

## **Strategia de comunicare a informației europene în Județul Dâmbovița**

*STRATEGIA DE COMUNICARE A INFORMAȚIEI EUROPENE ARE CA SCOP CREAREA ȘI SUSȚINEREA UNUI CADRU INFORMAȚIONAL PERMANENT DESPRE ADERAREA ROMÂNIEI LA UNIUNEA EUROPEANĂ, PRIN ADUCEREA INFORMAȚIILOR LEGATE DE UNIUNEA EUROPEANĂ MAI APROAPE DE NEVOILE ȘI INTERESELE PUBLICULUI DIN ROMÂNIA, PENTRU A-L PREGĂTI ÎN LUAREA UNEI DECIZII INFORMATE PRIVIND VIITORUL ROMÂNIEI ÎN UNIUNEA EUROPEANĂ.*

Majoritatea a populației din România și, implicit din județul Dâmbovița, a fost în favoarea aderării la Uniunea Europeană, însă numai o parte din populație cunoaște și înțelege ce înseamnă procesul de aderare. În general, cunoștințele românilor despre avantajele și dezavantajele pe care le presupune integrarea României în Uniunea Europeană sunt slabe și foarte mulți cetățeni cred că integrarea reprezintă rezolvarea problemelor majore cu care se confruntă.

Un alt argument în favoarea realizării unei astfel de strategii de comunicare publică în vederea aderării României la Uniunea Europeană este acela că cetățenii trebuie să cunoască implicațiile de ordin politic, economic, financiar și administrativ.

Obiectivul principal al strategiei de comunicare al Centrului de informare EUROPE DIRECT Târgoviște este acela de a facilita transmiterea de informații europene către cetățenii Județului Dâmbovița. De aici se desprind obiectivele strategice:

- realizarea unei rețele de informare cu privire la procesul de integrare europeană la nivel local prin înființarea unor puncte de informare europeană pe cuprinsul județului, cu precădere în instituții publice care au rol în diseminarea informației;

- informarea diferențiată a segmentelor de populație despre avantajele și dezavantajele integrării României în U.E., în funcție de categoriile socio-profesionale și de vârstă ale populației;
- înțelegerea corectă de către cetățenii județului Dâmbovița a rolului U.E. în România a conținutului și implicațiilor integrării;
- îmbunătățirea informării publice privind subiectele cheie ale integrării în U.E. la nivel local.

În acest sens, Centrul EUROPE *DIRECT* Târgoviște și-a propus să realizeze o cercetare sociologică în perioada martie - decembrie 2009 structurată în două etape. În perioada lunii aprilie se va realiza un sondaj de opinie care cuprinde 11 întrebări cu variante de răspuns specifice pe un eșantion de 300 de persoane cuprinzând 5 segmente de populație (vezi anexa 1-chestionar):

- elevi (gimnaziu - liceu);
- studenți;
- salariați;
- șomeri;
- pensionari.

Structura populației după gen reprezentată în fig.1 (masculin=53%; feminin=47%) și după localitatea de domiciliu (urban=66%; rural=34%) în fig.2.

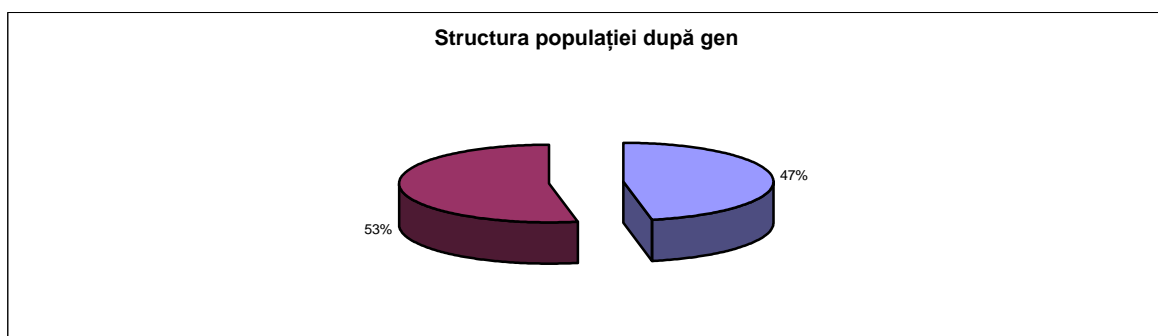


Fig. 1

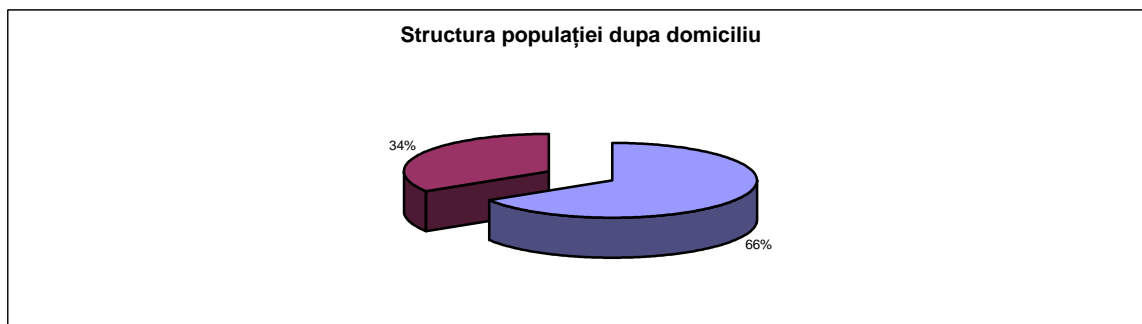


Fig. 2

Distribuția populației s-a dorit să cuprindă principalele segmente ale populației pentru a obține opiniile privind pătrunderea informațiilor europene, și dacă se impun preocupări majore în acest sens.

#### **PERCEPȚIA ASUPRA PROCESULUI DE INTEGRARE EUROPEANĂ**

Rezultatele convergente cu valori evidente a căror cauzalitate a fost plasată de exprimarea diferențelor de opinii la nivelul fluctuațiilor din eșantion.

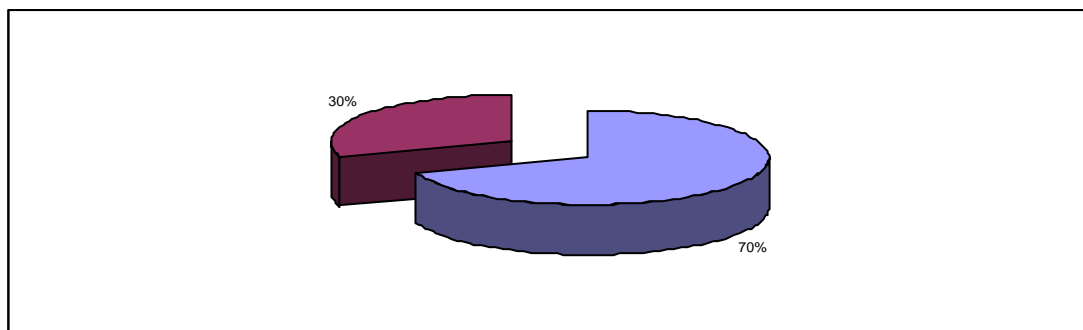


Fig. 3

Peste 70% au încredere în U.E. privind asigurarea unui prezent și viitor mai bun pentru segmentul tânăr. Neîncrederea celor de 30 % se explică prin lipsa de schimbări majore în ceea ce privește prezentul cât și viitorul atât la nivel individual cât și general. Încrederea majoră în U.E. este evidentă la tinerii din licee și studii superioare din mediul urban explicația fiind accesul la sursele de informare (internet, presă scrisă, biblioteci), iar în scădere la persoanele din mediul rural unde sursele de informare sunt reduse.

Principalele surse de informare europeană sunt relevate de faptul că procesul de aderare pătrunde cel mai mult prin emisiunile Tv (53%), presă scrisă (32%), utilizarea internetului (30%), școală și emisiuni radio (2%).

La întrebarea „*Vă considerați o persoană informată?*” opiniile sunt la nivel aproape egal după cum urmează: Da=42%; Mai puțin=46%; Nu știu=12%. Rezultatele sus menționate nu exclude necesitatea unor programe de informare europeană a cetățenilor prin sursele locale și publice.

În ceea ce privește avantajele percepute de cetățeni ca urmare a aderării la U.E., valorile obținute prezentate în legenda de mai jos ne arată diferențe considerabile în aprecierea beneficiilor personale după cum urmează:

*Legenda*

1	Salarii și pensii de tip european	162
2	Călătorii în afara granițelor	157
3	Găsirea unui loc de muncă	120
4	Studii de specialitate pentru tineret	112
5	Nu știu	15

Rezultatele subliniază că cea mai mare parte din avantajele percepute sunt de natură economică iar o mică parte de natură non-economică (democrație, libertatea exprimării, demnitatea umană, etc.). Cele 15 persoane chestionate nu au dorit să specifice care sunt avantajele percepute de către acestia.

Principalele dezavantaje ale aderării României la U.E sunt ca și avantajele preponderent economice (a se vedea legenda):

*Legenda*

1	Creșterea șomajului	194
2	Droguri (pericol pentru tânăra generație)	149
3	Creșterea prețurilor (scăderea nivelului de cumpărare)	142
4	Falimentarea întreprinderilor (produse import)	139
5	Nu știu	15

Creșterea șomajului, a prețurilor și falimentarea întreprinderilor conduc la scăderea nivelului de trai al cetățenilor care conduc la agravarea unor probleme sociale de marginalizare, de vulnerabilitate, de risc social, dezumanizare, etc.

Dezavatajele de natură non-economică constă în problemele demnității umane legate de droguri, corupție, constituind un risc major pentru tânara generație care nu are nici o siguranță și un viitor apelând uneori la o lume iluzorie și euforică cu un tragism social ridicat. Un număr de 15 persoane nu au oferit nici o opinie referitoare la acest aspect.

În ceea ce privește diversificarea surselor de informare se observă necesitatea unor programe pe segmente de populație de către instituțiile locale administrative și publice în scopul asimilării, înțelegerii și interpretării informațiilor europene până la nivel de individ indiferent de vârstă și sex. A se vedea legenda de mai jos care este elocventă în acest sens:

*Legenda*

1	Internet	174
2	Emisiuni Radio-TV	173
3	Biblioteci	169
4	Presa scrisă	141
5	Nu știu	9

La întrebarea „*Vă considerați un cetățean european ?*” rezultatele sunt evidente în sensul că peste 68% din cetățenii chestionați au atașament european considerabil, opiniile au fost din partea tinerilor, salariaților (pentru copii) și pensionarii (pentru nepoți). Restrângând aria de comparație a tipurilor de identitate se constată ca un procent de 32% dintre cetățeni nu și-au exprimat opinia justificând că nu au beneficiat de ”favoruri europene”. O altă posibilă explicație ar fi aceea că tineretul asociază identitatea europeană cu siguranța economică, profesională și de viitor.

Dimensiunea de identitate europeană este prezentată în graficul de mai jos (Da=68%; Nu=32%) :

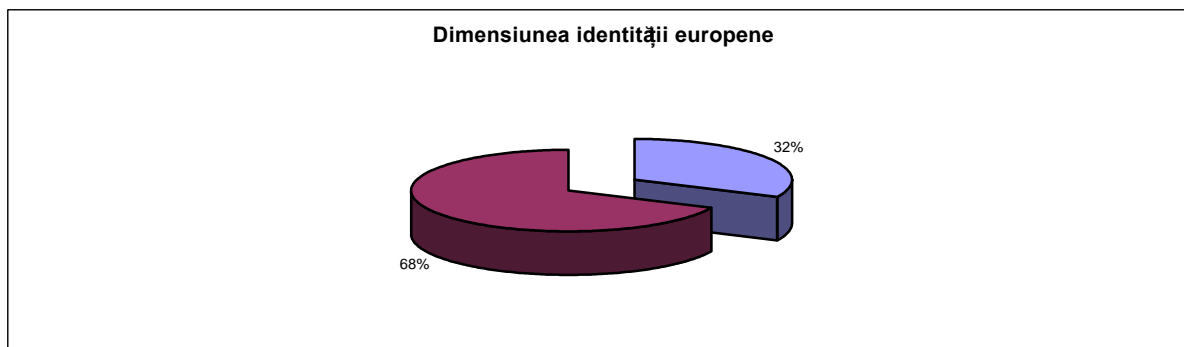


Fig. 4

## CONCLUZII ȘI RECOMANDĂRI

Pornind de la premisa că un cetățean bine informat despre U.E. este un câștig nu numai pentru sine, dar și pentru România. Ei vor înțelege mai bine exigențele aderării și vor avea tot interesul ca viitori cetățeni europeni să înțeleagă și să asimileze exigențele acestei identități.

În acest sens Centrul de Informare EUROPE DIRECT Târgoviște va trebui să creeze un cadru informațional prin care să se asigure transparența totală asupra realităților românești și a eforturilor României de a îndeplini criteriile de aderare ale U.E.

Datele cercetării realizate pe eșantionul reprezentativ relevă opiniile persoanelor chestionate cu privire la viitorul politic și social al României.

La nivel județean, impactul aderării la U.E. este apreciat în termeni de creștere economică și de obținere a unor fonduri europene de dezvoltare.

La nivel personal, impactul aderării este asociat în primul rând cu beneficii de tip economic, exprimate ca posibilități crescute de găsim a unui loc de muncă sau de creșterea salariilor și a pensiilor de tip european. În al doilea rând se evidențiază beneficii care vizează dezvoltarea personală, cum ar fi

posibilitatea unor studii de specializare în străinătate, șansa unei bune educații pentru generația tânără sau călătorii în afara țării.

Trei sferturi dintre persoanele chestionate utilizează ca principală sursă de informare emisiunile Radio/Tv urmate de internet, presa scrisă, biblioteci și școală.

Opiniile obținute prin intermediul cercetării conduc către unele recomandări pentru a doua etapă a derularii programului :

- diversificarea surselor de informare disponibile în unitățile școlare, abonamente la presa scrisă, elaborarea de buletine informative lunare și trimestriale, participarea la realizarea unor emisiuni Radio și Tv locale.
- în mediul rural, diseminarea de materiale informative către biblioteci, cadre didactice și primării cu informații europene accesibile nivelului de pregătire al populației.
- Centrul de informare EUROPE DIRECT Târgoviște va asigura prin specialiști activități de consiliere, asistență și răspunsuri la întrebări despre instituțiile U.E., legislația și programele sale, despre oportunitățile de finanțare europeană.
- de asemenea se va iniția o campanie stradală de informare europeană și de distribuire a unor pliante și fluturași cu informații și detalii privind modul de adresabilitate către instituțiile europene. Acestea vor fi distribuite prin rețeaua bibliotecilor publice din județ, a punctelor de informare europeană cât și prin partenerii implicați în proiect.

**Întocmit de către sociolog  
Victoria Martinescu**

# EȘTI INFORMAT - EȘTI EUROPEAN

## SONDAJ DE OPINIE

### CENTRALIZATOR – EATAPA I

Ancheta își propune să investigheze opiniile cetățenilor cu privire la îmbunătățirea accesului la informații oficiale, complete și de actualitate cu caracter european.

<b>I. POPULAȚIA INVESTIGATĂ</b>	<b><u>308</u></b>
1. Structura eșantionului în funcție de localitatea de domiciliu:	
a. Urban	<b><u>188</u></b>
b. Rural	<b><u>120</u></b>
2. Structura după gen:	
a. Masculin	<b><u>160</u></b>
b. Femin	<b><u>148</u></b>
3. Vârsta persoanei investigate: .....	
4. Structura din punct de vedere al pregătirii școlare:	
a. Elev (gimnaziu; liceu)	<b><u>90</u></b>
b. Student	<b><u>38</u></b>
c. Salariat	<b><u>61</u></b>
d. Somer .	<b><u>3</u></b>
e. Pensionar (studii superioare)	<b><u>116</u></b>
<b>II. PERCEPȚIA ASUPRA PROCESULUI DE INTEGRARE EUROPEANĂ</b>	
5. Aveți încredere în Uniunea Europeană?	
a. Da (argumentați .....);	<b><u>210</u></b>
b. Nu(argumentați .....).	<b><u>98</u></b>
6. Prin ce surse obțineți informații europene ?	
a. Emisiuni TV	<b><u>165</u></b>
b. Audiere emisiuni radio	<b><u>76</u></b>
c. Presa scrisă	<b><u>157</u></b>
d. Internet	<b><u>107</u></b>
e. Școală	<b><u>74</u></b>
f. Altele.	<b><u>6</u></b>

7. Vă considerați o persoană informată ?
- a. Da 125
  - b. Mai puțin 127
  - c. Nu știu 13
8. Ne puteți spune care sunt avantajele aderării României la Uniunea Europeană ?
- a. Găsirea unui loc de muncă 120
  - b. Studii de specialitate pentru tineret 112
  - c. Salarii de tip european (pensii) 162
  - d. Călătorii în afara granițelor. 157
  - e. Nu știu 15
9. Care sunt dezavantajele aderării României la U.E. ?
- a. Creșterea prețurilor 142
  - b. Falimentarea unor întreprinderi (produse import) 139
  - c. Creșterea șomajului 194
  - d. Droguri 149
  - e. Nu știu 15
10. Considerați că este necesară diversificarea surselor de informare, în plan local, de către:
- a. Biblioteca locală . 169
  - b. Școală 174
  - c. Presa scrisă . 141
  - d. Emisiuni radio și TV 173
  - e. Nu știu . 9
11. Vă considerați un cetățean european ?
- a. Da (argumentați .....); 203
  - b. Nu știu. .... 105

**VĂ MULȚUMESC!**

Concluzia finală a voluntarului față de capacitatea intelectuală a cetățeanului investigat (bine informat / mai puțin informat / deloc informat).

150

121

37

**SOCIOLOG  
VICTORIA MARTINESCU**