



EUROPE DIRECT

Analiză Social
Media a 8 Centre
Europe Direct

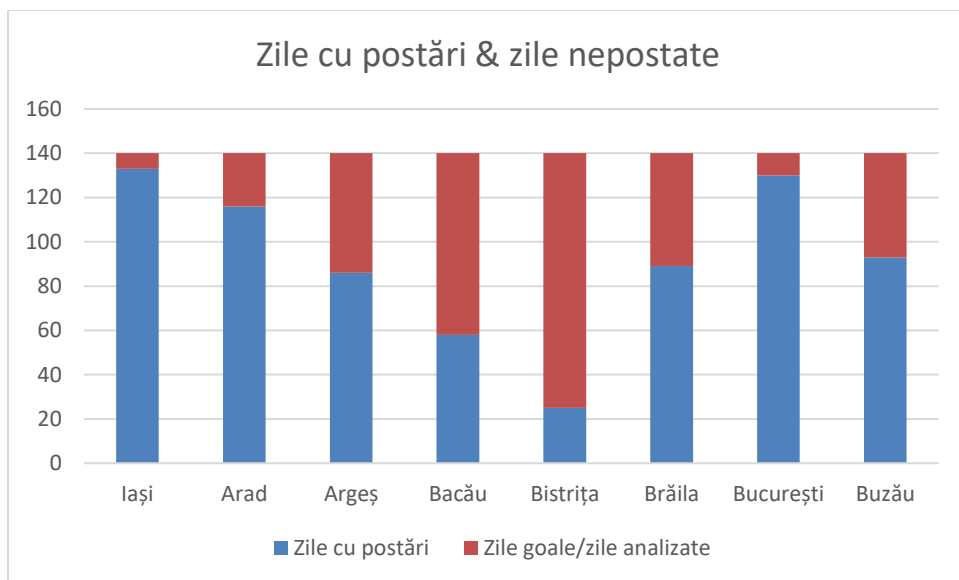
Loredana Nistor

Scopul Centrelor Europe Direct este de a furniza cetățenilor informații și asistență cu privire la Uniunea Europeană și politicile sale. Aceste centre au ca obiectiv facilitarea comunicării între cetățeni și instituțiile europene. Centrele Europe Direct au în vedere în primul rând informarea cetățenilor: acestea oferă informații obiective și actualizate despre Uniunea Europeană, politicile sale, drepturile cetățenilor și oportunitățile oferite de UE. Prin demersurile lor, centrele promovează cetățenia europeană, încurajând cetățenii să-și exercite drepturile și să participe activ la viața democratică a Uniunii Europene. Fie că vorbim de întrebări despre alegerile europene, implicarea civică, petiții și procesul legislativ european, răspunsul ar trebui să îl găsim ușor prin intermediul acestor centre. Susținerea dialogului și dezbaterii este misiunea asumată a Centrelor Europe Direct, care oferă un spațiu pentru dialog și dezbateri despre problemele europene și impactul acestora asupra cetățenilor. Acestea pot organiza evenimente, seminarii, conferințe și dezbateri în comunitate pentru a facilita schimbul de idei și opinii.

Într-o societate din ce în ce mai tehnologizată, este crucial ca Centrele Europe Direct să aibă o prezență activă pe rețelele de social media din mai multe puncte de vedere. În primul rând vorbim de accesibilitate și vizibilitate extinsă, care să deservească scopului centrelor Europe Direct. Rețelele de social media oferă o platformă largă și accesibilă pentru a ajunge la un număr mare de oameni. Prin intermediul acestor rețele, Centrele pot comunica și interacționa cu cetățenii într-un mod rapid și direct, indiferent de locație sau distanță geografică. Dincolo de acest aspect, rețele de socializare facilitează comunicarea în timp real. Rețelele de social media permit Centrelor Europe Direct să furnizeze informații în timp real și să răspundă prompt la întrebări și comentarii. Aceasta facilitează schimbul rapid de informații și contribuie la construirea unei relații de încredere cu publicul. Promovarea și distribuirea conținutului este mai facilă online. Prin intermediul rețelelor de social media, Centrele Europe Direct pot promova conținutul pe care îl produc, cum ar fi articole, ghiduri, infografice, videoclipuri sau evenimente. Aceste demersuri ajută la creșterea vizibilității și impactului informațiilor furnizate, atrăgând, totodată, publicul larg. Rețelele de social media facilitează interacțiunea bidirecțională între Centrele Europe Direct și cetățeni. Publicul poate lăsa comentarii, întrebări și feedback, iar Centrele pot răspunde și angaja în dialog. Această interacțiune activă sporește angajamentul publicului și contribuie la construirea unei comunități dedicate. Un alt avantaj pe care prezența în online îl aduce cu sine: monitorizarea și analiza datelor. Rețelele de social media oferă instrumente de analiză și monitorizare a datelor, care permit Centrelor Europe Direct să înțeleagă

mai bine comportamentul publicului lor, să evalueze impactul conținutului și să facă ajustări în strategie. Aceasta oferă informații valoroase pentru îmbunătățirea comunicării și adaptarea mesajelor la nevoile și preferințele publicului.

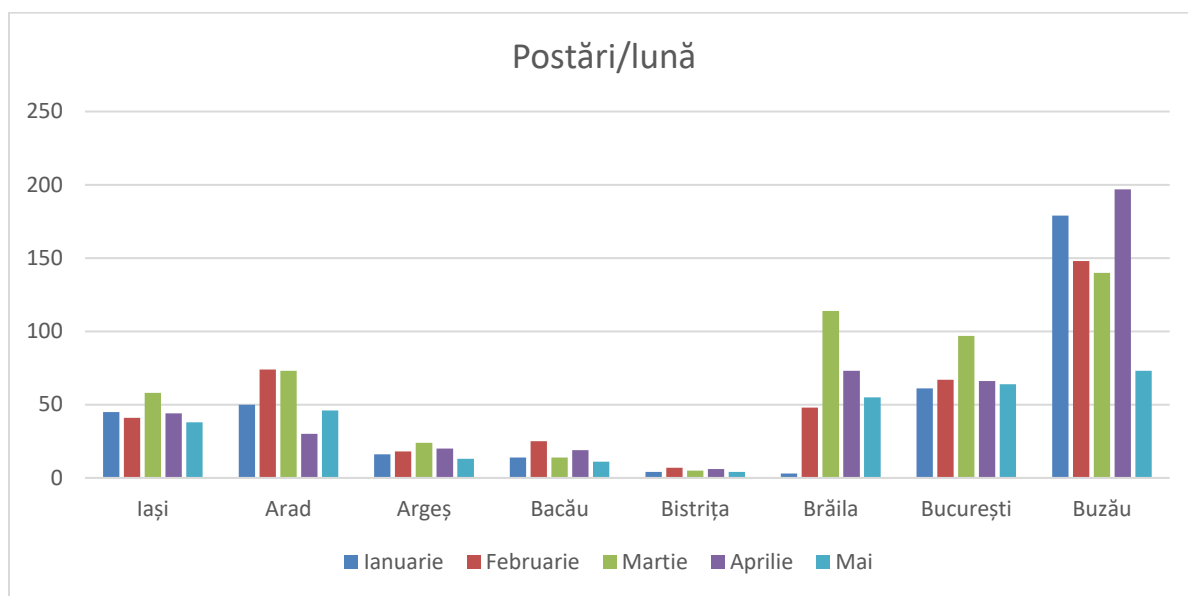
Prin urmare, analiza mea a vizat postările de pe Facebook a 8 pagini Europe Direct (Iași, Arad, Argeș, Bacău, Bistrița, Brăila, București, Buzău) pe perioada 1 ianuarie 2023-20 mai 2023. Centrele Europe Direct analizate au fiecare caracterul său diferit, dat, cel mai probabil de persoanele ce administrează conturile. Unele postează mai des, altele mai rar, însă fiecare încearcă să își îndeplinească misiunea. Pentru Centrul Europe Direct Iași am încercat să fac o analiză mai detaliată, în timp ce pentru celelalte centre m-am restrâns la o analiză mai simplă.



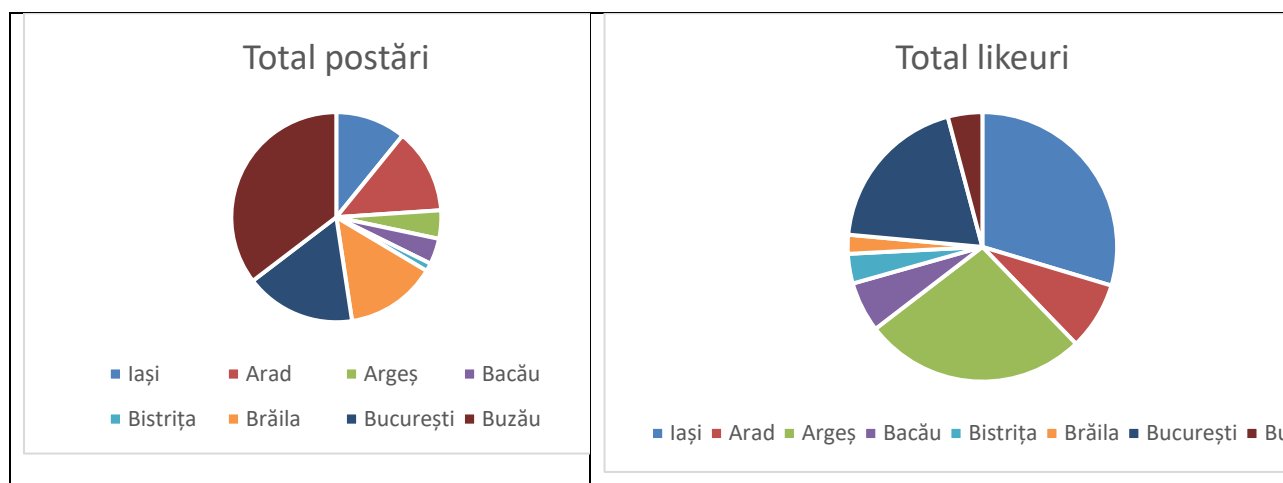
În primul rând am remarcat faptul că la capitolul zile postate, Iașiul stă cel mai bine, cu doar 7 zile de lipsă de activitate (a se lua în considerare zilele libere legal din intervalul analizat). La polul opus, Centrul din Bistrița a avut doar 25 de zile de activitate (115 de absență). Destul de bine la capitolul postări stă și Bucureștiul, cu doar 10 zile de lipsă.

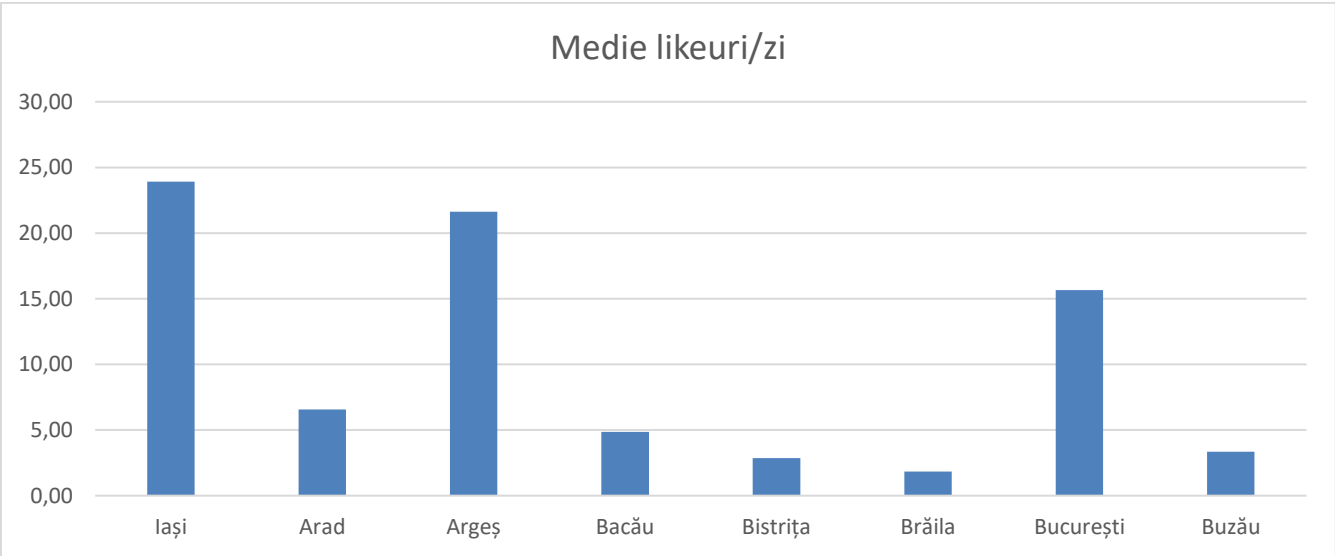
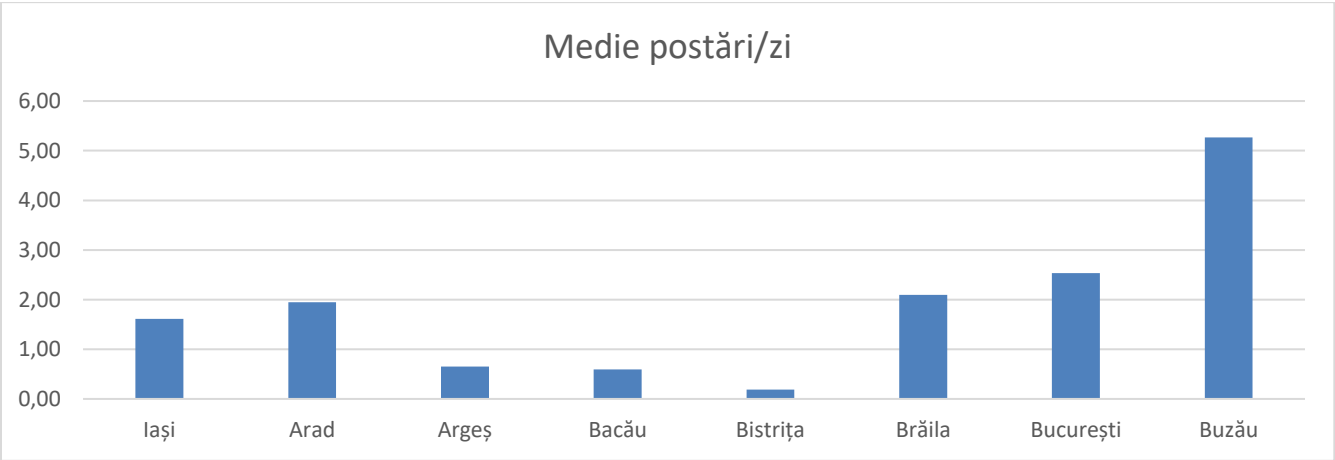
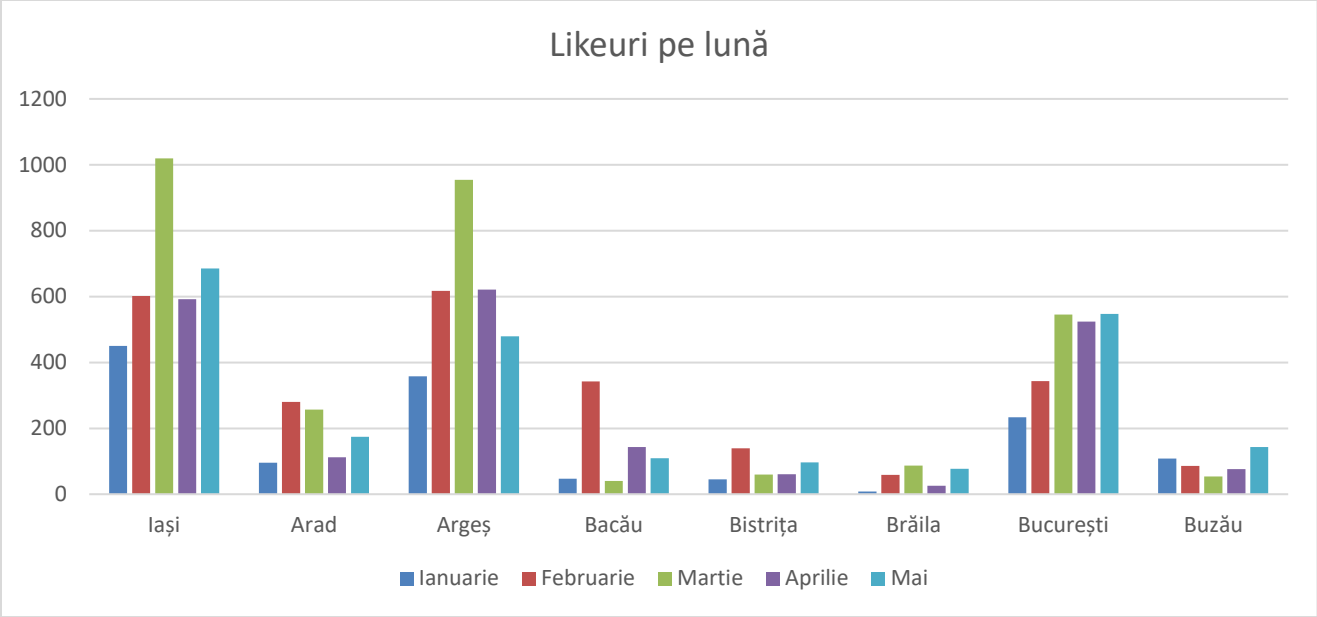
	Iași	Arad	Argeș	Bacău	Bistrița	Brăila	București	Buzău
Zile analizate	140	140	140	140	140	140	140	140
Zile cu postări	133	116	86	58	25	89	130	93
Zile goale	7	24	54	82	115	51	10	47

Ca număr de postări în valoare absolută pe lună, Buzăul conduce detașat, 147 postări/lună. A se avea totuși în vedere că Buzăul postează inconsistent, ajungându-se chiar la 26 de postări, în majoritate preluări, cu impact mic asupra publicului. De asemenea, Brăila nu dă dovadă de consecvență, în prima lună a anului postând odată la câteva săptămâni. Situația pare să se redreseze mai târziu în perioada analizată.



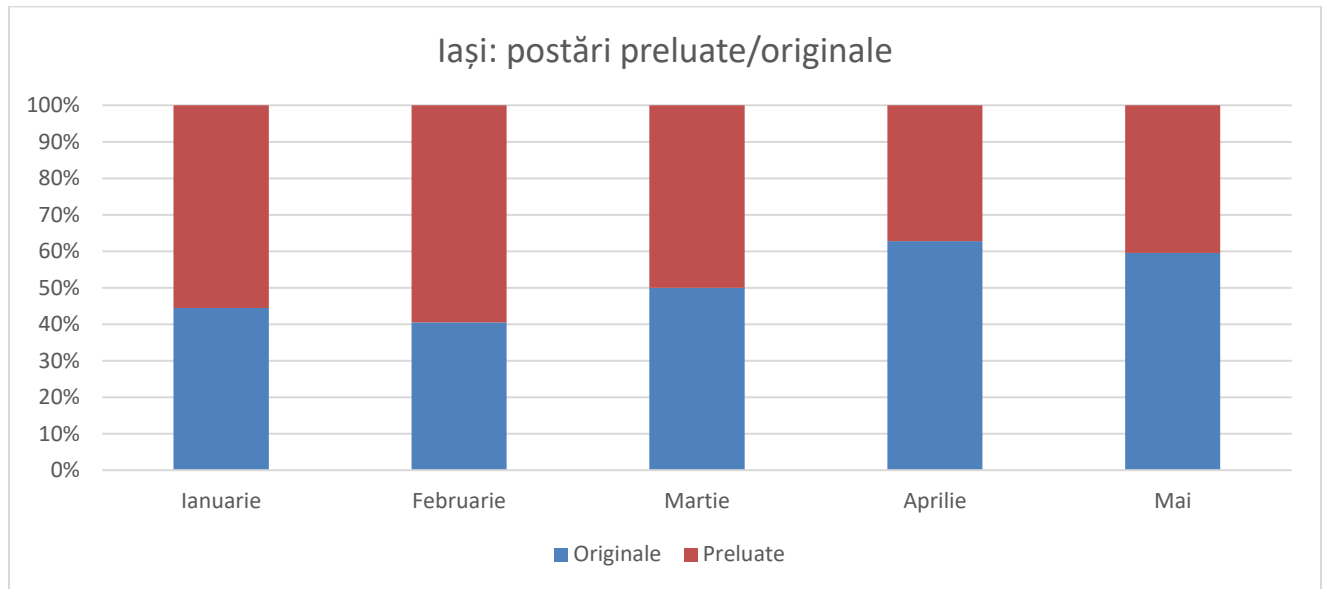
Situația likeurilor arată, încă odată, ca nu cantitatea, ci calitatea ar trebui să primeze. Cel mai activ ca număr de postări având și cele mai puține aprecieri la postări. Iașii se descurcă mai bine la acest capitol, alături de Argeș.





Iași

Iașiul are, de asemenea, o rată mai mare a postărilor originale decât celelalte pagini Europe Direct. Iașiul este singurul care pare să fi găsit secretul din spatele apropierii de comunitate: postările cu aer personal par să treacă de bariera virtuală.



Principalele surse ale postărilor Europe Direct Iași sunt Spațiul Public European și Comisia Europeană în România.

Din rațiuni de timp, voi face trimitere pentru detalii suplimentare la Excelul atașat. Acesta conține o analiză detaliată pe luni pentru Iași asupra surselor și tipologiei postărilor (original/preluat). De asemenea, fiecare postare din perioada 1 ian-20 mai a primit o notă atât din punct de vedere al aspectului, cât și din punctul de vedere al textului. Tot acolo am încercat să inventariez postările informative, call for action și urările.