

Tema 2

Analiză postărilor de pe site-urile Europe Direct

Centrul de Studii Europene

Dezvoltare regională

Rusanu Beniamin-Petru

1. Europe Direct Iași

Pagina de Facebook a fost creată în noiembrie 2010, are peste 4200 de urmăritori și în total peste 2,900 de aprecieri, iar de la 1 ianuarie pagina are o frecvență în postări de 2/zi în cu o medie de 15 reacții pe postare și care prezintă diferite informații despre ceea ce face organizația sau care au legătură cu misiunea acesteia, aceea de a informa cetățenii români despre activitatea Uniunii Europene, dar uneori sunt și postări mai puțin informaționale, precum cele cu pisici sau cu acel copac distrus de vreme.

Toate centrele au postări locale, adică acele evenimente care se desfășoară în imediata localizare a organizației, precum MEU Iași sau alte evenimente socio-culturale la care organizația participă ori organizația care organizează evenimentul este partener, și astfel se urmărește promovarea, despre care nu știm dacă a avut sau nu efect din cauza reacțiilor reduse la postări.

Printre alte tematici ale postărilor avem anul european al competențelor, capitala culturală europeană, măsuri pentru mediu și evitarea risipei, postări despre activitatea centrului în instituții de învățământ și în cazul stagiatorilor cu practica de specialitate, postări despre stagii de practică și internship la instituții europene, postări despre zilele naționale ale țărilor UE, postări despre zilele diferitelor valori umane și despre ziua femeii, postări despre UE și anumite aspecte istorice, postări despre România – istoria în UE, tradiții și mărci înregistrate, despre internet și siguranța digitală, despre UE în contextul războiului și al cutremurului din Turcia, postări despre DiscoverEU și Erasmus, cât și alte concursuri și activități desfășurate prin intermediul programelor și platformelor UE. Postări despre Anul European al Competențelor.

De asemenea, sunt și postări distribuite de la alte organizații ale UE, în special cele naționale, dar toate prezintă o descriere.

Postările cu aceeași tematică se repetă, dar prezintă stadii diferite a informațiilor prezentate.

2. Europe Direct Râșnov

Pagina de Facebook a fost creată în aprilie 2021 și are 731 de urmăritori și 603 aprecieri, cu o frecvență de postări de la 1 ianuarie de 1/2 zile, cu o medie de 6 reacții pe postare, dar cu postări fără comentarii sau distribuiri.

Postările sunt atât proprii, cât și distribuiri de la alte instituții europene, cu precădere naționale, cu tematici care promovează zona Râșnov și prezintă evenimentele socio-culturale din zonă, de exemplu filmele promovate de Uniunea Europeană, tematici care privesc celebrarea diferitelor zile și ziua națională, care privesc informații despre UE și programele acesteia precum Erasmus, despre anul competențelor și stagii de practică la instituțiile europene, EPAS Romania, DiscoverEU, despre Eurobarometru, Euroquizz și Europass, despre măsurile și politicile și politicile ecologiste promovate de Comunitatea Europeană, despre măsurile care privesc spațiul digital și securitatea informațiilor, despre Vecinătatea Estică a UE. Acestea sunt subiecte generale ale UE, pe care pagina de Facebook fie le distribuie de la alte organizații precum Spațiul Public European, Comisia Europeană în România sau CE, fie creează chiar centrul postărilor cu anumite subiecte. Cele mai importante subiecte sunt postate, anume Inițiativele Jean Monnet și consultările publice referitoare la viitoarea legislație europeană, cât și despre cursuri gratuite pe care oamenii le pot găsi în zona Râșnov.

Majoritatea postărilor au descriere și au număr crescut de reacții dacă prezintă activitățile în teren sau diferite evenimente locale. Pentru localitatea din apropiere de Brașov, care este oraș, dar în care există acele relații holistice, am putea spune că ar trebui să aibă un număr de urmăritori mult mai mare și de reacții deoarece evenimentele organizate de către Centrul Europe Direct sunt mult mai ușor cunoscute de către populație.

3. Europe Direct Regiunea Centru

Pagina de Facebook a fost creată în aprilie 2013, are un număr de peste de 4400 de urmăritori, respectiv peste 4300 de aprecieri și postează destul de rar, cam 1 postare la 3 zile, cu postări fără nicio reacție, dar o medie de aproximativ 5.

Postările sunt despre România, despre zilele naționale și despre alte diferite zile (Ziua Culturii, de exemplu), despre UE, cu precădere 9 mai, despre stagiile de practică la instituțiile europene, despre Eurobarometru, despre Inițiativele Jean Monnet și consultările publice, despre Vecinătatea Estică a UE, dar și despre evenimente socio-culturale (activități cu instituțiile de învățământ, de exemplu), despre concursurile europene (Euroquiz sau Juvenes

Translatores), despre programe europene (DiscoverEU, Erasmus), despre evenimente europene socio-culturale (Summitul European al tinerilor din mediul rural, European Youth Event), despre ecologism și protecția mediului, despre siguranța digitală și a informațiilor, despre proiectele cu fonduri europene derulate în regiune, cât și postări despre ceea ce face centrul, dar și promovarea zonei.

Majoritatea postărilor au descriere și sunt distribuiri ale postărilor paginilor organizațiilor precum Spațiul Public European, Comisia Europeană în România, CE, Biroul Parlamentului European în România, Erasmus+, Eurodesck Romania.

4. Europe Direct Sudul Olteniei – Craiova

Pagina a fost creată în decembrie 2008, are peste 2700 de urmăritori, peste 2600 de aprecieri, cu 1 postare la 3 zile, cu extrem de puține reacții, dar rareori sunt și distribuiri.

Postările au descriere, în general sunt proprii, cu puține distribuiri de la alte pagini și au diferite teme, de la zilele țărilor membre UE la ziua UE, postări despre România, despre producția economică realizată în România, despre anul competențelor, despre UE, despre stagii de practică la instituțiile europene, despre Vecinătatea Estică a UE, despre programul DiscoverEU și Erasmus, despre concursul Euroquiz și evenimentul European Youth Event, cât și evenimentele locale, socio-culturale.

Postările care sunt distribuiri sunt link-uri către site-uri externe, fie iubit, fie ale Uniunii Europene și tratează un anumit aspect. Ce este diferit sunt ilustrațiile grafice amuzante cu ocazia anumitor zile.

5. Europe Direct Târgoviște

Pagina a fost făcută în anul 2010, are peste 1500 de urmăritori și peste 1600 de aprecieri, cu o medie a postărilor de 3,5/zi și extrem de rar găsim reacții la acestea.

Marea majoritate a postărilor sunt redistribuiri de pe paginile de Facebook de la Spațiul Public European, Comisia Europeană în România, Biroul Parlamentului European în România, rar și alte pagini, dar fără a pune descrieri în ce privește conținutul.

Dacă aceste redistribuiri se fac zilnic, atunci postările sunt generale, dar subiectele sunt multe, precum zile naționale, informații despre UE, informații despre România (evenimente istorice, tradiții și cultură, date despre producția economică), zile care sărbătoresc un aspect al civilizației, despre evenimente socio-culturale, inclusiv activități în instituțiile de învățământ. Postări despre capitala culturală europeană, despre inițiativele Jean Monnet și consultările publice, despre stagii de practică la instituțiile comunitare și Eures, despre programele

europene DiscoverEU și Erasmus, despre concursurile Euroquiz și Juvenes Translatores, despre protecția mediului și ecologism, despre siguranța pe internet și siguranța informațiilor, cât și despre Vecinătatea Estică a UE (Republica Moldova, războiul din Ucraina, cutremurul din Turcia).

Fiind o frecvență de peste 3,5 de postări pe zi, ideea din conținut se repetă prin alte postări. Se remarcă ilustrațiile amuzante și aspectul că nu au postări care să nu se potrivească cu misiunea organizației, dar distribuirea articolelor de presă, chiar dacă tratează probleme europene, nu este benefică.

6. Europe Direct Teleorman

Pagina a fost creată în aprilie 2021, are peste 1000 de urmăritori și 876 de aprecieri, cu o frecvență de cel puțin o postare pe zi, cu o medie în jurul a 20 de reacții, la care se adaugă comentarii sau distribuiri.

Multe dintre postări sunt distribuiri de pe paginile de Facebook de la Comisia Europeană în România, Spațiul Public European, Biroul Parlamentului European în România sau Eurodesk Romania și nu prezintă mereu descrieri, iar postările proprii prezintă descrieri. Tematica postărilor pleacă de la informații despre UE, despre România (evenimente calendaristice, date despre producția economică, tradiții și cultură) și date istorice până la activitățile și evenimentele organizate de către centru. Postările sunt despre zilele naționale ale țărilor UE, despre zilele care sărbătoresc un anumit aspect, despre Vecinătatea Estică a UE, despre evenimente UE precum European Youth Event, despre piața de locuri de muncă prin EURES, despre, despre stagii de practică la instituțiile europene, despre protecția mediului și ecologism, despre programe europene precum Erasmus și DiscoverEU, despre siguranța pe internet și siguranța informațiilor, despre concursul Euroquiz, despre Anul European al Competențelor, despre Capitala Europeană a Culturii. Totodată, există postări care nu fac obiectul misiunii organizației, anume postări cu pisici sau cele cu echipa alături de voluntari.

Succesul în aceste aprecieri crescute este rezultatul echipei de voluntari, dar și din activitățile cu instituțiile de învățământ prin Lecțiile de informare europeană.

7. Europe Direct Timișoara

Pagina a fost creată în ianuarie 2013, are peste 3800 de urmăritori și peste 370 de aprecieri, cu o frecvență a postărilor cu o medie de aproximativ 0,75 pe zi, dar sunt zile când nu se postează nimic, iar media reacțiilor este jurul a 3-4, dar cu postări la care nu sunt reacții.

Tematica postărilor pleacă de la Timișoara – Capitală Europeană a Culturii, și continuă cu postări despre stagii de practică la instituțiile europene, despre zile de sărbătoare, informații despre UE, despre Vecinătatea Estică a UE, despre Anul European al Competențelor, despre programul DiscoverEU sau Youth4Regions, despre România (tradiții și cultură), despre evenimente socio-culturale, inclusiv activități cu instituțiile de învățământ, despre concursul Made for Europe și EU și UE, despre ziua națională a statelor membre, despre protecția mediului și ecologism, despre comportamentul în lumea digitală, despre evenimentul European Youth Event.

Foarte interesant sunt postările care sunt incluse în jurnalele dailyEU și EUrecap.

Postările sunt mai mult proprii, nu sunt în afara misiunii organizației, au descrieri, iar cele care nu au, sunt distribuite de pe paginile Comisia Europeană în România, Biroul Parlamentului European în România, Spațiul Public European.

8. Europe Direct Vâlcea

Pagina a apărut în decembrie 2010, are peste 3,5 urmăritori și peste 3400 de aprecieri, cu o medie a postărilor pe zi de 2,5, dar și cu zile când nu sunt postări, iar media reacțiilor în jurul a 7-9.

Tematica postărilor este despre zile de sărbătoare – zile a ceva, despre stagii de practică la Uniunea Europeană, despre Capitala Europeană a Culturii, despre evenimentele socio-culturale din localitate (organizate de centrul Europe Direct), despre UE, despre programe europene precum DiscoverEU, despre Inițiativele Jean Monnet, despre protecția mediului și ecologism, despre România (tradiții și cultură, producția economică), despre Anul European la Competențelor, despre siguranța în lumea digitală și siguranța informațiilor, despre concursul Euroquiz și Juvenes Translatores,

Postările proprii au descrieri, și deseori sunt cele legate de evenimentele organizate de către Centru și structura gazdă și sunt și cele care au reacții mai multe. Postările distribuite de la Biroul Parlamentului European în România, Comisia Europeană în România și Spațiul Public European nu au descrieri. Postările se repetă cu aceeași formă de 2 ori, la diferențe de câteva zile. De asemenea, sunt postări cu ilustrații grafice amuzante și cele legate de voluntarii Centrului.

9. Europe Direct Vaslui

Pagina a fost creată în octombrie 2011 și are peste 2700 de urmăritori și are o frecvență a postărilor de 1/ două zile, dar cu zile fără a se posta, dar și o medie de 4 reacții la postări.

Tematica postărilor începe cu Timișoara – Capitală Europeană a Culturii, cu informații despre UE, cu informații despre România (printre care producția economică, tradiții și cultură) și se continuă cu postări despre stagii la instituțiile europene, despre programul DiscoverEU și Erasmus, despre Vecinătatea Estică a UE, despre împreună-in.eu, despre protecția mediului și ecologism, despre evenimentul European Youth Event, despre concursul Euroquiz, Juvenes Translatores, Made for Europe, despre zilele a ceva, despre Anul European al Competențelor, despre siguranța informațiilor și siguranța digitală, despre activități în evenimente socio-culturale cu elevii, postări despre cursuri ce pot fi urmate în localitate, despre zile naționale ale țărilor membre, despre evenimente social-culturale din localitate în care organizația participă, despre Eurobarometru. Postări despre newsletterul organizației. Sunt și postări a căror tematică nu are legătură cu misiunea.

Există atât postări proprii, cât și distribuiri de pe paginile de Facebook de la Biroul Parlamentului European în România, Comisia Europeană în România, Spațiul Public European. Deseori cele distribuite nu au descrieri și nici un număr mai mare de reacții față de cele care prezintă activități.

Concluziile finale ar fi acestea:

1. Fiecare Centru Europe Direct promovează, așa cum este și normal, regiunea sa și evenimentele care au loc în spațiul respectiv, precum MEU la Iași.
2. Nu există o congruență în informațiile pe care le distribuie fiecare pagină de Facebook, uneori pierzându-se oportunitățile pentru toți cetățenii care ar putea profita de acestea.
3. Reacțiile în număr mai mare se datorează activităților prezentate de postare, fie că este vorba de un eveniment socio-cultural sau de o activități cu instituțiile de învățământ, deci sursa acestora poate fi asigurată prin majorarea proiectelor care implică elevi, studenți sau grupuri mai mari de oameni.
4. De asemenea, structurile gazdă determină cunoașterea Centrului de către populație, deoarece acelea care permit voluntari, în mod invariabil vor avea mai multe reacții.

5. Centrele din localitățile – centre universitare se bucură de o vizibilitate mai mare în rândul centrelor, dar chiar și așa nu este garantat că mesajele informaționale vor ajunge la aceștia, care oricum nu par să reacționeze la postări.