

Radio Pata

Evaluare inițială (Studiu de impact)

Realizat de:

Centrul pentru Studiul Democrației

Autori:

Maria-Henriete Pozsar

Sorana Constantinescu

Fernando Varga

Cluj-Napoca
10 Martie 2022

Cuprins

1. Introducere	3
2. Metodologie și date	3
3. Rezultate	5
3.1. Accesul actual la informație în comunitate	5
3.1.1. Moduri de informare	5
3.1.2. Obiceiuri de utilizare a Internetului	5
3.2. Profilul comunităților	7
3.2.1. Identitatea culturală și limbi vorbite	7
3.2.2. Nevoi generale	9
3.2.3. Nevoi și priorități informaționale.....	12
3.2.4. Implicare civică.....	12
4. Viziunea comunității despre Radio Pata	13
5. Concluzii	14

1. Introducere

Raportul de față prezintă rezultatele unui studiu de impact condus în vederea implementării proiectului „Radio Pata”, care își propune dezvoltarea unui radio comunitar pentru folosul comunităților roma din Pata Rât (Colina Verde / Coastei, Dallas, Rampa, Strada Cantonului), zona Stephenson și Meșterul Manole.

Studiul se bazează pe date obținute prin aplicarea unui chestionar în comunitățile vizate de proiectul „Radio Rata”. *Secțiunea 2* detaliază metodologia utilizată pentru obținerea rezultatelor precum și caracteristicile generale ale datelor obținute.

Rezultatele detaliate pot fi găsite în *secțiunea 3*. Acestea sunt menite evaluării unor indicatori precum nivelul actual și nevoia curentă de informare în aceste comunități, nevoile generale ale comunităților și disponibilitatea membrilor comunităților de a se implica în construcția noului post de radio, precum și atitudinile lor inițiale față de proiectul „Radio Pata”.

Indicatorii incluși sunt:

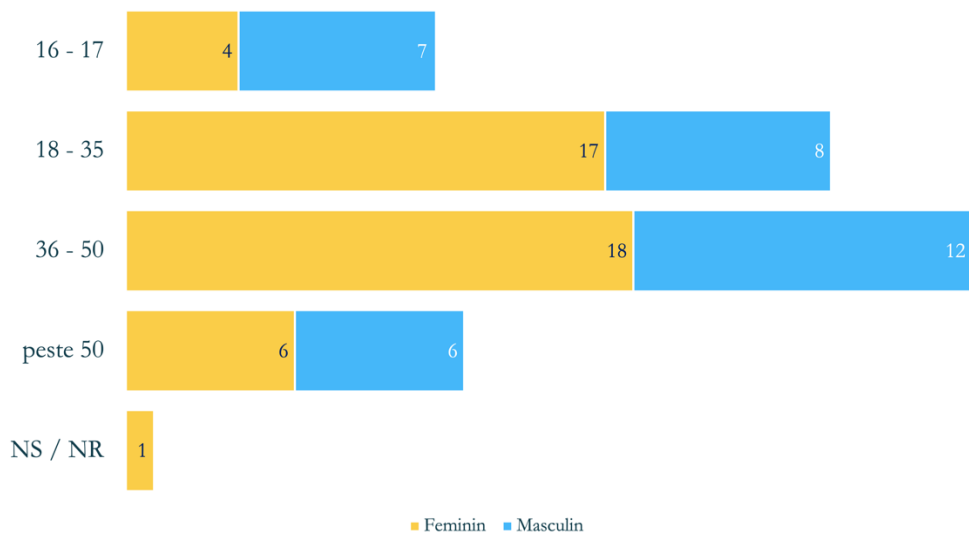
- Accesul actual la informație
 - Moduri de informare
 - Obiceiuri de utilizare a Internetului
- Profilul comunităților
 - Identitate culturală
 - Limbi vorbite
 - Implicare civică
 - Nevoi generale
 - Nevoi și priorități informaționale
- Viziunea comunității despre „Radio Pata”

Secțiunea 4 oferă concluzii și recomandări bazate pe rezultatele obținute.

2. Metodologie și date

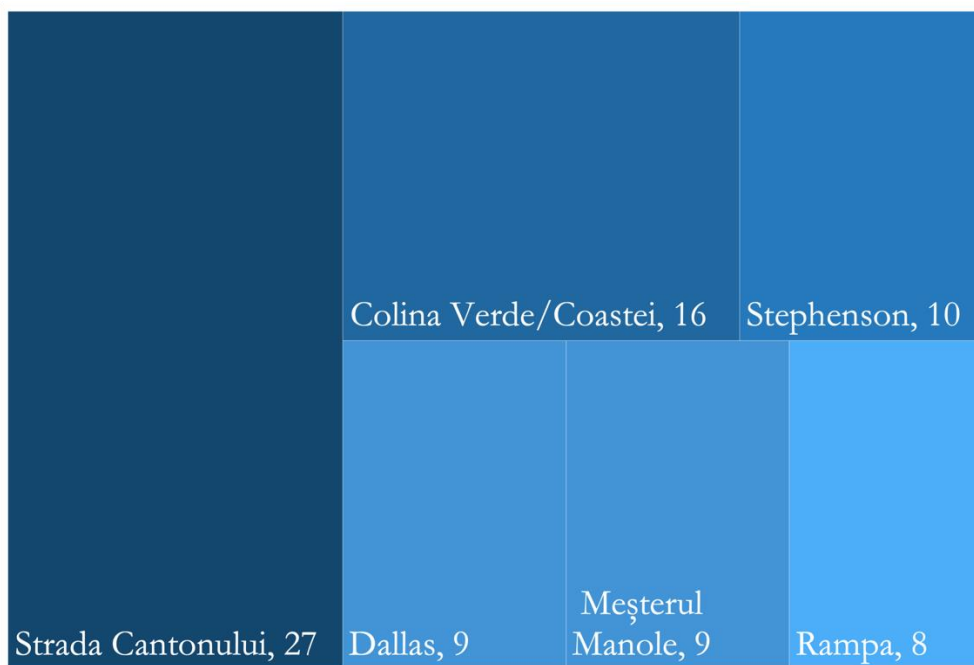
Pentru realizarea acestei evaluări, am construit un instrument de măsurare cantitativ, bazat pe un chestionar, care a fost aplicat între 10 februarie și 6 martie 2022. Având în vedere situația epidemiologică COVID-19 la nivelul Cluj-Napoca, am abordat colectarea de date într-o manieră responsabilă, minimizând riscul de contaminare a operatorilor și respondenților. Astfel, chestionarul a fost aplicat în trei faze: online, telefonic și în persoană. Fazele de aplicare telefonică și în persoană au fost facilitate de către un reprezentant al comunităților vizate.

Prin strategia de eșantionare de conveniență aleasă, am încercat păstrarea unei proporționalități care reflectă structura populației țintă. Eșantionul are un total de 79 de respondenți cu vârste între 16 și 77 de ani, dintre care 46 (58%) sunt femei și 33 (42%) bărbați. *Figura 1* detaliază compoziția eșantionului pe grupe de vârstă și gen.



Figură 1 Structura eșantionului pe grupuri de vârstă și gen. Cifrele reprezintă numărul participanților pe fiecare grup

Figura 2 ilustrează distribuția respondenților pe zone de locuire între cele 6 zone incluse: Cantonului, Dallas, Colina Verde/Coastei, Rampa, Stepherson și Meșterul Manole.



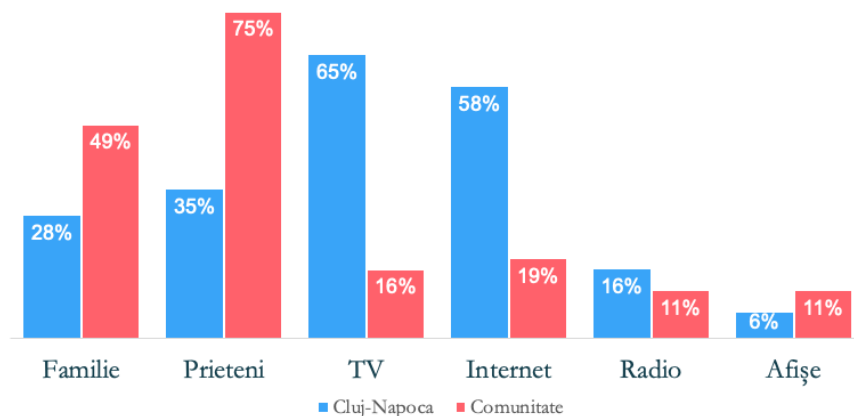
Figură 2 Structura eșantionului pe zone

3. Rezultate

3.1. Accesul actual la informație în comunitate

3.1.1. Moduri de informare

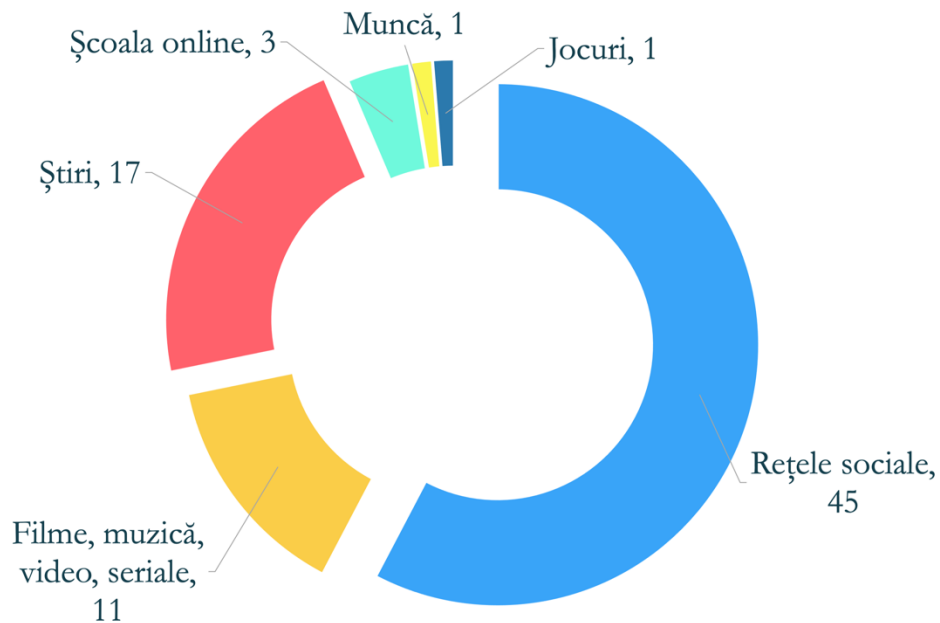
Căile de acces la informație au o influență majoră asupra obiceiurilor de informare ale membrilor comunităților române din Cluj-Napoca. De exemplu, respondenții raportează că sursele lor principale de informare despre propria comunitate sunt prietenii și familia. Dacă se întâmplă un eveniment în comunitate, majoritatea respondenților află de la prieteni (75%) și familie (49%) (Figura 3). În ciuda gradului ridicat de utilizare a Internetului între respondenți (numai două persoane au raportat că nu au sau nu folosesc Internetul), lipsa surselor de informare comunitară determină un grad scăzut de acces la informație comunitară pe Internet sau din alte tipuri de media. Prin contrast, informațiile locale despre Cluj-Napoca sunt accesate în principal prin posturi de televiziune sau pe Internet. Posturile locale de radio existente sunt de puțin folosite atât pentru informarea despre comunitate cât și pentru informarea despre Cluj-Napoca (Figura 3).



Figură 3 Răspunsuri la întrebarea „De obicei, de unde aflați ce se întâmplă în oraș sau în comunitate?”
Respondenții au fost rugați să aleagă toate sursele din care se informează despre Cluj-Napoca și propria comunitate. Procentajele se referă la procentul din totalul de respondenți care au ales un anumit răspuns

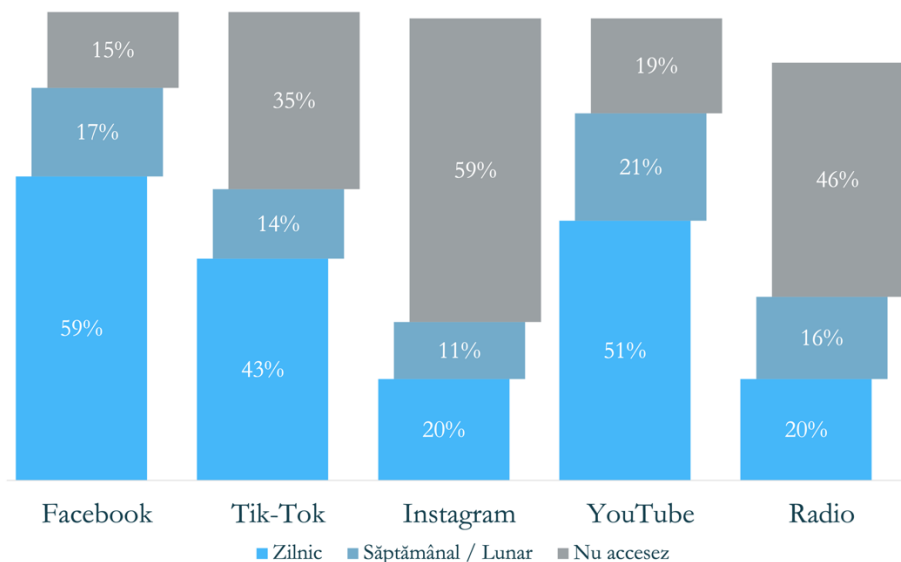
3.1.2. Obiceiuri de utilizare a Internetului

Dintre respondenții care folosesc internetul, majoritatea petrec timp pe rețelele de socializare precum Facebook. Figura 4 arată și că al doilea motiv important pentru accesarea internetului este accesul la știri.



Figură 4 Ce faceți de obicei pe Internet? Participanții au răspuns în cuvintele proprii, iar răspunsurile au putut fi împărțite în categoriile de față

Pentru înțelegerea preferințelor legate de platformele de socializare, respondenții au fost întrebați despre frecvența accesului la Facebook, Tik-Tok, Instagram și YouTube în comparație cu ascultarea posturilor de radio locale prin intermediul Internetului (Figura 5). Facebook (59% accesează zilnic), YouTube (51% accesează zilnic) și Tik-Tok (43% accesează zilnic) sunt cele mai populare platforme între membrii comunităților vizate. Numai 20% dintre respondenți ascultă zilnic posturi locale de radio pe internet.



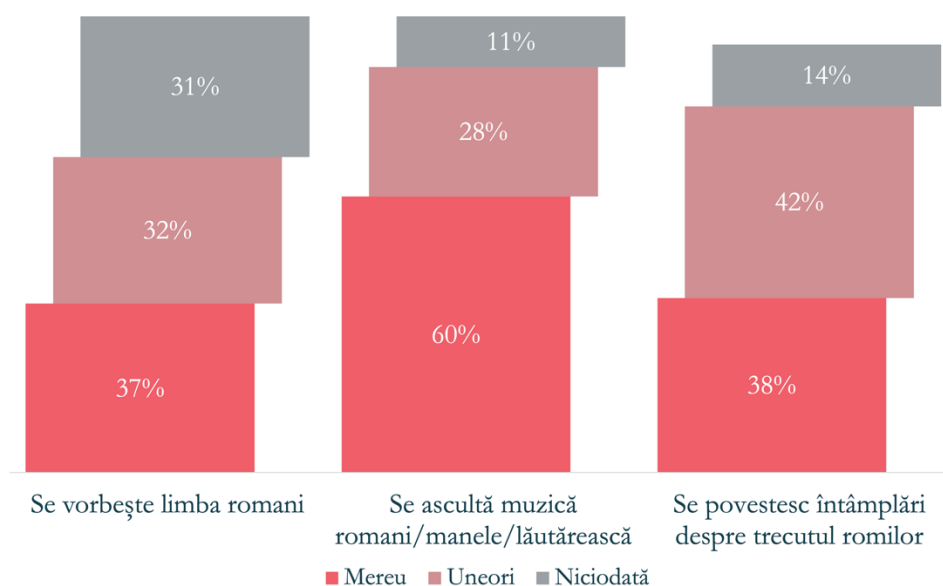
Figură 5 Răspunsuri la întrebarea „Cât de des accesați...”

Nu există deferențe semnificative între cele șase comunități în ceea ce privește obiceiurile de informare și accesare a internetului.

3.2. Profilul comunităților

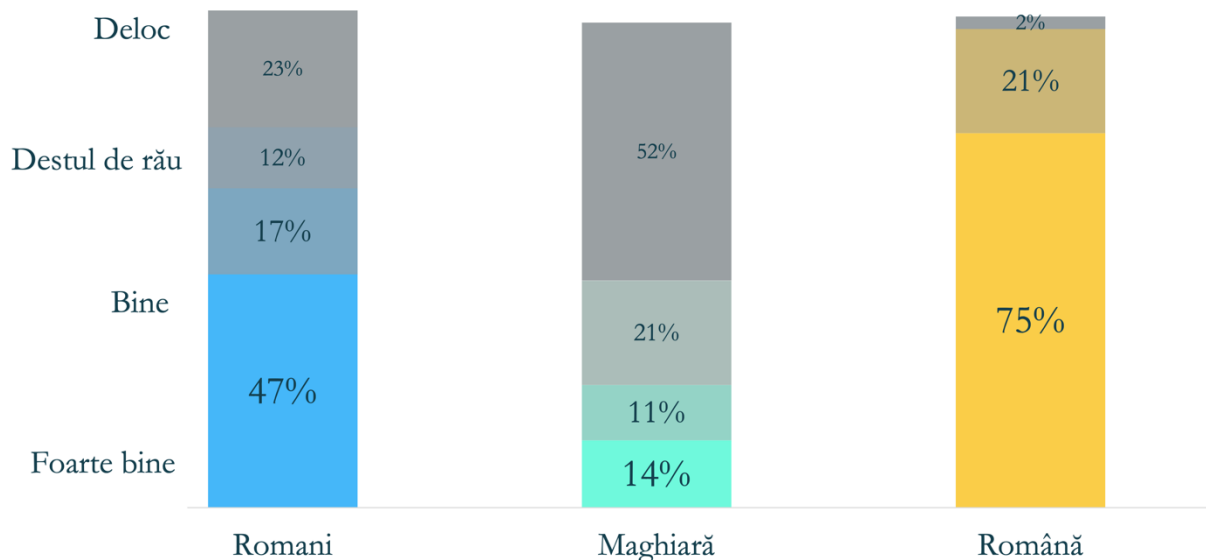
3.2.1. Identitatea culturală și limbi vorbite

Un indicator al identității culturale a romilor din comunitățile vizate este necesar pentru a asigura un conținut cultural adecvat al programării „Radio Pata”. *Figura 6* indică existența unui atașament ridicat în aceste comunități față de muzica romă, lăutărească sau manele și un interes mediu pentru istoria romilor și limba romani.

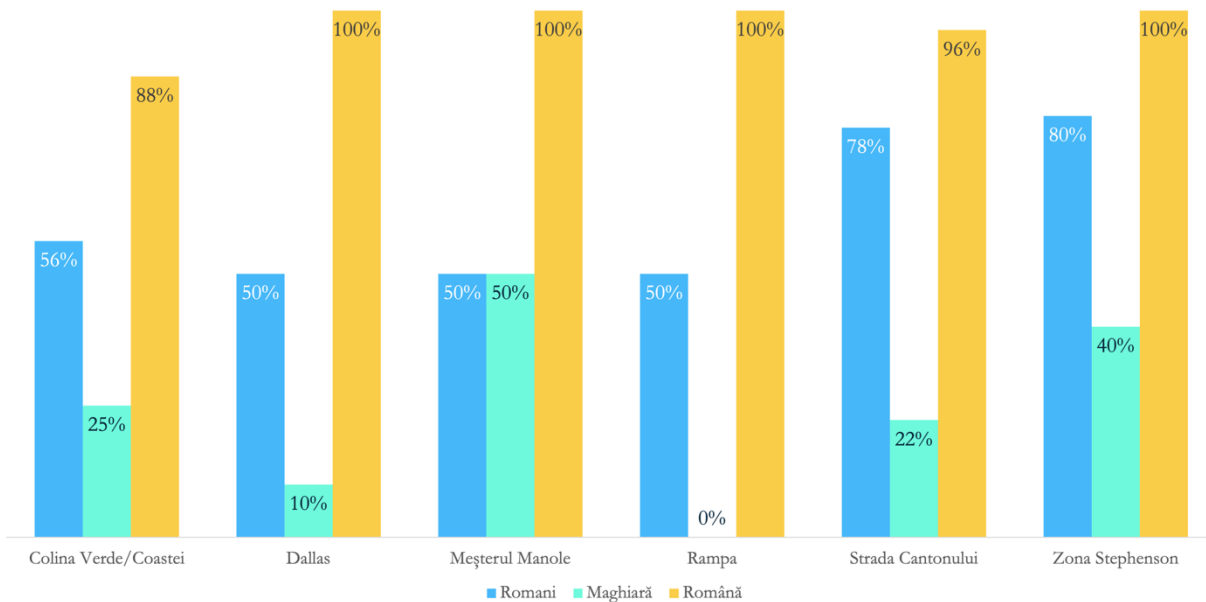


Figură 6 În familia dumneavoastră, cât de des se practică următoarele lucruri?

Limba vorbită cu precădere în aceste comunități este limba română (*Figurile 7 - 8*). Diferențele între cele șase comunități sunt minore relativ la limbile vorbite. Cele mai mari diferențe sunt în vorbirea limbii romani (în jur de 80% în zona Stepherson și pe Strada Cantonului, comparat cu aproximativ 50% în restul comunităților).



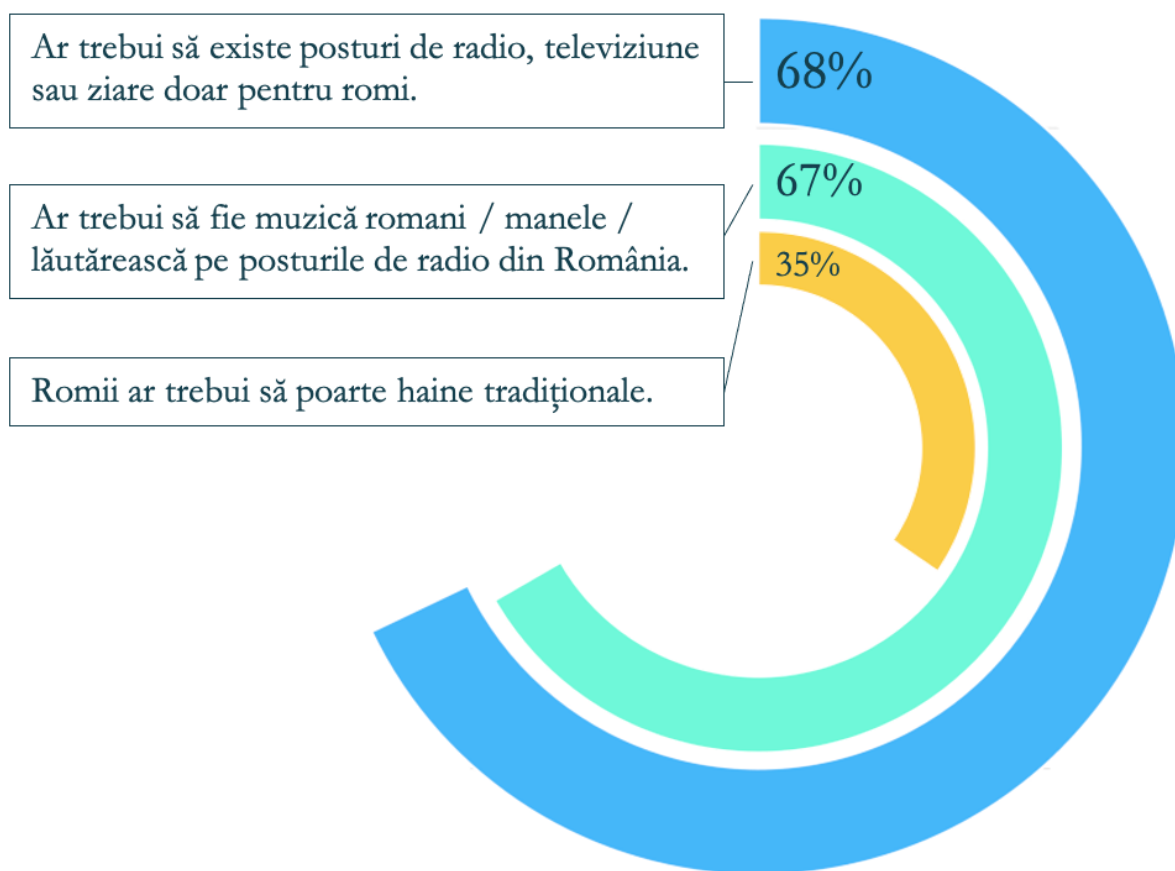
Figură 7 Cât de bine vorbiți limba ...



Figură 8 Cât de bine vorbiți limba... Răspunsurile sunt împărțite pe comunități

Interesul cultural și preferința ridicată de expunere la cultura romă se reflectă și în preferințele respondenților cu privire la conținutul media pe care aceștia și-ar dori să îl consume.

Majoritatea participanților cred că ar trebui să existe media dedicate culturii și muzicii romilor (Figura 9).

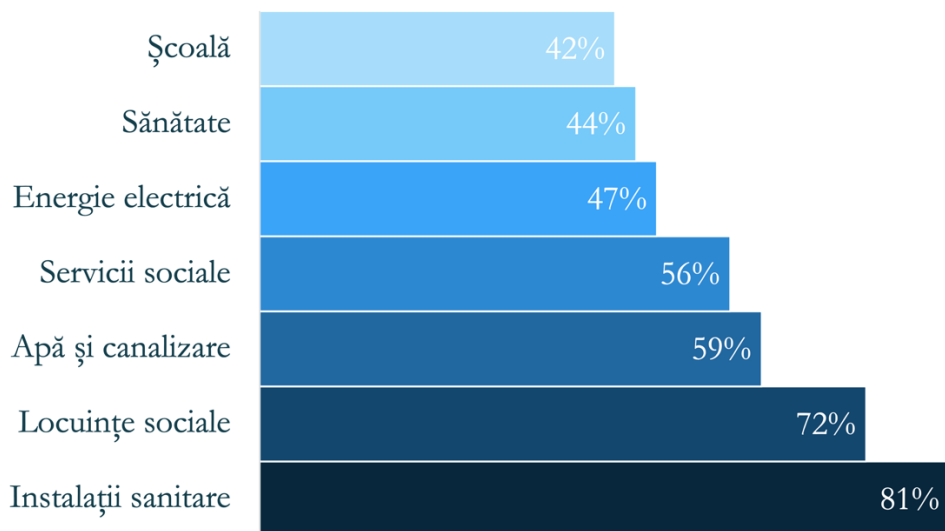


Figură 9 Vă rugăm să ne spuneți, în ce măsură sunteți sau nu de acord cu următoarele afirmații? Procentele reprezintă gradul de răspunsuri „Total de acord” și „Mai degrabă de acord” față de cele trei afirmații în căsuțe

3.2.2. Nevoi generale

Nevoile generale ale comunității sunt relevante pentru a răspunde adecvat nevoilor informaționale ale comunităților rome din Cluj-Napoca prin proiectul „Radio Pata”. Astfel, i-am rugat pe respondenți să ne spună cât de ușor sau greu de accesat sunt serviciile esențiale locuirii în Cluj-Napoca (Figura 10) și cine sunt actorii care facilitează sau ar trebui să faciliteze accesul la aceste servicii (Figura 11).

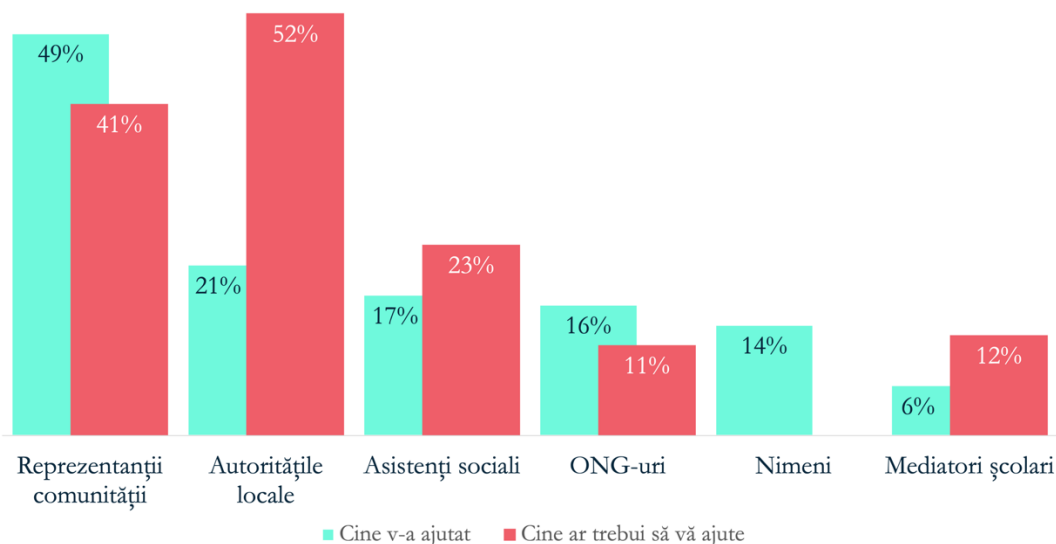
Rezultatele arată că cele mai greu de accesat servicii sunt și cele mai de bază: 81% dintre respondenți spun că le este greu sau foarte greu să acceseze instalații sanitare precum baia, dușul și toaleta, iar 59% spun că au acces greu sau foarte greu la apă și canalizare. În ciuda situațiilor precare de locuire a comunităților rome din Cluj-Napoca, locuințele sociale sunt cel mai greu accesibil serviciu social (Figura 7).



Foarte dificil sau destul de dificil de accesat

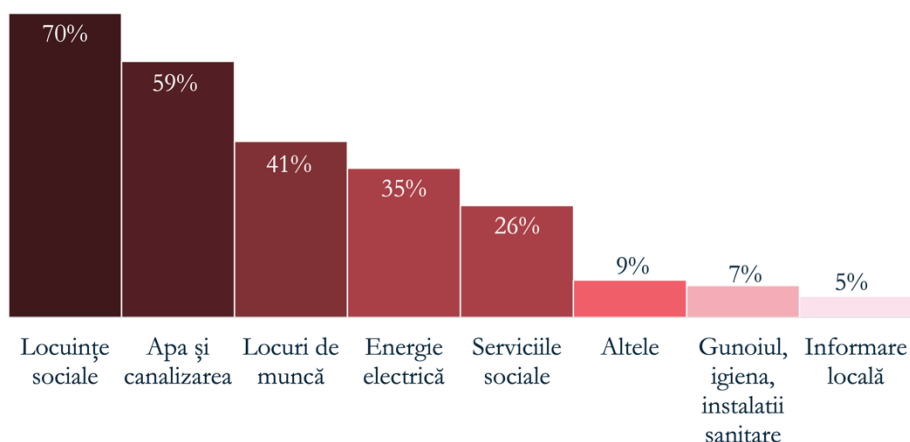
Figură 7 Din ce cunoașteți, cât de ușor este să accesați următoarele servicii? Procentele corespund răspunsurilor „Destul de dificil” și „Foarte dificil”

Având în vedere gradul ridicat de nevoi sociale ale acestor comunități, am evaluat și percepțiile lor despre care sunt actorii cei mai activi în facilitarea accesului comunității la serviciile de care au nevoie (Figura 8). Rezultatele arată că, în ultimul an, cei mai mulți respondenți au fost sprijiniți de către reprezentanții comunității (49%), iar autoritățile locale și serviciile sociale au avut o implicare directă în comunitate foarte scăzută. Situația concretă din ultimul an se află într-un contrast puternic cu atitudinile membrilor comunității române a Clujului, care consideră că responsabilitatea principală pentru ușurarea accesului la serviciile de locuire, igienă, sociale etc., revine autorităților locale.



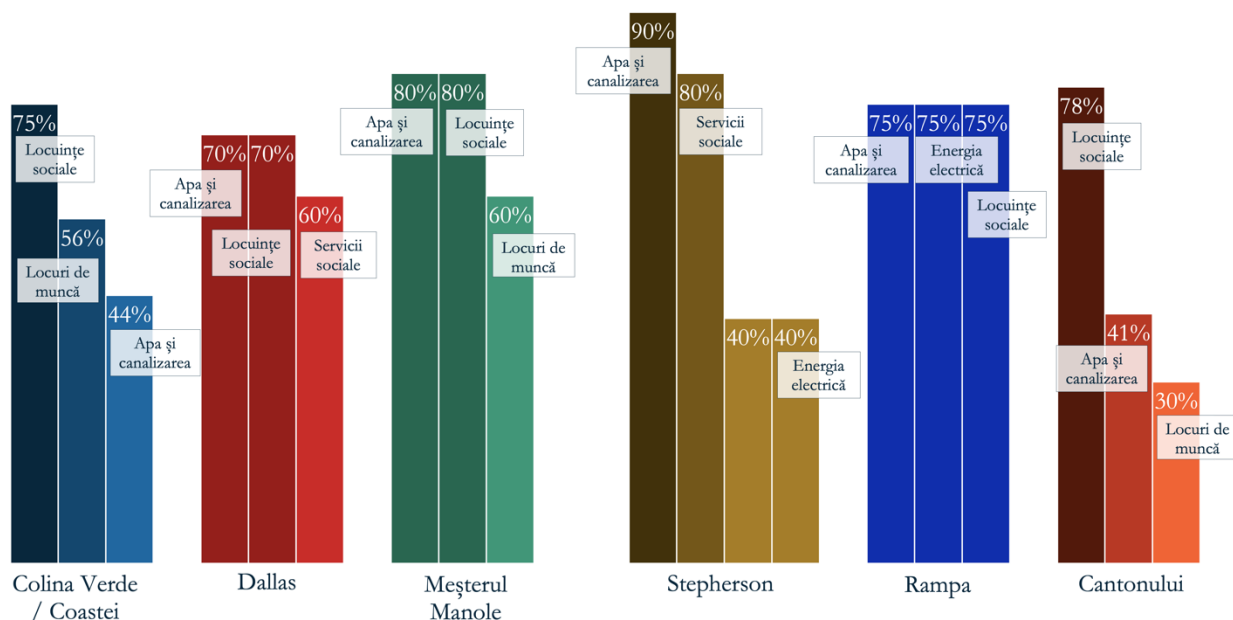
Figură 8 Barele în verde ilustrează răspunsurile la întrebarea „În ultimul an, cine v-a ajutat să accesați serviciile menționate mai sus?”, barele în roșu ilustrează răspunsurile la întrebarea „Cine credeți că ar trebui să se ocupe de problemele enumerate mai sus?”

Pe lângă evaluarea accesului la aceste servicii, respondenții au fost invitați să numească cele mai importante trei probleme cu care se confruntă comunitatea lor. Accesul la locuințele sociale, introducerea apei curente și a canalizării și accesul la locurile de muncă sunt problemele cele mai stringente ale comunității în general (Figura 9).



Figură 9 Dintre următoarele probleme cu care se confruntă comunitatea, care credeți că ar trebui să fie soluționate cu prioritate?

Accesul la apă și canalizare se remarcă prin faptul că fiecare din cele șase comunități o numesc printre primele 3 probleme care trebuie soluționate (Figura 10).



Figură 10 Primele trei probleme care ar trebui rezolvate în fiecare comunitate. Răspunsuri la întrebarea „Dintre următoarele probleme cu care se confruntă comunitatea, care credeți că ar trebui să fie soluționate cu prioritate?”

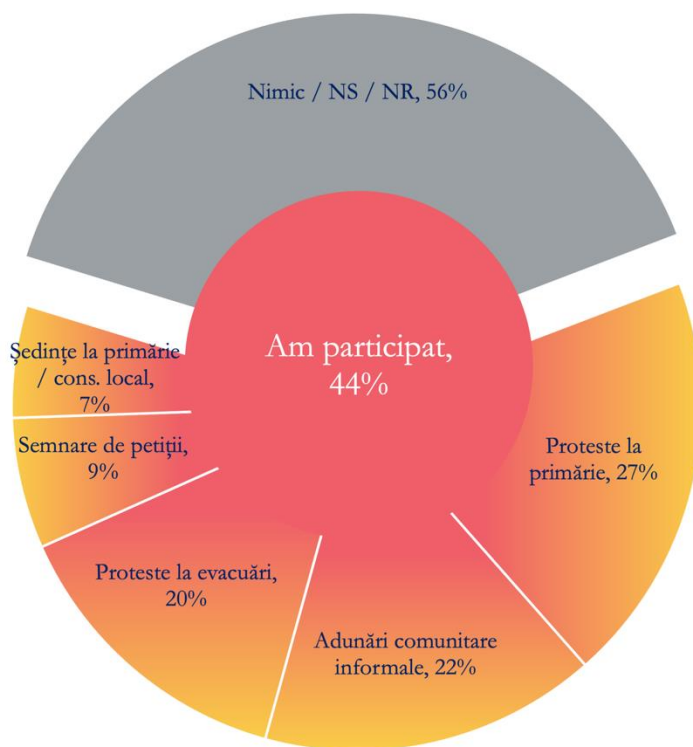
3.2.3. Nevoi și priorități informaționale

Modul în care romii din Cluj-Napoca își înțeleg identitatea culturală și lingvistică precum și problemele cele mai stringente cu care se confruntă în comunitățile în care locuiesc poate informa programarea „Radio Pata”. Nevoile informaționale principale corespund problemelor numite de către respondenți în secțiunea anterioară și ilustrate în figurile 7 – 10.

Conform analizei identității și limbilor comunității, programarea ar trebui să fie cu preponderență în limba română, iar conținutul cultural și muzical ar trebui să reflecte identitatea romă. Majoritatea respondenților au raportat că este foarte important pentru ei să cunoască cultura și istoria romilor (57%), 14% au spus ca este destul de important, și numai 20% dintre respondenți au indicat că aceste aspecte nu le sunt prea importante.

3.2.4. Implicare civică

„Radio Pata” are oportunitatea de a avea impact și asupra implicării civice și comunitare a romilor din Cluj-Napoca, oferind informațiile necesare despre organizarea acțiunilor civice. În prezent, 56% dintre participanți au răspuns că nu s-au implicat în nici un fel de acțiuni civice. Cei care au participat la astfel de acțiuni, au raportat mai multe modalități, dintre care cele mai populare au fost protestele la primărie, protestele la evacuări și adunările comunitare informale (Figura 11).

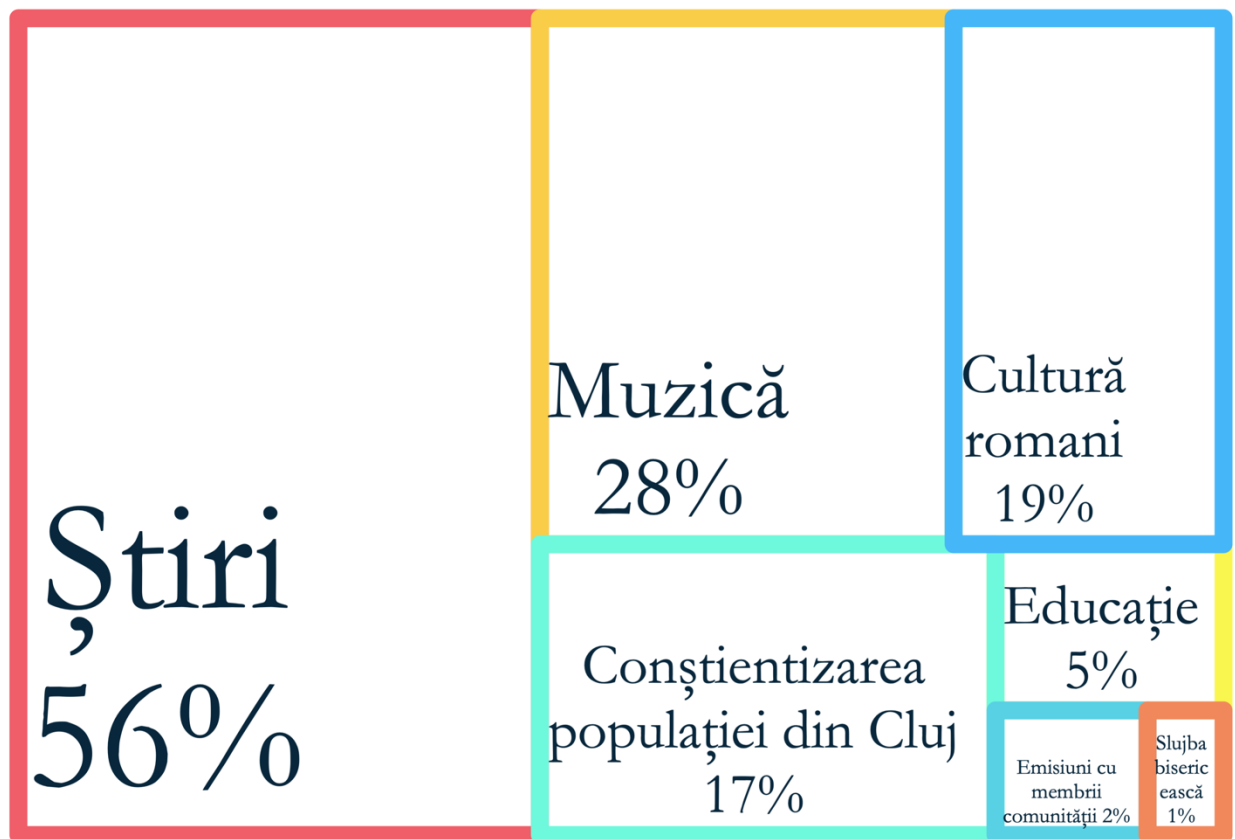


Figură 11 În ultimul an, ați participat la acțiuni cum ar fi ...

4. Viziunea comunității despre Radio Pata

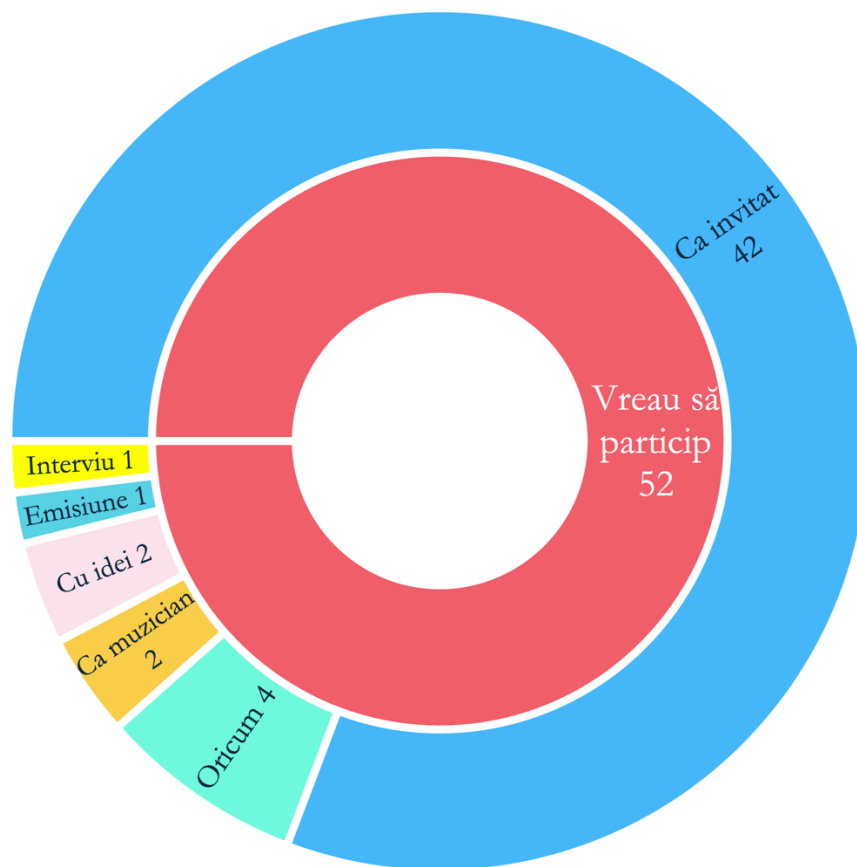
Evaluarea inițială sugerează că „Radio Pata” va fi bine primit de către comunitățile romilor din Cluj-Napoca. Dintre respondenți, 86% cred că ar fi de folos ca Rata Rât să aibă un radio propriu și 60% vor să se implice direct în realizarea emisiunilor Radio Pata.

Așteptările participanților de la „Radio Pata” se centrează asupra informațiilor relevante comunității și știrilor locale (*Figura 12*). De asemenea, respondenții doresc să audă muzică romă și emisiuni despre cultura romă. Pe lângă accesul la cultură romă, o parte din participanți își doresc să găsească la „Radio Pata” și programe educaționale pentru adulți și copii. Conștientizarea populației din Cluj-Napoca despre situația de locuire a romilor din oraș este importantă pentru 17% dintre respondenți.



Figură 12 Ce ați dori să auziți la un post de radio al comunității?

Mai mult, majoritatea respondenților își doresc să participe activ la programarea „Radio Pata” (*Figura 13*). Modurile în care aceștia văd o posibilă participare este prin a vorbi ca invitat în diverse programe, ca voce a comunității. Gradul de interes pentru acest tip de participare este impresionant. Alții doresc să participe oricum este posibil. Există și potențialul de a recruta muzicieni din rândul membrilor comunităților rome din Cluj-Napoca.



Figură 13 Cum vă gândiți că ați putea contribui la realizarea „Radio Pata”?

5. Concluzii

Această evaluare inițială în vederea implementării proiectului „Radio Pata” a revelat o serie de aspecte importante pentru succesul proiectului:

În primul rând, studiul a clarificat faptul că „Radio Pata” ar răspunde unor lacune informaționale și culturale existente în media consumată de regulă în comunitățile române din Cluj-Napoca. Pe de o parte, respondenții au raportat că sunt dependenți de prieteni și familie când vine vorba de aflarea informației importante pentru comunitate. Nu există, în acest moment, o instanță media care să servească nevoile de informare locală și comunitară pentru locuitorii din zonele incluse în acest studiu.

În al doilea rând, membrii comunităților vizate nu se simt reprezentați identitar și cultural în media românească actuală. Având în vedere că majoritatea își doresc să audă mai multă muzică română, programe despre cultura română, precum și raportarea majorității respondenților că istoria și cultura romilor este importantă pentru ei, „Radio Pata” are oportunitatea de a satisface nevoile de consum cultural specifice comunității.

Membrii comunității s-au arătat mai mult decât deschiși proiectului, iar potențialul de participare comunitară la programarea „Radio Pata” este foarte ridicat. Totuși, preferința multor respondenți de a participa ca invitați în cadrul a diverse emisiuni sugerează că va fi necesar un efort de *outreach* comunitar din partea organizatorilor „Radio Pata”, pentru a solicita participarea membrilor celor șase comunități. Este posibil ca solicitarea participării față în față sau prin apeluri telefonice să aibă o rată mult mai mare de succes în a implica comunitatea decât acțiuni mai pasive precum publicarea unor anunțuri.

Considerând dificultățile în satisfacerea nevoilor de bază ale majorității acestei comunități, nevoi precum locuirea, apa curentă, canalizarea și accesul la locuri de muncă, impactul și popularitatea „Radio Pata” va depinde și de cât de utile vor fi informațiile oferite în facilitarea accesului la servicii de bază precum cele menționate în figurile 7 – 10.