

RAPORT DE CERCETARE PENTRU ANUL 2011

PROIECT: CONSTRUCȚIA MEDIATICĂ A EUROPENIZĂRII CA PROBLEMĂ PUBLICĂ ÎN CONTEXTUL INTEGRĂRII EUROPENE A SOCIETĂȚII ROMÂNEȘTI

Constantin Schifirneț (Director de grant)

Nicoleta Corbu

Valeriu Frunzaru

Mădălina Boțan

Obiectivul general al proiectului și aria de cercetare

Scopul acestui proiect de cercetare este sporirea înțelegerii procesului de construcție mediatică a europenizării, într-o societate care a cunoscut un alt trend al modernizării decât multe dintre țările membre ale Uniunii Europene (UE). Este ceea ce directorul de proiect a numit modernizarea tendențială.

Unul dintre *obiectivele specifice* de cercetare a fost identificarea tipurilor de cerințe ale românilor cu privire la europenizare și a căilor prin care se transmit și se cunosc aceste cerințe.

Proiectul își propune să abordeze europenizarea ca o realitate în plin proces de construcție, proces edificat până în prezent preponderent cu mecanisme formale, pentru a demonstra că, deși Uniunea Europeană dispune de structuri instituționale, valori și simboluri proprii, ele nu sunt adoptate necondiționat de către cetățenii europeni prin atitudini și comportamente pro-europene. Se va face o paralelă între evoluția identității europene și experiențele trăite de popoarele care și-au constituit statul național în secolul al XIX-lea, în temeiul principiului naționalităților. Pentru a deveni viabilă, noua construcție are nevoie de cetățeni care dau sens identității

europene. Proiectul analizează programe ale televiziunii dedicate alegerilor europarlamentare (iunie 2009) și alegerilor prezidențiale (noiembrie 2009) pentru a examina gradul în care agenda candidaților este reflectată în emisiunile TV.

Precizez că, în Planul de realizare a proiectului, cercetarea prin ancheta sociologică pentru cunoașterea cerințelor românilor cu privire la europenizare și a căilor prin care se transmit și se cunosc aceste cerințe a fost prevăzută pentru anul 2009, dar din cauza reducerii fondurilor pentru acel an, ancheta sociologică a fost transferată în anul 2010, însă nici în acest an nu a fost posibilă realizarea ei din același motiv al lipsei de finanțare.

În consecință, *ancheta sociologică, bazată pe chestionar* pentru cunoașterea cerințelor românilor a fost efectuată în 2011. Culegerea datelor a fost realizată de SC Cult Market Research SRL pe baza contractului de cercetare științifică încheiat cu Școala Națională de Studii Politice și Administrative – Facultatea de Comunicare și Relații Publice. Operațiunea de culegere a datelor a avut loc în perioada 15-30 mai 2011.

Scopul cercetării

Cunoașterea așteptărilor și cerințelor românilor față de Uniunea Europeană și a căilor prin care se transmit și se cunosc aceste cerințe.

Obiectivele cercetării

1. cunoașterea direcțiilor de evoluție în România și Uniunea Europeană;
2. studiul influenței deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor din România;
3. cunoașterea gradului de informare a românilor cu privire la aspectele generale ale Uniunii Europene (număr de state membre, instituțiile și simbolurile Uniunii Europene etc.);
4. cunoașterea efectelor aderării României la Uniunea Europeană asupra condițiilor de viață ale românilor;
5. cunoașterea gradului de încredere ale românilor în instituțiile Uniunii Europene;
6. cunoașterea percepției respondenților cu privire la cele mai importante probleme cu care se confruntă societatea românească;
7. cunoașterea modului în care românii își percep viitorul ca cetățeni ai unui stat membru al Uniunii Europene.

Ipoteza

Europenizarea societății românești este condiționată de congruența deciziilor și politicilor Uniunii Europene cu anumite cerințe ale românilor față Uniunea Europeană. Concret, este de așteptat ca domeniile legate de standardul de viață al populației și starea economică a țării să fie asociate cu influențele Uniunii Europene asupra societății românești.

Metoda

Datele au fost culese prin ancheta sociologică. Instrumentul cercetării a fost utilizat un chestionar cu întrebări închise și deschise. Chestionarul a inclus și întrebări preluate din Eurobarometre, în scopul comparării cu datele din cercetarea noastră. Chestionarul a fost completat de respondenți, la domiciliul lor, în prezența operatorului de teren.

Eșantionul și construirea eșantionului

Universul cercetării este format din persoanele în vârstă de 18 ani și peste, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane și rurale ale României.

Mărimea eșantionului proiectat: 1199, eșantion reprezentativ la nivel național. Eșantion realizat: 1199 persoane.

Metoda de eșantionare: A fost utilizată eșantionarea stratificată, tristadială, proporțională cu structura populației pe tipuri de localități și pe zone de dezvoltare.

Eroare de eșantionare: eșantionul este reprezentativ pentru populația de 18 ani și peste din România. Eroarea maximă de eșantionare este de $\pm 2,8\%$ la un coeficient de încredere de 95%.

Descrierea planului de eșantionare:

Populația totală: 21.462.186 persoane¹

Universul cercetării (18+): 17.489.482 persoane²

¹ *Populația stabilă la 1 iulie 2009 pe vârste, grupe de vârstă, sexe și medii*, <https://statistici.INSSE.ro>

² Ibidem

Criteriile și stadiile de stratificare ale eșantionului au fost: 1) regiunile de dezvoltare, 2) mărimea localității (oraș mare, oraș mic, comună sau sat) și 3) ponderea populației tipului de localitate în regiune.

1) *Regiunea de dezvoltare*: pentru o organizare corespunzătoare am utilizat gruparea județelor după regiunea de dezvoltare, ținând seama de datele cele mai recente ale Institutului Național de Statistică referitoare la structura populației³.

Regiunile de dezvoltare sunt grupate pe județe astfel:

București și Ilfov: București, Ilfov

Centru: Alba, Brașov, Covasna, Harghita, Mureș, Sibiu

Nord-Est: Bacău, Botoșani, Iași, Neamț, Suceava, Vaslui

Sud: Argeș, Călărași, Dâmbovița, Giurgiu, Ialomița, Prahova, Teleorman

Sud-Est: Brăila, Buzău, Constanța, Galați, Tulcea, Vrancea

Nord-Vest: Bihor, Bistrița-Năsăud, Cluj, Maramureș, Satu Mare, Sălaj

Sud-Vest: Dolj, Gorj, Mehedinți, Olt, Vâlcea

Vest: Arad, Caraș-Severin, Hunedoara, Timiș

Tabelul 1. Distribuția populației studiate și a numărului de interviuri pe zone de dezvoltare

	Proiectat	Realizat	Diferența
Regiunea BUCUREȘTI - ILFOV	10,8%	17,3%	-0,5%
Regiunea CENTRU	11,7%	13,1%	0,0%
Regiunea NORD-EST	16,8%	15,3%	0,0%
Regiunea NORD-VEST	12,6%	10,5%	0,1%
Regiunea SUD-EST	13,1%	9,0%	0,1%
Regiunea SUD-MUNTENIA	15,3%	12,7%	-0,1%
Regiunea SUD-VEST OLTEA	10,6%	11,7%	0,0%
Regiunea VEST	9,1%	10,4%	0,4%
Total	100,0%	100,0%	0%

³ *Populația stabilă la 1 iulie 2009 pe macror regiuni, regiuni de dezvoltare și județe, medii, grupe de vârstă și sexe*, <https://statistici.INSSE.ro>

2) Mărimea localității: fiecare subeșantion regional este reprezentativ în ceea ce privește structura populației pe tip de localitate:

- 1) Orașe mari (cu peste 100.000 locuitori)
- 2) Orașe mici (sub 100.000 locuitori)
- 3) Sate reședință de comună și sate aparținătoare

3) După cele două criterii au fost aplicate chestionarele în mod **proporțional cu distribuția populației pe tipuri de localități** din fiecare regiune în parte.

După stabilirea numărului de localități din fiecare categorie, conform procedurii descrise mai sus, au fost selectate localitățile în care au fost aplicate chestionarele folosind o **metodă de selecție probabilistică proporțională cu volumul populației din localități**.

Tabelul 2. Structura populației României pe regiuni de dezvoltare și tipuri de localități

Regiune de dezvoltare	Urban mare	Urban mic	Rural	Total
NORD-EST	3,8%	3,7%	9,8%	17,3%
SUD-EST	4,4%	2,9%	5,9%	13,1%
SUD - MUNTENIA	1,8%	4,5%	9,0%	15,3%
SUD-VEST - OLTENIA	2,4%	2,6%	5,5%	10,5%
VEST	2,2%	3,4%	3,3%	9,0%
NORD-VEST	3,6%	3,2%	5,9%	12,7%
CENTRU	2,7%	4,3%	4,8%	11,7%
BUCUREȘTI - ILFOV	9,0%	0,6%	0,8%	10,5%
Total	29,9%	25,1%	45,0%	100,0%

Tabelul 3. Structura eșantionului realizat pe regiuni de dezvoltare și tipuri de localități

Regiune de dezvoltare	Urban mare	Urban mic	Rural	Total
------------------------------	-------------------	------------------	--------------	--------------

NORD-EST	3,9%	3,8%	9,7%	17,3%
SUD-EST	4,5%	2,8%	5,8%	13,1%
SUD - MUNTENIA	1,8%	4,5%	8,9%	15,3%
SUD-VEST - OLTENIA	2,4%	2,3%	5,8%	10,5%
VEST	2,3%	3,1%	3,7%	9,0%
NORD-VEST	3,6%	3,2%	5,9%	12,7%
CENTRU	2,7%	4,3%	4,7%	11,7%
BUCURESTI - ILFOV	8,7%	0,6%	1,2%	10,4%
Total	29,9%	24,6%	45,5%	100,0%

Eșantionul este considerat valid după structura pe tip de localitate și regiune de dezvoltare (diferențele procentuale între structura populației României și cea a eșantionului realizat sunt mai mici de 0,5%. Se observă că diferențele înregistrate sunt sub 1% pe fiecare segment de populație ceea ce face posibilă analiza datelor fără a utiliza variabile de ponderare.

Eșantionul realizat este validat și după structura demografică (pe sexe și grupe de vârstă) a populației potrivit datelor statistice folosite⁴

Tabelul 4. Structura populației României

		Sex		
		Masculin	Feminin	Total
Vârsta	15-24 ani	6,9%	6,6%	13,6%
	25-34 ani	10,1%	9,6%	19,6%
	35-44 ani	9,2%	9,1%	18,3%
	45-54 ani	8,0%	8,4%	16,4%
	55-64 ani	6,5%	7,4%	13,9%
	65+	7,4%	10,8%	18,3%
		48,1%	51,9%	100,0%

⁴ Populația stabilă la 1 iulie 2009 pe vârste, grupe de vârstă, sexe și medii, <https://statistici.INSSE.ro>

Tabelul 5. Structura eșantionului realizat

		Sex		Total
		Masculin	Feminin	
Vârsta	15-24 ani	7,1%	7,1%	14,2%
	25-34 ani	10,0%	10,3%	20,4%
	35-44 ani	8,7%	9,5%	18,2%
	45-54 ani	7,7%	7,8%	15,5%
	55-64 ani	7,1%	7,4%	14,5%
	65+	7,2%	10,1%	17,3%
		47,7%	52,3%	100,0%

Tabelul 6. Diferențe între structura populației și eșantion

		Sex		Total
		Masculin	Feminin	
Vârsta	15-24 ani	0,2%	0,5%	0,6%
	25-34 ani	-0,1%	0,7%	0,7%
	35-44 ani	-0,5%	0,4%	-0,1%
	45-54 ani	-0,3%	-0,6%	-0,9%
	55-64 ani	0,6%	0,0%	0,6%
	65+	-0,2%	-0,7%	-1,0%
		-0,4%	0,4%	0,0%

Configurarea eșantionului după **genul social**: 47,7% bărbați și 52,3% femei.

Structura eșantionului pe **grupe de vârste** este următoarea: 18-24 ani – 170 (14,2%), 25-34 ani – 244 (20,4%), 35-44 ani – 218 (18,2%), 45-54 ani – 186 (15,5%), 55-64 ani – 174 (14,5%), 65 și peste – 207 (17,3%). În ceea ce privește genul social și grupele de vârstă, diferențele între structura populației și cea a eșantionului sunt sub 1% pe fiecare segment de populație.

Structura eșantionului pe **ocupații** este următoarea: pensionat(ă) sau în incapacitate de muncă pe caz de boală – 337 (28,1%), muncitor – 13,9 (calificat – 130

(10,8%); muncitor necalificat – 37 (3,1%), responsabil(ă) cu treburile casei, efectuează cumpărăturile – 133 (11,1%), student(ă)/elev(ă) – 104 (8,7%), șomer sau temporar fără loc de muncă – 101(8,4%), fermier, agricultor – 26 (2,2%), profesii libere (avocat, medic, contabil, arhitect etc.) - 16 (1,3%), proprietar de magazin, meseriaș, altă persoană pe cont propriu – 26 (2,2%), deținător al unei afaceri, proprietar (unic sau asociat) – 13 (1,1%) specialiști angajați (medic, avocat, contabil, arhitect etc.) – 26 (2,2%), manager general sau o persoană care ocupă o funcție de conducere – 9 (0,8%), persoană ocupând funcție de conducere la nivel mediu și inferior – 45 (3,8%), angajat lucrând în birou – 68 (5,7%), angajat lucrând în teren (agent de vânzări, șofer) – 30 (2,5%), angajat lucrând în domeniul serviciilor dar nu la birou – 55 (4,6%), supraveghetor – 11 (0,9%), nu raspund – 30 (2,5%).

În raport cu **tipul de localitate**, respondenții sunt din București – 104 (8,7%), oraș mare, cu peste 200.000 locuitori – 162 (13,5%), oraș mare, cu 100.001-200.000 locuitori – 92 (7,7%), oraș mic, cu 30-100.000 locuitori – 246 (20,5%), oraș foarte mic, sub 30.000 locuitori – 49 (4,1%), Sat, centru comună – 377 (31,4%), Sat – 169 (14,1%). Eșantionul se structurează astfel după ultima **școală absolvită**: fără școală – 24 (2,0%), școala primară (4 clase) – 65 (5,4%), școala generală (8 clase) – 181 (15,1%), școala profesională/liceu neterminat – 254 (21,2%), liceu (12 clase) – 373 (31,1%), studii postliceale – 67 (5,6%), facultate /studii postuniversitare – 214 (17,8%), nu raspund 21 (1,8%). Predomină absolvenții de liceu, de școală profesională și de facultate.

Respondenții se distribuie în raport cu **veniturile** actuale ale gospodariei după cum urmează: veniturile nu le ajung nici pentru strictul necesar – 376 (31,4%), le ajung numai pentru strictul necesar – 469 (39,1%), le ajung pentru un trai decent, dar nu își permit cumpărarea altor lucruri – 252 (21,0%), reușesc să cumpere și unele bunuri mai scumpe, dar cu restrângeri – 66 (5,5%), reușesc să aibă tot ce le trebuie – 5 (0,4%), nu știu – 10 (0,8%), nu răspund – 21 (1,8%). 70% dintre subiecți au un venit insuficient sau un venit pentru supraviețuire.

Structura eșantionului după **starea civilă** este următoarea: căsătorit(ă) cu acte – 703 (58,6%), căsătorit(ă) fără acte/concubinaj – 57 (4,8%), divorțat(ă) – 43 (3,6%), căsătorit(ă) cu acte dar separat(ă) – 8 (0,7%), necăsătorit(ă) – 260 (21,7%), văduv(ă) – 116 (9,7%), altă situație – 12 (1,0%). Predomină respondenții căsătoriți.

După **mărimea localității**, respondenții provin din orașe mari (cu peste 100.000 locuitori) – 358 (29,9%), orașe mici (sub 100.000 locuitori) – 295 (24,6%), comune și sate – 546 (45,5%).

După **regiunea de dezvoltare**, respondenții sunt din: NORD-EST – 208 (17,3%), SUD-EST – 157 (13,1%), SUD - MUNTENIA – 183 (15,3%), SUD-VEST – OLTENIA – 126 (10,5%), VEST- 108 (9,0%), NORD-VEST – 152 (12,7%), CENTRU – 140 (11,7%), BUCUREȘTI – ILFOV – 125 (10,4%).

Eșantionul este reprezentativ pentru populația de 18 ani și peste 18 ani din România, rezidente în locuințe neinstituționalizate din toate localitățile urbane și rurale ale României. Eroarea maximă de eșantionare este de $\pm 2,8\%$ la un coeficient de încredere de 95%. Culegerea datelor a avut loc în perioada 15-30 mai 2011.

Informații legate de activitatea de teren

Perioada de culegere a datelor: 15-30 mai 2011

La culegerea datelor au participat:

- Un manager de teren
- 8 coordonatori zonali
- 52 operatori de interviu

Instructajul a fost realizat la sediul Cult Market Research cu cei 8 coordonatori regionali, care au primit informații detaliate cu privire la chestionar și modalitățile de selecție.

Coordonatorii regionali le-au transmis operatorilor de interviu toate detaliile privind modul de realizare în teren a studiului, acestea incluzând informații despre: eșantionare, condiții de intervieware, materiale ajutătoare, chestionar.

Selecția străzilor, gospodăriilor și a respondenților

În localitățile rurale au fost alese străzile principale ale localității și s-a plecat dintr-unul din capetele străzii urmărindu-se instrucțiunile de mai jos pentru case.

În localitățile urbane fiecare dintre operatori a primit o fișă de eșantionare cu adresa secției de votare unde trebuia să realizeze interviurile și numărul de interviuri ce trebuia realizat în secția respectivă de votare; gospodăriile și respondenții au fost selectați conform instrucțiunilor de mai jos:

Selecția străzilor

De la sediul secției de votare indicată în fișa de eșantionare, pe aceeași parte a străzii cu secția de votare au fost selectate că primă gospodărie/casă unifamilială, a 2-a casă. Celelalte gospodării au fost selectate în continuare cu pas statistic de 3, alternativ, de o parte și de alta a străzii. În cazul unui bloc (sau o clădire mare cu peste 5 locuințe) s-a aplicat același pas statistic de 3 apartamentelor, că și cum ar fi locuințe individuale. Nu au fost realizate mai mult de 3 interviuri într-un bloc de locuințe.

Selecția gospodăriilor

- a. Blocuri cu apartamente: interviurile au fost realizate în blocurile de la numerele: 2, 5, 8, 11 Într-un bloc a fost aleasă scara A și au fost realizate

interviuri la apartamentele 2, 5, 8 ... continuându-se cu scara D ... (maxim 3 interviuri pe o scară).

b. Case: au fost alese a doua, a cincea, a opta ... casă de pe stradă. În cazul în care la sfârșitul străzii a fost realizat numărul de interviuri stabilit, folosindu-se de lista cu persoane intervievate completată, operatorii au revenit în altă perioadă a zilei la acele numere de stradă și apartamente care au intrat în pasul de 3 însă nu au reușit să realizeze un interviu (nu era nimeni acasă sau nu era la acea oră persoana care trebuia selectată din gospodărie). Dacă nici în acest mod nu au reușit să realizeze interviurile au aplicat regula de dreapta (la capătul străzii au mers pe strada din dreapta și au continuat același pas de 3 pentru case).

Selecția respondenților în gospodării

În fiecare gospodărie selectată conform pasului statistic de 3, operatorii au întrebat câte persoane cu vârste de 18 ani și peste locuiesc în prezent în gospodărie (excluzându-i pe cei plecați temporar la muncă sau la studii în străinătate ori în alte orașe). Dintre cei ce locuiesc în prezent în gospodărie, a fost selectată persoana de 18 ani și peste a cărei zi de naștere este cea mai apropiată de data de 1 (întâi) indiferent de lună. Dacă respondentul/respondenta selectat/ă refuză să răspundă, a fost selectată O ALTA gospodărie. Nu au fost realizate interviuri cu alte persoane din gospodărie dacă respondentul selectat inițial a refuzat sau nu a putut să răspundă la chestionar.

Rata răspunsurilor

Gospodării vizitate: 1843 gospodării

Interviuri realizate: 1199 interviuri

Non-răspunsuri: 644 non-răspunsuri

Activitatea de verificare

Au fost verificate 240 chestionare (reprezentând 20% din eșantion).

În urma verificărilor au fost anulate și refăcute 22 de chestionare, pentru nerespectarea procedurilor de aplicare.

Capitolul I. Așteptări și cerințe față de Uniunea Europeană

Constantin Schifirneț

Introducere

Studiul prezintă argumente empirice referitoare la cerințele românilor despre europenizare și Uniunea Europeană, pornind de la ideea că integrarea europeană depinde de contextul național. În acest fel, conturăm cadrul explicativ al modului cum mass media, în special televiziunea, construiește mesajul privind europenizarea societății românești, așa cum va rezulta din studiile din acest volum.

Dar, trebuie spus că studiile empirice privind impactul europenizării cu societatea națională sunt relativ puține, iar multe dintre ele folosesc un limbaj functionalist pentru care europenizarea este un proces mecanicist, produs de instituțiile de la Bruxelles prin deciziile lor, iar agenții interni din statele membre le receptează și le aplică. În general, atitudinile și opiniile românilor despre Europa sunt studiate de către Eurobarometre.

Europenizarea se realizează în timp, prin o multitudine de căi instituționale și neinstituționale. Instituțiile publice ale statelor membre ale Uniunii Europene sunt influențate de ceea ce se decide la Bruxelles. Spațiul public românesc este deja dominat de mentalitatea că salvarea vine de la Bruxelles, numai că aceste decizii se aplică în concordanță cu cadrul național. Impactul Uniunii Europene asupra statelor membre se exercită, mai puternic, asupra unor segmente ale societății, în primul rând asupra vieții politice și instituțiilor politice și administrative, dar și asupra economiei. Europenizarea cunoaște două nivele. Primul nivel este procesul declanșat de jos în sus, de către societatea însăși, în funcție de tradițiile și practicile naționale. Al doilea este procesul de sus în jos, prin care deciziile Uniunii Europene influențează direct sau indirect societatea locală și instituțiile sale.

Se ridică întrebarea dacă instituțiile naționale exercită o puternică influență asupra procesului de europenizare internă, declanșat de reglementările comunitare și prevederile cuprinse în documentele adoptate de Uniunea Europeană. Europenizarea este însoțită de reformă, mai ales în țările recent intrate în Uniunea Europeană cu

deosebire în ceea ce privește asigurarea unei guvernării democratice. Unii autori pun la îndoială capacitatea transformatoare a Uniunii Europene de a aduce schimbări pentru a satisface cerințele politice stabilite Consiliul European de la Copenhaga în iunie 1993. (Haughton, 2007:9).

Pentru a deveni stat membru, o țară candidată a trebuit să îndeplinească criteriile de la Copenhaga: să dețină instituții stabile democratice, să fie un stat de drept, să respecte drepturile omului și să protejeze minoritățile, să aibă o economie de piață funcțională, precum și capacitatea de a face față presiunilor concurențiale de pe piața internă și să aibă capacitatea de a-și asuma obligațiile de stat membru, inclusiv prin adeziunea la obiectivele politice, economice și monetare ale Uniunii Europene. În 1995, Consiliul European de la Madrid a decis că o țară candidată trebuie să fie capabilă să pună în practică regulile și procedurile comunitare. Aderarea presupune ca țara candidată să dispună de condițiile necesare pentru integrarea sa, prin adaptarea structurilor sale instituționale. Cu toate că este important ca legislația Uniunii Europene să fie transpusă în legislația națională, la fel de important este ca legislația să fie aplicată corect și respectată, prin intermediul structurilor administrative și juridice corespunzătoare. Aceasta este o condiție necesară în vederea aderării (http://ec.europa.eu/enlargement/the-policy/conditions-for-enlargement/index_ro.htm. Accesat la 1 noiembrie 2011).

Grabbe (2006) afirmă că puterea de influență a Uniunii Europene a fost limitată acolo unde au lipsit modele instituționale proprii, Uniunea Europeană având un rol limitat în guvernarea statelor membre. Instituțiile interne și cele europene trebuie să fie flexibile și transparente pentru a răspunde cerințelor reale ale cetățenilor din fiecare stat european. Alte cercetări au adus dovezi empirice în sprijinul ideii că procesul de aderare a fost un instrument puternic în facilitarea consolidării democrației în țările candidate prin impulsul dat transformărilor economice și întăririi capacității statului de a construi un mediu mai sigur și eficient de reglementare, facilitând consolidarea statului de drept. (Ekiert, 2008:23).

Așa cum s-a remarcat (Cowles *et al* 2001; Olsen 2002; Checkel 2005; Flockhart 2010), prin europenizare se exprimă o varietate de lucruri diferite în contexte naționale diferite. Diversitatea de structuri de guvernare, norme și stiluri de politică între statele membre constituie un factor important al adaptării structurilor naționale la politica europeană (Risse *et.al.*, 2001). Deși procesul de europenizare

joacă un rol-cheie în transformarea sistemelor naționale de guvernare și în îmbunătățirea capacității lor instituționale, instituțiile interne au un impact puternic în modelarea acestui proces. Europeanizarea ar trebui să fie privită ca o problemă, nu ca o soluție (Radaelli, 2004).

Cu o administrație și o economie care nu îndeplineau criteriile de aderare, România devine, în 2007, stat al Uniunii Europene, membru al celei mai mari comunități economice, o structură de state dezvoltate, unele dintre ele cu instituții moderne de peste 200 de ani. Aderarea României a fost însoțită de o serie de măsuri specifice, pentru a preveni sau pentru a remedia deficiențele în domeniile siguranței alimentelor, fondurilor agricole, reformei sistemului judiciar și luptei împotriva corupției. În cazul existenței unor deficiențe grave în transpunerea și punerea în aplicare a acquis-ului comunitar, Tratatul de aderare prevede adoptarea de măsuri de salvagardare într-un termen de până la trei ani de la data aderării. Prin aderarea la Uniunea Europeană, România a acceptat să își asume drepturile și obligațiile care revin fiecărui stat membru, iar Comisia monitorizează aplicarea legislației pentru a se asigura de respectarea acestor obligații. (Pușcaș, 2007). Să amintim că în perioada 1992 – 2000, de pildă, Comisia Europeană a lansat 1.500 de acțiuni juridice pentru a forța statele membre să se conformeze regulilor pieței unice (http://ec.europa.eu/România/news/articole_si_dialoguri/art_piata_unica_ro.htm, accesat la 25 octombrie 2011), iar Acquis-ul comunitar, cu 80.000 de pagini de legislație, a fost rareori, obiectul unei dezbateri publice atât de necesară în înțelegerea de către toate categoriile sociale a scopurilor și funcțiilor Uniunii Europene și a instituțiilor sale.

În perioada postaderare nu a fost diminuată influența instituțiilor europene asupra factorilor de decizie din România. Dimpotrivă, ea s-a accentuat. În plus, criza economico-financiară globală a evidențiat importanța rolului instituțiilor Uniunii Europene în luarea de decizii necesare privind limitarea efectelor, mai ales în țări care cunosc nivele mai scăzute de dezvoltare economică, și aici includem Sudul Europei, România și Bulgaria. (www.fisd.ro).

Există mai multe modele teoretice despre Uniunea Europeană. În perioada 1950-1960, funcționaliștii au conceput integrarea ca proces care începe de la sectoare mici către schimbări ample și ambițioase (Wallace, Pollack și Young, 2010:17). În perioada următoare dominant este interguvernamentalismul, care încearcă să explice

de ce procesul de integrare nu s-a desfășurat așa cum sperau fondatorii Comunității Europene. După anul 2000, au fost dezvoltate noi teorii (neoinstituționalismul sau perspectiva alegerii raționale și constructivismul) care au subliniat alte implicații ale politicilor Uniunii Europene.

Abordarea noastră se înscrie în paradigma constructivistă, pentru care instituțiile sunt structuri cu reguli formale și norme informale, iar aceste reguli și norme au un rol în formarea identității și opțiunilor actorilor sociali, modelate și remodelate, la rândul lor, de mediul social (Pollack, 2005:365). Doctrina instituționalistă a alegerii raționale susține că Uniunea Europeană facilitează schimbările interne, prin transformarea structurilor de oportunitate pentru actorii interni. Într-o primă etapă, se creează cereri de adaptare internă pentru a armoniza cerințele Uniunii Europene cu contextul intern. Într-o a doua etapă, adoptarea politicilor și instituțiilor Uniunii Europene de către statele membre este condiționată de calculul cost/beneficiu al actorilor strategici, ale căror interese sunt în joc (Börzel, 2010:6).

Încercăm să explicăm impactul intern al Uniunii Europene prin cele trei mecanisme ale europeanizării: conformitatea instituțională, posibilitatea de schimbare internă a structurilor, sistemul de credințe și așteptări interne (Knill, Lehmkuhl, 2002).

Prin conformitatea instituțională, politica Uniunii Europene stabilește un model instituțional la care un stat trebuie să se adapteze. În consecință, politicile europene ar putea declanșa schimbarea internă prin cerințele concrete instituționale prescrise, obligatorii pentru toate statele membre. Al doilea mecanism de europeanizare este întruchipat de evoluția structurilor interne de oportunitate. Influența Uniunii Europene se limitează la modificarea structurilor interne de oportunitate, la distribuția puterii și a resurselor între actorii interni. Un al treilea mecanism îl reprezintă europeanizarea prin sistemul de convingeri și așteptări interne. Sub forma politicilor europene instituționale se încearcă ajustări ale obiectivelor de reglementare ale Uniunii Europene, mai mult în mod indirect, și anume prin modificarea credințelor și așteptărilor actorilor interni, care pot afecta strategiile și preferințele actorilor interni, și, în consecință, aceste schimbări produc adaptări instituționale. Poziția dominantă a acestui mecanism poate fi observată, în special, în politicile europene al cărui scop este, în principiu, să pregătească terenul pentru politicile ulterioare, iar

aceste politici sunt concepute pentru a schimba climatul politic intern prin stimularea și consolidarea sprijinului global pentru reforme europene. Apariția unor astfel de politici de integrare este posibilă mai ales atunci când contextul decizional european permite adoptarea unor politici care sunt doar vagi, mai mult sau mai puțin simbolice, având în vedere conflictele de interese care stau la baza relațiilor dintre statele membre, cum este, de exemplu, politica comunitară în domeniul căilor ferate (Knill, Lehmkuhl, 2002).

Steunenberg (2010) susține că transpunerea politicilor europene este rezultatul configurării preferințelor interne și marjelor de manevră oferite de Comisia Europeană în supravegherea sa în acest proces. Dacă actorii interni pot cădea de acord asupra unor abateri de la conținutul directivei oficiale, necontestate de către Comisie, ei vor pune în aplicare acea decizie. În toate celelalte cazuri, actorii locali se vor limita la o interpretare literală a directivei Comisiei Europene.

Acesta ar fi mecanismul specific de europenizare, care urmează să fie luat în considerare atunci când se investighează impactul intern al diferitelor politici europene. Astfel, lipsa prescripțiilor referitoare la conformitatea internă a modelelor instituționale este o caracteristică specială, care favorizează impactul intern al schimbărilor provocate în structurile de oportunitate și în credințele din cadrul național. Cu alte cuvinte, aceste mecanisme de europenizare afectează politicile interne, prin efectele lor asupra pozițiilor strategice și cognitive ale actorilor interni, dar fără ca acestea să implice cerințele cu privire la rezultatul reformelor naționale (Knill, Lehmkuhl, 2002).

Europenizarea întărește mecanismele de elaborare și punere în practică a politicilor instituțiilor europene, acționând pentru schimbarea cadrului instituțional național.

1. Direcția evoluției în România și în Uniunea Europeană

Orice discuție despre cerințele românilor privind impactul Uniunii Europene asupra țării nu poate ocoli una dintre problemele centrale ale societății românești: direcția în care merg lucrurile în România comparativ cu direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană. Datele cercetării arată că pentru 75,4% dintre respondenți, în România lucrurile merg într-o direcție greșită (tabelul 7). Un sondaj de opinie realizat de Institutul Român pentru Evaluare și Strategie (IRES), în septembrie 2011,

evidenția că 79% dintre subiecți cred că în România lucrurile merg într-o direcție greșită.

Tabelul 7. Direcția de evoluție a lucrurilor în România și în Uniunea Europeană

Tip de direcție	România		Uniunea Europeană	
		%		%
Lucrurile merg în direcția corectă	219	18,3	433	36,1
Lucrurile merg în direcția greșită	904	75,4	483	40,3
Nu știu	69	5,8	257	21,4
Nu răspund	7	0,6	26	2,2
Total	1199	100,0	1199	100,0

Conform Eurobarometrului 74 (noiembrie, 2010, p.30), 53% dintre europeni continuă să creadă că, în țara lor, lucrurile merg în direcția greșită. Puțin peste un sfert din respondenți cred că lucrurile merg în direcția bună (27%) și 17% au răspuns „nici una, nici alta” (precizăm că în cercetarea noastră nu a fost inclus itemul „nici una, nici alta”). Respondenții din România (77%), Spania (72%), Irlanda (71%), Franța (69%), Grecia (69%), Slovenia (62%), Danemarca (58%) și Italia (57%) sunt convinși că lucrurile merg în direcția greșită. O pondere mai ridicată a respondenților, care cred că lucrurile merg în direcția bună, sunt din Suedia (61%), Luxemburg (46%), Polonia (46%), Finlanda (45%) și Estonia (45%).

Revenind la cercetarea noastră, remarcăm că pentru 40,3% dintre respondenți lucrurile merg în direcția greșită în Uniunea Europeană, iar pentru 36,1% direcția este corectă (tabelul 7).

Este ușor de constatat exprimarea unui optimism mai mare din partea românilor în ce privește evoluția lucrurilor în Uniunea Europeană. În același timp, remarcăm că

o cincime din lot nu știe ce să răspundă la întrebarea despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană.

Conform Eurobarometrului 74 din noiembrie 2010, 39% consideră că Uniunea Europeană se îndreaptă într-o direcție greșită, iar 30 % dintre europeni cred că Uniunea Europeană merge în direcția cea bună, în timp ce 19% au răspuns că direcția nu este „nici bună, nici rea”.

Prezint în continuare asocierile rezultate din tabele de contingență între întrebarea privind direcția în care merg lucrurile în România și în Uniunea Europeană cu indicatorii psihosociali.

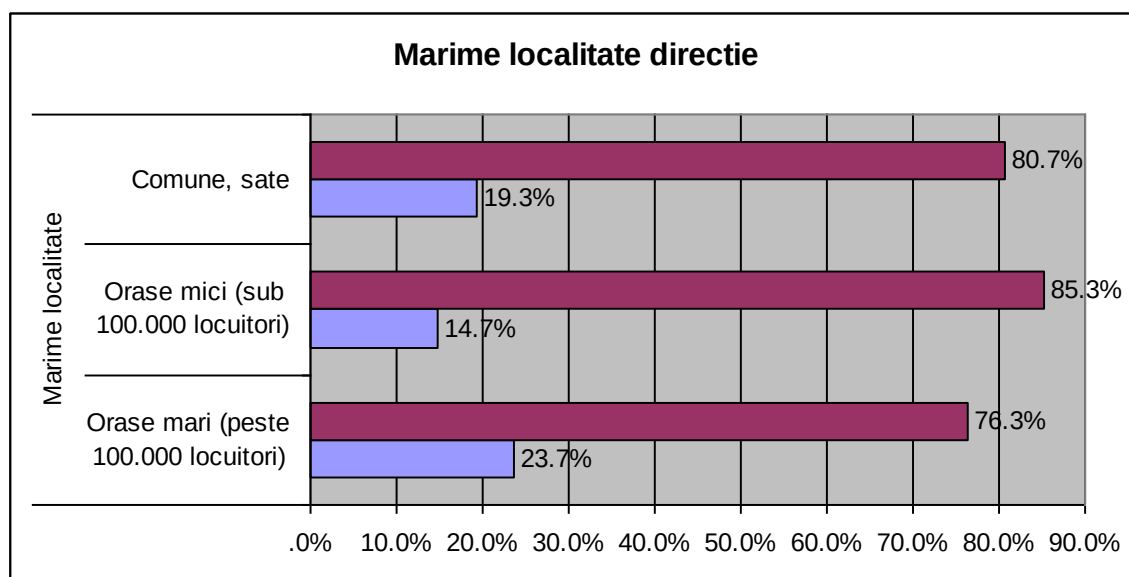
Întâi, reținem că **genul social** nu este corelat semnificativ cu distribuirea opiniilor despre direcția în care merg lucrurile în România și în Uniunea Europeană (nivelul de semnificație observat pe care îl vom nota în continuare cu p , pentru testul chi-patrat, este $p. > 0.05$).

Din perspectiva **ocupației** ca variabilă independentă, subiecții care consideră în proporție de peste 85% că, în România, lucrurile merg în direcția greșită se încadrează în categoriile: pensionar, agricultor, specialiști angajați (medic, avocat, contabil, arhitect etc), lucrători în domeniul serviciilor. La antipod, se află categoriile profesionale cele mai optimiste în raport cu îndreptarea României în direcția corectă: proprietar de magazin, meseriaș, deținător al unei afaceri, proprietar (unic sau asociat), manager general sau o persoană care ocupă o funcție de conducere. Totuși, chiar și în cadrul acestor categorii de ocupații, proporția celor încrezători că România se îndreaptă în direcția corectă este destul de mică – între 30,4% și 33,3%. Ocupația este asociată semnificativ cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în România ($\chi^2=26.891$, $p<0,05$, $N=1094$).

Raportarea subiecților, din perspectiva **ocupației**, față de evoluția Uniunii Europene este mai optimistă. Astfel, există câteva categorii în care subiecții cu o raportare pozitivă sunt majoritari - manager general sau o persoană care ocupă o funcție de conducere (71,4%), deținător al unei afaceri, proprietar (unic sau asociat) (69,2%), angajat lucrând în birou (66,7%), persoană ocupând funcție de conducere la nivel mediu și inferior (62,9%) etc. La polul opus, se situează respondenții de ocupație agricultor (26,3%) și angajat lucrând în domeniul serviciilor (35,9%). Ocupația este asociată semnificativ cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în

Uniunea Europeană ($\chi^2=36.477$, $p<0,01$, $N=890$).

În mediul rural și în orașele mici, peste 80% dintre respondenți cred că direcția în care merg lucrurile în România este greșită (Figura 1). Există o asociere semnificativă între opinia despre direcția în care merg lucrurile în România și **mărimea localității**. ($\chi^2=7.750$, $p<0,05$, $N=1123$).



Legendă: **mov** – direcție greșită

albastru – direcție corectă

Figura 1. Direcția în care merg lucrurile în România și mărimea localității

Cei mai mulți subiecți care cred că, în Uniunea Europeană, lucrurile merg într-o direcție corectă sunt rezidenți în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) – 55,9%, față de 42,8% dintre rezidenții din comune și sate. Abordarea respondenților din orașele mici (sub 100.000 locuitori) este mai apropiată față de cea a sătenilor chestionați, în sensul că doar 44,2% dintre subiecții din această categorie consideră că, în Uniunea Europeană, lucrurile în merg în direcția corectă. Există o asociere semnificativă între opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană și **mărimea localității** ($\chi^2=12.676$, $p<0,01$, $N=916$).

Nici corelația între **starea civilă** și opinia despre direcția în care merg lucrurile în România și nici corelația între **starea civilă** și opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană nu sunt reprezentative statistic: $p. > 0.05$.

Asocierea cu **regiunea de dezvoltare** este semnificativă ($\chi^2=28.590$, $p<0,01$, $N=1123$). Se poate observa că ponderea cea mai ridicată a respondenților care consideră că în România lucrurile merg în direcția corectă se află în regiunile CENTRU (29,9%), VEST (25,3%) și SUD-VEST – OLTENIA (22,4%), dar numai 8,8% dintre respondenții din SUD-EST și 13,1% dintre cei din SUD - MUNTENIA împărtășesc aceeași opinie. Trebuie remarcat faptul că peste 70% dintre respondenții din fiecare regiune de dezvoltare au convingerea că România se îndreaptă într-o direcție greșită.

Opinia subiecților despre evoluția lucrurilor în Uniunea Europeană este asociată semnificativ cu **regiunea de dezvoltare** ($\chi^2= 42.885$, $p<0,01$, $N=916$). Respondenții din cele mai multe regiuni consideră majoritar că lucrurile merg într-o direcție corectă în Uniunea Europeană: VEST (56,1%), NORD-EST (55,1%), NORD-VEST (54,5%), BUCUREȘTI – ILFOV (53,8%), CENTRU (52,2%), spre deosebire de respondenții din regiunile SUD-EST (26,8%) și SUD - MUNTENIA (32,6%), zone în care numărul celor care consideră că Uniunea Europeană se îndreaptă într-o direcție greșită este mult mai mare.

Există o corelație semnificativă între variabila **școala absolvită** și opinia despre evoluția lucrurilor în România ($\chi^2=16.733$, $p<0,01$, $N=1105$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că în România lucrurile merg în direcția corectă fac parte din categoriile de absolvenți de școala primară (4 clase) – 29,5%, facultate – 24,9% și fără școală – 22,7%. La polul opus, în categoriile absolvenților de școală profesională/liceu neterminat și școală generală (8 clase) se regăsesc cei mai puțini subiecți care consideră că lucrurile merg în direcția corectă – 12,9%, respectiv 15,4%. La nivel general, majoritar sunt subiecții (peste 70%) care susțin că România se îndreaptă într-o direcție greșită, indiferent de studiile pe care le-au finalizat.

Variabila **școala absolvită** este asociată semnificativ cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană. Distribuția răspunsurilor despre Uniunea Europeană, indică faptul că 59,6% dintre respondenții care au studii postliceale și 55,7% dintre cei care au terminat o facultate sau au studii postuniversitare consideră că lucrurile în Uniunea Europeană merg într-o direcție

corectă. De remarcat este faptul că doar 36,8% din categoria „fără școală” și 38,3% din grupul celor fără școală generală (8 clase), consideră corectă direcția în care se îndreaptă Uniunea Europeană.

Din perspectiva **veniturilor gospodăriei proprii**, există o asociere semnificativă cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în România ($\chi^2=37.302$, $p<0,01$, $N=1096$). Cei mai mulți dintre cei care consideră că, în România, lucrurile merg într-o direcție corectă fac parte din categoriile: „Ne ajung (veniturile) pentru un trai decent” (28,9%) și „Reușim să cumpărăm și bunuri mai scumpe, dar cu restrângere” (26,7%), dar aceeași apreciere o fac numai 10% dintre cei cărora banii nu le ajung decât pentru strictul necesar. Și la acest item, tendința este una negativă în măsura în care răspunsurile majorității subiecților din fiecare categorie subscriu variantei că lucrurile merg în România în direcția greșită.

Introducând în analiză variabila **veniturilor**, constatăm o asociere semnificativă cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană ($\chi^2= 17.629$, $p<0,01$, $N=896$). Cu cât veniturile gospodăriei sunt mai mari, cu atât crește proporția subiecților care consideră că în Uniunea Europeană lucrurile merg în direcția corectă.

În ce privește **grupele de vârstă**, ele se asociază semnificativ cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în România ($\chi^2=15.901$, $p<0,01$, $N=1123$). În rândul respondenților cu vârste între 25 și 34 de ani se remarcă cei mai mulți subiecți care consideră că în România lucrurile merg în direcția corectă (26,2%), pe locurile doi și trei aflându-se subiecții cu vârste între 45 și 54 de ani (22,3%) și cei cu vârste între 35 și 44 de ani (19,8%). Spre deosebire de aceștia, pensionarii și subiecții cu vârste de peste 65 de ani, în marea lor majoritate – 87,8% consideră greșită direcția în care se îndreaptă lucrurile în țară.

Din același unghi al **grupelor de vârstă**, remarcăm asocierea lor semnificativă cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană ($\chi^2= 20.175$, $p<0,01$, $N=916$). Respondenții din categoria 18-24 de ani sunt majoritar în favoarea ideii că Uniunea Europeană se îndreaptă în direcția corectă (61,9%). În cazul celorlalte grupe de vârstă, subiecții care consideră că Uniunea Europeană se îndreaptă în direcția greșită sunt majoritari, proporția cea mai mare a acestor respondenți înregistrându-se în rândurile persoanelor peste 65 de ani (64%).

În ce privește **tipul de localitate**, asocierea este la limita reprezentativității statistice, pragul de semnificație fiind aproape egal cu 0.05. Prin urmare, 27,7% din respondenții din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 23,6% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 21,7% din sate, 18,2% din satele centru de comună, 17,0% din București, 15,6% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) și 14,6% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori) declară că în România lucrurile merg în direcția corectă. 85,4% dintre subiecții din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 84,4% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 83,0% dintre respondenții din București, 81,8% din satele centru de comună, 78,3% din alte sate, 76,4% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori) și 72,3% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), afirmă că în România lucrurile merg în direcția greșită.

Se constată că **tipul de localitate** este asociat semnificativ cu opinia despre direcția în care merg lucrurile în Uniunea Europeană ($\chi^2 = 15.063$, $p < 0,01$, $N = 916$). Respondenții care consideră că lucrurile în Uniunea Europeană merg în direcția corectă au o proporție majoritară: 58,3% în orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 56,9% în orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori) și 51,2% în București, față de 36,4% dintre respondenții din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) și 41,8% din sate sau centre de comună.

Se pot contura anumite similitudini între opiniile eșantionului din cercetarea noastră și datele din Eurobarometre. De pildă, în Eurobarometrul 74 (toamnă 2010) a fost inclusă întrebarea „Auzind despre prioritățile Uniunea Europeană credeți că Uniunea Europeană merge în direcția corectă sau în direcția greșită pentru a ieși din criză și de a face față provocărilor lumii noi?”. Datele pe eșantionul european reliefează diferențe naționale pronunțate: în șaptesprezece state membre, o majoritate absolută consideră că Uniunea Europeană merge în direcția cea bună, inclusiv aproximativ două treimi dintre respondenții din Polonia, Bulgaria, Slovacia și Suedia, în timp ce această opinie este împărtășită de patru din zece respondenți în Spania, Marea Britanie, Italia, Portugalia și Grecia. În Grecia, punctul de vedere contrar este dominant (45% cred că Uniunea Europeană merge în direcția greșită, comparativ cu 32% care cred că se duce în direcția cea bună). Variabilele socio-demografice au un rol important în configurarea opiniilor cu privire la direcția în care Uniunea Europeană o va lua pentru a ieși din criză. De exemplu, respondenții mai tineri, mai bogați și mai educați sunt de părere, în proporție mai mare, că Uniunea Europeană

merge în direcția cea bună: 53% dintre cei de vârstă 15-24 ani, 53% dintre manageri, 51% dintre cei care nu au probleme cu plata facturilor proprii și 56% dintre cei situați în partea de sus a scării sociale consideră că Uniunea Europeană este pe drumul cel bun, comparativ cu 42% dintre persoanele cu vârstă de sau peste 55 de ani, 34% dintre cei care au părăsit școala înainte de vârstă de 16 ani, 40% dintre șomeri și 41% dintre cei care se situează în partea de jos a scării sociale. (Eurobarometer 74 Economic governance in the European Union: 28).

2. Așteptări pentru următoarele 12 luni

Pentru cunoașterea cerințelor despre instituțiile europene am investigat așteptările față de unele aspecte ale evoluției personale în următoarele 12 luni precum și așteptările privind situația economică în România și situația economică din Uniunea Europeană (tabelul 8).

Tabelul 8. Așteptări pentru următoarele 12 luni

Tip de apreciere	Viața personală		Situația economică în România		Situația financiară a familiei dvs		Locul dvs. de muncă		Situația economică din Uniunea Europeană	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
Spre mai bine	288	24,0	194	16,2	266	22,2	188	15,7	305	25,4
Spre mai rău	522	43,5	640	53,4	501	41,8	301	25,1	347	28,9

Nu se va schimba	345	28,8	307	25,6	367	30,6	453	37,8	295	24,6
Nu știu	44	3,7	41	3,4	43	3,6	181	15,1	222	18,5
Nu răspunde	-	-	17	1,4	22	1,8	76	6,3	30	2,5
Total	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0

În ce privește opțiunea pentru „evoluția spre mai bine”, remarcăm ponderea mai ridicată la respondenții care indică: „situația economică din Uniunea Europeană” -25,4%, „viața dvs. în general” -24,0%, iar cea mai mică pondere o reprezintă subiecții care menționează „locul propriu de muncă” -15,7%.

Nu la fel se structurează opiniile la itemul „evoluția spre mai rău” la care care 53,4% indică „situația economică în România”; 43,5%, „viața lor în general”; 41,8%, „situația financiară a familiei”; 25,1%, „locul lor de muncă”, însă 37,8% consideră că nu se va schimba locul lor de muncă, iar 30,6% apreciază că nu vor interveni modificări în situația financiară a familiei. 18,5% dintre subiecți nu știu dacă locul lor de muncă și situația economică din Uniunea Europeană se vor schimba în bine sau în rău.

Se observă o mare diferență între opiniile privind itemul „situația economică în România” despre care peste jumătate dintre subiecți cred că aceasta evoluează spre mai rău și distribuția relativ egală între opiniile despre „Situația economică din Uniunea Europeană”, la toate tipurile de răspuns.

Comparând datele cercetării de față cu informațiile din Eurobarometrul 74 (toamnă 2010), rezultă că numărul celor care cred că viața lor va fi mai bună în următorul an a crescut de la 16% în primăvara anului 2010, la 22% în toamna aceluiași an, iar cercetarea noastră, realizată în luna mai 2011, arată că 24% cred că viața lor va fi mai bună în următoarele 12 luni.

Eurobarometrul 74 evidențiază că în ceea ce privește așteptările privind evoluția viitoare a situației economice din România doar 14% cred într-o îmbunătățire a acesteia în următoarele 12 luni. În anul 2010 se poate constata o reducere de la 61% la 44% a ponderii celor care se așteaptă la o înrăutățire a situației economice. În

cercetarea noastră, 53,4% indică faptul că situația economică în România cunoaște o „evoluție spre mai rău”, ceea ce explică, în raport cu alte țări europene, că România continuă să fie una dintre țările în care speranțele în rândul populației în legătură cu redresarea economică sunt printre cele mai mici (Eurobarometru 74 Raport național. România:8).

Spre deosebire de Eurobarometrul 74, din care rezultă că în 2010, 41% dintre români apreciază situația economiei europene ca fiind bună, cercetarea noastră indică doar 25,4% de respondenți cu opinia că situația economică din Uniunea Europeană cunoaște „evoluția spre mai bine”, procent apropiat de cel la nivelul Uniunii Europene- 26%. Percepția negativă este mai accentuată în Portugalia, Grecia sau Spania, unde 88%, 86%, și respectiv 82% dintre subiecți apreciază situația economiei europene ca mai degrabă proastă sau foarte proastă. În toate celelalte țări se constată o îmbunătățire a percepției asupra situației economiei europene, Germania fiind și de această dată țara cu cea mai amplă schimbare de percepție (cu o creștere de 13% a numărului celor care apreciază situația economiei europene ca bună).

18 % dintre respondenții Eurobarometrului 74, față de 22,2% din cercetarea noastră sunt de părere că situația financiară a gospodăriei proprii va evolua în bine în următoarele 12 luni. 12% dintre români (față de 10% în Irlanda, 6% în Grecia și 6% în Portugalia) în Eurobarometrul 74, și 15,7% în cercetarea noastră apreciază că situația locurilor de muncă va evolua în bine în următoarele 12 luni.

În comparație cu celelalte state membre ale Uniunii Europene, România se plasează în rândul țărilor cu cele mai reduse așteptări privind îmbunătățirea situației locurilor de muncă. În Suedia, Finlanda, Danemarca și Estonia, peste o treime dintre cetățeni se așteaptă la o evoluție viitoare pozitivă în ce privește locurile de muncă(http://ec.europa.eu/public_opinion/archives/eb/eb74/eb74_ro_ro_nat.pdf. Accesat la 1 noiembrie 2011).

2.1. *Viața personală*

Genul social reprezintă o variabilă asociată semnificativ cu opinia despre evoluția vieții personale ($\chi^2=11.197$, $p<0,05$, $N=1155$). 28,9% dintre bărbați și 21,3% dintre femei declară că viața lor va evolua spre mai bine, în timp ce 40,9% dintre bărbați și 49,2% dintre femei declară că viața lor va evolua spre mai rău, iar 30,3% dintre bărbați și 29,5% dintre femei declară că viața lor nu se va schimba.

Ocupația este asociată semnificativ cu opinia despre evoluția vieții personale. ($\chi^2=122.766$, $p<0,01$, $N=1125$). Ponderea mai ridicată de subiecți care consideră că viața lor va evolua spre mai bine se încadrează în categoriile: profesioni liberele (56,3%), studenți sau elevi (49,0%), iar peste 50% dintre pensionari, agricultori sau casnice declară că viața lor va evolua spre mai rău. Peste 40% dintre proprietarii de magazin și angajați în domeniul serviciilor susțin că viața lor nu se va schimba.

Din perspectiva **mărimii localității**, observăm asocierea ei semnificativă cu opinia despre evoluția vieții personale ($\chi^2=19.066$, $p<0,01$, $N=1155$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că viața lor va evolua spre mai bine fac parte din categoria orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) – 27,6% și locuitori ai comunelor – 27,6%, în timp ce 50,3% dintre respondenții care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) declară că viața lor va evolua spre mai rău.

Opinia despre evoluția vieții personale se corelează semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2= 94.958$, $p<0,01$, $N=1155$). 41,1% dintre persoanele necăsătorite declară că viața lor va evolua spre mai bine față de 14,9% dintre văduvi. 57,1% dintre cei căsătoriți fără acte, 54,4% dintre văduvi și 50,2% dintre respondenții căsătoriți consideră că viața lor va evolua spre mai rău. 32,7% dintre cei necăsătoriți și 30,0% dintre cei căsătoriți cred că viața lor nu se va schimba.

Asocierea variabilei independente **școală absolvită** cu opinia despre evoluția vieții personale este semnificativă ($\chi^2= 43.194$, $p<0,01$, $N=1134$). 37,1% dintre absolvenții de facultate declară că viața lor va evolua spre mai bine. Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că viața lor va evolua spre mai rău fac parte din categoriile: fără școală – 54,2%, școală generală (8 clase)- 53,7%, școală profesională/liceu neterminat – 52,9%, școala primară (4 clase) – 52,5%.

Variabila **venituri** se corelează semnificativ cu opinia despre evoluția vieții personale ($\chi^2= 90.119$, $p<0,01$, $N=1127$). 51,7% dintre respondenții care reușesc să cumpere bunuri mai scumpe, și 36,6% dintre subiecții cărora veniturile le ajung pentru un trai decent, dar nu-și pot permite cumpărarea altor bunuri declară că viața lor va evolua spre mai bine. În schimb, 59,3% dintre cei cărora banii nu le ajung decât pentru strictul necesar afirmă că viața lor va evolua spre mai rău.

Grupele de vârstă se corelează semnificativ cu opinia despre evoluția vieții personale ($\chi^2= 89.298$, $p<0,01$, $N=1155$). În grupa respondenților cu vârste între 18 și 24 de ani, 44,9% consideră că viața lor va evolua spre mai bine, urmați de 33,1%

dintre subiecții cu vârste între 25-34 ani. Numai 11,5% dintre subiecții de peste 65 de ani indică acest item. 57,2% dintre subiecții cu vârste 55-64 ani, 54,5% cu vârste de peste 65 ani și 53,6% cu vârste între 45 și 54 ani susțin că viața lor va evolua spre mai rău. 34,0% cu vârste de peste 65 ani consideră că viața lor nu se va schimba.

În ce privește **tipul de localitate**, corelația cu opinia despre evoluția vieții personale este semnificativă ($\chi^2 = 33.484$, $p < 0,01$, $N = 1155$). 33,7% din București, 30,1% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 27,9% din alte sate, 27,5% din satele centru de comună, 17,6% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 16,5% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 12,8% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) declară că viața lor va evolua spre mai bine. 55,3 % din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 49,4% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 46,9% din satele centru de comună și 44,8% din alte sate, 44,0% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 43,6% din București, 34,0% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori) susțin că viața lor va evolua spre mai rău. 39,6% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori) afirmă că viața lor nu se va schimba.

Variabila **regiunea de dezvoltare** nu este corelată semnificativ cu distribuția opiniilor despre evoluția vieții personale. Nivelul de semnificație: $p > 0.05$.

2.2. Situația economică în România

Asocierea dintre opinia despre evoluția situației economice din România și **genul social** este reprezentativă statistic ($\chi^2 = 6.492$, $p < 0,05$, $N = 1141$). 19,7% dintre bărbați și 14,4% dintre femei declară că situația economică din România va evolua spre mai bine, în timp ce 58,9% dintre femei și 53,1% dintre bărbați declară că situația economică din România va evolua spre mai rău, iar 27,2 % dintre bărbați și 26,7% dintre femei consideră că situația economică din România nu se va schimba.

Și asocierea **ocupației** cu opinia despre evoluția situației economice din România este reprezentativă statistic ($\chi^2 = 47.133$, $p < 0,01$, $N = 1112$). Respondenții care consideră că situația economică din România va evolua spre mai bine se încadrează în categoriile: profesii libere (46,7%), iar peste 50% dintre pensionari, agricultori, șomeri sau casnice declară că situația economică din România va evolua spre mai rău. 34,7% dintre studenți și elevi, 34,7% dintre șomeri și 34,6% dintre angajați în servicii susțin că situația economică din România nu se va schimba.

În ceea ce privește mărimea localității, cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația economică din România va evolua spre mai bine fac parte dintre

locuitorii comunelor – 18,7%%, ai orașelor mari (cu peste 100.000 locuitori) – 18,3%, în timp ce 55,8% dintre respondenții care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) declară că situația economică din România va evolua spre mai rău. 31,8% dintre subiecții care trăiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) apreciază că situația economică din România nu se va schimba. Mărimea localității este asociată semnificativ cu opinia despre situația economică din România ($\chi^2=12.960$, $p<0,05$, $N=1141$).

Opinia despre evoluția situației economice din România se corelează semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2=40.992$, $p<0,01$, $N=1141$). 27,3% dintre cei căsătoriți fără acte și 21,4% dintre divorțați declară că situația economică din România va evolua spre mai bine față de 60,0% dintre cei căsătoriți fără acte, 58,6% dintre văduvi, și 58,1% dintre persoanele căsătorite cu acte consideră că situația economică din România va evolua spre mai rău. 33,9% dintre cei necăsătoriți, 27,0% dintre văduvi și 26,0% dintre cei căsătoriți cred că situația economică din România nu se va schimba.

Variabila **venituri** se corelează semnificativ cu opinia despre evoluția situației economice din România ($\chi^2= 36.036$, $p<0,01$, $N=1115$). Reținem că 26,6% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe declară că situația economică din România va evolua spre mai bine. 63,3% dintre cei cărora banii nu le ajung decât pentru strictul necesar afirmă că situația economică din România va evolua spre mai rău.

În ce privește **tipul de localitate** asocierea este semnificativă ($\chi^2= 40.006$, $p<0,01$, $N=1141$). 22,3% dintre cei care trăiesc în orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 21,9% din satele centru de comună, 17,4% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 16,5% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 13,4% din București, 11,7% din alte sate și 11,4% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori) susțin că situația economică din România va evolua spre mai bine. 70,0% dintre respondenții din sate, 66,0% din București, 56,5% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 53,3% din satele centru de comună, 52,2% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 48,4% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 46,5% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), declară că situația economică din România va evolua spre mai rău. 35,2% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori) declară că viața lor nu se va schimba.

După cum se poate constata din aceste asocieri, evoluția situației economice din România are consecințe asupra genului social, stării civile, mărimii veniturilor din gospodăria proprie și tipului de localitate. În schimb, nu există o asociere semnificativă între variabilele independente: **școală absolvită** și **grupele de vârstă** cu opinia despre evoluția situației economice. La ambele cazuri, nivelul de semnificație observat este $p. > 0.05$.

2.3. Situația financiară a familiei proprii

Genul social este asociat semnificativ cu opiniile despre evoluția situației financiare a familiei proprii ($\chi^2 = 10.853$, $p < 0,01$, $N = 1134$). 26,3% dintre bărbați și 20,8% dintre femei declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine, în timp ce 48,7% dintre femei și 39,2% dintre bărbați declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău, iar 34,4% dintre bărbați și 30,5% dintre femei declară că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba.

Ocupația este asociată semnificativ cu opinia despre situația financiară a familiei proprii ($\chi^2 = 83.130$, $p < 0,01$, $N = 1105$). Subiecții care consideră că situația financiară va evolua spre mai bine se încadrează în categoriile: profesioni liberele (50,0%), studenți sau elevi (43,0%), iar peste 51,2% dintre pensionari, 56,0% dintre agricultori, 49,5% dintre șomeri și 49,2% dintre casnice declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău. 45,8% dintre proprietarii de magazin, 45,8% dintre profesiunile liberele și 40,0% dintre angajații în domeniul serviciilor susțin că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba.

Mărimea localității este asociată semnificativ cu opinia privind situația financiară a familiei proprii ($\chi^2 = 15.912$, $p < 0,01$, $N = 1134$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația financiară va evolua spre mai bine trăiesc în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) – 28,6% și în comune și sate – 24,5%, în timp ce 49,1% dintre respondenții care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău.

Opiniile despre evoluția situației financiare a familiei proprii se corelează semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2 = 63.234$, $p < 0,01$, $N = 1134$). 36,2% dintre respondenții necăsătoriți declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine față de 16,7% dintre văduvi. 53,6% dintre persoanele căsătorite fără acte, 51,9% dintre văduvi și 50,2% dintre cei căsătoriți, 50,0% dintre divorțați

consideră că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău. 34,5% dintre cei căsătoriți cred că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba.

Asocierea cu variabila independentă: **școală absolvită** se corelează semnificativ cu opiniile despre evoluția situației financiare a familiei ($\chi^2 = 28.902$, $p < 0,01$, $N = 1113$). Astfel, 32,4% dintre absolvenții de facultate declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine. Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău fac parte din categoriile: școală generală (8 clase) - 52,0%, școală profesională/liceu neterminat - 51,9%, fără școală - 45,8%.

Cu privire la variabila **veniturile gospodăriei proprii** (tabelul 9), reținem că 38,1% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe, dar cu restrângere și 38,1% dintre subiecții pentru care veniturile le ajung pentru un trai decent, dar nu-și pot permite cumpărarea altor bunuri declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine. În schimb, 58,7% dintre cei cărora banii nu le ajung decât pentru strictul necesar afirmă că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău. 39,7% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe cred că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba. Veniturile se asociază semnificativ cu opinia despre evoluția situației financiare a familiei proprii ($\chi^2 = 90.119$, $p < 0,01$, $N = 1107$).

Tabelul 9. Evoluția situației financiare a familiei corelată cu
veniturile gospodăriei

	Cum credeți ca va evolua situația financiară a familiei dvs. în următoarele 12 luni?							
Cum apreciați veniturile gospodăriei dumneavoastră?	Spre mai bine		Spre mai rău		Nu se va schimba		Total	
Celor cărora nu	N	%	N	%	N	%	N	%

le ajung nici pentru strictul necesar	30	8,6	205	58,7	114	32,7	349	100,0
Ne ajung numai pentru strictul necesar	110	24,7	203	45,5	133	29,8	446	100,0%
Ne ajung pentru un trai decent, dar nu ne permitem cumpărarea unor bunuri mai scumpe	93	38,1	68	27,9%	83	34,0%	244	100,0%
Reușim să cumpărăm și bunuri mai scumpe, dar cu restrângeri în alte domenii	24	38,1	14	22,2	25	39,7	63	100,0
Reușim să avem tot ce ne trebuie, fără să ne restrângem de la ceva	3	60,0	2	40,0	-	-	5	100.0%

Total	260	23,5	492	44,4	355	32,1	1107	100,0

Grupele de vârstă diferențiază semnificativ opiniile despre evoluția situației financiare a familiei proprii ($\chi^2=63.191$, $p<0,01$, $N=1134$). În grupa respondenților cu vârste între 18 și 24 de ani se remarcă cei mai mulți subiecți – 40,0% care consideră că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine, urmați de 29,8% dintre subiecții de vârste între 25-34 ani. Numai 10,0% dintre persoanele de vârste între 55-64 ani indică acest item. 55,8% dintre subiecții de vârste între 55-64 ani, 47,9% cu vârste de peste 65 ani și 48,9% cu vârste între 45 și 54 ani susțin că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău. 38,1% cu vârste de peste 65 ani consideră că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba.

În ce privește **tipul de localitate** asocierea este semnificativă ($\chi^2= 32.990$, $p<0,01$, $N=1134$). 35,8% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 27,1% din satele centru de comună, 24,7% din București, 20,9% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 19,0% din sate, 16,6% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 8,7% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) declară că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai bine. 49,8% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 49,1% din alte sate, 48,4% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 45,7% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 44,3% din București, 41,6% din satele centru de comună și 33,1% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori) cred că situația financiară a familiei proprii va evolua spre mai rău. 45,7% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) declară că situația financiară a familiei proprii nu se va schimba.

Variabila **regiunea de dezvoltare** nu este corelată semnificativ cu opinia despre evoluția situației financiare a familiei proprii. Nivelul de semnificație observat este $p. > 0.05$.

2.4. Locul de muncă

Ocupația este corelată semnificativ cu opinia despre evoluția locului de muncă ($\chi^2= 96.268$, $p<0,01$, $N=915$). Un număr mai mare de subiecți care consideră că locul lor de muncă va evolua spre mai bine se încadrează în categoriile: profesioni

liberale (57,1%), studenți sau elevi (38,6%), iar 54,5% dintre agricultori, 41,7% dintre cei care au o afacere, 40,5% dintre șomeri și 42,4% dintre casnice declară că locul de muncă va evolua spre mai rău. 62,5% dintre angajații care lucrează în birou, 61,9% dintre proprietarii de magazin, 50,0% dintre profesiunile liberale susțin că locul de muncă nu se va schimba.

Din perspectiva **mărimii localității**, aceasta se asociază semnificativ cu opinia despre evoluția locului de muncă ($\chi^2=13.320$, $p<0,01$, $N=942$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că locul de muncă va evolua spre mai bine locuiesc în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) –26,%, locuitori ai comunelor și satelor – 17,9%, în timp ce 38,2% dintre respondenții care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) declară că locul de muncă va evolua spre mai rău.

Opinia despre evoluția locului de muncă se corelează semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2= 62.820$, $p<0,01$, $N=942$). 75,0% dintre persoanele căsătorite, 34,5% dintre persoanele necăsătorite declară că locul lor de muncă va evolua spre mai bine. 37,8% dintre persoanele căsătorite fără acte, 35,1% dintre divorțați, 34,6% dintre cei căsătoriți consideră că locul lor de muncă va evolua spre mai rău. 51,9% dintre văduvi și 50,4% dintre cei căsătoriți cred că locul de muncă nu se va schimba.

Asocierea opiniei despre evoluția locului de muncă cu variabila independentă **școală absolvită** este semnificativă ($\chi^2= 25.028$, $p<0,01$, $N=926$). 31,7% dintre absolvenții de facultate declară că locul de muncă va evolua spre mai bine. Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că locul de muncă va evolua spre mai rău fac parte din categoriile: fără școală - 38,1%, școală primară – 37,2%, școală generală (8 clase)- 36,3%. O pondere mai ridicată din ansamblul opiniilor care afirmă că locul de muncă nu se va schimba se află în grupurile respondenților fără școală – 52,4% și la absolvenții de școală profesională – 51,3%.

Există o asociere semnificativă între variabila **venituri** și opinia despre evoluția locului de muncă ($\chi^2= 69.855$, $p<0,01$, $N=921$). 39,1% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe, dar cu restrângere declară că locul de muncă va evolua spre mai bine. În schimb, 48,8% dintre cei cărora banii nu le ajung decât pentru strictul necesar afirmă că locul de muncă va evolua spre mai rău.

Între **grupele de vârstă** și opinia despre evoluția locului de muncă se constată o asociere semnificativă ($\chi^2= 76.661$, $p<0,01$, $N= 942$). În grupa respondenților cu

vârste între 18 și 24 de ani se remarcă cei mai mulți subiecți – 37,3% care consideră că locul lor de muncă va evolua spre mai bine, urmați de 29,6% dintre subiecții de vârste între 25-34 ani. 43,1% dintre subiecții de vârste între 55-64 ani, 38,4% cu vârste între 45 și 54 ani susțin că locul de muncă va evolua spre mai rău. 50,4% cu vârste între 55-64 ani consideră că locul de muncă nu se va schimba.

În ce privește **tipul de localitate**, asocierea este semnificativă ($\chi^2 = 35.404$, $p < 0,01$, $N = 942$). 32,5% de respondenți din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori) și 23,2% din București declară că locul lor de muncă va evolua spre mai bine. 41,3% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 37,4% din alte sate decât satele centre de comună, 34,6% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 28,6% din satele centru de comună, 28,3% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori) cred că locul de muncă va evolua spre mai rău. 64,9% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 57,3% din București, 53,4% din satele centru de comună, 46,2% din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori), 44,6% din alte sate, 41,8% din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori), 39,2% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori) declară că locul de muncă nu se va schimba.

Genul social și regiunea de dezvoltare nu sunt asociate semnificativ cu opinia despre evoluția locului de muncă. Nivelul de semnificație: $p > 0.05$.

2.5. Situația economică din Uniunea Europeană

Asocierea dintre **mărimea localității** și opinia despre evoluția situației economice din Uniunea Europeană este semnificativă ($\chi^2 = 9.527$, $p < 0,05$, $N = 947$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine locuiesc în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) – 38,3%, din orașele mici (sub 100.000 locuitori) – 30,5%, în timp ce 40,6% dintre respondenții, locuitori ai comunelor și satelor declară că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău. 34,6% dintre cei care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori) susțin că situația economică din Uniunea Europeană nu se va schimba.

Opinia despre evoluția situației economice din Uniunea Europeană se corelează semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2 = 26.462$, $p < 0,01$, $N = 947$). 38,9% dintre respondenții necăsătoriți, 38,6% dintre cei căsătoriți fără acte

declară că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine. 46,3% dintre văduvi, 39,1% dintre persoanele căsătorite consideră că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău. 34,6% dintre necăsătoriți cred că situația economică din Uniunea Europeană nu se va schimba.

Variabila **regiunea de dezvoltare** se asociază semnificativ cu opinia despre evoluția situației economice din Uniunea Europeană ($\chi^2 = 31.544$, $p < 0,01$, $N = 947$). Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine se află în regiunile București-Ilfov (39,4%), SUD-VEST – OLTENIA (38,2%) și VEST (36,7%). În schimb, 47,9% dintre respondenții din SUD-EST, 43,8% dintre cei din NORD-VEST și 38,4% dintre cei din SUD - MUNTENIA împărtășesc opinia că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău. 41,9% dintre respondenții din NORD-EST sunt de părere că situația economică din Uniunea Europeană nu se va schimba.

Asocierea cu variabila independentă **școală absolvită** evidențiază o asociere semnificativă ($\chi^2 = 21.195$, $p < 0,05$, $N = 932$). 40,4% dintre absolvenții de facultate, 37,0% dintre absolvenții de studii postliceale declară că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine. Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău fac parte din categoriile de absolvenți: școală generală (8 clase) - 46,9%, școală profesională - 37,2% școală primară - 37,2%. O pondere mai ridicată de opinii care afirmă că situația economică din Uniunea Europeană nu se va schimba se află în grupul respondenților fără școală - 38,1% și al absolvenților de studii postliceale - 37,0%.

Cu privire la variabila **venituri**, asocierea este semnificativă ($\chi^2 = 16.298$, $p < 0,05$, $N = 931$). 42,4% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe, dar cu restrângere declară că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine. În schimb, 40,0% dintre cei cărora banii le ajung doar pentru strictul necesar, 39,9% dintre cei cărora banii nu le ajung pentru strictul necesar afirmă că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău.

Grupele de vârstă diferențiază semnificativ opinia lotului cercetat ($\chi^2 = 30.556$, $p < 0,01$, $N = 947$). În grupa respondenților cu vârste între 18 și 24 de ani se disting cei mai mulți subiecți - 41,4% care consideră că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai bine, urmați de 39,4% dintre subiecții de

vârste între 25-34 ani. 45,3% cu vârste între 45 și 54 ani, 44,1% dintre subiecții de vârste între 55-64 ani susțin că situația economică din Uniunea Europeană va evolua spre mai rău. Nu există diferențe între grupurile de vârstă în ceea ce privește itemul „situația economică din Uniunea Europeană nu se va schimba”.

Variabilele: **tipul de localitate, genul social și ocupația** nu se asociază semnificativ cu opinia despre evoluția situației economice din Uniunea Europeană
Nivelul de semnificație: $p. > 0.05$.

3. Efecte ale aderării României la Uniunea Europeană

3.1. Schimbări în situația socială a românilor

Un factor important în susținerea de către români a aderării României la Uniunea Europeană a fost speranța că prin câștigarea acestui nou statut al țării, situația lor socială va cunoaște progrese concrete. Pornind de la această premisă, cercetarea a inclus întrebarea „Comparativ cu situația dvs. de dinainte de aderarea României în 2007 la Uniunea Europeană, situația dvs. prezenta s-a îmbunătățit? (tabelul 10).

Tabelul 10. Situația socială după aderare

Tipuri de răspuns	N	%
S-a îmbunătățit	155	12,9
S-a înrăutățit	637	53,1
A rămas la fel	379	31,6
Nu știu	24	2,0
Nu răspund	4	0,3
Total	1199	100,0

Mai mult de jumătate (53,1%) dintre respondenți declară că, în comparație cu situația de dinainte de aderarea României în 2007 la Uniunea Europeană, situația lor

s-a înrăutățit. Doar 12,9% afirmă că situația lor s-a îmbunătățit. 31,6% susțin că situația lor a rămas la fel ca înainte de aderare.

Genul social reprezintă o variabilă cu semnificație statistică referitor la situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană ($\chi^2 = 11.076$, $p < 0,01$, $N = 1171$). 15,9% dintre bărbați și 10,8% dintre femei afirmă că situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană s-a îmbunătățit, față de 58,6% dintre femei și 49,8% dintre bărbați care apreciază că situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană s-a înrăutățit. 34,3% dintre bărbați și 30,6% dintre femei sunt de părere că situația lor personală, după aderarea României la Uniunea Europeană, a rămas la fel ca situația de dinainte de aderare.

În ceea ce privește **ocupația**, respondenții care consideră că situația lor personală s-a îmbunătățit după aderarea României la Uniunea Europeană, fac parte din categoriile: profesioniști libere (37,5%), iar 73,1% dintre agricultori, 60,5% dintre pensionari, 60,0%

dintre casnice declară că situația lor personală, după aderarea României la Uniunea Europeană, s-a înrăutățit. 50,0% dintre cei care au o afacere pe cont propriu, angajații care lucrează în birou, 38,5% dintre proprietarii de magazin, 36,4% dintre angajații care lucrează în domeniul serviciilor declară că situația lor personală, după aderarea României la Uniunea Europeană, a rămas la fel ca situația de dinainte de aderare. Există o asocieră semnificativă între ocupație și opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană ($\chi^2 = 57.709$, $p < 0,01$, $N = 1139$).

Din perspectiva **mărimii localității**, aceasta se asociază semnificativ cu opinia despre situația personală a respondenților după aderarea României la Uniunea Europeană ($\chi^2 = 16.826$, $p < 0,01$, $N = 1171$). 18,6% dintre cei care locuiesc în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori), 12,5% din orașele mici (sub 100.000 locuitori), 10,1% dintre subiecții, locuitori ai comunelor și satelor consideră că situația lor personală s-a îmbunătățit. 57,8% dintre cei care locuiesc în orașele mici (sub 100.000 locuitori), 57,0% dintre locuitori ai comunelor și ai satelor, 47,6% din orașele mari (cu peste 100.000 locuitori) declară că situația lor personală s-a înrăutățit. 33,8% dintre cei care locuiesc în orașele mari (cu peste 100.000 locuitori), 32,8% dintre locuitori ai comunelor și satelor, 29,8% dintre rezidenții din orașele mici (sub 100.000 locuitori) susțin că situația lor personală nu s-a schimbat.

Opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană se asociază semnificativ cu **starea civilă** a respondenților ($\chi^2 = 35.072$, $p < 0,01$, $N = 1171$). 23,8% dintre respondenții divorțați declară că situația lor personală s-a îmbunătățit. 64,6% dintre văduvi, 57,5% dintre persoanele căsătorite consideră că situația lor personală s-a înrăutățit. 39,8% dintre persoanele necăsătorite cred că situația lor personală nu s-a schimbat.

Variabila **regiunea de dezvoltare** se asociază semnificativ cu opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană ($\chi^2 = 48.511$, $p < 0,01$, $N = 1171$). O pondere mai mare a subiecților care consideră că situația lor personală s-a îmbunătățit locuiește în regiunile NORD-VEST (22,9%) și BUCUREȘTI-ILFOV (22,0%), înregistrându-se o pondere mai mică de 7,7% în zona SUD-EST. În schimb, 69,9% dintre respondenții din SUD-EST, 59,0% din VEST și 57,0% dintre cei din SUD - MUNTENIA sunt de părere că situația lor personală s-a înrăutățit. 39,5% dintre subiecții din zona SUD-VEST – OLTENIA, 36,5% din CENTRU și 36,0% din NORD-EST apreciază că situația lor personală nu s-a schimbat.

Opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană se asociază semnificativ cu variabila independentă **școală absolvită** ($\chi^2 = 33.019$, $p < 0,01$, $N = 1151$). 22,4% dintre absolvenții de studii postliceale și 21,3% dintre absolvenții de facultate declară că situația personală s-a îmbunătățit. Cei mai mulți dintre respondenții care consideră că situația personală s-a înrăutățit întâlnim la următoarele categorii de absolvenți: școală primară – 64,5%, școală profesională – 59,1%. O pondere mai ridicată de opinii care afirmă că situația personală nu s-a schimbat se află în grupurile respondenților fără școală – 43,5%.

Cu privire la variabila **venituri**, reținem asocierea ei semnificativă cu opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană ($\chi^2 = 68.575$, $p < 0,01$, $N = 1143$). Reținem că 34,9% dintre respondenții care reușesc să cumpere și bunuri mai scumpe declară, că situația lor personală s-a îmbunătățit. 66,7% dintre cei cărora banii le ajung doar pentru strictul necesar afirmă că situația personală s-a înrăutățit.

Grupele de vârstă diferențiază semnificativ opiniile lotului cercetat ($\chi^2 =$

28.345, $p < 0,01$, $N = 1171$). În grupa respondenților cu vârste între 18 și 24 de ani se remarcă cei mai mulți subiecți – 18,9% care consideră că situația lor personală, după aderarea României la Uniunea Europeană, s-a îmbunătățit. 65,9% dintre subiecții de vârste între 55-64 ani, 57,9% de vârstă peste 65 de ani susțin că situația lor personală s-a înrăutățit. La itemul „situația personală nu s-a schimbat” nu există diferențe între grupurile de vârstă.

În ce privește **tipul de localitate**, asocierea cu opinia despre situația personală după aderarea României la Uniunea Europeană este semnificativă ($\chi^2 = 35.404$, $p < 0,01$, $N = 942$). La itemul „situația personală s-a îmbunătățit” nu sunt diferențe mari față de media pe eșantion (13,2%), doar 21,7% din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori), 20,4% din orașele mari (cu peste 200.000 locuitori), 20,4% dintre bucureșteni dețin pondere mai ridicată. La itemul „situația personală s-a înrăutățit”, proporția este mai mare la respondenții din orașele foarte mici (sub 30.000 locuitori) – 58,7%, din orașele mici (cu 30-100.000 locuitori) – 57,6%, din satele centru de comună – 57,5%, din alte sate – 56,1%, din orașele mari (cu 100.001-200.000 locuitori) – 55,1%. 36,9% dintre locuitorii municipiului București declară că situația lor personală nu s-a schimbat.

3.2. Evaluarea apartenenței României la Uniunea Europeană

Pentru 46,3% dintre subiecți este un lucru bun că România face parte din Uniunea Europeană, 33,8% apreciază ca fiind nici bine nici rău faptul că România face parte din Uniunea Europeană, iar 14,5% declară că este un lucru rău că România face parte din Uniunea Europeană. 5% dintre subiecți declară că nu știu dacă este bine sau rău. La această întrebare, există printre cele mai mici ponderi de răspunsuri de tipul „nu știu” (5%) față de alte întrebări. Totodată, menționăm că doar 5 persoane din eșantionul de 1199 nu au răspuns la această întrebare, un argument în plus pentru interesul față de această temă în rândul românilor. O proporție mai mare dintre tineri, dintre bărbați, dintre respondenții cu venituri mari, și subiecții din zona București-Ilfov declară că apartenența României la Uniunea Europeană este un lucru bun.

Putem spune că la nivelul opiniei lotului cercetat, mai puțin de jumătate dintre respondenți percep ca pe un aspect pozitiv includerea României în Uniunea Europeană, comparativ cu datele din Eurobarometrul 72 (toamnă 2009) care arată că două treimi (64%) dintre români cred că este un lucru bun faptul că România este stat

membru al Uniunii Europene, în timp doar 8% cred că este un lucru rău, iar 23% consideră că nu este nici bine, nici rău. Cercetarea noastră evidențiază o scădere a procentului majoritar al populației care apreciază în mod pozitiv apartenența țării la Uniune față de noiembrie 2009 când România se plasa peste media europeană (53%) și, de asemenea, peste media noilor state membre ale Uniunii Europene (55%).

3.3. Evaluarea beneficiilor de pe urma apartenenței la Uniunea Europeană.

Din cercetare rezultă că 53,5 % dintre respondenți declară că România beneficiază de avantaje ca urmare a faptului că este membră a Uniunii Europene, dar 31,2% susțin că România nu beneficiază de avantaje, 14,2% nu știu, și 1,2% nu răspund. O proporție mai mare dintre tineri, dintre bărbați, dintre respondenții cu venituri mari, și subiecții din zona București-Ilfov și Nord-Est susțin că România beneficiază de avantaje ca membră a Uniunii Europene.

Potrivit Eurobarometrului 75 (p. 34), ponderea opiniilor (52% dintre europeni) despre beneficiile statutului de membru al Uniunii Europene a crescut ușor în primăvara anului 2011 față de eurobarometrele din 2010, dar 37%, dintre europeni cred că țara lor nu a beneficiat de statutul de membru al Uniunii Europene. În 22 de state membre există o majoritate care susține că statutul de membru european este benefic, îndeosebi în Irlanda (78%), Polonia (73%), Luxemburg (73%), Slovacia (72%), și Danemarca (70%). În schimb, această opinie este minoritară în patru țări: Marea Britanie (35%), Ungaria (40%), Grecia (47%), și Austria (44%). În Letonia respondenții sunt împărțiți în mod egal (47% versus 47%).

3.4. Imaginea despre Uniunea Europeană

Imaginea pozitivă despre Uniunea Europeană se regăsește la 53,5% dintre respondenți, dar 16,2% declară că au o imagine negativă despre Uniunea Europeană. 26,7% dintre subiecți au o atitudine neutră față de această imagine, 2% spun că nu știu cum este imaginea despre Uniunea Europeană, 1,6% nu răspund. O proporție mai mare dintre tineri, dintre bărbați, dintre respondenții cu venituri mari, și subiecți din zona București-Ilfov și Nord-Est afirmă că au o imagine pozitivă despre Uniunea Europeană.

Conform Eurobarometrului 75 (p.46), patru din zece europeni (40%) declară că au o imagine pozitivă a Uniunii Europene, o creștere cu două puncte față de

Eurobarometrul 74 din toamna anului 2010, iar 38% au o imagine neutră asupra Uniunii Europene și 20% au o imagine negativă. Ponderi mai ridicate de opinii pozitive decât media europeană sunt în 13 state membre, în special în România (56%), Bulgaria (55%) și Irlanda (54%). Sub media europeană se situează 14 state membre, în special Marea Britanie (22%), Letonia (26%) și Republica Cehă (29%). Proporția opiniilor pozitive despre imaginea Uniunii Europene a crescut cel mai semnificativ în Cipru (9 puncte), Spania (8 puncte), România (7 puncte), Irlanda (6 puncte) și Germania (6 puncte). În schimb, a existat o scădere semnificativă în Polonia (-8 puncte), Malta (-7 puncte), Slovacia (-5 puncte), Portugalia (-5 puncte) și Lituania (-5 puncte).

4. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor din România și asupra indivizilor.

4.1. Influența asupra unor sectoare ale vieții sociale și individuale

Impactul mare sau foarte mare al deciziilor Uniunii Europene asupra unor secvențe ale vieții sociale și individuale este indicat în ordine: 54,3% pentru situația economică în România, 53,4% pentru deciziile politice din România, 47,1% pentru nivelul de trai, 46,9% pentru legislația internă, 35,1% pentru felul în care gândesc românii, 25,3% pentru activitatea la locul de muncă. Este de reținut că 17,1% din eșantion (ponderea cea mai ridicată față de celelalte patru itemi) afirmă că nu știu dacă deciziile Uniunii Europene au vreo influență asupra activității la locul de muncă. Explic această situație prin faptul că eșantionul cercetării noastre a inclus un număr mare de pensionari (28,1%, N=337), categorie socială neintegrată în câmpul muncii.

Corelarea opiniilor despre „activitatea la locul de muncă” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii este semnificativă după cum urmează: Situația economică în România – $r = .480$, $p < 0,05$, $N = 925$; Nivelul dvs. de trai: $r = .515$, $p < 0,05$, $N = 924$; Legislația internă $r = .469$, $p < 0,05$, $N = 889$; Deciziile politice din România: $r = .410$, $p < 0,05$, $N = 900$; Felul în care gândesc românii: $r = .428$, $p < 0,05$, $N = 896$; Președinția: $r = .339$, $p < 0,05$, $N = 902$; Partidele politice: $r = .313$, $p < 0,05$, $N = 899$; Poliția: $r = .337$, $p < 0,05$, $N = 894$; Armata: $r = .322$, $p < 0,05$, $N = 893$.

Corelarea itemului „Situația economică în România” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii este relevantă statistic: Nivelul personal de trai: $r = .731$, $p < 0,01$, $N = 1085$; Legislația internă $r = .661$, $p < 0,05$, $N = 1040$; Deciziile politice din România: $r = .705$, $p < 0,01$, $N = 1060$; Felul în care gândesc românii: $r = .470$, $p < 0,05$, $N = 1048$; Președinția: $r = .501$, $p < 0,05$, $N = 1059$; Guvernul: $r = .510$, $p < 0,05$, $N = 1064$; Parlamentul: $r = .507$, $p < 0,05$, $N = 1059$; Partidele politice: $r = .441$, $p < 0,05$, $N = 1055$; Poliția: $r = .340$, $p < 0,05$, $N = 1041$; Armata: $r = .319$, $p < 0,05$, $N = 1039$.

Corelarea itemului „nivelul dvs. de trai” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii este relevantă statistic: Legislația internă: $r = .676$, $p < 0,05$, $N = 1042$; Deciziile politice din România: $r = .664$, $p < 0,05$, $N = 1063$; Felul în care gândesc românii: $r = .536$, $p < 0,05$, $N = 1053$; Președinția: $r = .489$, $p < 0,05$, $N = 1059$; Guvernul: $r = .485$, $p < 0,05$, $N = 1065$; Parlamentul: $r = .463$, $p < 0,05$, $N = 1061$; Partidele politice: $r = .410$, $p < 0,05$, $N = 1053$; Poliția: $r = .359$, $p < 0,05$, $N = 1043$; Armata: $r = .332$, $p < 0,05$, $N = 1039$.

Corelarea itemului „legislația internă” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii: felul în care gândesc românii, activitatea la locul de muncă, Președinția, Guvernul, Parlamentul, Partidele politice, este de nivel mediu.

Corelarea itemului „Deciziile politice din România” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii este relevantă statistic: Felul în care gândesc românii: $r = .533$, $p < 0,05$, $N = 1037$; Președinția: $r = .535$, $p < 0,05$, $N = 1033$; Guvernul: $r = .537$, $p < 0,05$, $N = 1040$; Parlamentul: $r = .526$, $p < 0,05$, $N = 1036$; Partidele politice: $r = .461$, $p < 0,05$, $N = 1030$; Poliția: $r = .349$, $p < 0,05$, $N = 1015$; Armata: $r = .321$, $p < 0,05$, $N = 1014$.

Corelarea itemului „Felul în care gândesc românii” cu opiniile despre influența deciziilor Uniunii Europene asupra altor domenii este relevantă statistic: Președinția: $r = .367$, $p < 0,05$, $N = 1023$; Guvernul: $r = .322$, $p < 0,05$, $N = 1028$; Parlamentul: $r = .352$, $p < 0,05$, $N = 1024$; Partidele politice: $r = .370$, $p < 0,05$, $N = 1018$; Poliția: $r = .334$, $p < 0,05$, $N = 1009$; Armata: $r = .268$, $p < 0,05$, $N = 1007$.

Toate corelațiile de mai sus evidențiază, în grade diferite, asocierea dintre secvențe ale vieții sociale și individuale aflate sub incidența deciziilor Uniunii Europene.

4. 2. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor politice din România

Pentru ceva mai mult de jumătate dintre subiecți, deciziile Uniunii Europene influențează în mare măsură Guvernul (54,4%), Parlamentul (52,4%) și Președinția (52,2%) și în pondere ceva mai mică partidele politice (44,9%) (tabelul 11). Am putea spune că pentru acești respondenți, Uniunea Europeană acționează, în egală măsură, asupra instituțiilor politice. Procentele pentru „nu știu” se încadrează între 8,1% și 8,9%. Remarcăm numărul foarte mic de nonrăspunsuri (sub 10 persoane) la această întrebare, fapt ce reflectă interesul față de impactul deciziilor Uniunii Europene cu instituțiile politice din România.

Tabelul 11. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor politice

Tip de răspuns	Președinția		Guvernul		Parlamentul		Partidele politice	
		%		%		%		%
În foarte mică măsură	108	9,0	93	7,8	98	8,2	122	10,2
În mică măsură	146	12,2	155	12,9	164	13,7	179	14,9
Nici în mică, nici în mare măsură	211	17,6	197	16,4	201	16,8	256	21,4
În mare măsură	379	31,6	405	33,8	401	33,4	347	28,9
În foarte mare măsură	247	20,6	247	20,6	228	19,0	180	15,0
Nu știu	103	8,6	97	8,1	100	8,3	107	8,9
Nu răspund	5	0,4	5	0,4	7	0,6	8	0,7
Total	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0

4. 3. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor ordinii publice și de apărare din România.

Deciziile Uniunii Europene influențează în mare măsură: justiția – 35,5%,

armata – 35,2% și poliția – 33,8% (tabelul 12). Dacă în ceea ce privește armata și poliția presiunile instituțiilor europene nu s-au exercitat sistematic și consecvent după aderarea țării la Uniunea Europeană, nu același lucru se poate spune despre justiție, supusă permanent monitorizării de către Comisia Europeană. Cercetarea noastră arată că doar ceva mai mult de o treime indică influența deciziilor Uniunii Europene asupra justiției, o explicație fiind, probabil, lipsa unor rezultate concrete și durabile în acest domeniu.

Tabelul 12. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor ordinii publice și de apărare din România

Tip de răspuns	Poliția		Armata		Justiția	
		%		%		%
În foarte mică măsură	146	12,2	165	13,8	173	14,4
În mică măsură	199	16,6	190	15,8	172	14,3
Nici în mică, nici în mare măsură	321	26,8	292	24,4	302	25,2
În mare măsură	290	24,2	293	24,4	294	24,5
În foarte mare măsură	115	9,6	129	10,8	132	11,0
Nu știu	122	10,2	123	10,3	113	9,4
Nu răspund	6	0,5	7	0,6	13	1,1
Total	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0

4. 4. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor civile din România

Deciziile Uniunii Europene influențează în mare măsură, școala – 30,7%, sindicatele – 26,7%, Biserica – 21,1% (tabelul 13). Între 10% și 11% dintre subiecți declară că nu știu cum se exercită influența Uniunii Europene asupra acestor instituții.

Tabelul 13. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor civice din România

Tipuri de răspuns	Biserica		Școala		Sindicatele	
		%		%		%
În foarte mică măsură	305	25,4	200	16,7	185	15,4
În mică măsură	216	18,0	201	16,8	232	19,3
Nici în mică, nici în mare măsură	279	23,3	303	25,3	322	26,9
În mare măsură	177	14,8	263	21,9	237	19,8
În foarte mare măsură	76	6,3	105	8,8	80	6,7
Nu știu	132	11,0	122	10,2	130	10,8
Nu răspund	14	1,2	5	0,4	13	1,1
Total	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0

Într-adevăr, există puține reglementări ale instituțiilor europene privind organizarea și funcționarea a două din cele trei instituții civice: biserica și școala. De pildă, în domeniul educației, Uniunea Europeană nu are competențe directe și nu intervine în conținutul programelor din învățământ, dar acționează pentru crearea un spațiu european al educației prin dezvoltarea mobilității studenților și a cadrelor didactice și prin încurajarea schimburilor între actorii sistemului de învățământ. Cât privește sindicatele, activitatea acestora este cuprinsă în diferite acte normative date fiind strategia și programul Uniunii Europene pentru întărirea Europei sociale, dar ea nu este percepută de mulți români ca fiind influențată de deciziile instituțiilor europene.

4.5. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra mass media din România

Deciziile Uniunii Europene influențează în mare măsură: televiziunea – 27,9%, presa scrisă - 27,9%, radio – 26,6% (tabelul 14). Unul din zece subiecți declară că nu știu cum să evalueze impactul Uniunii Europene cu mass media.

Tabelul 14. Influența deciziilor Uniunii Europene asupra mass media din România

Tip de răspuns	Televiziune		Radio		Presa scrisă	
		%		%		%
În foarte mică măsură	169	14,1	182	15,2	175	14,6
În mică măsură	213	17,8	204	17,0	212	17,7
Nici în mică, nici în mare măsură	348	29,0	357	29,8	337	28,1
În mare măsură	242	20,2	220	18,3	241	20,1
În foarte mare măsură	92	7,7	99	8,3	93	7,8
Nu știu	119	9,9	121	10,1	122	10,2
Nu răspund	16	1,3	16	1,3	19	1,6
Total	1199	100,0	1199	100,0	1199	100,0

În finalul analizei influenței deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor românești, se cuvine să tragem câteva concluzii. Întâi este de reținut că intensitatea influenței descrește de la instituțiile politice către cele civile. Astfel, ceva mai mult de jumătate din respondenți indică pe primele locuri: guvern, parlament, președinție, partide politice. O treime dintre respondenți menționează justiția, poliția și armata. Sub 30% dintre subiecți consideră că influența Uniunii Europene ar fi exercitată asupra școlii, sindicatelor și bisericii. Cea mai mică pondere a răspunsurilor o

întâlnim la subiecții care cred că biserica este supusă deciziilor Uniunii Europene (21,1%).

Rezultă că, în opinia unei părți a eșantionului cercetat, europeanizarea prin influența deciziilor Uniunii Europene este predominat politică. Acest fapt este confirmat și de corelațiile semnificative despre care am amintit mai sus.

5. Temeri față de Uniunea Europeană

Cercetarea noastră evidențiază următoarea ordine a temerilor legate de Uniunea Europeană (tabelul 15): Probleme în plus pentru agricultorii români - 58,0% (N=696), O creștere a traficului de droguri și a crimei organizate - 57,5% (N=689), O contribuție financiară a României din ce în ce mai mare la Uniunea Europeană - 57,5% (N=690), Pierderea beneficiilor sociale 48,5% (N=598), Sfârșitul monedei naționale (a leului) - 49,9 % (N=581), Transferul locurilor de muncă spre alte state membre 43,8 % (N=525), Pierderea identității naționale și a culturii naționale 42,0% (N=504), O pierdere de putere pentru statele mici 42,0% (N=504), Folosirea din ce în ce mai puțin a limbii române 38,0% (N=456).

Tabelul 15. Temeri față de Uniunea Europeană

Temei	Îmi este teamă		Nu îmi este teamă		Nu știu		Nu răspund		Total	
		%		%		%		%		%
Probleme în plus pentru agricultorii români	696	58,0	318	26,5	171	14,3	14	1,2	1199	100,0
O creștere a traficului de droguri și a crimei organizate	689	57,5	379	31,6	120	10,0	11	0,9	1199	100,0

O contribuție financiară a României din ce în ce mai mare la Uniunea Europeană	690	57,5	325	27,1	170	14,2	14	1,2	1199	100,0
Pierderea beneficiilor sociale	598	49,9	398	33,2	188	15,7	15	1,3	1199	100,0
Sfârșitul monedei naționale (a leului)	581	48,5	430	35,9	171	14,3	17	1,4	1199	100,0
Transferul locurilor de muncă spre alte state membre	525	43,8	480	40,0	181	15,1	13	1,1	1199	100,0
Pierderea identității naționale și a culturii naționale	504	42,0	510	42,5	169	14,1	16	1,3	1199	100,0
O pierdere de putere pentru statele mici	504	42,0	493	41,1	186	15,5	16	1,3	1199	100,0
Folosirea din ce în ce mai puțin a limbii române	456	38,0	584	48,7	148	12,3	11	0,9	1199	100,0

Datele din Eurobarometrul 65 (primăvara 2006) pun în evidență faptul că îngrijorarea majoră a românilor legată de integrarea europeană se referă la sporirea problemelor pe care le vor avea agricultorii (57%), pondere regăsită, relativ egal, în toate țările Uniunii Europene. Pe locul al doilea este teama de sporire a taxelor după aderarea la Uniunea Europeană. Sporirea traficului de droguri este teama de rangul al treilea pentru români. După patru ani de la aderare, constatăm menținerea pe primul loc a aceleiași temeri a românilor față de Uniunea Europeană, anume problemele în plus pentru agricultorii români, urmată de îngrijorarea privind creșterea traficului de droguri și a crimei organizate și contribuția financiară a României din ce în ce mai mare la Uniunea Europeană, păstrându-se ierarhia lor din Eurobarometrul din anul 2006.

6. Cea mai importantă problemă cu care se confruntă România

Pentru mai puțin de jumătate dintre respondenți, cea mai importantă problemă cu care se confruntă România, în acest moment, se referă la creșterea prețurilor și la situația economică. Un grup ceva mai mic de subiecți indică sistemul de sănătate și șomajul. Aproape o treime dintre respondenți cred că taxele și impozitele sunt cea mai importantă problemă a românilor, iar o cincime dintre subiecți menționează criminalitatea, 18,6% sistemul de pensii și 11,9% sistemul educațional (tabelul 16). Problema locuințelor, apărarea, terorismul, imigrația (străinii care lucrează în România), problemele de mediu și energia sunt probleme importante pentru un număr mic de subiecți

Tabelul 16. Problemele cu care se confruntă România

Tip de problemă		
	N	%
Creșterea prețurilor / Inflația	588	49,0
Situația economică	569	47,4
Sistemul de sănătate	472	39,3
Șomajul	435	36,3
Taxele și impozitele	375	31,3
Criminalitatea	254	21,2
Sistemul de pensii	223	18,6
Sistemul educațional	142	11,9
Problema locuințelor	92	7,7
Apărarea	67	5,2
Terorismul	45	3,9
Imigrația (străinii care lucrează în România)	29	2,4

Problemele de mediu	20	1,8
Energia	17	1,4
Altele	17	1,4

7. Contactul cu spațiul Uniunii Europene

Unul dintre obiectivele cercetării a fost cunoașterea referitoare la comunicarea cu alți europeni în ultimele 12 luni. Datele sunt următoarele (tabelul 17): 84,1% dintre respondenți nu au folosit Internetul pentru a cumpăra un produs sau un serviciu dintr-o altă țară din Uniunea Europeană, 79,5 % declară că nu au citit o carte/un ziar/o revistă într-o altă limbă decât limba maternă, 77,6% afirmă că nu au vizitat o altă țară din Uniunea Europeană, 75,4% nu au urmărit programe TV într-o altă limbă a Uniunii Europene (altă decât limba maternă) și 71,4% nu au discutat cu oameni dintr-o altă țară din Uniunea Europeană. Rezultă că mai mult de două treimi din eșantion nu au avut legături cu spațiul european în intervalul discutat. Se conturează, din aceste date, un anumit profil al majorității românilor în raport cu calitatea lor de membri ai Uniunii Europene, calitate care decurge din apartenența formală la Uniunea Europeană și nu din poziția unui cetățean european, puternic integrat în spațiul Uniunii Europene.

Tabelul 17. Dimensiuni ale prezenței în spațiul Uniunii Europene în ultimele 12 luni

Tip de răspuns	Nu		Da, o dată		Da, de mai multe ori		Nu știu		Total	
		%		%		%		%		%
Folosit Internetul pentru a cumpara un produs sau un serviciu dintr-o altă țară din Uniunea Europeană	1008	84,1	85	7,1	83	6,9	23	1,9	1199	100,0
Citit o carte / un ziar / o revistă într-o altă limbă decât limba maternă	953	79,5	112	9,3	116	9,7	18	1,5	1199	100,0
Vizitat o altă țară din Uniunea Europeană	931	77,6	148	12,3	106	8,8	14	1,2	1199	100,0
Urmărit programe TV într-o altă limbă a Uniunii Europene (altă decât limba maternă)	904	75,4	88	7,3	181	15,1	26	2,2	1199	100,0
Discutat cu oameni dintr-o altă țară din Uniunea Europeană	856	71,4	117	9,8	20	1,7	19	1,6	1199	100,0

Eurobarometrul *New Europeans* pune în relief câteva dimensiuni semnificative ale conduitei românilor față de spațiul european. Din eșantionul de respondenți, nici unul din Bulgaria și România nu s-a născut în alt loc decât cel de rezidență. Procente mai mici se întâlnesc Ungaria și Polonia (fiecare cu % 1), Republica Cehă și Slovacia

(fiecare cu 2%), Italia și Malta (fiecare cu 3%). Cele mai mari procente de respondenți născuți într-o altă țară decât țara lor de reședință se află în Luxemburg (35%), Germania (13%), Spania și Marea Britanie (fiecare cu 12%), Belgia și Irlanda (fiecare cu 11%). Toate aceste țări, cu excepția Spaniei, au fost state membre ale Uniunii Europene, începând cu 1973 sau înainte de 1973.

Țările în care cei mai puțini respondenți au un părinte născut în străinătate sunt România (1% atât pentru mame și tați), Bulgaria (2% și 1%), Italia (2%, ambii), Polonia (2% și 3%, ambii) și Ungaria (3%, ambii).

Cele mai mici proporții de persoane intervievate, cu toți cei patru bunici născuți în străinătate se găsesc în România, Bulgaria și Malta (fiecare cu 1%), Italia, Portugalia, Ungaria și Finlanda (fiecare cu 2%).

Aceeași cercetare arată că cel mai mare număr de respondenți cu cel puțin un bunic născut cu altă cetățenie decât cea a țării de reședință se găsesc în Luxemburg (61%), Letonia (40%), Austria (32%), Estonia (31%) și Franța (28%), acestea fiind țările cu cei mai mulți intervievați care au familii de migranți, iar cele mai mici proporții au fost întâlnite în Italia (5%), România (6%), Ungaria (8%), Malta (9%) și Cipru (10%).

Din Eurobarometrul *New Europeans*, reiese că cea mai mare proporție de respondenți cu prieteni în străinătate se află în Luxemburg (69%) și Suedia (57%), Danemarca, Irlanda și Slovenia (fiecare cu 42%). Țările cu cel mai mic procent de respondenți cu prieteni în străinătate sunt Bulgaria (10%), Polonia (11%), România (14%) și Lituania (15%).

Munca în străinătate - inclusiv voluntariat și stagii - pentru cel puțin o perioadă de trei luni a fost menționată de respondenții din Irlanda (27%), din Luxemburg (27%), din Suedia (23%) și din Danemarca (22%). Proporțiile cele mai mici de respondenți cu experiență de muncă în străinătate se întâlnesc în Republica Cehă (6%), Italia (7%), România (8%) și Ungaria (9%).

Eurobarometrul *New Europeans* evidențiază ponderea mare a respondenților din Luxemburg (46%) care au trăit în străinătate pentru a studia aici cel puțin un semestru, urmați de cei din Cipru (21%), Suedia (16%), Irlanda (15%), Spania (14%), Marea Britanie (13%), Danemarca și Olanda (fiecare cu 12%) și Finlanda (10%). În contrast, cele mai mici procente se regăsesc în România (1%), Polonia (2%), Bulgaria (2%), Slovacia, Ungaria, Lituania, Letonia, și Republica Cehă (fiecare cu 3%), toate

aceste din urmă țări fiind primite recent în Uniunea Europeană.

Respondenții care au trăit în străinătate pentru alte motive decât să studieze sau să lucreze timp de cel puțin trei luni consecutive sunt cei mai numeroși în Luxemburg (34%), în Suedia (20%) și Irlanda (18 %). Cele mai mici procente de respondenți care au trăit în străinătate pentru alte motive sunt înregistrate în Republica Cehă și Bulgaria (fiecare cu 3%), Polonia și Ungaria (fiecare cu 4%), Slovacia, România și Italia (fiecare cu 5%).

Studiul relevă faptul că o mare majoritate de intervievați care urmăresc în mod regulat știri, viața culturală sau sportivă din altă țară decât cea în care trăiesc se află în Luxemburg (84%) și Malta (81%), urmate de Olanda (68%) și Cipru (59%). Cele mai mici procente de respondenți interesați de știri, viața culturală sau sportivă din altă țară sunt în Polonia (17%), România (20%) și Italia (21%).

Analiza relevă faptul că respondenții care își petrec vacanțele în mod regulat sau la sfârșit de săptămână într-o altă țară decât țara lor de reședință sunt cei mai numeroși în Luxemburg (78%), Olanda (51%), Belgia (48%), Slovenia (45%) și Austria (43%). Țările cu cele mai mici proporții de respondenți care își petrec timpul liber în străinătate în mod regulat sunt Bulgaria (1%), Ungaria (3%), Polonia, Letonia, Grecia (fiecare cu câte 4%), România (5%), Portugalia (6%), Lituania (8%) și Cipru (9%).

Am acordat o extensie mai mare datelor din Eurobarometrul *New Europeans* cu scopul de a susține acel profil conturat din analiza informațiilor din cercetarea noastră, anume că un număr mic de români dispune de exercițiul conviețuirii cu ceilalți europeni. În fapt, ei se confruntă, la fel ca toți cetățenii țărilor recent intrate în Uniunea Europeană, cu un nou mod de relaționare în spațiul european, diferit de cel din spațiul național.

8. Semnificația Uniunii Europene

Pentru cei mai mulți dintre respondenți, Uniunea Europeană reprezintă libertatea de a călători, studia și munci în orice parte a Uniunii Europene, diversitatea culturală, Democrație, Moneda euro, Pace, O voce mai importantă în lume. Toate aceste opțiuni depășesc 50% dintre răspunsuri (tabelul 18). Între 40% și 49% dintre

respondenți cred că Uniunea Europeană reprezintă prosperitate economică, protecție socială, șomaj, risipa de bani, mai multă criminalitate, birocrație. Cele mai puține răspunsuri se orientează spre ideea că Uniunea Europeană ilustrează controlul insuficient la graniță și pierderea identității culturale.

Tabelul 18. Ce reprezintă Uniunea Europeană

Tip de răspuns	N	%
Libertatea de a călători, studia și munci în orice parte a Uniunii Europene	938	78,2
Diversitatea culturală	784	65,4
Democrație	775	64,6
Moneda euro	765	63,8
Pace	722	60,2
O voce mai importantă în lume	642	53,5
Prosperitate economică	590	49,2
Protecție socială	578	48,2
Șomaj	555	46,3
Risipa de bani	496	41,4
Mai multă criminalitate	486	40,5
Birocrație	481	40,1
Insuficient control la graniță	446	37,2

Pierderea identității culturale	385	32,1
---------------------------------	-----	------

Din datele Eurobarometrului 73 (septembrie 2010) rezultă că 45%, din eșantionul de europeni au menționat libertatea de circulație, 40% au indicat euro, 24% pacea, 23% risipa de bani, 22% o voce mai importantă în lume, 21% diversitatea culturală, 21% birocrație, 19% democrația, 15% șomaj, 15% controlul insuficient la graniță, 14% prosperitate economică, 14% mai multă criminalitate, 12% pierderea identității culturale, 9% protecție socială. Eurobarometrul 75 din primăvara anului 2011 evidențiază aceeași ierarhie, ponderea cea mai ridicată (45%) având-o respondenții care menționează libertatea de a călători, studia și lucra în cadrul Uniunii Europene.

În același Eurobarometru 73, itemii cu ponderea cea mai ridicată la nivelul eșantionului european: libertatea de a călători, studia și lucra oriunde în Uniunea Europeană și moneda euro ocupă întâietatea în subeșantioanele din toate țările participante la studiu. Libertatea de a călători, studia și lucra oriunde în Uniunea Europeană deține prima poziție în 17 țări, și în special în Europa de Est și Europa Centrală și Nordică. Moneda euro este prima opțiune în alte 10 state membre ale Uniunii Europene, toate fiind membre ale zonei euro.

Discuții și concluzii

În acest studiu am întreprins analiza influenței deciziilor Uniunii Europene asupra instituțiilor românești, ca o cale de europenizare a societății românești. Cercetarea noastră a pus în evidență doar unele aspecte ale relației dintre Uniunea Europeană și instituțiile românești. Este clar că europenizarea nu se reduce la presiunea instituțională fiindcă ea se produce, inevitabil, în implicarea oamenilor într-o diversitate de contacte transnaționale, necunoscute până la momentul aderării la Uniunea Europeană. Prin intermediul media, dar mai ales prin experiențele personale sau de grup cunoscute de un număr din ce în ce mai mare de români, mai ales de vârstă tânără, românii își largesc orizonturile cognitive și normative despre spațiul

european, despre relațiile cu ceilalți europeni, despre beneficiile ce decurg din poziția de cetățean al Uniunii Europene.

Am putea spune, în consens cu alte cercetări (Mau, Mewes și Zimmermann, 2008), că transformările sociale în curs de desfășurare în spațiul Uniunii Europene determină cetățeanul să devină conștient de problemele care decurg din conviețuirea sa cu alți europeni în rețele transnaționale economice, sociale sau culturale. Europeanizarea are loc în condițiile globalizării care poate oferi alternative la oportunitățile europene. De exemplu, s-a observat că, în comparație cu alte grupuri sociale, indivizii din clasele înalte, educați și tinerii se îndreaptă spre spații dincolo de granițele europene. În ceea ce privește experiența transfrontalieră a oamenilor din clasele de jos, pentru cei mai puțin calificați și vârstnici ea este limitată la spațiul european (Favel *et.al*, 2011:33).

Cercetarea noastră conturează un grup de respondenți, europeni prin opiniile lor favorabile Uniunii Europene. Aceștia sunt predominant tineri, necăsătoriți, absolvenți de facultate, cu domiciliul în orașele foarte mari, de condiție materială ridicată. Este de semnalat că apartenența la genul social nu este asociată semnificativ cu privire la distribuirea opiniilor despre direcția în care merg lucrurile în România și în Uniunea Europeană. Orientările spre spațiul european aparțin deopotrivă femeilor și bărbaților deoarece există aceleași aspirații și motivații față de zona europeană.

Funcționarea instituțiilor europene este dependentă de modul cum se distribuie responsabilitățile între Uniunea Europeană și statele membre în procesul de europeanizare. Și alți autori au ajuns la concluzia că, în cazul în care cetățenii sunt informați cu privire la Uniunea Europeană și vor fi informați despre avantajele politicilor acestei organizații, ei vor acorda credit Uniunii Europene. Sprijinul popular este o condiție necesară pentru ca inițiativele Uniunii Europene să fie aplicate în contexte naționale (Cerniglia, Pagani, 2011).

Toate partidele din România includ în programele lor promovarea dimensiunii europene a strategiilor și acțiunilor politice interne și externe, însă fiecare partid politic are propria „strategie postaderare”, neracordată la un program național de tip consensual între principalele forțe politice, similară Strategiei naționale pentru pregătirea aderării României la Uniunea Europeană, adoptată la 21 iunie 1995, de către liderii partidelor parlamentare din România. În realitate, europeanizarea societății românești nu se înscrie printre obiectivele partidelor politice, tendința lor fiind

accentul pe programe naționale sau locale. Or, dacă ne referim la europenizare ca acțiune de aplicare a deciziilor instituțiilor europene, atunci partidele politice românești au responsabilitatea politicilor în a realiza acest proces dificil și complex. În aceste circumstanțe, „procesul de integrare a României în Uniunea Europeană a rămas să meargă pe pilotul automat stabilit de Comisia Europeană, iar aceasta, ca orice instituție birocratică, a fost mulțumită cu acceptarea pasivă a condiționalităților sale.” (Institutul Ovidiu Șincai, 2009:6). Din acest motiv nu este foarte clară strategia post-aderare în România, care ar trebui să contureze direcțiile politice și administrative de europenizare a societății românești. Se merge în continuare pe principiul aplicării deciziilor Uniunii Europene mai mult formal și nu în funcție de contextele reale ale statului român. Atenția instituțiilor politice românești este prioritar orientată pe reacția față de atitudinea corpului birocratic de la Bruxelles decât spre satisfacerea cererilor și așteptărilor românilor față de obiectivele politicii europene.

Mulți cetățeni nu înțeleg deciziile politicianilor din statele membre și nu percep adecvat nici soluțiile instituțiilor europene. Din această cauză conduita decidenților apare ca duplicitară, derivată din orientarea europeană afirmată în cadrul instanțelor europene, dar în același timp, din accentuarea de către aceiași decidenți a rolului statului național în rezolvarea problemelor propriului electorat.

Cerințele Uniunii Europene pentru aderare au obligat țările candidate să reformeze statul și economia, să reducă rolul statului în economie, să crească eficiența instituțiilor de stat. Cu toate acestea, în multe domenii, aplicarea strictă a normelor europene a fost limitată la adoptarea *acquis*-ului, fără a reforma administrația publică.

România a fost considerată ca o țară care a întâmpinat dificultăți de aderare, în primul rând din cauza unei complicate tranziții post-comuniste. De aceea, schimbările politice din societatea românească au avut loc sub presiunea puternică a Uniunii Europene (Pridham, 2007:347). După 2007, anul aderării, continuă să se afirme mentalitatea de stat în curs de aderare, ignorându-se necesitatea de a pune accentul pe contribuția tuturor forțelor românești la elaborarea și susținerea politicii europene în perioada post-aderare. Influențele externe (actori, resurse, norme și modele administrative) au afectat reforma instituțională în Europa Centrală și de Est, o regiune care de secole a fost dominată de puteri străine. (Pridham, 2008:382).

Cerințele și așteptările față de Uniunea Europeană ar trebui să cuprindă acele sectoare deficitare, preluate ca atare după aderare. În fiecare din cele 12 state, admise

în Uniunea Europeană după 2004, presiunile schimbării s-au intensificat în domeniile: protecția mediului, infrastructura de transport, politica regională, educația și sănătatea, implementarea strategiei Europa 2020, ținând cont de toate cele cinci obiective stabilite prin această strategie: creșterea cu 75% a gradului de angajare pentru populația cu vârstă cuprinsă între 20 și 64 de ani, ameliorarea șanselor de angajare pentru tineri, persoane în vârstă sau necalificate, precum și integrarea imigranților legali; creșterea ponderii investițiilor în domeniul cercetare-dezvoltare, până la 3% din PIB; reducerea emisiilor de gaze cu efect de seră cu 20% față de 1990, dar și creșterea cu 20% atât a ratei de utilizare a energiilor alternative, cât și a eficienței energetice; diminuarea ratei abandonului școlar cu 10% și sporirea nivelului de educație; promovarea incluziunii sociale, prin reducerea sărăciei și eliminarea riscului de a fi exclus din comunitate pentru cel puțin 20 de milioane de oameni. (http://europa.eu/press_room/pdf/complet_en_barroso_007_-_europe_2020_-_en_version.pdf. Accesat la 31 octombrie 2011).

După cum se poate observa, este exprimată mai sus chestiunea relațiilor dintre cerere și ofertă politică. Aceasta este o problemă complexă în Uniunea Europeană, în măsura în care cetățenii au un control redus asupra celor autorizați cu gestionarea politicilor publice europene. Numirea în organisme de decizie politică ale Uniunii este în mică măsură condiționată de opiniile electoratului, care este, de asemenea, lipsit de posibilitatea de a contesta, prin intermediul procesului de votare, acțiunile liderilor europeni atunci când este nemulțumit de activitatea lor, situație pusă în evidență de cercetări asupra alegerilor europarlamentare (Comșa et al., 2010). Chiar dacă preferințele cetățenilor sunt transmise de către reprezentanții lor în Parlamentul European, aceștia din urmă au doar un control limitat asupra deciziilor adoptate. În plus, alegerile europene, dominate de dezbateri pe problemele naționale, nu au efect în structurarea activității instituționale, așa cum se întâmplă într-un stat național democratic.

Legitimarea acțiunilor Uniunii Europene presupune o conexiune ce poate fi stabilită între activitățile instituțiilor europene și așteptările cetățenilor. În cazul în care instituțiile Uniunii Europene nu se ocupă cu problemele de interes pentru cetățeni, aceștia din urmă vor fi reticenți să accepte constrângerile pe care aderarea la Uniunea le impune lor.

S-a întreprins o evaluare a convergenței între cerere și ofertă, din compararea

informațiilor privind prioritățile cetățenilor europeni preluate din Eurobarometre (Dehousse și Monceau, 2009). În anii 2001 și 2002, europenii din cele 15 state membre au apreciat că acțiunile Uniunii Europene ar trebui să acorde prioritate problemelor de securitate (menținerea păcii și securității în Europa, lupta împotriva criminalității organizate, a traficului de droguri sau a terorismului) și problemelor socio-economice (șomajul, lupta împotriva sărăciei și a excluziunii sociale). Europeanii din acea perioadă nu a luat în considerare faptul că aspecte, cum ar fi extinderea și reforma instituțională, ar trebui să fie prioritățile Uniunii Europene și aceasta în ciuda lansării de către Convenția privind Viitorul Europei a unei dezbateri majore cu privire la modificările care urmează să fie efectuate în structura instituțională a Uniunii Europene, având în vedere extinderea ei.

Tendențe identice au fost observate în Eurobarometrele din anii 2004 - 2006. Europeanii au indicat problemele economice și sociale ca prioritățile de acțiune ale Uniunii Europene în anii următori, dar reformarea instituțiilor europene nu a fost considerată o urgență a Uniunii Europene.

Din primăvara anului 2007, Eurobarometrele pun în evidență noi priorități ale Uniunii Europene în opțiunile respondenților: imigrația și mediul. Așteptările în ceea ce privește Uniunea Europeană nu par a fi puternic influențate de competențele ei instituționale deoarece subiectele cele mai des invocate de către respondenți par a fi legate de viața lor cotidiană decât de viziunea lor asupra Europei, un mesaj nu foarte diferit de cel pe care ei îl comunică și despre instituțiile naționale.

Dehousse și Monceau explică decalajul dintre cerere și ofertă. În primul rând, competențele Uniunii Europene nu sunt nelimitate: se poate interveni numai în domeniile în care tratatele o autorizează să acționeze. Chiar și în cazul reglementărilor stabilite prin tratate, guvernele statelor membre nu sunt întotdeauna în favoarea extinderii capacității Uniunii Europene de a acționa autonom. Acest fapt este valabil în special în domeniul politicii sociale și ocupării forței de muncă. În acest domeniu, care este unul de la care cetățenii europeni au așteptări dintre cele mai ridicate, guvernele sunt reticente în a accepta cadrul flexibil conferit de către reglementările europene.

Există o cerere clară pentru intervenția instituțiilor europene în rezolvarea problemelor europenilor, cum este de pildă criza economico-financiară. Pe de altă parte, trebuie subliniat că activitățile legislative ale instituțiilor Uniunii Europene se

concentrează mai mult pe reglementări asupra integrării economice, deci nu pe aspecte ale funcționalității societății în fiecare din cele 27 de state.

Atitudinile cetățenilor față de Uniunea Europeană sunt favorabile doar dacă prioritățile instituțiilor europene se înscriu în agenda lor și pot fi percepute numai în măsura în care le aduc beneficii concrete în viața personală și social.

Aderarea, ca și integrarea europeană sunt procese lente, și este clar că rezultatele așteptate în cazul statelor europene, recent admise, nu sunt încă identificate în integralitatea lor (Glencorse and Lockhart, 2011:5), mai ales în accelerarea reformelor.

Odată cu aderarea la Uniunea Europeană, se intră într-o structură politică, ce depășește cu mult dimensiunea oricărui stat național european și astfel crește complexitatea politicilor publice. Uniunea Europeană reglementează un număr de sectoare într-un mod care nu era cunoscut noilor state membre înainte de începerea procesului de aderare, și de aici noile provocări cărora trebuie să le facă față. Capacitatea fiecărui stat și a instituțiilor sale de a influența elaborarea politicilor este influențată de accesul la resursele economice, de inegalitatea economică, de diferențele culturale. Aderarea la Uniunea Europeană ar trebui să se concretizeze în egalitatea de șanse pentru toți locuitorii săi. Or, realitatea arată că, deși Uniunea Europeană ar trebui găsească soluții care să respecte interesele tuturor actorilor sociali, aderarea la Uniunea Europeană poate duce la creșterea inegalității între societățile componente. Din acest motiv, oamenii cu mai multe resurse vor avea mai multe beneficii din aderarea la Uniunea Europeană decât persoanele cu resurse limitate (Kalniņš, 2004). În acest sens există câștigători și perdanți în procesul de integrare europeană (Dăianu et al., 2001).

Ipoteza de bază a cercetării noastre este confirmată: europenizarea societății românești este condiționată de congruența deciziilor și politicilor Uniunii Europene cu cerințe ale românilor față Uniunea Europeană. Dezideratele legate de standardul de viață al populației și starea economică a țării sunt asociate cu influențele Uniunii Europene asupra societății românești.

Datele cercetării noastre pot fi relevante pentru dezbaterile despre rolul instituțiilor Uniunii Europene în europenizarea societății românești. Deoarece multe decizii aparțin instituțiilor supranaționale, este de analizat în ce condiții acestea pot dobândi legitimitate și sprijin într-un context național cu norme sociale, valori

culturale și așteptări specifice. Se știe puțin, totuși, despre transformările induse de Uniunea Europeană în societățile statelor sale membre (Díez Medrano, 2010:15). Atunci când vorbim despre o societate românească europeană nu ne referim numai la o simplă “standardizare” sau adaptare la aceleași decizii sau proceduri administrative și birocratice valabile pentru toate statele membre ale Uniunii Europene. O societate europeană se edifică prin funcționarea instituțiilor, prin căutarea și folosirea fiecărei oportunități de a satisface nevoile membrilor săi. Percepția românilor despre beneficiile aderării la Uniunea Europeană se va schimba atunci când ei vor fi convinși că integrarea în Uniunea Europeană se concretizează în condiții de viață socială și personală conforme standardelor europene în cadrul societății românești.

Europeanizarea societății românești și televiziunea

Valeriu Frunzaru, Mădalina Boțan, Nicoleta Corbu

Identitatea: un concept ambivalent

Este foarte problematică o definiție a Europei din punct de vedere istoric și cultural, dat fiind că Europa este, în fond, o entitate geografică vagă, cu granițe încă neclare. Totuși, dacă rămânem la definiția Europei ca fiind o unitate a diversităților și contradicțiilor sale nu vom face mari progrese în încercarea de a repera o anumită formă de identitate europeană (chiar și emergentă)

În prezent, ne aflăm în fața mai multor proiecte ale Europei care variază în funcție de două dimensiuni. Prima se referă la aspectele politice legate de Europa, care poate deveni fie un nou super-stat, fie doar o asociere de state-națiuni. A doua dimensiune se referă la regiunile care ar trebui implicate în construcția Europei. Dincolo de aspectele geopolitice și de impactul acestora asupra unei identități europene, definiția identității implică o serie complexă de aspecte politice și instituționale. Explorarea ideii de identitate europeană nu implică doar analiza a ceea ce s-a întâmplat din punct de vedere istoric, ci și lămurirea chestiunilor identitare, mai concret, răspunsul la întrebarea „ce vreau să fiu?”, împreună cu evaluarea șanselor de a realiza un astfel de proiect.

Există, în momentul de față, trei proiecte oarecum contradictorii legate de viitorul Europei în cadrul instituțional asigurat de Uniunea Europeană. Primul își propune ca Europa să redevină un factor important de decizie la nivel mondial. Al doilea, în opoziție parțială cu primul, descrie o Europă socială, a drepturilor umane și a democrației. Un al treilea, în opoziție cu primele două, încearcă să apere statele naționale existente sau chiar să le întărească. Actuala construcție a Uniunii Europene, realizată prin intermediul unor tratate ca cel de la Roma sau, mai recent, de la Maastricht sau Amsterdam, a întrunit câteva dintre cerințele enunțate de primul proiect, fără a-l exclude complet pe al doilea. Astfel de proiecte contradictorii influențează dezvoltarea identității europene.

Eforturile de a construi o identitate europeană urmăresc primele două proiecte dedicate viitorului Europei, accentuând necesitatea formării unei noi super-puteri, pe de o parte, dar și a garantării drepturilor cetățenești, pe de altă parte.

Pentru a explora problematica identității europene este necesară înțelegerea contextelor naționale, totuși, identitatea nu poate fi definită într-o manieră statică, doar ca rezultat al unui proces istoric. Așa cum accentuează numeroși autori, pentru a permite crearea unei sfere publice europene coerente, trebuie să fie consolidată o formă de identitate europeană, iar cetățenii europeni trebuie să își asume responsabilitatea

pentru chestiunile de interes comun (Heller, Rényi, 2007:184). Noțiunea de identitate trebuie însă tratată cu precauție și cu toleranță, la fel ca și criteriile de includere sau excludere pe care aceasta le subsumează, mai ales în contextul actualelor predicții pesimiste legate de viitorul Uniunii Europene, care pare să traverseze cea mai severă criză din istoria sa.

Actuala criză economică poate duce la o disponibilitate scăzută a cetățenilor de a se considera europeni. Europa este un punct de referință comun pentru majoritatea cetățenilor europeni, cu toate acestea, gradul de europenizare a societăților membre variază în mare măsură (Koopmans, Statham, 2010:3). În pofida eforturilor de comunicare ale Uniunii Europene, se pare că există un decalaj constant între schimbările structurale și percepțiile publice. Anumiți autori accentuează faptul că UE trebuie să depășească handicapul absenței unei identități pre-existente (Fossum, Schlessinger, 2007:29). Dat fiind că lipsește sentimentul unei identități comune, predicțiile legate de existența unei sfere publice europene sunt cel puțin rezervate. În plus, nu există niciun consens în privința valorilor și intereselor comune, iar limbile naționale diferite, ca și culturile naționale disparate fac aproape imposibilă formarea unei opinii publice comune. Dezbaterile publice, care pot conduce la consolidarea procesului de formare a unei identități comune, lipsesc din păcate din sfera publică a multor țări.

Pentru ca Uniunea Europeană să devină o instituție funcțională și capabilă să unească 27 de țări, trebuie să fie îndeplinite mai multe condiții. Restructurarea politică și instituțională este vitală, însă trebuie luate în considerare și aspectele cognitive și atitudinale (Heller, Rényi, 2007:169). Milioanele de cetățeni europeni trebuie să ajungă la o formă de identitate comună. Totuși, o perspectivă critică se leagă de atragerea atenției asupra faptului că un „noi” colectiv nu este o formă reală de identitate, fiind construit din diverse categorii sociale care pot uni sau, dimpotrivă, separa indivizii. Ceea ce este mai degrabă necesar în contextul actualelor controverse europene este crearea unei „identități reflexive” care să recunoască și diferențele (Eriksen, 2007:31).

Sentimentul identității îi ajută pe indivizi să se simtă mai implicați în cadrul comunității, să acumuleze o zestre culturală, un sentiment al apartenenței și anumite tipare comportamentale (Heller, Rényi, 2007: 169). Noțiunea de identitate este, de asemenea, strâns legată de cea de cetățenie și de formarea unei solidarități europene

comune. Identitățile sunt strâns legate de tradițiile culturale, istorice, religioase și sociale, dar și de elemente cognitive și emoționale individuale, generate de experiențe personale (Eriksen, 2007:32). Identitățile colective și individuale sunt un construct, fiind flexibile, dar și schimbătoare și instabile. Rolul lor social este de a defini și reprezenta „sinele” pe scena socială (Heller, Rényi, 2007: 171). Identitatea joacă un rol crucial în definirea europenității, iar identitățile naționale sunt cele mai importante constructe care pot influența dezvoltarea viitoare a Europei.

Dacă ultimele decenii au adus cu sine activarea unor forme diverse de identitate (religioasă, etnică, națională) în contextual integrării europene, România reprezintă un caz aparte, dat fiind că românii au valorizat constant – și nu doar în ultimii douăzeci de ani – Vestul, Europa Occidentală. Chiar și scena politică, altfel extrem de divergentă, a fost întotdeauna consensuală în privința aderării la Uniunea Europeană. Totuși crearea unei identități europene este mult mai controversată, chiar dacă atitudinile publice legate de integrare au fost și sunt în continuare preponderent pozitive.

Identitatea civică europeană

Europa vestică a fost pentru români, cel puțin de la mijlocul sec. XIX, un model din punct de vedere politic, economic și cultural. Mai mult, din perspectiva teoriei grupurilor sociale, Europa Vestică a însemnat grupul de referință, grupul din care dorim să facem parte și care implicit ne oferă criteriile de evaluare ale comportamentelor noastre. Adoptarea instituțiilor, normelor și valorilor „europene” a reprezentat și reprezintă probabil principala problemă în istoria modernă a României, dezbătută de oameni de cultură în general și de sociologi în particular.

Aderarea României la Uniunea Europeană a însemnat luarea unei decizii istorice prin care s-a depășit vechea dilemă reprezentată de abordările celor două mari personalități culturale Titu Maiorescu (1868/1971) și Eugen Lovinescu (1924/2007). Între dezvoltarea organică susținută de Maiorescu și introducerea formelor fără fond (care în timp pot crea fondul). România a ales, spunem noi, a doua variantă. Calitatea de Stat Membru a Uniunii Europene se poate dobândi doar dacă se respectă așa numitele „criterii de la Copenhaga” stabilite în luna decembrie a anului 1993 de Consiliul European. Pentru a fi acceptată în Uniunea Europeană, România a trebuit să

dovedească că este un stat democratic, are o economie de piață funcțională și are capacitatea de a-și asuma obligațiile de stat membru, în special prin adeziunea la obiectivele uniunii politice, economice și monetare.

Aderarea României a însemnat și acceptarea aquis-ului comunitar, prin urmare acceptarea întregului set de norme și valori care stau la baza Uniunii Europene. Faptul că multe legi au fost adoptate în perioada negocierilor de aderare pentru a aduce legislația românească la nivelul legislației comunitare, acceptarea de către partenerii de negociere europeni a amânării punerii în practică a unora dintre legi și nerespectarea literei și spiritului unor noi astfel de reglementări sunt argumente pentru teza că aderarea la Uniunea Europeană a însemnat acceptarea modelului lovinescian. Un exemplu în acest sens este domeniul sănătății și securității în muncă unde legislația europeană a fost adoptată și pe alocuri chiar tradusă în legislația românească. În anul 2006, deci imediat înainte de aderarea la Uniunea Europeană, a fost adoptată noua lege privind sănătatea și securitatea în muncă (319/2006) și alte 19 hotărâri de guvern cu privire la acest domeniu. Iar comitele privind securitatea și sănătatea în muncă, instituții care se bazează pe ideea participării echilibrate a reprezentanților angajatorului și angajaților în elaborarea politicilor de securitate și sănătate în muncă, sunt prezente în multe situații doar în actele instituției (lucrătorii nu au cunoștințe despre aceste instituții), prin urmare sunt doar forme fără fond (Frunzaru, 2010).

Dorința de a ne alătura grupului de țări dezvoltate ale Europei vestice în condițiile unei permanente tendințe de adoptare sau adaptare a instituțiilor, normelor și valorilor occidentale trebuie luată în considerare atunci când punem problema definirii identității europene a românilor. Dificultatea acestui demers este cu atât mai mare cu cât există cercetători care neagă chiar existența identității europene, afirmând că nu putem vorbi decât de o uniune politică artificială care împărtășește un spațiu geografic comun. În acest sens, Emanuel Todd afirma că „tratatul de la Maastricht este o operă de amatori, necunoscători ai istoriei și ai vieții societăților” sau, mai mult, „În ideologia unificării există o dorință de a trece peste realitățile umane și sociale care amintește, în mod ciudat dar incontestabil, de marxism-leninism” (Todd, 1995/2002: 8-9).

Construcția identității europene stabilită ca obiectiv politic la summitul de la Copenhaga din 1973 pare mai degrabă să nu aibă rezultatul dorit. Ruxandra

Trandafoiu (2006) afirmă că oamenii de știință par să fie împreună de acord cu privire la insuccesul construcției identității europene. Iar cauzele pentru această situație sunt multiple, „de la deficitul democratic creat de funcționarea înceată a birocrăției Uniunii Europene, respectiv de la Euroscepticismul răspândit, până la absența unei sfere publice europene din cauza incapacității media de a vinde « idea » europeană” (Trandafoiu, 2006:92). Mai mult, Monica Sassatelli subliniază că identitatea culturală europeană a fost ignorată nu numai de politicieni, ci și de oamenii de știință, care s-au focalizat pe teme legate de viața politică și economică, și mai puțin pe dimensiunea culturală a Uniunii Europene:

„... focalizarea oamenilor de știință a fost pe identitatea politică și pe Europa ca *polity*. Teme ca cetățenie, *demos* și deficit democratic au dominat scena, prin abordarea politicilor principale (economice și de securitate în primul rând) și a actorilor (preferând actorii naționali și negocierile interguvernamentale). Aceasta a dus, printre altele, la neglijarea identității culturale europene și a politicilor culturale care au fost introduse progresiv, începând cu anii ‘1980, cu scopul de a merge dincolo de integrarea legală și economică, prin trasarea în linii mari, chiar dacă imprecise, a fundamentelor culturale” (Sassatelli, 2006:3-4)

Sanna Inthorn (2006) spune că nu sunt dovezi clare care să arate că cetățenii Europei au adoptat identitatea europeană până la nivelul în care aceasta să devină principalul factor al integrării europene. Cetățenii Uniunii Europene rămân ancorați în contextul local și național și își exprimă identitatea europeană doar în raport cu noii veniți, când se dezvoltă sentimentul de NOI și EI (SInthorn, 2006:72). De asemenea, autoarea pune problema în ce măsură putem vorbi de o identitate europeană care să prezinte aceleași caracteristici pentru toți cetățenii Uniunii Europene, în condițiile în care, de exemplu, Germania a realizat integrarea europeană ca parte integrantă a identității sale după război, iar Marea Britanie și-a exprimat în mod repetat îngrijorarea în ceea ce privește pierderea suveranității către Uniunea Europeană (Inthorn, 2006:77). Continuând idea lui Sanna Inthorn, ne putem întreba în ce măsură românii se consideră europeni așa cum se consideră europeni cetățenii marilor State Membre care au stat la baza construcției Uniunii Europene: Franța, Germania și Italia, sau cetățenii unor noi State Membre ca Cipru, Polonia sau Lituania.

Michel Bruter (2009:1500) subliniază faptul că identitatea este ceva care se exprimă spontan și se manifestă în conformitate cu așteptările pe care persoana în cauză crede că le are ascultătorul. De exemplu, dacă un londonez este întrebat: „De unde ești?”, acesta i-ar răspunde „din Marea Britanie” unui german, „din Londra” unui britanic și „din Hackney” unui londonez. Putem astfel spune că o persoană se poate identifica cu mai multe unități politice, prin urmare putem vorbi de o identitate civică. Dacă identitatea culturală înseamnă o identificare doar cu comunitatea, identitatea civică presupune faptul că individul se identifică cu un sistem politic. Identitatea culturală este specifică națiunii așa cum a fost ea privită din perspectivă „organică”, ca rezultat a unei evoluției istorice „naturale” a unei comunități (Smith, 1998/2002:154). Am putea spune că identitatea civică ar corespunde perspectivei moderniste cu privire la națiune, și anume cu cea a unei comunități imaginate. Smith afirmă că:

„Înainte de epoca modernă, națiunile erau mai puțin cunoscute, iar ființele umane se caracterizau printr-o mulțime de loialități colective. Comunitățile religioase, orașele, imperiile sau regatele erau principalii actori colectivi dincolo de nivelul statului și vecinătății imediate, și majoritatea oamenilor avea o perspectivă strict locală” (Smith, 1998/2002:154).

Putem vorbi prin urmare de existența unei identități civice care, așa cum afirmă Michel Bruter (2009), reprezintă identificarea cu o structură politică, adică cu un set de instituții, drepturi și reguli prezente în viața politică a unei societăți.

Înainte de a trece la analiza relației dintre identitatea europeană și fenomenul europenizării, ar trebui subliniată relația dintre fenomenul globalizării și construcția identității europene. Globalizarea a dus atât la un cosmopolitism care îmbrățișează diversitatea culturală, cât și la reacții de respingere a identității sau interpretării multiple, adică la fundamentalism (Giddens, 2002:48-49). Construcția Uniunii Europene este un produs al globalizării, dar un produs al toleranței, care se bazează pe sloganul devenit simbol: „Unitate în diversitate”. Visul unității europene este vechi, dar momentul potrivit pentru punerea lui în practică a fost după cel de-al Doilea Război Mondial. În perioada interbelică, Dimitrie Gusti, întemeietorul școlii de sociologie românească, afirma că dacă Europa nu se organizează, „va pierde primatul

civilizației”. Europa unită trebuie construită pe principiul dezvoltat de Sfântul Augustin, care afirma „Unire unde este necesar, libertate unde este îndoială, și în toate iubire” (D. Gusti, 1930/2003:115). Nu știm câtă iubire se află la construcția europeană, dar putem spune că la baza Uniunii Europene sunt obiectivele comune (asociate cu interese comune), libertatea și unirea. După 70 de ani de la publicarea articolului scris de Dimitrie Gusti, Romano Prodi, fostul președinte al Comisiei Europene și primul ministru al Italiei, afirmă că „Europa trebuie să recucerească acel *leadership* care i-a adus faima de-a lungul atâtor secole de istorie – *leadreship* productiv și tehnologic, intelectual și cultural” (Prodi, 1999/2001:36). Plecând de la aceste afirmații, putem spune că identitatea europeană este „o soluție de recuperare a puterii statului național în contextul globalizării” (Trandafoiu, 2006:106).

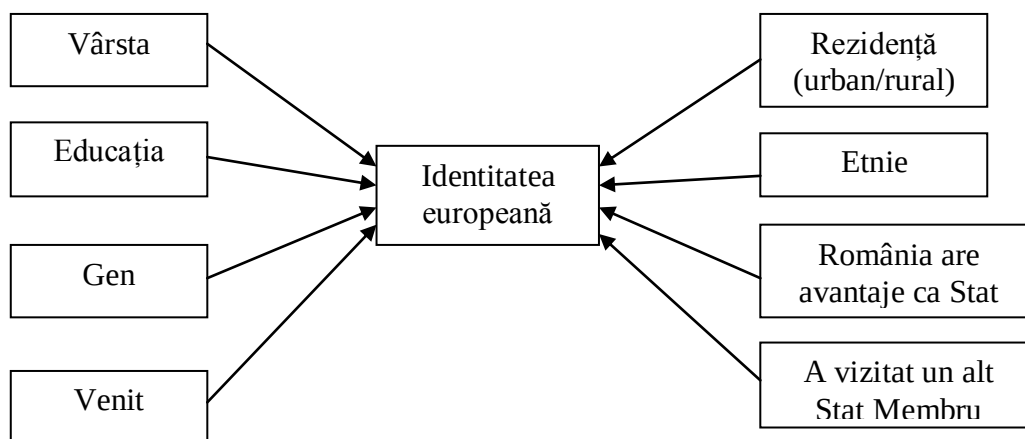
În concluzie, putem vorbi de existența unei identități civice europene, ca rezultat al identificării cetățenilor statelor membre cu Uniunea Europeană, nu neapărat din iubire, cum spunea Sfântul Augustin, ci din necesitate, pentru a nu pierde „primatul civilizației” sau (după ce acesta a fost pierdut!) pentru a recuceri *leadership*-ul de care s-a bucurat atâta timp Occidentul.

Din acest motiv, identificarea cu Uniunea Europeană este una pragmatică. Dacă în 1961 Erns B. Haas (1961) afirma că putem vorbi de construcția identității europene la nivelul elitelor, în anul 2009 Adrian Favel subliniază rolul mobilității europenilor în cadrul statelor membre, acest fapt fiind „la baza eforturilor Comisiei Uniunii Europene de a construi Europa prin intermediul politicilor care încurajează mobilitatea populației” (Favel, 2009:178). Putem spune că programele de mobilitate ale studenților și profesorilor de tip Erasmus sau Marie Curie au, pe lângă funcția manifestă de a împărtăși cunoștințe științifice, funcția latentă a cunoașterii și acceptării „celuilalt”. Neil Fligstein subliniază și el că principalii beneficiari ai integrării europene tind să se identifice mai mult cu Uniunea Europeană. Aceștia sunt persoanele tinere, educate, care vorbesc una sau mai multe limbi străine, care au un venit mai ridicat și care au oportunitatea de a călătorii și interacționa cu persoane similare din alte State Membre (Fligstein, 2009:133-145). Wil Arts și Loek Halman (2009:189), în analiza rezultatelor barometrelor de opinie publică realizate la nivelul Uniunii Europene, iau în considerare încă două caracteristici socio-demografice, genul și religia. Ei afirmă că bărbații mai mult decât femeile, iar romano-catolicii și protestanții mai puțin decât celelalte denominații sau persoane nereligioase se

identifică cu unități geografice mai mari. Cei doi cercetători afirmă în final că este prematur să vorbim despre construcția unui Stat sau a unei Federații Unite Europene (W. Arts și L. Halman, 2009:194). Noțiunea de „Europă a statelor” dezvoltată de Charles de Gaulle rămâne pentru majoritatea europenilor viziunea preferată a „Europei”.

Pe baza considerațiilor teoretice și a rezultatelor cercetărilor de până acum putem dezvolta un model teoretic care să explice identificarea cetățenilor români cu Uniunea Europeană (Figura 2). Observăm că dincolo de caracteristicile socio-demografice (vârstă, educație, gen, venit, mediu de rezidență și etnie) luăm în considerare ca variabile independente opinia dacă România are avantaje că face parte din Uniunea Europeană și dacă respondenții au vizitat sau nu un alt Stat Membru. Vom testa dacă persoanele mai tinere, cu nivel de educație mai ridicat, de gen masculin, cu venit mai ridicat, din mediul urban, de etnie maghiară, care consideră că România a beneficiat în urma aderării la Uniunea Europeană și care au vizitat un alt Stat Membru se identifică în mai mare măsură cu Uniunea Europeană.

Figura 2. Model ipotetic al explicării identității europene



Identitatea civică europeană și europenizarea

Termenul „europenizare” ne trimite la continentul Europa și nu la Uniunea Europeană, de aceea poate că ar fi fost mai potrivit să vorbim despre UE-izare. Cu toate acestea, termenul „europenizare” a intrat în limbajul cercetătorilor care abordează relația Uniunea Europeană – state membre/state candidate. Una dintre cele mai cunoscute definiții a „europenizării” este cea a lui Claudio M. Radaelli, care afirmă:

„Europenizarea constă într-un proces de (a) elaborare, (b) răspândire și (c) instituționalizare a regulilor, procedurilor, paradigmelor politice, stilurilor, «modalităților de a face anumite lucruri », normelor și convingerilor formale și informale, care au fost în primul rând definite și consolidate în procesul politic al UE și apoi încorporate în logica discursului, structurilor politice și politicilor publice (naționale și subnaționale).” (Radaelli, 2003:30).

Din această definiție reiese că europenizarea este un proces complex care nu se reduce la adoptarea de către statele membre/candidate a *acquis*-ului comunitar. Europenizarea presupune atât elaborarea în cadrul unui proces politic al Uniunii Europene a ceea ce urmează a fi implementate de statele membre/candidate, cât și existența un limbaj comun, respectiv răspândirea unor „modalități de a face anumite lucruri”. În aceeași ordine de idei, Claudio M. Radaelli și Romain Pasquier (2008/2007:38) vorbesc de europenizare atât ca proces vertical (transpunerea și implementarea de legi produse de Bruxelles), cât și ca proces orizontal (al socializării, convergenței de idei, învățării comune, a interpretării paradigmelor politice).

Principalele întrebări cu privire la fenomenul europenizării sunt: (1) cine este agentul europenizării (instituțiile Uniunii Europene sau/și statele membre), (2) în ce domenii se produce europenizarea (doar în cele legate de reglementările obligatorii sau și în ceea ce privește recomandările, ideile, limbajul, modul de acțiune etc.) (3) cum se produce europenizarea (care sunt mecanismele de influențare) și (4) care este impactul europenizării (aici se ridică o serie de probleme metodologice).

Dacă în cadrul Uniunii Europene am putea vorbi despre un proces biunivoc al europenizării, statele membre punându-și amprenta asupra normelor, politicilor și limbajului comunitar, pentru țările candidate, europenizarea presupune o relație de putere asimetrică prin faptul că aceste țări își dezvoltă instituțiile și își construiesc politica internă plecând de la *acquis*-ul comunitar. Heather Grabbe (2006) scoate în

evidență cinci mecanisme de influențare a statelor candidate de către Uniunea Europeană: oferirea de modele legislative și instituționale, oferirea de ajutor financiar și asistență tehnică, evaluarea comparativă și monitorizare, consiliere și înfrățire instituțională, controlul accesului la negocieri și la etapele avansate ale procesului de aderare. Prin urmare influențarea statelor candidate s-a produs pe diverse căi, nu doar pe cele legate de obligativitatea adoptării directivelor, reglementărilor și deciziilor Uniunii Europene.

În cazul aderării României la Uniunea Europeană, europenizarea a avut loc doar pe verticală, de la Bruxelles la nivelul statului național, în primul rând prin alinierea legislației românești la *acquis*-ul comunitar. Care este impactul și cum pot fi măsurate schimbările produse de europenizare sunt probleme cu care se confruntă cercetătorii acestui fenomen. Claudio M. Radaelli (2003:38) pune problema dificultății măsurării empirice a rezultatelor europenizării, inclusiv datorată distincției greu de făcut între adaptare și transformare. Heather Grabbe afirmă că, metodologic, politica de aderare a Uniunii Europene reprezintă variabila independentă, iar variabila dependentă este gradul de europenizare atins în diferite domenii (Grabbe, 2006). În ciuda acestui limbaj „metodologic”, abordarea lui Heather Grabbe este mai degrabă descriptivă, iar referitor la impactul europenizării, ea afirmă că influența Uniunii Europene nu poate fi măsurată, ea este ambiguă pentru că și obiectivele ei au fost ambigue (Grabbe, 2006). Mai mult, în analiza transformărilor dintr-un anumit stat trebuie să luăm în calcul și alți actori, cum ar fi instituțiile financiare internaționale (de exemplu, Fondul Monetar Internațional și Banca Mondială). Putem conchide că europenizarea este un fenomen complex, greu de măsurat, întrucât la factorii europeni (*acquis* comunitar, actori politici și instituții ale Uniunii Europene) se adaugă alți factori internaționali și evident aspectele ce țin de viața domestică a unei țări.

Europenizarea nu poate să nu aibă efecte asupra identității cetățenilor Statelor Membre. Transmiterea și împărtășirea de norme, proceduri, convingeri formale sau informale duc la identificarea europenilor cu un sistem politic comun care are la bază acest corpus de norme și valori comune. Scopul europenizării nu este uniformizarea (se încurajează unitatea în diversitate), sau uneori chiar armonizarea legislativă sau a politicilor. De exemplu, în domeniul ocupării forței de muncă, Tratatul de la Amsterdam specifică faptul că la nivelul Consiliului European se pot adopta măsuri

care să încurajeze cooperarea dintre state, dar „aceste măsuri nu includ armonizarea legilor și reglementărilor statelor membre” (art. 109r).

Europeanizarea este un proces prin care identitatea europeană se construiește sau ar trebui să se construiască prin implicarea cetățenilor europeni în luarea deciziilor cu privire la construirea și funcționarea acestui sistem politic cu care aceștia se identifică.

Identitatea civică europeană și sfera publică

Jostein Gripsrud (2007) afirmă că Uniunea Europeană își dorește ca cetățenii săi să se implice mai mult în viața politică a comunității, să se diminueze astfel „deficitul democratic” existent. O sferă publică funcțională europeană este văzută atât ca o soluție cât și ca un instrument de producere a identității europene, iar acesta din urmă va duce la o mai ridicată participare la viața politică și culturală a Uniunii Europene (J. Gripsrud, 2007:479). În acest sens, un loc central îl joacă televiziunile care au fost o componentă cheie în sfera publică a statelor vestice începând cu anii ‘1950. Contribuția televiziunii la construirea sferei publice europene, spune Jostein Gripsrud, va fi o importantă sursă a sentimentului european de apartenență (J. Gripsrud, 2007:491).

Dar televiziunea nu „vinde” doar ideea europeană, ea este și un loc în care se manifestă identitatea națională în raport cu identitatea europeană, adică un loc de definire și redefinire a identității civice. Shannon Jones și Jelena Subotic (2011) afirmă că anumite evenimente culturale prezentate în media, în special de televiziuni, sunt un prilej de manifestare a dorinței de putere și de egalitate în spațiul European:

„Când se află în fața inegalităților structurale de putere, reale sau percepute, din sfera publică europeană, statele din Europa periferică folosesc practicile culturale de zi cu zi – ca festivalurile de muzică și evenimentele sportive – ca «transcripuri ascunse» prin care se proiectează fanteziile de putere și egalitate” (Jones, Subotic, 2011:546)

În condițiile în care spațiul politic al „Europei estice” este o invenție a vestului, stând la baza identității „Europei vestice” (nu există „Europă” fără

corespondentul estic), prin aceste evenimente culturale, statele din Europa estică trimit mesaje de tipul „Noi suntem europeni” și „Arătăm și ne manifestăm ca europeni” sau chiar „Noi știm ce vor europenii să fim, dar noi încă suntem noi înșine, identitatea noastră este protejată” (Jones, Subotic, 2011:545-546).

Observăm că aceste idei susținute în sfera publică europeană pleacă de la definirea Europei ca fiind limitată la Europa vestică, iar țările din Europa estică își manifestă dorința de a face parte din grupul de referință al țărilor vestice, adică vor și ele să fie „europene”. Acest fapt explică de ce vorbim de europeanizare, valori europene, integrare europeană în condițiile în care ne raportăm la Uniunea Europeană adică la Europa vestică, iar după extinderile din 2004 și 2007, și la o parte din țările Europei estice.

Holly Case (2009, 115) susține că în Europa estică sunt autori care susțin că țările din acest spațiu „au aparținut întotdeauna Europei, au protejat, apărut, prezervat sau reprezentat cultura și valorile europene” (Case, 2009:115). Lucian Boia confirmă teza lui Holly Case, vorbind despre mitul conform căruia românii s-au sacrificat pentru a proteja civilizația occidentală. El îl citează pe I.C. Brătianu, care afirma în Cămin în 1879:

„Noi am fost antegarda Europei de la al 13-lea secol până mai deunăzi; noi am fost bulevardul Europei contra tuturor invaziilor asiatice de atunci. Statele europene au putut să se dezvolte în acel timp, căci erau alții care se sacrificau spre a se adăposti. Din această cauză – afară de rămășițele străbune ale civilizației române – abia de ieri am intrat și noi pe calea civilizației moderne” (cit. de Boia, 2005:255-256).

Concursul de muzică Eurovision este, în opinia lui Shannon Jones și Jelena Subotic (2011), un bun moment de manifestare a brandului de țară sau a statusului acesteia în cadrul Europei. Faptul că publicul din multe țări votează cu reprezentanții statelor vecine sau/și prietene dă o dimensiune politică acestui eveniment, creând oportunitatea pentru statele estice de a se simți egale și „europene” ca și statele vestice. Un exemplu de manifestare directă a acestui sentiment este cea a reprezentantului Lituaniei, InCulto, la concursul Eurovision din anul 2010, ai căror versuri susțin egalitatea dintre Est și Vest:

Da, domnule, suntem legali, deși noi nu suntem legali ca tine,
Nu, domnule, noi nu suntem egali, deși suntem împreună în UE
Vă construim casele și vă spălăm vasele
Vă ținem mâinile moi și curate
Dar într-o zi vă veți da seama că Europa Estică vă este în gene” (citată de Jones și Subotic, 2011:552).

Acest text ne amintește de „Mesajul către Europa” al formației de hip hop Paraziții din România, care susține că imaginea de persoane cu un nivel scăzut de educație, care cerșesc și fură în Europa (vestică) nu corespunde realității românești:

„Facem facultăți și dăm pe cărți ultimul ban,
N-o să fim vreodată gunoieri la Amsterdam.
Vorbim trei limbi și vă putem conduce avioanele,
Dar nu putem socializa cu tomberoanele.
Forțăm uși închise, trăim cu vise nepermise
Și muncim legal pentru un pumn de fise.” (Paraziții, *Mesaj către Europa*)

Putem conchide că sfera publică nu este doar un spațiu de manifestare a ideilor, normelor și valorilor Uniunii Europene, ci și un loc de definire a identităților naționale și europene prin raportare la „celălalt”. Europa Vestică, conform unor autori, se identifică cu Europa prin delimitarea de Europa Estică, iar cea din urmă se identifică cu Europa având uneori sentimentul de excluziune, de rudă săracă sau mai puțin educată care dorește să facă parte din grupul țărilor civilizate din vest.

În ancheta sociologică, prezentată pe larg în capitolul I, s-a măsurat identitatea europeană a românilor folosind aceeași întrebare ca în eurobarometre, dând posibilitatea respondenților să se identifice ca români, români și europeni, europeni și români sau doar europeni. Dincolo de posibilitatea comparării cu alte date din celelalte State Membre ale Uniunii Europene, această modalitate de măsurare a identității europene corespunde conceptului de identitate civică, întrucât permite respondentului să se identifice cu două structuri politice, România și Uniunea

Europeană. Mai mult, alternativa „român și european” – „european și român” permite o anumită ierarhizare a identificării la nivel național și supra-național.

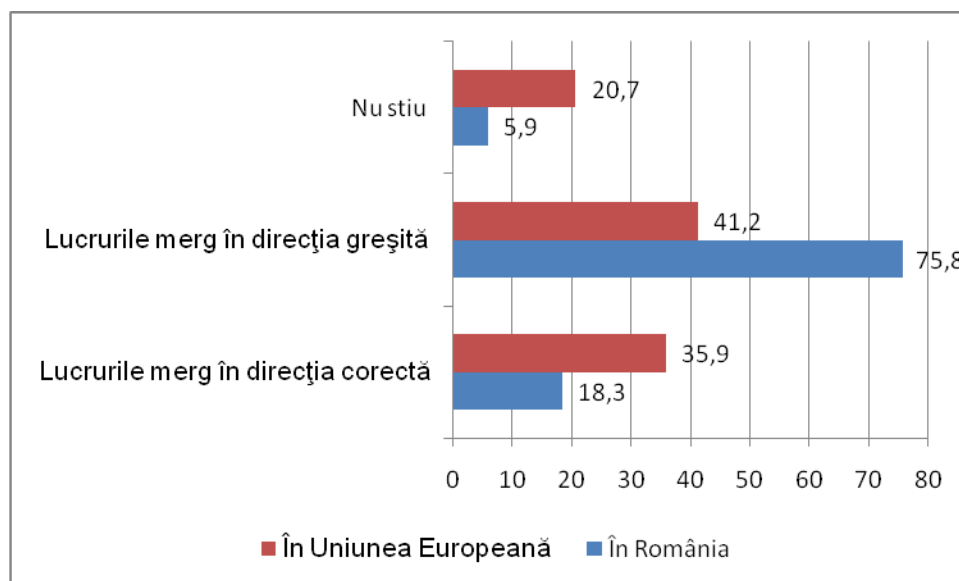
Pentru o măsurare cu un grad de variație mai ridicat al nivelului de cunoaștere a Uniunii Europene, am folosit scala din Eurobarometrul din mai 2004, la care am adus câteva schimbări. Am folosit această scală deoarece are 10 itemi, pe când scala din eurobarometrul din mai 2010 are doar 4 itemi. Respondenții trebuie să spună dacă fiecare din afirmațiile din scală sunt adevărate sau false, obținând un scor care poate varia de la 0 la 10, unde „0” înseamnă ca nu au dat nici un răspuns corect, iar „10” înseamnă că au dat toate răspunsurile corecte. Prin urmare, cu cât scorul sumativ la această scală este mai ridicat, cu atât gradul de cunoaștere a Uniunii Europene este mai ridicat.

Pentru a adapta scala la prezent, am realizat câteva schimbări. De exemplu, afirmația „Uniunea Europeană are 12 de state membre” a devenit „Uniunea Europeană are 15 de state membre”, iar afirmația „Următoarele alegeri pentru Parlamentul European vor avea loc în anul 2006” a devenit „Următoarele alegeri pentru Parlamentul European vor avea loc în anul 2012”.

Viitorul României și al Uniunii Europene

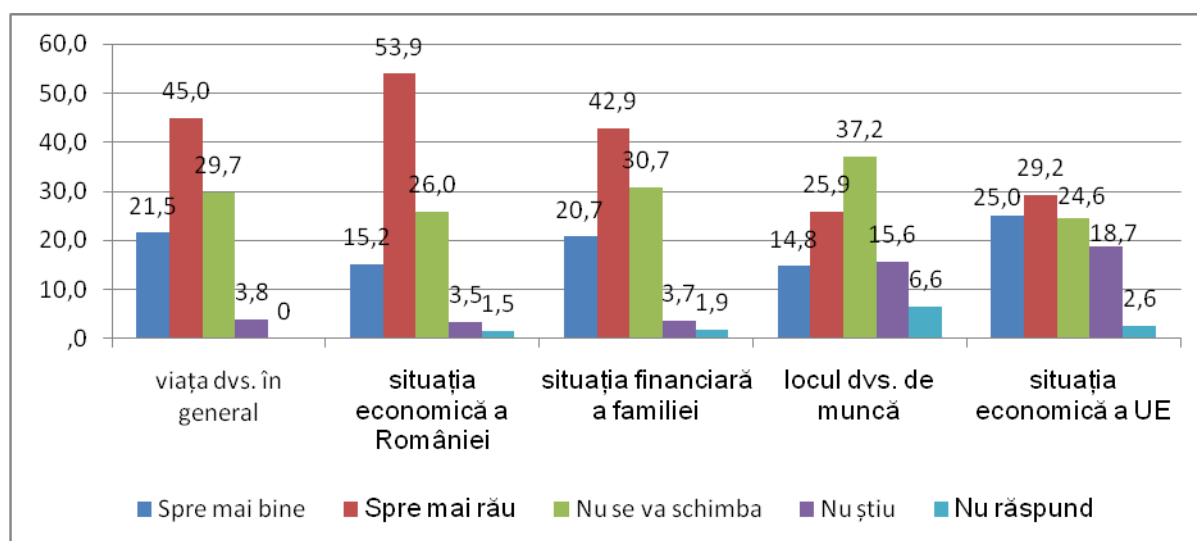
Respondenții s-au arătat mult mai pesimiști cu privire la viitorul României comparativ cu modul în care văd viitorul Uniunii Europene (Figura 3). Trei sferturi dintre români consideră că România merge într-o direcție greșită. Așa cum era de așteptat, foarte mulți respondenți (20,7%) au răspuns că nu știu dacă lucrurile merg într-o direcție corectă sau greșită în Uniunea Europeană. Diferența mare de procente ai celor care au răspuns „nu știu” cu privire la viitorul României respectiv al Uniunii Europene arată că românii au o imagine mai puțin conturată cu privire la ce se întâmplă la nivel comunitar comparativ cu situația la nivel național. Totuși, trebuie remarcat diferențele mari în ceea ce privește optimismul cu privire la viitorul Uniunii Europene comparativ cu viitorul României.

Figura 3. In acest moment, ați spune ca [...] lucrurile merg în direcția corectă sau în direcția greșită?



Dacă luăm în considerare modul în care respondenții văd viitorul lor și al familiei lor, putem să observăm că, în comparației cu evoluția estimată a României, respondenții sunt mai puțin pesimiști în ceea ce privește viața lor în general, a familiei lor și a locului lor de muncă (Figura 4). Aproximativ un sfert dintre români consideră că situația privind locul lor de muncă se va înrăutății, iar când au fost întrebați despre următoarele 12 luni ale evoluției economice a României, peste jumătate din respondenți au spus că lucrurile merg spre mai rău. Prin urmare, românii sunt mai optimiști privind viitorul personal comparativ cu viitorul situației generale a României.

Figura 4. Cum credeți că va evolua [...] în următoarele 12 luni?



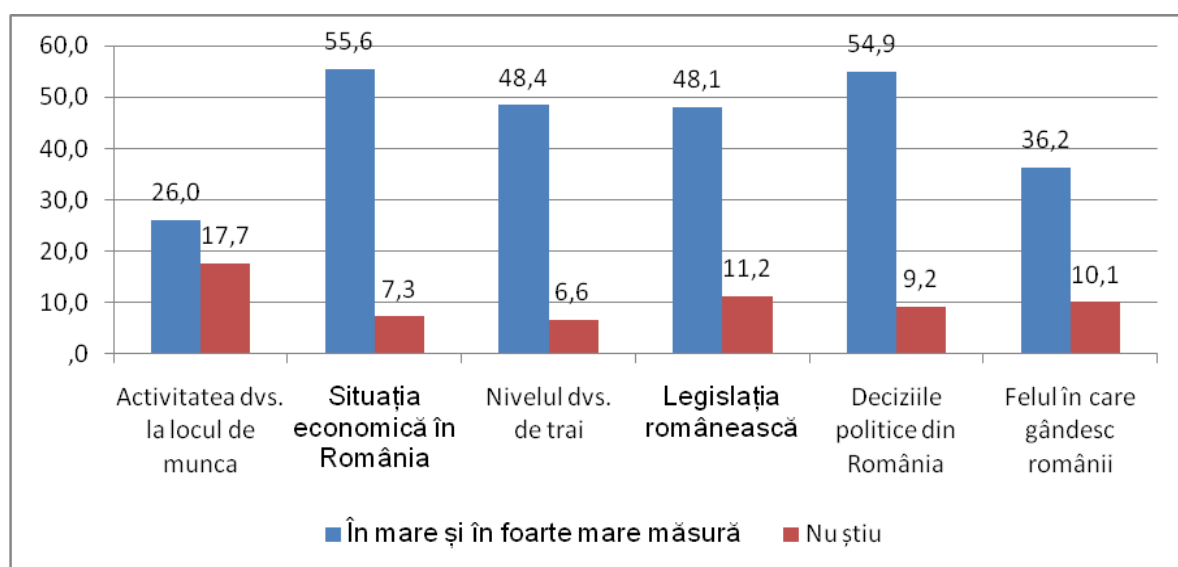
Influența Uniunii Europene

Dacă așteptările românilor cu privire la viitorul Uniunii Europene par să fie mai roz decât așteptările cu privire la viitorul României sau al vieții lor din punct de vedere economic atunci influența Uniunii Europene este sau ar trebui să fie mai degrabă pozitiv. Înainte de a prezenta care sunt aceste influențe, trebuie remarcată opinia respondenților cu privire la în ce măsură deciziile luate la Brussels au un impact atât asupra vieții socio-economice cât și a instituții la nivel național.

Românii consideră că cea mai mare influență pe care o exercită Uniunea Europeană are loc la nivel economic și politic (Figura 5). Cea mai mică influență se exercită la nivelul activității la locul de muncă și asupra felului în care gândesc românii. Prin urmare influența Uniunii Europene este, în opinia respondenților, mai degrabă la nivel macro, la nivelul politicilor și strategiilor economice ale României. Procentul ridicat (48,4%) al celor care au afirmat că nivelul lor de trai este influențat de Uniunea Europeană este mai degrabă o consecință a faptului că situația economică a României este, în opinia majorității respondenților (55,6%), influențată de Uniunea Europeană. Viața de zi cu zi, reprezentată de activitatea la locul de muncă și felul în care gândesc românii, este, în opinia respondenților, mai puțin influențate de Uniunea Europeană. Prin urmare respondenții văd Uniunea Europeană ca fiind un factor ce îi influențează indirect, prin intermediul statului român.

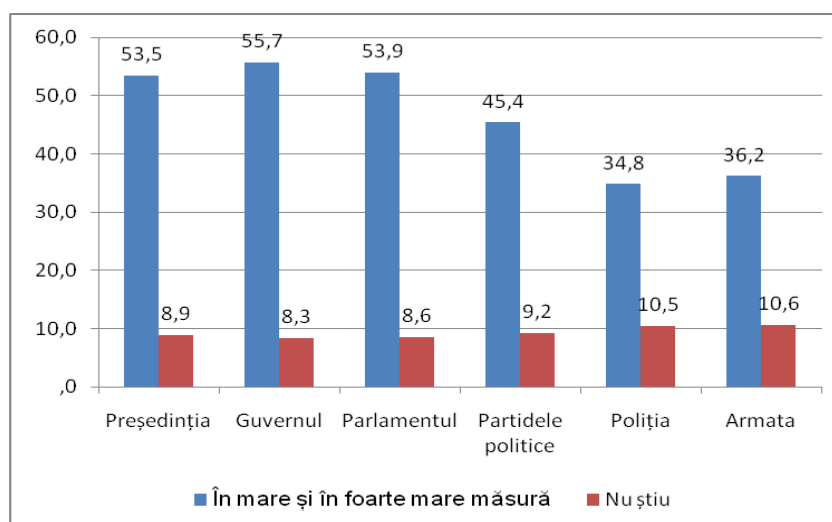
Trebuie remarcat faptul că există un procent ridicat de răspunsuri ”nu știu”, în special la întrebarea cu privire la influența Uniunii Europene asupra activității la locul de muncă (17,7%). Aceasta arată ca sunt mulți români care nu și-au construit o reprezentare (care nu contează dacă este corectă sau incorectă) cu privire la influența Uniunii Europene asupra vieții lor. Cele mai puține răspunsuri ”nu știu” au fost cele referitoare la influența Uniunii Europene asupra nivelului lor de trai și asupra situației economice a României. Prin urmare, românii par să aibă o imagine cât de cât conturată cu privire la impactul Uniunii Europene asupra economiei naționale.

Figura 5. Procentul persoanelor care consideră că deciziile UE influențează în mare și în foarte mare măsură [...]



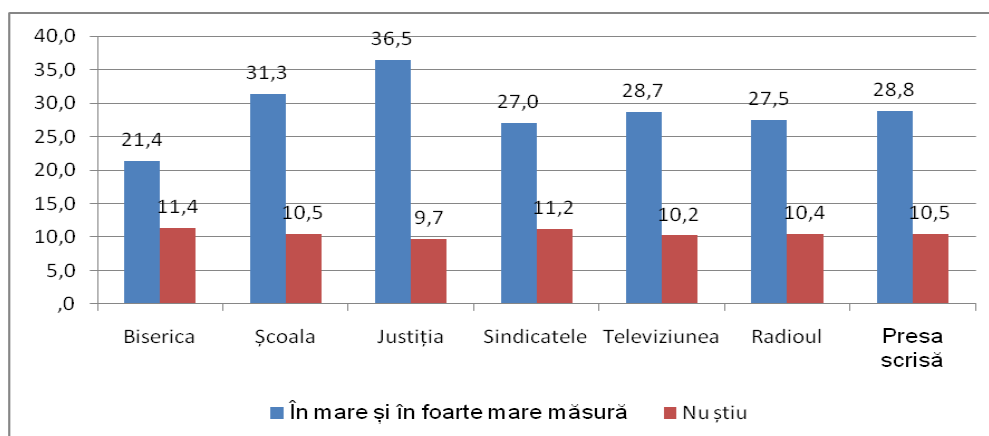
În ceea ce privește influența Uniunii Europene asupra puterii executive (Președinție și Guvern), puterii legislative (parlament) și a instituțiilor care se ocupă de menținerea ordinii interne și a securității și externe (poliția și armata), putem spune că românii consideră că cele mai mare impact îl au instituțiile europene asupra puterilor executive și legislative (Figura 6). În opinia românilor, armata și poliția sunt instituțiile cel mai puțin influențate de Uniunea Europeană. La un nivel mediu se află partidele politice, 45,4% dintre respondenți afirmând că aceste instituții sunt în mare și în foarte mare măsură influențate de Uniunea Europeană.

Figura 6. Procentul persoanelor care consideră că deciziile UE influențează în mare și în foarte mare măsură instituțiile [...]



Deși în mass media este prezentă tema corupției în general și a justiției în particular, numai 36,5% dintre respondenți consideră că justiția în România este în mare și în foarte mare măsură influențată de Uniunea Europeană (Figura 7). Conform aproape unei treimi dintre români, școala este influențată în mare măsură de Uniunea Europeană. Mai puțin influențate, în opinia respondenților, sunt sindicatele și școala. În ceea ce privește mass media, putem sesiza că românii consideră în procente similare că televiziunea, radioul și presa scrisă sunt influențate de Uniunea Europeană. Comparativ cu instituțiile politice, legislative, juridice sau de asigurare a ordinii și liniștii publice, mass media, în opinia respondenților, sunt mai puțin influențate de Uniunea Europeană.

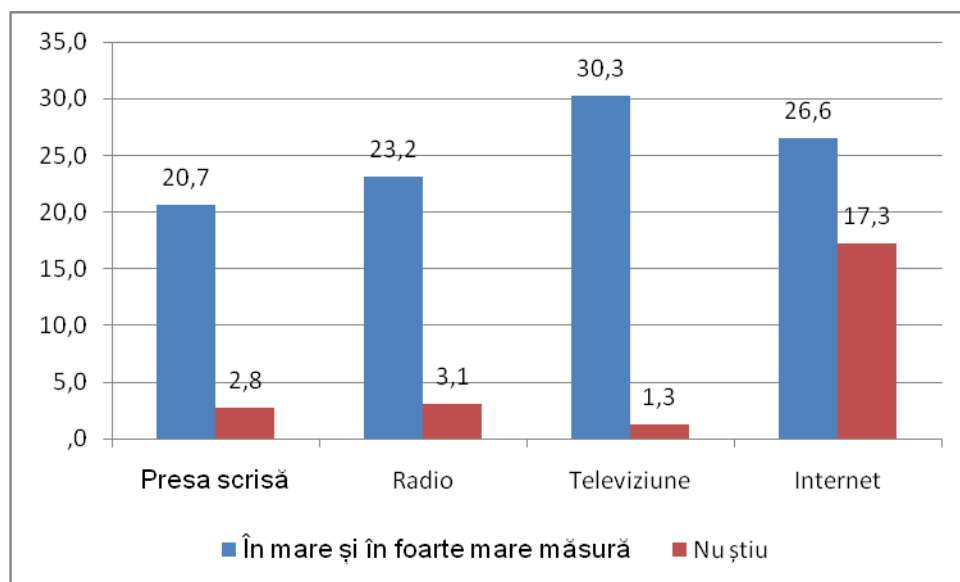
Figura 7. Procentul persoanelor care consideră că deciziile UE influențează în mare și în foarte mare măsură [...]



Încrederea în mass media

În ceea ce privește sursele de informare, românii au cel mai mare nivel de încredere în televiziune și cel mai scăzut nivel de încredere în presa scrisă (Figura 8). Internetul se bucură de un nivel de încredere relativ ridicat, dar mulți respondenți (17,3%) au afirmat că nu știu ce nivel de credere să acorde acestei surse de informare.

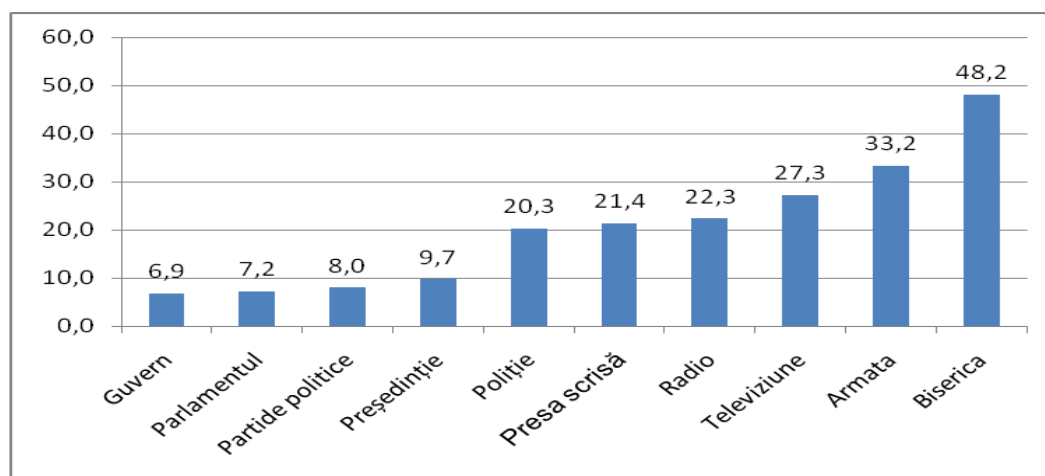
Figura 8. Procentul persoanelor care au în mare și în foarte mare măsură încredere în sursele de informare [...]



Comparativ, mijloacele de comunicare în masă se bucură de încredere ridicată din partea românilor. Doar armata și biserica se bucură de mai multă încredere decât televiziunea, cea mai mică încredere fiind acordată Guvernului (6,9%), Parlamentului

(7,2%), partidelor politice (8%) și Președinției (9,7%) (Figura 9). Putem observa ca nivelul de încredere în presa scrisă, radio și televiziune ca surse de informare corespunde nivelului de încredere în acestea ca instituții.

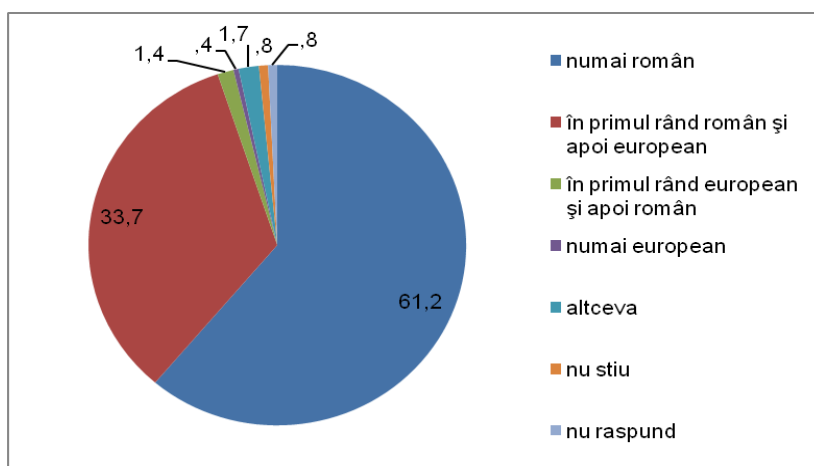
Figura 9. Procentul persoanelor care au în mare și în foarte mare măsură încredere în [...]



Identitatea europeană

Marea majoritate a românilor au susținut aderarea României la Uniunea Europeană, dar în timp a scăzut procentul de persoane care susțin faptul că apartenența la această comunitate politică este un lucru bun. Conform eurobarometrelor din perioada 2007-2010, în anul 2007, 71% dintre românii au spus că, la modul general, calitatea de stat membru este un lucru bun, procent ce a scăzut la 64% în anii 2008 și 2009, și 55% în anul 2010. În cercetarea noastră, doar 49,4% mai susțin faptul că este un lucru bun că România face parte din Uniunea Europeană. Plecând de la aceste date, ne așteptăm ca doar o minoritate a românilor să se identifice cu Uniunea Europeană. Rezultatele cercetării noastre arată că 61,2% dintre respondenți se simt doar români, iar 33,7% în primul rând români și apoi europeni, 1,4% în primul rând european și apoi român și doar 0,4% doar europeni (Figura 10).

Figura 10. În prezent, vă simțiți:

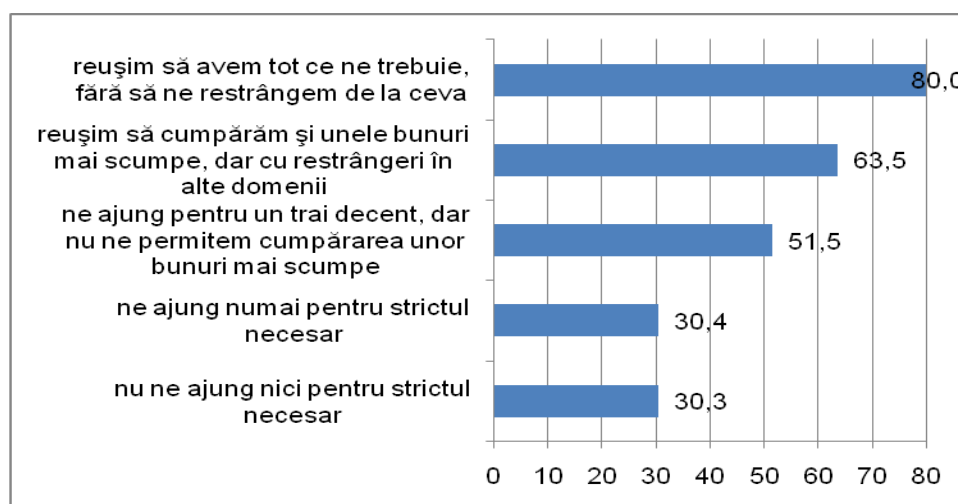


Pentru o mai ușoară exprimare, vom denumi „europeni” persoanele care s-au declarat ca fiind „români și europeni”, „europeni și români” și „doar europeni”, chiar dacă marea majoritate a „europenilor” (95%) au afirmat că sunt „români și europeni”.

Conform eurobarometrului din luna mai 2010, 50% dintre români se identificau doar cu România, mai puțini „europeni” fiind cetățenii din țări ca Marea Britanie, Lituania, Republica Cehă sau Irlanda, unde respondenții s-au declarat ca identificându-se cu statul național în proporție de 70%, 60%, 59% respectiv 58%. (Comisia Europeană, 2010:114). Din punct de vedere socio-demografic, analizele oferite de Eurostat arată că persoanele care nu se identifică cu Uniunea Europeană sunt mai în vârstă, și au un nivel de educație și venit mai scăzut.

Rezultatele cercetării noastre arată că vârstă medie a „europenilor” din România este de 41 de ani, iar a celor care se identifică doar cu statul național este de 48 de ani, diferența dintre cele două valori fiind semnificativă ($t = 6.190$, $p < .001$). De asemenea, conform așteptărilor, persoanele care au studii superioare, comparativ cu persoanele care nu au absolvit o facultate, se identifice în mai mare măsură cu Uniunea Europeană ($\chi^2 = 49,899$, $df = 1$, $p < .001$). Astfel, sunt 58% „europeni” în rândul persoanelor cu studii superioare și doar 32% „europeni” în rândul celorlalte persoane. În ceea ce privește venitul, există o relație pozitivă între aprecierea veniturilor familiei și identificarea cu Uniunea Europeană (Figura 11). Dacă 80% dintre persoanele care spun că au tot ce le trebuie fără să se restrângă de la ceva se consideră „europene”, doar puțin peste 30% dintre respoendenții care au cel mult venituri pentru strictul necesar se identifică cu Uniunea Europeană.

Figura 11. Procentul persoanelor „europene” în funcție de veniturile familiei



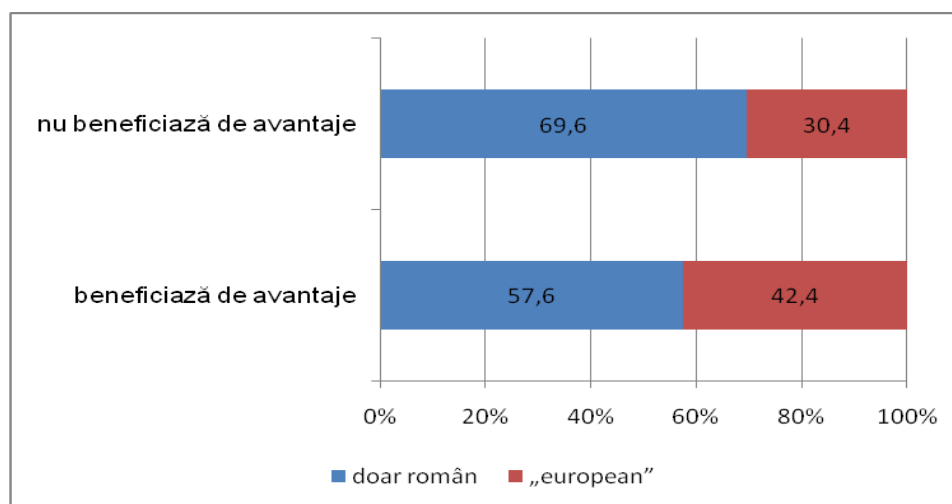
Literatura de specialitate subliniază identificarea cu Uniunea Europeană a cetățenilor care obișnuiesc să viziteze alte state membre, deci care se bucură de mobilitatea în spațiul european și de posibilitatea de a intra în contact cu ceilalți cetățeni ai Uniunii Europene. Sentimentul de NOI este mai ridicat atunci când există un contact nemijlocit între oameni care istoric au făcut parte din grupuri diferite, de multe ori aflate într-un conflict aparent ireconciliabil. Rezultatele cercetării noastre arată că există o relație semnificativă între identitatea europeană și vizitarea unui alt stat membru ($\chi^2=45,177$, $df=2$, $p<.001$). Doar 31,6% dintre respondenții care nu au vizitat o altă țară a Uniunii Europene s-au declarat „europenei”, procent ce crește la 52,2% pentru respondenții care au vizitat o dată, respectiv 58,7% pentru cei care au vizitat de mai multe ori un alt stat membru în ultimile 12 luni.

Respondenții care locuiesc în mediul rural se identifică într-un procent mai scăzut cu Uniunea Europeană decât respondenții care locuiesc în mediul urban ($\chi^2=9,874$, $df=1$, $p<.01$). O posibilă explicație pentru faptul că 40,7% dintre orășeni și doar 31,5% dintre locuitorii comunelor și satelor din România se declară „europeni” este aceea că românii din mediul rural sunt mai apropiați de identitatea culturală (prin identificarea cu comunitatea) decât de identitatea politică (prin identificarea cu sistemul politic).

Plecând de la relația dintre identitatea europeană și avantajele percepute ca rezultând din apartenența României la Uniunea Europeană, putem vorbi de o identificare pragmatică cu Uniunea Europeană. Astfel, respondenții care consideră că aderarea României aduce beneficii sunt semnificativ în mai mare măsură „europeni”

decât respondenții care consideră că aderarea României nu aduce beneficii ($\chi^2=13,687$, $df.=1$, $p<.001$) (Figura 12).

Figura 12. Identificarea cu Uniunea Europeană în funcție de avantajele ce decurg din calitatea de Stat Membru a României



Nu există o relație semnificativă între variabila dependentă „identitatea europeană” pe de o parte și variabilele independente „gen” ($\chi^2=0,005$, $df.=1$, $p<.496$) și „etnie” ($\chi^2=0,872$, $df.=1$, $p<.211$), pe de altă parte. Menționăm în cazul variabilei „etnie” am luat în considerare doar respondenții români (codificați cu „1”) și maghiari (codificați cu „0”) datorită numărului mic de persoane de altă etnie din eșantion.

Putem conchide în urma analizelor făcute că „europenii” sunt persoanele tinere, cu un nivel de educație mai ridicat, cu venituri mai mari, din mediul urban, care beneficiază de pe urma aderării României la Uniunea Europeană și care au vizitat alte State Membre. Pentru a testa relația dintre variabilele independente și variabila dependentă în cadrul unui model explicativ, am realizat o regresie logistică transformând variabilele nominale în variabile dummy. Variabila dependentă „identitate europeană” poate lua valoarea „1” pentru „europeni” și „0” pentru „români”. Variabila independentă „nivel de educație” poate lua valoarea „1” pentru „persoane cu studii superioare” și „0” pentru „persoane fără studii superioare”. Am codificat variabila „venit” cu „1” pentru persoanele care fac parte din familii ale căror venit le permite un trai decent și cu „0” pentru situația în care venitul familiei le permite să-și cumpere cel mult strictul necesar. De asemenea, am codificat cu „1” pentru fiecare din situațiile în care respondentul este din mediul urban, a vizitat un alt

Stat Membru sau consideră că România are beneficii în urma aderării la Uniunea Europeană. În consecință, am codificat cu „0” situațiile în care respondentul este din mediul rural, nu a vizitat un alt Stat Membru sau consideră că România nu are beneficii în urma aderării la Uniunea Europeană.

Regresia logistică arată că atunci când ținem constante toate celelalte variabile independente, variabilele „gen”, „rezidență” și „etnie” au un impact semnificativ asupra variabilei independente (Tabel 19). În urma analizelor anterioare ne așteptam ca variabilele „gen” și „etnie” să nu aibă un impact semnificativ în ecuația de regresie. Nu același lucru îl așteptam de la variabila independentă „rezidență”. Atunci când scoatem din ecuație variabilele „nivel de educație” și „venit”, variabila „rezidență” devine semnificativă. Prin urmare persoanele din mediul urban comparativ cu persoanele din mediul rural se identifică într-un procent mai ridicat cu Uniunea Europeană deoarece nivelul de educație și venitul sunt mai ridicate în orașe decât în comune sau sate. De exemplu, respondenții din mediul urban au afirmat în proporție de 35,4% că au venituri care le permit să se bucure de cel puțin un trai decent, pe când același nivel de trai poate fi întâlnit doar la 17,6% dintre persoanele din mediul rural. De asemenea, 27,3% dintre persoanele din mediul urban au studii superioare, pe când în mediul rural procentul scade la 7,5%.

Tabel 19. Model explicativ al identității europene

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Vârsta	-,010	,005	4,452	1	,035	,990
Nivel de educație	,690	,190	13,163	1	,000	1,994
Gen	-,009	,150	,004	1	,952	,991
Venit	,721	,170	18,078	1	,000	2,057
Rezidența	,169	,158	1,144	1	,285	1,184
Etnie	-,204	,310	,435	1	,510	,815
România a beneficiat în urma aderării la Uniunea Europeană	,405	,159	6,475	1	,011	1,500
A vizitat un alt Stat Membru	,541	,181	8,949	1	,003	1,718
Constant	-,733	,482	2,313	1	,128	,480

Nagelkerke R Square = 0,16

Putem vedea că șansa de succes de a fi „european”, adică probabilitatea de a fi „european” raportată la probabilitatea de a nu fi „european”, crește cu 99,4% pentru persoanele care au studii superioare. De asemenea, crește probabilitatea cu 105,7% de a fi „european” în rândul persoanelor cu venituri ridicate comparativ cu probabilitatea de a fi european în rândul persoanelor cu venituri scăzute. Conform modelului nostru explicativ, șansa de succes de a fi „european” scade cu 40% odată cu creșterea vârstei respondenților de la 20 de ani la 60 de ani.

Testul Wald arată că cele mai semnificative variabile în model sunt „venitul”, „nivelul de educație” și „vizita unui alt Stat Membru”. Acest lucru arată că identificarea cu Uniunea Europeană se realizează atât pragmatic, beneficiarii aderării se simt în mai mare măsură „europeni”, cât și la un nivel mai puțin pragmatic, persoanele tinere, cu studii superioare, indiferent de venit, se consideră într-un procent mai ridicat „europeni”. Aceste două categorii de persoane nu sunt exclusive, întrucât, de regulă, persoanele cu studii superioare au un venit mai ridicat ($\chi^2=70,944$, df.=1, $p<.001$) sau au vizitat un alt stat membru ($\chi^2=65,095$, df.=1, $p<.001$). Dar putem vorbi de o motivație pragmatică a identificării cu Uniunea Europeană și de o motivație pe care o putem numi simbolică a identificării.

O altă dovadă a motivației pragmatice a identificării este scăderea identificării cu Uniunea Europeană în ultimii trei ani de criză economică. Conform eurobarometrelor, dacă în anul 2007, 42% dintre respondenții europenei se identificau doar cu statul național, în anul 2010 acest procent a crescut la 46% (Comisia Europeană, 2010, vol. 2, 113).

Capitolul II. Identitatea europeană și consumul mediatic

Cât de informați sunt cetățenii români cu privire la Uniunea Europeană și care sunt sursele informării în această privință? Există diferențe semnificative între „europeni” și celelalte persoane cu privire la atenția acordată informațiilor despre Uniunea Europeană oferite de televiziunile românești, în special de către canalele televiziunii publice? Alfel spus, în ce măsură putem vorbi de o europenizare a societății românești prin intermediul televiziunii publice?

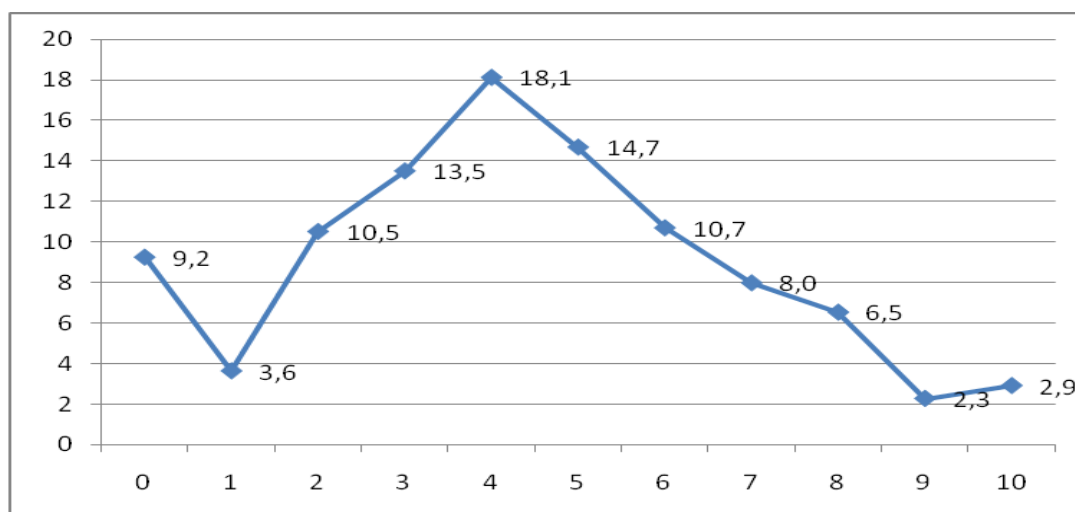
„Europenii” consideră în mai mare măsură decât ceilalți respondenți că în prezent⁵ în Uniunea Europeană lucrurile merg în direcția corectă ($\chi^2=34,225$, $df.=3$, $p<.001$). Diferența semnificativă se păstrează între cele două grupuri și cu privire la modul în care ei consideră că merg lucrurile în România ($\chi^2=6,430$, $df.=2^6$, $p<.001$). Numărul de persoane care au ales varianta de răspuns „nu știu” a fost mult mai mare la întrebarea referitoare la Uniunea Europeană (20,1%) decât la întrebarea referitoare la România (5,88%). Cu toate acestea, patru din cinci respondenți și-au exprimat o opinie cu privire la direcția corectă sau greșită în care merge Uniunea Europeană.

Dincolo de opinii exprimate, care prin definiție nu sunt corecte sau greșite, am măsurat și gradul de cunoaștere de către cetățenii români a Uniunii Europene. Distribuția nivelului de cunoaștere a Uniunii Europene pe o scală de la 0 la 10 a fost una normală, excepție făcând procentele celor care nu au dat nici un răspuns corect (9,2%) sau toate răspunsurile corecte (2,9%) (Figura 13). Cele mai multe răspunsuri corecte au fost cu privire la faptul că steagul european este albastru cu stele galbene (74,4%), membrii Parlamentului European sunt aleși direct de cetățenii Uniunii Europene (58,5%), în fiecare an se sărbătorește ziua Uniunii Europene (54,3%), iar sediul Parlamentului European nu este la Paris (54,2%). Observăm că cele mai multe cunoștințe despre Uniunea Europeană sunt obținute prin experiența directă dată de vizibilitatea steagului european, care este prezent la toate instituțiile publice, și de participarea la vot în cadrul alegerilor europarlamentare.

Figura 13. Gradul de cunoaștere a Uniunii Europene pe o scală de la 0 la 10 (total=100%)

⁵ Reamintim că ancheta sociologică a fost realizată în luna mai a anului 2011.

⁶ Sunt doar două grade de libertate pentru că am scos din calcul varianta de răspuns „nu știu/nu răspund” din cauza numărului mic de cazuri (7).



Există o corelație pozitivă semnificativă între nivelul de cunoaștere și nivelul de autoevaluare a cunoașterii Uniunii Europene ($r=0,19$, $p<.001$). Cei mai mulți respondenți au afirmat că au auzit de Parlamentul European (Tabelul 20), fapt confirmat prin rezultatele obținute în urma aplicării scalei cunoașterii Uniunii Europene. Cele mai puțin cunoscute instituții sunt organele consultative Comitetul Regiunilor și Comitetul Economic și Social, deși acestea ar trebui să creeze o legătură între cetățeni și instituțiile politice ale Uniunii Europene. Dacă există diferențe mari în ceea ce privește cunoașterea instituțiilor europene, nu același lucru îl putem spune cu privire la opinia respondenților referitoare la rolul jucat și la încrederea acordată acestor instituții. Observăm totuși că instituțiile de care respondenții spun că au auzit în mai mare măsură joacă în opinia lor un rol mai important și se bucură de un nivel de încredere mai ridicat. Prin urmare notorietatea este asociată cu importanța și încrederea acordată instituțiilor europene.

Tabel 20. Cunoașterea, importanța și încrederea acordată instituțiilor Uniunii Europene (%)

	Am auzit	Joacă un rol important	Înclin să am încredere
1. Parlamentul European	88,8	80,7	54,1
2.Comisia Europeană	80,9	79,1	51,8
3. Consiliul de miniștri al UE	54,8	78	49,1

4. Curtea de justiție a Comunităților Europene	57,9	79,9	52,9
5. Avocatul Poporului European (Ombudsman)	49,9	78,8	52,5
6. Banca Centrală Europeană	64	80,6	48,3
7. Curtea de Conturi Europeană	53,6	76,9	47,4
8. Comitetul Regiunilor (al UE)	30,6	73,6	45,2
9. Comitetul Economic și Social (al UE)	31,3	72,8	45,3

Respondenții „europeni” au un nivel de cunoaștere mai ridicat cu privire la Uniunea Europeană decât celelalte persoane ($t=4,653$, $p<.001$). Acest lucru este o consecință a faptului că nivelul de educație al „europenilor” este mai ridicat decât în cazul persoanelor care se identifică doar cu România, iar persoanele cu un nivel de educație mai ridicat au și un nivel de cunoaștere mai ridicat referitor la Uniunea Europeană (Speraman rho = 0.19, $p<.001$). Astfel media obținută la scorurile care măsoară cunoașterea Uniunii Europene de persoanele care au absolvit școala primară a fost 2,67, școala generală 3,52, școala profesională/liceul neterminat 4,39, liceul 4,62, studii postliceale 4,71 și facultatea sau studii postuniversitare 4,78.

Informațiile despre Uniunea Europeană sunt obținute de către români în primul rând de la televizor, indiferent dacă sunt „europeni” sau nu (Tabel 21). Diferențe semnificative între cele două grupuri există în ceea ce privește folosirea ca surse de informare cu privire la Uniunea Europeană a presei scrise ($\chi^2=7,986$, $df.=1$, $p<.01$), revistelor ($\chi^2=13,299$, $df.=1$, $p<.001$), internetului ($\chi^2=24,203$, $df.=1$, $p<.001$), cărților, broșurilor sau fluturașilor ($\chi^2=13,299$, $df.=1$, $p<.001$), centrelor de informare ale Uniunii Europene ($\chi^2=20,107$, $df.=1$, $p<.001$), ONG-urilor ($\chi^2=4,454$, $df.=1$, $p<.05$) sau blogurilor tematice ($\chi^2=20,606$, $df.=1$, $p<.001$). Observăm că diferențele semnificative sunt cu privire la surse de informare care presupun un acces mai limitat sau costuri mai mari, adică surse mai accesibile persoanelor cu venit și nivel de educație mai ridicat. Foarte important este faptul că există o diferență semnificativă între „europeni” și persoanele care s-au declarat ca identificându-se doar ca români în ceea ce privește dezinteresul pentru informații referitoare la Uniunea Europeană ($\chi^2=23,859$, $df.=1$, $p<.001$). Prin urmare gradul de cunoaștere mai ridicat cu privire la Uniunea Europeană se datorează și unui interes mai mare pentru a obține informații în această privință.

Tabel 21. Când căutați informații despre Uniunea Europeană, instituții, politici etc. ce surse folosiți? (răspunsuri „Da” în %)

	doar români	europeni
Discuții cu rude, prieteni, colegi	51,1	49,1
Presa scrisă (ziare în formă tipărită)	43,5	53
Reviste	25,4	36,6
Televiziune	79,8	76,7
Radio	48,1	45
Internet (inclusiv ziare online)	34,7	51,2
Cărți, broșuri, fluturași	18	28,6
Centre de informare ale Uniunii Europene	5,5	14,2
Birouri de informare guvernamentale naționale sau regionale	4,1	5,3
Sindicate sau asociații profesionale	3,2	4,5
Alte organizații (ex: ONG-uri)	5	8,6
Un membru (sau mai mulți) al Parlamentului	2,9	3,6
Alți politicieni (în mod direct)	1,4	3,9
Bloguri tematice	4,5	12,7
Nu am căutat niciodată informații, nu m-au interesat	15	8,6

Deși principala sursă de obținere a informațiilor cu privire la Uniunea Europeană sunt canalele TV, în mică măsură sunt urmărite emisiunile informative (știri, dezbateri, reportaje) care abordează un astfel de subiect. Rezultatele anchetei noastre arată că 32,3% dintre românii urmăresc în mare măsură și în foarte mare măsură emisiuni informative despre Uniunea Europeană la ProTV, 29,5% la Antena 1 și doar 19,8 la televiziunea publică TVR1. Telespecatorii arată un interes și mai mic pentru emisiunile informative referitoare la Uniunea Europeană ale celorlalte canale de televiziune publice TVR2 (12,5%), TVR3 (9,3%) și TVRinfo (8,3%). În fapt interesul pentru emisiunile informative despre Uniunea Europeană este similar cu interesul față de emisiunile informative în general ale canalelor de televiziune.

„Europenii” și ceilalți respondenți au arătat că nu acordă în mod semnificativ diferit importanță emisiunilor de știri oferite de principalele canale de televiziune din România, excepție făcând interesul pentru canalele publice de televiziune TVR2 și TVR3 (Tabel 22). Nu există diferențe semnificative între „europeni” și „doar români” nici în ceea ce privește interesul pentru emisiuni despre Uniunea Europeană ca „Europa mea” de la TVR1 ($\chi^2=6,094$, $df=4$, $p=.165$), „Împreună în Europa”

($\chi^2=6,493$, df.=4, p=0,165), „Ulița spre Europa” ($\chi^2=9,196$, df.=1, p=.056) și „Ferma” ($\chi^2=4,355$, df.=4, p=.360) de la TVR2, respectiv „Întâlniri în Europa” de la TVR Cultural ($\chi^2=1,771$, df.=4, p=.778).

Tabel 22. Diferențe între „europeni” și „doar români” în ceea ce privește consumul de informații referitoare la Uniunea Europeană (χ^2)

	În ce măsură urmăriți emisiunile informative la [...]?	În general, credeți că postul TV [...] vorbește despre Uniunea Europeană prea mult, cât trebuie sau prea puțin?	În general, credeți că postul TV [Antena1] vorbește despre Uniunea Europeană în termeni prea negativi, corecți sau prea pozitivi?
Antena 1	6,604	3,458	0,916
Antena 3	3,871	1,671	0,350
Prima TV	1,584	1,058	1,396
Pro TV	8,090	1,395	0,563
Realitatea TV	3,407	0,970	1,603
TVR Cultural	2,696	1,914	0,192
TVR1	5,809	0,478	1,614
TVR2	10,039*	1,631	0,873
TVR3	9,803*	1,898	1,167
TVRinfo	4,864	1,130	3,194

*Seminificativ pentru $p<0,05$

Persoanele care se identifică cu Uniunea Europeană comparativ cu persoanele care nu se identifică cu Uniunea Europeană au opinii similare în ceea ce privește măsura în care posturile de televiziune luate în considerare vorbesc prea mult, cât trebuie sau prea puțin despre Uniunea Europeană. Nu există diferențe semnificative între cele două grupuri nici în privința modul în care acestea apreciază că televiziunile vorbesc despre Uniunea Europeană în termeni prea negativi, corecți sau prea pozitivi.

Putem conchide că deși există diferențe semnificative în ceea ce privește gradul de cunoaștere cu privire la Uniunea Europeană între „europeni” și ceilalți

respondenți, acest lucru nu se datorează consumului în mai mare sau mai mică măsură de emisiuni informative cu privire la acest subiect oferite de televiziuni în general și de canalele publice de televiziune în particular. Mai mult, „europenii” nu își doresc mai multe informații sau știri mai critice sau mai puțin critice la adresa Uniunii Europene. Diferența semnificativă care trebuie menționată aici este aceea că persoanele care se identifică doar cu România prezintă un dezinteres mai mare pentru informații referitoare la Uniunea Europeană comparativ cu persoanele care se identifică (și) cu Uniunea Europeană.

Discuții și concluzii

Eforturile de a construi o identitate europeană sunt susținute de comunicarea și informațiile disponibile în fiecare dintre țările membre. Cu toate acestea, fluxul de informație care promovează instituțiile europene sau tematicile europene pot conduce adesea la idei confuze legate de identitatea europeană. Acesta este motivul pentru care în cadrul anchetei realizate am încercat să identificăm opinia publică legată de Europa, permițându-le respondenților să se autodefinească drept europeni, fără a limita „europenitatea” la o listă predefinită de caracteristici. Ancheta a încercat, finalmente, să măsoare „identitate europeană”, ținând cont de faptul că aceasta este încă o entitate hibridă.

Identitatea europeană a fost și este, cu atât mai mult odată cu aderarea României la Uniunea Europeană, o problemă aflată în strânsă legătură cu însăși identitatea națională. Ne-am dorit să facem parte din grupul țărilor civilizate din vestul Europei, am preluat și, eventual, adaptat norme, valori și instituții specifice acestor țări, având mereu ca punct de reper standardele lor de viață. Aderarea României la Uniunea Europeană în anul 2007 a însemnat depășirea vechii dileme: forme fără fond sau forme care să atragă ulterior fondul. Am acceptat aquis-ul comunitar, strategiile și obiectivele Uniunii Europene, dar și simbolurile sale: steagul, imnul, ziua Europei și sloganul „Unitate în diversitate”. Integrarea în Uniunea Europeană este un proces mai de durată care presupune adoptarea aquis-ul comunitar, respectiv adoptarea sau adaptarea strategiilor și obiectivelor Uniunii Europene la specificul nostru.

Decalajul dintre litera și spiritul reglementărilor europene și realitățile românești este privit de multe ori cu un spirit autocritic exagerat în condițiile în care există și la nivelul statelor membre variații cu privire la adoptarea sau adaptarea la cerințele Uniunii Europene. Din punctul de vedere al lui Gerda Falkner *et al.* (2005:321-341), pot exista trei lumi ale complianței statului național la cerințele Uniunii Europene: lumea respectării legii (*world of law observance*), lumea politicii domestice (*world of domestic politics*) și lumea neglijării (*world of neglect*). În prima situație se află Danemarca, Suedia sau Finlanda prin preocuparea ridicată pentru adoptarea rapidă a legilor Uniunii Europene. În a doua situație se află Germania (alături de Olanda și Marea Britanie) unde partidul de guvernământ, atunci când nu a fost de acord cu o directivă, a manifestat rezistență și a amânat punerea ei în practică. Țări care neglijează cerințele UE sunt Grecia și Portugalia care întârzie să adopte și să implementeze legile europene.

În cazul celor două state din sudul Uniunii Europene, logica adaptării la cerințele europene nu este a corespondenței culturale, așa cum se întâmplă în țările nordice, sau a urmăririi intereselor politice ca în Germania, ci a intereselor din interiorul administrației. În aceste țări adoptarea legislației europene este târzie și „pro forma” (Falkner *et al.*, 2005:322). Iată că ceea ce noi numim forme fără fond cu privire la punerea în practică a legislației Uniunii Europene există și în alte state membre care fac parte din ceea ce Gerda Falkner *et al.* au numit lumea neglijării. Modernizarea societății românești prin raportarea la Europa vestică a fost un proces continuu, neîncheiat, cu formele instituționale și cu fondul vechi, fapt ce l-a determinat pe Constantin Schifirneț (2011) să vorbească despre o modernitate tendențială. Acțiunile și ideile specifice nu sunt finalizate, modernitatea reprezintă mai mult o aspirație, un obiectiv care nu este atins în întregime (Schifirneț, 2011:220).

De asemenea, este comun cu alte state din Europa Estică și complexul rudei sărace care dorește să facă parte din grupul de referință al statelor occidentale. Unii autori vorbesc de identitatea Europei Vestice construită în raport cu Europa Estică, prin urmare dorința de aderare a statelor din est la Uniunea Europeană reprezintă, dincolo de interesele politice și economice, o modalitate prin care se manifestă dorința de a le fi acceptată identitatea europeană. Deși Europa nu se confundă cu Europa Vestică vorbim despre valori europene, identitate europeană, europenizare făcând o

trimitere implicită la Uniunea Europeană, adică la o construcție politică a vestului civilizat la care au aderat și state din Europa Estică.

În contextul în care unii autori neagă identitatea europeană, alți autori vorbesc despre modalități diferite de raportare a cetățenilor fiecărui Stat Membru la Uniunea Europeană, sau chiar despre un eșec al construcției identității europene stabilită ca obiectiv politic la summitul de la Copenhaga din 1973, am realizat o anchetă sociologică prin care am măsurat identitatea civică europeană. Dacă identitatea culturală se referă la identificarea cu o comunitate umană, identitatea civică presupune identificarea cu o comunitate politică.

Obiectivele cercetării noastre au fost să testăm un model ipotetic explicativ al identității europene și să răspundem la întrebarea referitoare la rolul televiziunii, în special al televiziunii publice, în europenizarea societății românești. Rezultatele cercetării au confirmat faptul că persoanele mai tinere, cu nivel de educație mai ridicat, cu venit mai ridicat, care consideră că România a beneficiat în urma aderării la Uniunea Europeană și care au vizitat un alt stat membru se identifică în mai mare măsură cu Uniunea Europeană. Nu există diferențe semnificative în această privință între persoanele care provin din medul urban și persoanele care provin din mediul rural, între bărbați și femei, români sau maghiari. Putem spune că persoanele care s-au declarat „europene” sunt și beneficiarii aderării la Uniunea Europeană, prin urmare identitatea civică este una pragmatică. Un alt argument care susține această afirmație este faptul că în ultimii trei ani de criză economică a crescut, la nivel european, numărul persoanelor care se identifică doar cu statul național.

Totuși trebuie să subliniem faptul că, în condițiile menținerii constante a variabilelor independente referitoare la venitul respondenților sau la opinia că România are beneficii în urma aderării la Uniunea Europeană, variabile ca „vârsta” și „nivelul de educației” rămân semnificative în modelul explicativ. Prin urmare, dincolo de motivația pragmatică a identității civice, putem vorbi de o motivație simbolică a identificării. Există români care se identifică atât cu România cât și cu Uniunea Europeană (11%) considerând totuși că România nu a avut beneficii în urma dobândirii calității de Stat Membru.

Consumul mediatic a fost un ax important al cercetării, dat fiind că media rămâne un agent important al europenizării. În ceea ce privește relația concretă dintre consumul de emisiuni sau știri referitoare la Uniunea Europeană și identitatea

europăeană, rezultatele cercetării au arătat că nu există diferențe între „europeni” și ceilalți respondenți. Deși „europenii” au dovedit un grad mai mare de cunoaștere a Uniunii Europene, ei nu au arătat un interes semnificativ mai mare față de știrile europene oferite de principale canale TV, publice sau private. O posibilă explicație este aceea că „europenii”, persoane cu un nivel de educație mai ridicat, obțin informații și din alte surse decât televiziunea, cum ar fi Internetul, ziarele sau revistele.

Sintetizând, putem spune că media, oricât de eficiente ar fi, nu pot totuși reuni cetățenii din Uniunea Europeană sub umbrela unei identități europene comune. Datele obținute confirmă faptul că o informare adecvată a cetățenilor în legătură cu Uniunea Europeană este o condiție necesară, însă insuficientă a procesului de creare a unei identități comune. Dorința de a aparține Vestului a fost o constantă în spațiul public românesc în ultimele două decenii, iar eurobarometrele recente indică un optimism și o deschidere spre Europa superioare în rândul românilor. Cu toate acestea, cetățenii români tind să devină tot mai pragmatici în evaluarea statului lor de cetățeni europeni.

Rezultatele anchetei întreprinse au demonstrat faptul că identificarea unei identități europene poate fi mai degrabă asociată cu anumite caracteristici demografice (vârstă, educație, venit) și cu o atitudine pragmatică față de UE. Existența unei piețe libere, încurajarea libertății de a călători și dreptul de a munci reprezintă nu doar avantaje competitive în contextual actual al globalizării, dar și – cel puțin pentru cetățenii români – o cale de a întări sentimentul unei identități și apartenențe europene.

Pe baza acestor date, putem concluziona că obiectivul Comisiei Europene de a sprijini construcția identității europene poate avea succes dacă se vor dezvolta sau încuraja în continuare, printre altele, politici și strategii orientate către tineri, cum ar fi creșterea mobilității elevilor și studenților în spațiul de învățământ european sau creșterea mobilității tinerilor prin oferirea de reduceri la mijloacele de transport (trenuri). O atenție deosebită trebuie arătată noilor resurse de comunicare pe care Internetul ni le pune la dispoziție.

Prin intermediul drepturilor specific europene și, mai ales, prin intermediul călătoriilor în țările europene, se pare că poate emerge o nouă formă de solidaritate europeană și un sentiment al unui viitor comun, toate acestea însă conștientizând atât riscurile, cât și oportunitățile statutului de țară membră. Tinerii români, care sunt mai educați, mai înstăriți și – cel mai important – mai dinamici în cadrul Uniunii se

consideră într-o mai mare măsură europeni. Ei reprezintă nucleul unei noi forme de identitate civică, singura, de altfel, capabilă să țină laolaltă, asemenea unui liant social, o structură socială atât de complexă cum este Uniunea Europeană.

CONCLUZII FINALE

Legitimarea acțiunilor Uniunii Europene presupune o conexiune ce poate fi stabilită între activitățile instituțiilor europene și așteptările cetățenilor. În cazul în care instituțiile Uniunii Europene nu se ocupă cu problemele de interes pentru cetățeni, aceștia din urmă vor fi reticenți să accepte constrângerile pe care aderarea la Uniunea

le impune lor.

Cercetarea conturează un grup de respondenți, europeni prin opiniile lor favorabile Uniunii Europene. Aceștia sunt predominant tineri, necăsătoriți, absolvenți de facultate, cu domiciliul în orașele foarte mari, de condiție materială ridicată. Nu există diferențe semnificative în această privință între persoanele care provin din mediul urban și persoanele care provin din mediul rural, între bărbați și femei, români sau maghiari. Putem spune că persoanele care s-au declarat „europene” sunt și beneficiarii aderării la Uniunea Europeană, prin urmare identitatea civică este una pragmatică.

Atitudinile cetățenilor față de Uniunea Europeană sunt favorabile doar dacă prioritățile instituțiilor europene se înscriu în agenda lor și pot fi percepute numai în măsura în care le aduc beneficii concrete în viața personală și socială. Dezideratele legate de standardul de viață al populației și starea economică a țării sunt asociate cu influențele Uniunii Europene asupra societății românești. Percepția românilor despre beneficiile aderării la Uniunea Europeană se va schimba atunci când ei vor fi convinși că integrarea în Uniunea Europeană se concretizează în condiții de viață socială și personală conforme standardelor europene în cadrul societății românești.

Consumul mediatic a fost un ax important al cercetării, dat fiind că media rămâne un agent important al europenizării. În ceea ce privește relația concretă dintre consumul de emisiuni sau știri referitoare la Uniunea Europeană și identitatea europeană, rezultatele cercetării au arătat că nu există diferențe între respondenții autodeclarați „europeni” și ceilalți respondenți. Deși „europenii” au dovedit un grad mai mare de cunoaștere a Uniunii Europene, ei nu au arătat un interes semnificativ mai mare față de știrile europene oferite de principale canale TV, publice sau private. O posibilă explicație este aceea că „europenii”, persoane cu un nivel de educație mai ridicat, obțin informații și din alte surse decât televiziunea, cum ar fi Internetul, ziarele sau revistele.

Datele obținute confirmă faptul că o informare adecvată a cetățenilor în legătură cu Uniunea Europeană este o condiție necesară, însă insuficientă a procesului de creare a unei identități comune. Dorința de a aparține Uniunii Europene a fost o constantă în spațiul public românesc în ultimele două decenii. Cu toate acestea, cetățenii români tind să devină tot mai pragmatici în evaluarea statului lor de cetățeni europeni.

Rezultatele anchetei întreprinse au demonstrat faptul că identificarea unei identități europene poate fi mai degrabă asociată cu anumite caracteristici demografice (vârstă, educație, venit) și cu o atitudine pragmatică față de UE. Existența unei piețe libere, încurajarea libertății de a călători și dreptul de a munci reprezintă nu doar avantaje competitive în contextual actual al globalizării, dar și – cel puțin pentru cetățenii români – o cale de a întări sentimentul unei identități și apartenențe europene.

Bibliografie

- Arts, Wil și Halman, Loek . (2006). Identity: The Case of the European Union. *Journal of Civil Society*, 2 (3):179–198.
- Börzel, T. (2010), The Transformative Power of Europe Reloaded. The Limits of External Europeanization, KFG Working Paper Series, No. 11, February 2010, Kolleg-Forschergruppe (KFG) „The Transformative Power of Europe“, Berlin: Freie Universität Berlin.
- Boia, L. [1997](2005), *Istorie și mit în conștiința românească*. București: Editura Humanitas.
- Bruter, M. (2009), Time Bomb? The Dynamic Effect of News and Symbols on the Political Identity of European Citizens. *Comparative Political Studies*, 42, (12):1498-1536.
- Case, H. (2009), Being European: East and west. În Checkel JT and Katzenstein PJ (eds) *European Identity*. Cambridge: Cambridge University Press:111–131.
- Cerniglia, F., Pagani, L. (2011), Does Political Knowledge Increase Support for Europe? A Cross Country Investigation of the Attitudes of European Citizens. CESifo Working Paper No. 3369.
- Checkel, J. (2005), International institutions and socialization in Europe: Introduction and framework.” *International Organization* 59, 4: 801-826.
- Comisia Europeană. (2010). *Eurobarometer 73. Public Opinion in the European Union*, vol.I și II.
- Comșa, M., Gheorghiuță A, Tufiș C. D. (coordonatori) (2010), *Alegerile pentru Parlamentul European: România 2009*, Iași:Editura Polirom.
- Cowles, M., Caporaso, J., Risse, T. (eds.) (2001), *Transforming Europe:*

Europeanization and Domestic Change, Ithaca and London: Cornell University Press.

- Eriksen, Erik Oddvar. (2007). Conceptualizing European public spheres: general, segmented and strong publics, in Fossum, John E. and Schlessinger, Philip (eds.). *The European Union and the Public Sphere*. Londra: Routledge: 31-54.
- Dehousse, R., Monceau, N. (2009), Are EU Policies Meeting Europeans' Expectations? în *What is Europe up to?* Presses de Sciences Po
<http://www.pressesdesciencespo.fr>.
- Dăianu, D. (coord.), Voinea, L., Păuna, B. Stănculescu, M., Mihăescu, F. (2001), "Câştigători si perdanţi în procesul de integrare europeană. O privire asupra României", Bucureşti: Centrul Român de Politici Economice, 27:1-53.
- Díez Medrano, J. (2008), *Europeanization and the emergence of a European Society*. Barcelona: IBEI. IBEI Working Papers,
http://www.recercat.net/bitstream/2072/4914/1/WP_IBEI_12.pdf accesat la 1 octombrie 2011.
- Díez Medrano, J. (2010), *A New Society in the Making: European Integration and European Social Groups*, KFG Working Paper Series, No. 12, April, Kolleg-Forschergruppe (KFG) „The Transformative Power of Europe“, Freie Universität Berlin.
- Ekiert, G. (2008), Dilemmas Europeanization: Eastern and Central Europe after the Enlargement. *Acta Slavica Iaponica* 25: 1–28.
- Eurobarometer 66. (2006), *Public Opinion in European Union*. Autumn 2006.
- Eurobarometer 71. (2009), *Public Opinion in European Union*. Spring 2009.
- Eurobarometer 73.3 (2010), *New Europeans*. Report. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities.
- Eurobarometer 74. (2010), *Economic governance in the European Union*.
- Eurobarometer 75. (2011), *Public Opinion in the European Union*. Spring.
- Eurobarometru 72. *Opinia publică în Uniunea Europeană*. Toamnă 2009. Raport național România.
- Eurobarometru 74. *Opinia publică în Uniunea Europeană*. Toamnă 2010. Raport național România.

- Falkner, G., Treib, O., Hartlapp, M. și Leiber, S. (2005). *Complying with Europe. EU Harmonisation and Soft Law in the Member States*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Favel, Adrian. 2009. Immigration, Migration, and Free Movement in the Making of Europe. În Checkel, Jeffrey T., Katzenstein, Peter J. (eds.). *European Identity*. Cambridge: Cambridge University Press: 167-189.
- Favell A., Recchi, E., Kuhn, T., Jensen J. S., Klein, J. (2011) The Europeanisation of Everyday Life: Cross-Border Practices and Transnational Identifications Among EU and Third-Country Citizens EUCROSS Working Paper # 1 october 2011
<http://spire.sciencespo.fr/hdl:/2441/eu4vqp9ompqllr09hiosp15a7/resources/eucross-d2.11.pdf>, accesat la 1 noiembrie 2011.
- Fligstein, Neil. (2009). *Euroclash: the EU, European identity, and the future of Europe*. Oxford: Oxford University Press.
- Flockhart, T. (2010), "Europeanization or EU-ization? The Transfer of European Norms across Time and Space." *Journal of Common Market Studies* 48 (4): 787-810.
- Fossum, Erick John și Schlessinger, Philip (Eds.). (2007). *The European Union and the Public Sphere*. Londra: Routledge.
- Frunzaru, Valeriu. (2010). *Întărirea capacității de organizare și funcționare a comitetelor de securitate și sănătate în muncă din România* (raport de cercetare în cadrul proiectului cu același nume finanțat de Guvernul Norvegiei prin intermediul Agenției Norvegiene de Cooperare pentru Creștere Economică și Dezvoltare Sustenabilă).
- Giddens, Anthony. (2002). *Runaway World. How Globalisation is Reshaping our Lives*. Londra: Profile Books Ltd.
- Glencorse B., Lockhart, C. (2011), EU accession: norms and incentives. World development report 2011 Background case note
http://wdr2011.worldbank.org/sites/default/files/pdfs/WDR_2011_Case_Note_EU_Accession.pdf? Accesat în 2 noiembrie 2011.
- Grabbe, H. (2006), *The EU's Transformative Power: Europeanization through Conditionality in Central and Eastern Europe*. Basingstoke and New York:

Palgrave MacMillan.

- Gripsrud, J. (2007), Television and the European Public Sphere. *European Journal of Communication*, 22(4):479–492.
- Gusti, D. [1930](2003), Problema Federației Statelor Europene. *Sociologie Românească*, vol. I, 4:108-126.
- Haas, Erns B. (1961). International Integration: The European and the Universal Process. *International Organization*. 15:366-392.
- Haughton T. (2007), What does the case of Slovakia tell us about the EU's Active Leverage? Paper produced for the EUSA Tenth Biennial International Conference Montreal, Canada, 17-19 May 2007 (<http://aei.pitt.edu/7898/1/haughton-t-10c.pdf> accesat 2 noiembrie 2011).
- Heller, M. și Renyi, A. (2007), EU Enlargement, identity and the public sphere, in Fossum, Erick J. and Schlesinger, Philip (eds.), *The European Union and the Public Sphere*. London: Routledge:124-167.
- Inthorn, Sanna. (2006). What does it Mean to be an EU Citizen? How new Media Construct Civic and Cultural Concepts of Europe. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 3(3):71-90.
- Institutul „Ovidiu Șincai”. (2009), Raport de analiză: Influența României în Uniunea Europeană: rezultate și perspective, București. www.fisd.ro.
- Jacobs, Dirk și Maier, Robert. (1998). European Identity: construct, fact and fiction, in M. Gastelaars și A. Ruijter (eds.) (1998). *A United Europe. The Quest for a Multifaceted Identity*. Maastricht: Schaker:13-34.
- Jones, S. și Subotic, J. (2011), Fantasies of power: Performing Europeanization on the European periphery. *European Journal of Cultural Studies*, 14(5):542–557.
- Kalniņš V. (2004), The Impact of Partial Interests on Policy Making in Latvia: Challenges for a New Democracy and a Policy Proposal, în “Negotiating Futures States, Societies and the World”. Proceedings of the International Conference. Riga, November 11–14, 2004. Rīga, Latvijas Universitāte:157–160.
- Knill, C., Lehmkuhl D. (2002), The National Impact of EU Regulatory Policy: Three Europeanization Mechanisms, *European Journal of Political Research* 41 (2):

255-280.

Koopmans, R., Statham, P. (2010). *The Making of a European Public Sphere*.

Cambridge: Cambridge University Press.

Lovinescu, E. [1924](1997), *Istoria civilizației române moderne*. București: Editura Minerva.

Maiorescu, T. [1868](1971), În contra direcției de azi în cultura română. În E. Simion (ed.). *De la T. Maiorescu la G. Călinescu. Antologia criticilor români* (vol. I). București: Editura Eminescu:5-13.

Mau, S., Mewes, J., Zimmermann A. (2008), "Cosmopolitan Attitudes Through Transnational Social Practices?" *Global Networks* 8:1–24.

Olsen, J. (2002), "Many Facets of Europeanization", *Journal of Common Market Studies*, 40 (5): 921–952.

Pollack, M. A. (2005), "Theorizing the European Union: International Organization, Domestic Polity, or Experiment in New Governance?" *Annual Review of Political Science* 8: 357-398.

Pridham, G. (2007), "The Scope and Limitations of Political Conditionality: Romania's Accession to the European Union", *Comparative European Politics* 5:347-376.

Pridham, G. (2008), "The EU's Political Conditionality and Post-Accession Tendencies: Comparisons from Slovakia and Latvia", *Journal of Common Market Studies* 46(2):365–387.

Prodi, R.[1999] (2001), *O viziune asupra Europei*, Iași: Polirom.

Pușcaș, V. (2007), *România spre Uniunea Europeană. Negocierile de aderare (2000-2004)*, Iași: Institutul European.

Radaelli, C. M. (2003), The Europeanization of Public Policy. În K. Featherstone și C.M. Radaelli (eds.), *The Politics of Europeanization*. Oxford: Oxford University Press.

Radaelli, C. (2004), 'Europeanization: Solution or Problem?'. *European Integration Online Papers*, Vol. 8.

Risse, T., Caporaso, J., Cowles Green, M. (2001), Europeanization and Domestic Change. Introduction, în *Transforming Europe: Europeanization and*

- Domestic Change*, edited by Maria Green Cowles, James Caporaso and Thomas Risse. Ithaca NY: Cornell University Press.
- Risse, T. (2004), "Social Constructivism and European Integration." In *European Integration Theory*, edited by Antje Wiener and Thomas Diez. Oxford: Oxford University Press.
- Radaelli, C. M. și Pasquier, R. (2008). Conceptual Issues. În P. Graziano și M. P. Vink (eds.), *Europeanization. New Research Agendas*. New York: Palgrave Macmillan, 35-45.
- Sassatelli, M. (2009). *Becoming European. Cultural Identity and Cultural Policies*, New York, Palgrave Macmillan.
- Schifirneț, C. (2011), The Europeanization of the Romanian Society and the Tendentia Modernity. *Journal of Comparative Research in Anthropology and Sociology*, 2(1):211-227.
- Smith, A. D. [1998](2002), *Naționalism și modernism*. Chișinău: Editura Epigraf.
- Steunenberg, B. (2010), "Is big brother watching? Commission oversight of the national implementation of EU directives, *European Union Politics* 11(3): 359-380.
- Todd, E. [1995](2002). *Inventarea Europei*. Timișoara: Editura Amarcord.
- Trandafoiu, R. (2006), The Hole Grater than the Sum of Its Parts. An investigation into of the Existence of the European Identity, Its Unity and Its Divisions. *Westminster Papers in Communication and Culture*, 3(3), 91-108.
- Wallace, H., Pollack, M.A., Young, A.R. (Eds.) (2010), *Policy-Making in the European Union*. Sixth Edition. Oxford: Oxford University Press.

Surse Web

http://europa.eu/press_room/pdf/complet_en_barroso_007_-_europe_2020_-_en_version.pdf

http://www.ires.com.ro/uploads/articole/ires_România-marilor-neliniști_2011.pdf.