

## Practică de specialitate – EUROPE DIRECT

*Tema 1: Analiză a postărilor Facebook și Instagram ale Centrului EUROPE DIRECT Iași - subiecte, postări de succes, ce ar trebui îmbunătățit, care este percepția unor tinere despre acestea etc.*

Centrele EUROPE DIRECT contribuie la crearea unor punți între europeni și instituțiile care îi reprezintă la nivel european și facilitează implicarea în dezbaterile privind viitorul UE. Centrele oferă răspunsuri cu privire la politicile, programele și prioritățile UE. Personalul din cadrul acestor centre discută în mod nemijlocit cu cetățenii și cu diversele părți interesate în mod proactiv și continuu, pentru a asigura o mai bună înțelegere și asumare a proiectului european. În România, rețeaua EUROPE DIRECT (ED) este formată din 24 de centre EUROPE DIRECT și 12 centre de documentare europeană. Centrul EUROPE DIRECT Iași face parte, de la 01.01.2008, din rețeaua EUROPE DIRECT. Misiunea sa este de a promova o cetățenie europeană informată și activă. Reprezintă un prim punct de acces către Uniunea Europeană, la nivel local.

De la data de 29 aprilie 2024, de la începerea desfășurării stagiului de practică, am observat o creștere semnificativă a atenției și interacțiunii pentru postările Centrului EUROPE DIRECT Iași. Această creștere este vizibilă în special în ceea ce privește:

- Postările referitoare la evenimentele desfășurate de Centru
- Postările care prezintă și introduc noii stagiaari ai Centrului

Această tendință reflectă un interes crescut din partea comunității în principal pentru activitățile desfășurate, dar și pentru membrii noi ai Centrului EUROPE DIRECT Iași. Este un semn pozitiv al implicării și angajamentului publicului față de Centrul EUROPE DIRECT Iași.

Postările privind evenimentele și activitățile care au avut ca și subiect celebrarea Zilei Europei – 9 mai, au fost printre cele mai de succes, au strâns cele mai multe like-uri, evindeniind clar un interes pentru promovarea democrației și a valorilor europene. Aprecieri pentru evenimentele dedicate Zilei Europei, desfășurate la Liceul Teoretic ”Miron Costin” din Iași în cadrul seriei ”Europa ta, drepturile tale”, alături de cel desfășurat la Liceul cu Program Sportiv și cel de la Grădinița cu Program Prelungit Hârlău a venit atât din partea tinerilor, cât și din partea adulților și persoanelor vârstnice. Acest lucru denotă o implicare și un interes din partea tuturor

grupurilor de vârstă, ceea ce nu poate fi decât o reușită a Centrului EUROPE DIRECT în misiunea sa de a informa activ și a promova cetățenia europeană, în special în perioada apropiată alegerilor europarlamentare.

Pentru a îmbunătăți interacțiunea și numărul de persoane la care ajung postările, luând în considerare postările de succes, dar și experiența personală cu social-media, consider că acestea ar trebui postate în intervalul orar 15:00-21:00 pentru a atinge un reach cât mai larg întrucât am observat că în aceste interval persoanele sunt mult mai active pe social-media decât în prima parte a zilei, iar pentru că algoritmul Facebook și Instagram de a arăta postările funcționează pe baza noutăților, postările care sunt puse mai dimineată nu ajung la atât de multă lume. Acest fenomen se datorează, în principal, din ce am putut observa chiar din propria experiență, programului de muncă și programului elevilor și al studenților care este preponderent până la ora 15-16, perioadă în care nu se accesează prea mult rețelele de socializare pentru un timp îndelungat. De altfel, în afară de această sugestie pentru îmbunătățire, nu pot decât să laud felul în care sunt gândite și scrise postările, cât și diversitatea și frecvența acestora. Postările sunt informative, educaționale și promovează evenimentele foarte bine. Poate o singură sugestie care vizează mai mult atingerea unui reach mai mare ar fi crearea unor scurte filmulețe tip Reels/Tiktok care să însoțească ulterior/separat postările întrucât, mai ales tinerii între 12 și 25 de ani, petrec mai mult timp dând scroll în secțiunile de video ale rețelelor de social-media pentru a consuma cât mai mult conținut care să nu necesite foarte mult timp. Câteva videoclipuri de 30 sec – 1 min care să prezinte o persoană care informează despre diverse subiecte (spre exemplu - alegeri, ce reprezintă votul, ce este democrația, viitoare evenimente) ar ajunge la mai multe persoane și ar informa publicul larg despre misiunea și valorile EUROPE DIRECT Iași într-un mod captivant.

Reels (Instagram și Facebook):

- Beneficiază de integrarea în ecosistemul mai larg al Instagramului și al Facebookului, ceea ce îi oferă acces la o bază de utilizatori mai extinsă.
- Se adresează unei game mai largi de utilizatori, incluzând atât persoanele cu vârsta 45+, Millennials, cât și membri ai generației Z, ceea ce îl face ideal pentru angajarea cu un public mai diversificat și mai în vârstă.
- Reels oferă o platformă pentru conținutul video scurt, care poate fi compartimentat și integrat în fluxul principal al Instagramului, ceea ce îi conferă o expunere suplimentară.

TikTok:

- Este cunoscut pentru potențialul său de viralitate și angajamentul ridicat al audienței.
- Are o bază solidă de utilizatori, în special din rândul generației Z și al tinerilor adulți.
- Capacitatea de a ajunge la un public mai larg, cu un accent pe trenduri virale și conținut creativ.
- Este potrivit pentru obținerea rapidă a vizibilității și pentru creșterea rapidă a audienței datorită angajamentului său ridicat.