții media pornesc de la premisa comunicării pe intern, aspecte definitorii în realizarea scopului de reușită organizațională. Strategiile de comunicare sunt proiectate în regulamentele interne ale instituției și angajații se conduc după ele, având la bază obiectivele pe care și le propun să le realizeze aceștia din urmă. De aici rezultă reușita și succesul unui produs media pe piață care se datorează grație și comunicării ce se desfășoară în interiorul instituției. Tocmai de aceea, plenitudinea comunicării pe intern trebuie să rezide din importanța și relevanța tuturor actorilor implicați în dezvoltarea instituției de presă. În cadrul companiei publice „Teleradio-Moldova” strategia de comunicare internă este axată pe câteva dimensiuni: ședințe, circulară/decizii, e-mail sau intranet – elemente care pot genera și anumite deficiențe de comunicare, în condițiile în care instituția numără peste 700 de angajați.

Cuvinte-cheie: instituție audiovizuală, comunicare internă, strategii comunicaționale, entitate media, produse jurnalistice.

INTERNAL COMMUNICATION STRATEGIES

IN THE PUBLIC AUDIOVISUAL INSTITUTION “TELERADIO MOLDOVA”

The development and management of a media institution starts from the premise of internal communication, which would represent plausible aspects in achieving the goal of organisational success. The communication strategies are designed in the internal regulations of the institution and the employees are guided by them, based on the objectives that the latter aim to achieve. Or, through regular messages and information it is known exactly what is the company's mission, vision and goal. That is why the fullness of internal communication must lie in the importance and relevance of all actors involved in the development of the media institution. The internal communication strategy of the public company “Teleradio-Moldova” focuses on several dimensions: meetings, decisions, e-mail or intranet - elements that can generate certain communication deficiencies, given that the institution has over 700 employees.

Keywords: audiovisual institution, internal communication, communication strategies, media entity, media products.

Prezentat la 10.11.2021

Publicat: iunie 2022