



UNIVERSITATEA BABEȘ-BOLYAI
TRADIȚIE ȘI EXCELENȚĂ



Facultatea de Știința și
Ingineria Mediului

PLAN DE COMUNICARE A RISCULUI

Proiect de cercetare

ERMINA

Riscurile de mediu din zone miniere: corelarea
evaluărilor de specialitate cu reprezentările
sociale pentru o comunicare mai
eficientă a riscului

1. Introducere

Problemele legate de exploatarea miniere implică din punct de vedere tehnic riscuri majore de mediu, care sunt completate de grave implicații sociale. Locuitorii sunt preocupați de activitățile miniere localizate în cadrul comunității, activități care pot afecta siguranța mediului și sănătatea lor. Acești locuitori au dreptul la un mediu curat și la cunoașterea situației reale la care sunt expuși în comunitatea în care trăiesc.

Impactul exploatarea miniere este unul vizibil negativ din punct de vedere ecologic, reflectând-se pe termen lung în epuizarea resurselor neregenerabile, iar pe termen scurt și mediu în daunele aduse mediului înconjurător (*poluarea principalelor componente ale mediului, dezechilibre ale habitatelor naturale și transformările negative ale peisajului*). Nu este de neglijat faptul că unul dintre cele mai mari fluxuri de deșeuri din Uniunea Europeană provine din minerit, iar o parte din aceste deșeuri miniere sunt periculoase.

Dreptul la un mediu curat și importanța dezvoltării unei conștiințe de mediu

Dreptul popoarelor la o viață sănătoasă, în armonie cu natura a fost unul dintre principiile de mediu cuprinse în Declarația de la Stockholm adoptată în cadrul Conferinței privind mediul, din anul 1972. După această Declarație, toate constituțiile naționale adoptate sau modificate ulterior conțin dispoziții privitoare la un mediu sănătos și protejat.

Constituția României recunoaște dreptul oricărei persoane la un mediu înconjurător sănătos și echilibrat ecologic (*Constituția României, art. 35*).

Necesitatea unui mediu curat și sănătos este stipulată și în Declarația de la Rio privind Mediul și Dezvoltarea, adoptată în 1992, în cadrul Conferinței Națiunilor Unite pentru Mediu și Dezvoltare.

Cei expuși la riscuri de mediu trebuie să conștientizeze prezența acestor riscuri, să știe cum să se protejeze cel mai bine în caz de accident sau poluare. În același timp, aceștia trebuie să conștientizeze că reprezintă o voce puternică într-o societate conștientă tot mai mult de existența riscului și de distribuția sa spațială și socială. Implicarea comunității în deciziile legate de riscurile existente contribuie la modificarea percepției acestora, micșorând eventualele îngrijorări.

O comunitate conștientă de riscurile de mediu existente va ajuta la creșterea siguranței și a sănătății populației și a mediului înconjurător.

Conștientizarea riscurilor în cadrul comunităților situate în apropierea activităților miniere favorizează reducerea și diminuarea riscurilor și dezvoltă pregătirea pentru răspunsul la o posibilă situație de urgență. Un public conștient de riscurile de mediu

reprezintă o parte esențială a procesului de acceptare a strategiilor de management în orice industrie, iar această conștientizare este rezultatul unei comunicări eficiente a riscului.

Prin comunicarea riscului se mărește gradul de înțelegere al populației legat de risc și se crește gradul de acceptare a comunității legate de managementul riscurilor.

Îmbunătățirea guvernanței la nivel local și participarea actorilor implicați

Guvernanța (*conducere, administrație, cărmuire, stăpânire, guvernare*) este o noțiune care depășește limitele autorității publice, presupunând interacțiunea acesteia cu societatea civilă. Ea creează cadrul necesar unui management teritorial eficient și echitabil al unui areal geografic (*Mureșan-luga, 2015*).

Guvernanța locală implică trei dimensiuni (*Herbel, 2012; John, 2001*):

1. Existența unor modele flexibile de luare a deciziilor în cadrul politicilor publice. Deși nu este caracteristică autorităților locale, flexibilitatea modelelor de luare a deciziei la nivel local reprezintă o problemă importantă, deoarece au capacitatea de a include noi actori în cadrul procesului decizional, ca de exemplu comunitatea locală.
2. Creșterea transparenței și a gradului de incluziune a factorilor de la toate nivelele de elaborare și implementare a politicilor publice; Alternativ: creșterea transparenței și a acceptării diversilor actori la toate nivelele de elaborare și implementare a politicilor publice.
3. Deschiderea proceselor decizionale către actorii non-statali, mai ales față de societatea civilă și comunitate.

Cartea albă a Comitetului Regiunilor privind guvernanța pe mai multe niveluri a Uniunii Europene concepe această guvernanță multi-stratificată ca pe o responsabilitate comună a autorităților de la diferite niveluri de putere și se bazează pe toate sursele de legitimitate democratică și pe reprezentativitatea diferiților actori implicați.

Proximitatea față de cetățeni, cât și diversitatea modurilor de guvernanță sunt printre recomandările Comitetului Regiunilor.

Comunicarea constantă cu toți actorii implicați și consultarea susținută a acestora cu privire la problemele ce țin de dezvoltarea comunităților, inclusiv riscuri de mediu, conduce la o mai bună guvernanță la nivel local.

Zona de studiu a proiectului ERMINA include 3 areale miniere din Munții Apuseni:

1. Arealul minier Baia de Arieș,
2. Arealul minier Abrud - Roșia Montană - Roșia Poieni și
3. Arealul minier Zlatna - Almașu Mare.



Din punct de vedere administrativ zona de studiu include

3 orașe:

Baia de Arieș
Zlatna
Abrud

5 comune

Roșia Montană
Bucium
Lupșa
Bistra și
Almașu Mare

Toate sunt situate în județul Alba.

Figura 1. Harta zonei de studiu

La 1 iulie 2019 populația după domiciliu la nivelul zonei de studiu număra 30148 persoane dintre care 56,4% în mediul urban (17006 persoane) și 43,6% în mediul rural (13142 persoane), distribuită astfel:

Unități administrativ-teritoriale	Număr locuitori
Orașul Abrud	5289
Orașul Baia de Arieș	3836
Orașul Zlatna	7881
Comuna Almașu Mare	1224
Comuna Bistra	4674
Comuna Bucium	1440
Comuna Lupșa	3046
Comuna Roșia Montană	2758

2. Actorii implicați

La un prim nivel de analiză, în zonele miniere din județul Alba, au fost identificate patru mari categorii de actori:

- autorități centrale,
- autorități locale,
- întreprinderi miniere,
- populația locală.

La un al doilea nivel de analiză, se pot distinge în cadrul fiecărei categorii, grupuri mai precise de actori care au un rol în formarea percepțiilor asupra riscurilor din zonele miniere (Figura 2).

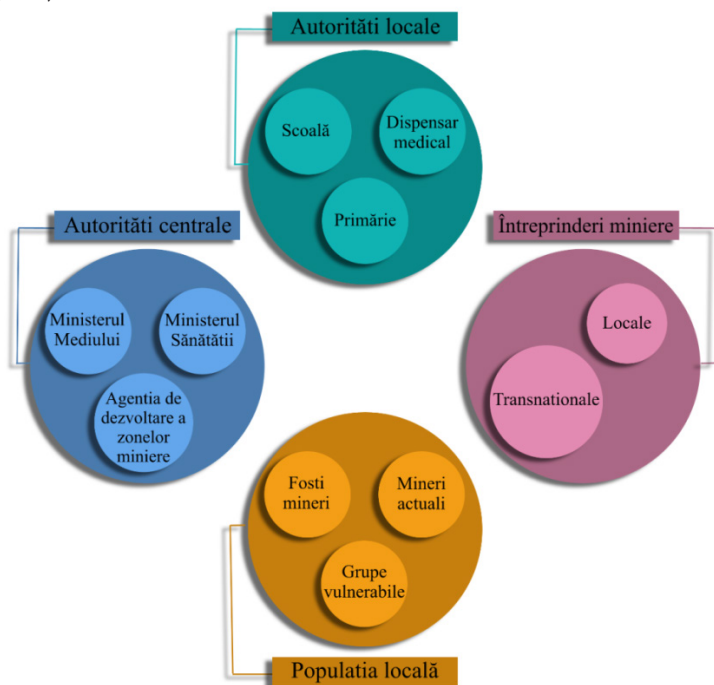


Figura 2. Categoriile de actori: patru categorii generale (cercurile mari) și 11 categorii specifice (cercurile mici) Sursa: interpretarea autorilor.

Astfel, în cazul autorităților locale, se identifică **Primăria** cu serviciile ei asociate, **dispensarele medicale** și **unitățile de învățământ**.

Pentru autoritățile centrale, un rol important îl joacă **Ministerul Sănătății, Ministerul Mediului și Agenția de Dezvoltare a Zonelor Miniere**.

Categoria întreprinderilor miniere include companii **naționale** (ex. *Cuprumin*) sau **transnaționale** (*Roșia Montană Gold Corporation*). Acestea din urmă pot fi diferențiate și în

funcție de stadiul activității lor: active, în conservare sau închise și reabilitate.

Populația locală cuprinde mai multe categorii, cum sunt de exemplu foști sau actuali mineri și diferite grupuri vulnerabile de populație. Aceste grupuri nu sunt pre-stabilite ci sunt prezente în configurații variabile în cele trei areale miniere.

La un nivel și mai specific de analiză (*nereprezentat în Fig. 2*), actorii relevanți pot fi identificați în lungul lanțului causal: sursă – cale – receptor. Ținând seama că „receptorii” sunt oamenii, putem menționa următoarele categorii de indivizi care și-au format reprezentări sociale asupra riscurilor de mediu:

- Indivizi locuind în proximitatea fizică a surselor de poluare: halde de steril, râuri poluate, cariere deschise, iazuri de decantare;
- Indivizi cu istorii de muncă în zonele miniere (*mineri în subteran, mineri la suprafață*) sau muncitori implicați în ecologizarea/ managementul deșeurilor din zonelor miniere;
- Medici sau asistente medicale confrunțați cu boli profesionale legate de minerit;
- Femei cu copii minori în întreținere;
- ONG-uri pentru protecția mediului, active în Munții Apuseni;
- Reprezentanți ai Parcului Natural Apuseni;
- Reprezentanți ai unor laboratoare de mediu din Cluj Napoca/Alba/Sibiu/București, care au realizat analize de mediu în cele 3 areale miniere (AM) de interes.

3. Reprezentările sociale ale riscurilor de mediu în cele trei areale miniere studiate

Un obiectiv important al cercetării desfășurate în cadrul proiectului ERMINA a fost identificarea reprezentărilor sociale ale riscurilor de mediu legate de activitatea de minerit din trecut sau din prezent, la populația care locuiește în zonele miniere ale județului Alba. Concret, echipa de cercetare a urmărit să descopere ce cunosc și cum se raportează membrii comunităților din zonele miniere la pericolele poluării rezultate în urma exploatărilor miniere din trecut sau prezent. Acest lucru a fost realizat prin 39 de interviuri cu membri ai comunităților și prin 292 de chestionare cu populația din cele 3 zone de studiu.

Principalele concluzii ale analizei:

Problema riscurilor de mediu legate de minerit nu este o temă pregnantă pentru membrii comunităților miniere din județul Alba.

Riscurile de mediu legate de minerit nu reprezintă un subiect de interes pentru locuitorii zonelor miniere studiate. Problema riscurilor de mediu și a poluării este minimizată mai ales în raport cu alte probleme ale zonei, percepute ca fiind mult mai grave (*depopularea, sărăcia, șomajul*).

Faptul că la nivelul comunităților nu se vorbește în mod curent despre aceste riscuri ne arată că nu există o reprezentare socială clar conturată despre ele. Populația nu este în general conștientă de consecințele activității miniere intense din trecut asupra mediului înconjurător și de riscurile asupra sănătății.

Cunoașterea despre riscurile de mediu legate de minerit este fie inexistentă, fie foarte redusă sau chiar eronată.

Oamenii nu vorbesc despre acest subiect în mod normal, iar când sunt întrebați despre riscuri sau despre poluarea rezultată din cauza mineritului prima tendință este aceea de negare.

Ceea ce nu se vede cu ochiul liber, nu există

Activitățile miniere (*exploatare și prelucrare*) sunt percepute de către participanții la studiu ca aparținând trecutului și, în consecință, riscurile rezultate în urma lor nu sunt considerate a mai fi actuale. „*Nu mai este minerit, nu mai există poluare*” a fost o afirmație frecvent întâlnită pe parcursul interviurilor realizate de membrii echipei de cercetare. Transformările suferite de peisaj și natura revigorată (*mai ales în zona Zlatna*) lasă loc comparațiilor trecut-prezent care întăresc convingerile că poluarea nu mai există.

Obişnuința poluării

În zonele în care activitățile legate de minerit au fost oprite complet (*Zlatna, Baia de Arieș*), absența semnelor vizibile ale poluării îi face pe localnici să considere că poluarea legată de minerit a încetat.

Atunci când semnele poluării sunt încă vizibile (*de exemplu în apele curgătoare*), poluarea continuă este percepută ca fiind nepericuloasă. Aceasta se întâmplă fie din cauza obişnuinței (*„Pârâul a fost întotdeauna așa”*), fie din cauza sentimentului de neputință privind controlul asupra sursei poluării (*„Ce putem face? Galeriile s-au inundat”*). Măsurile de protecție față de apele poluate sunt individuale și considerate în general eficiente (*„Nu te pune nimeni să bei apa asta”*). Mai mult, apele poluate cu oxizi de fier sunt acceptate ca marcă a identității locale (*mai ales în zona Roșia Montană*).

Cunoaștere insuficientă, opinii divergente

În zona în care mineritul încă mai este practicat (*cariera Roșia Poieni*), ideea de risc este mai prezentă, dar persoanele intervievate reclamă lipsa unor informații precise cu privire la amploarea riscurilor la care sunt expuse comunitățile din care fac parte. Siguranța iazului de decantare de la Geamăna (*considerat principala sursă de risc*) este un subiect asupra căruia opiniile sunt divizate. Tendința reprezentanților autorităților este să considere barajul drept sigur, iar operatorul minier de încredere, în timp ce unii membri ai comunității au tendința să creadă că de acolo se produc poluări frecvente, despre care nu se comunică în mod transparent și că surparea barajului reprezintă un risc major. Se resimte însă nevoia, de ambele părți, pentru o mai bună informare în privința stării

barajului și a riscurilor la care locuitorii din aval sunt expuși.

Calitatea lucrărilor de ecologizare făcute asupra haldelor de steril este de asemenea un subiect asupra cărora părerile sunt împărțite. În vreme ce unii intervievați consideră că lucrările au fost executate corect și au rezolvat definitiv problema poluării cauzate de halde, există persoane care nu au încredere în calitatea lucrărilor executate și percep haldele de steril ca fiind surse de poluare.

Riscurile cauzate de minerit, considerate grave abia în conjuncție cu riscurile naturale

Riscurile de mediu legate de minerit sunt percepute ca fiind grave mai ales dacă sunt asociate cu riscurile naturale (*în special viituri, inundații*). În zona minei Haneș de la Almașu Mare, în aval de barajul Geamăna sau în Baia de Arieș, ploile intense și viiturile care antrenează ape de mină contaminate sunt considerate periculoase.

Reprezentări eronate: riscul de radiații

În interviurile cu persoane din toate cele 3 zone studiate a apărut și tema prezenței radiațiilor cauzate de posibile zăcămintele de uraniu, deși cercetările științifice indică un nivel redus de radioactivitate în zonă, sub nivelurile internaționale admise (*Cozma et al., 2016*).

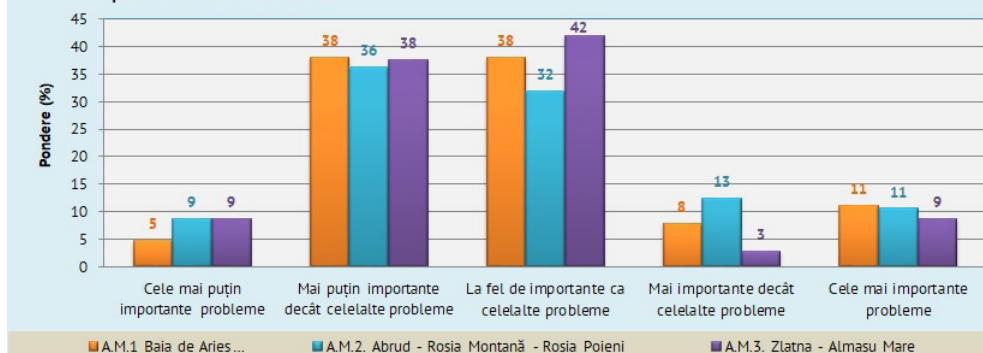
Activitatea umană – principala sursă de poluare

Sursa incontestabilă de poluare în zonele studiate este considerată invariabil a fi activitatea umană, mai precis gunoaiele aruncate pe câmp sau în ape și dejecțiile deversate direct în apele curgătoare (*în special în Arieș*). Poluarea cauzată de activitatea domestică umană este de departe considerată mai gravă decât cea rezultată în urma activităților miniere din trecut sau prezent, ceea ce confirmă faptul că dacă poluarea (*industrială*) nu lasă urme vizibile ea nu este luată în considerare, iar riscurile rămân reduse.

Percepția populației referitoare la importanța problemelor de mediu comparativ cu problemele socio-economice actuale

Aproape jumătate dintre respondenți, peste 40% din fiecare areal minier de studiu, consideră că dintre toate problemele cu care se confruntă zona, mai ales cele legate de sărăcie, șomaj, declin demografic, problemele de mediu sunt mai puțin importante sau chiar cele mai puțin importante probleme. O pondere semnificativă, peste 30% din două zone de studiu (*Arealul Minier Baia de Arieș și Arealul Minier Abrud – Roșia Montană – Roșia Poieni*) și peste 40% din Arealul Minier Zlatna – Almașu Mare consideră că problemele existente în zonă sunt similare ca importanță/ impact cu problemele de mediu. Aproximativ o zecime dintre respondenții din fiecare areal minier de studiu consideră că problemele de mediu sunt cele mai importante comparativ cu restul problemelor din zonă. În concluzie, în urma aplicării chestionarelor reiese faptul că populația din zonă acordă o importanță mai mare problemelor socio-economice actuale decât riscurilor miniere din zonă (*Figura 3*).

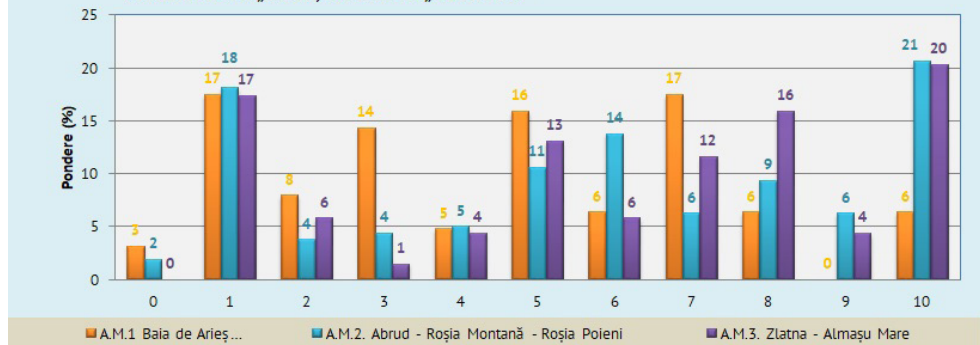
Figura 3. Dintre toate problemele cu care se confruntă zona (sărăcie, șomaj, depopulare) problemele de mediu sunt:



Percepția populației referitoare la impactul mineritului din punct de vedere ecologic

Aproape jumătate dintre respondenții din Arealul Minier Baia de Arieș și aproximativ un sfert dintre respondenții din celelalte două areale miniere consideră că mineritul a afectat nesemnificativ mediul înconjurător. Aproape jumătate dintre respondenții din Arealul Minier Baia de Arieș și peste o treime din celelalte două areale miniere consideră că mineritul a avut un impact mediu asupra mediului înconjurător. Peste o zecime dintre respondenții din Arealul Minier Baia de Arieș, peste o treime dintre cei din Arealul Minier Abrud – Roșia Montană –Roșia Poieni și aproximativ jumătate dintre cei din Arealul Minier Zlatna – Almașu Mare consideră că mineritul a afectat vizibil mediul înconjurător din zona lor.

Figura 4. Cât de mult a stricat mineritul mediul înconjurător din zona dvs? Dați o notă de la 1 la 10, unde 1 înseamnă „Deloc”, 10 înseamnă „Foarte mult”



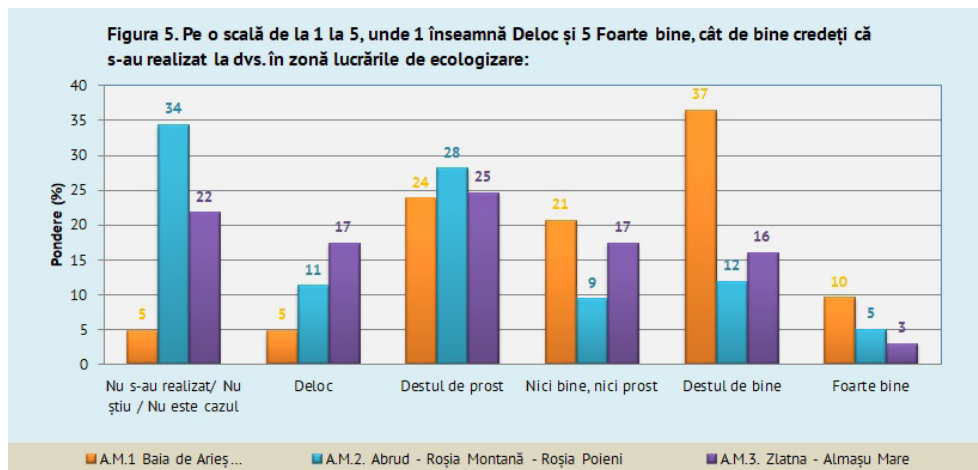
Din Figura 4. se observă și divergențe de opinie, evidențiate, de exemplu, și printr-o polaritate, unde aproximativ câte o cincime dintre respondenții din Arealul Minier Abrud – Roșia Montană –Roșia Poieni respectiv Arealul Minier Zlatna – Almașu Mare consideră că mineritul nu a afectat deloc mediul înconjurător din zona lor, iar alții, tot o cincime, consideră că mineritul a afectat foarte mult mediul înconjurător din zonă, acordând punctajul maxim. Per ansamblu, există disparități între cele 3 areale miniere de studiu

privind percepția respondenților în a aprecia cât de mult a afectat mineritul mediul înconjurător din zonă, acordând un punctaj de la 1 (*înseamnă "Deloc"*) la 10 (*înseamnă "Foarte mult"*).

Percepția populației privind evaluarea calitativă a lucrărilor de ecologizare în zonă

Peste un sfert dintre respondenții din Arealul Minier Baia de Arieș, peste o treime dintre cei din Arealul Minier Abrud – Roșia Montană – Roșia Poieni și peste 40% dintre cei din Arealul Minier Zlatna – Almașu Mare consideră că lucrările de ecologizare ca urmare a procesului de restructurare/închidere a exploatării miniere în zonă s-au realizat necorespunzător, neadecvat sau chiar deloc. Există și diferențe vizibile de opinie la nivel de zone de studiu, de exemplu, în Arealul Minier Baia de Arieș aproape 40% dintre respondenți consideră ca lucrările de ecologizare în zonă s-au realizat destul de bine comparativ cu celelalte două areale miniere unde puțin peste o zecime dintre respondenți au aceeași opinie. Mai mult, o zecime dintre respondenții din Arealul Minier Baia de Arieș consideră că lucrările de ecologizare s-au realizat foarte bine, comparativ cu 5% respectiv 3% din următoarele două areale miniere. La polul opus, peste o treime dintre respondenții din Arealul Minier Abrud – Roșia Montană – Roșia Poieni consideră că nu s-au realizat astfel de lucrări sau nu știu de existența lor, urmat de Arealul Minier Zlatna – Almașu Mare cu puțin peste o cincime și apoi de Arealul Minier Baia de Arieș cu 5% dintre respondenți.

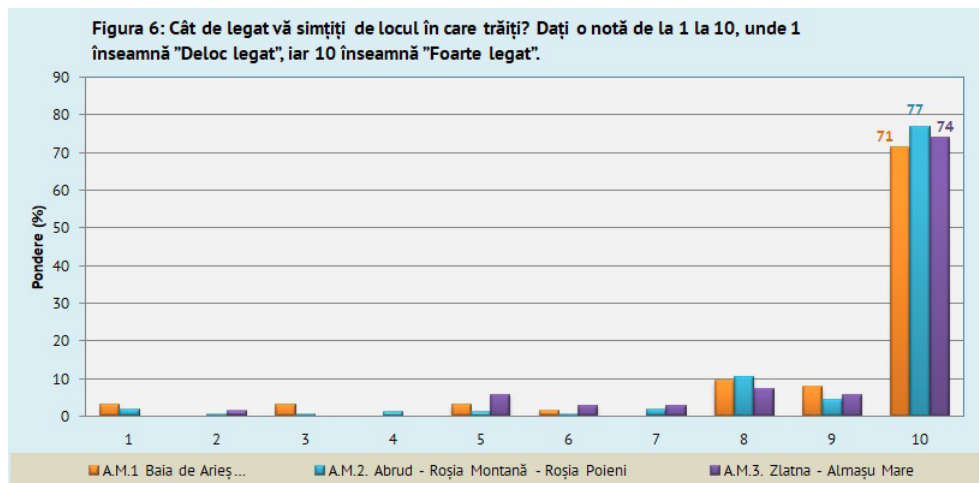
Din graficul de mai jos se poate observa că există un anumit grad de neîncredere în rândul respondenților privind calitatea lucrărilor de ecologizare care, la rândul său, se poate reflecta într-o neîncredere în factorii de decizie la nivel local sau operatorii economici responsabili de astfel de lucrări.



Exprimarea atașamentului de loc

La nivelul zonei de studiu, majoritatea populației intervievate (75%) a afirmat că are un sentiment puternic de atașament față de locul în care trăiește, acordând punctajul

maxim (10, pe o scală de la 1 ("Deloc legat") la 10 ("Foarte legat")), observându-se mici diferențe la nivel de areal minier: 71% în A.M.1 Baia de Arieș, 77% în A.M.2 Abrud – Roșia Montană – Roșia Poieni și 74% în A.M.3 Zlatna – Almașu Mare.



4. Teme de interes pentru comunitate și nevoia de cunoaștere a populației

Deși oamenii au manifestat, în general, un interes redus față de tema riscurilor de mediu, în timpul interviurilor și al anchetei sociologice **ei și-au exprimat unele preocupări față de anumite aspecte legate de riscurile de mediu**. Principalele două motive din spatele acestor preocupări sunt:

1. Lipsa de date despre calitatea mediului;
2. Propagarea zvonurilor.

De asemenea, a mai fost observată o preocupare accentuată în legătură cu **gestionarea deșeurilor menajere**. Deși acest tip de poluare nu are legătură cu mineritul, tema este una de interes pentru comunitate fiindcă afectează în mod direct calitatea mediului înconjurător.

4.1. Lipsa de date despre calitatea mediului

În lipsa unei reprezentări sociale a riscurilor bine conturată, unii membri ai comunității au exprimat mai multe întrebări despre aceste riscuri, mai ales despre efectele acestora asupra sănătății.

Este important ca autoritățile să ia în considerare aceste preocupări și să inițieze un dialog pe aceste teme. În caz contrar, oamenii ajung la un sentiment de neputință și, în

lipsa datelor empirice despre poluare, populația locală nu are de unde să știe care sunt măsurile potrivite pentru a-și proteja sănătatea. De asemenea, investiția în efectuarea analizelor și diseminarea lor în comunități poate ajuta la crearea relației de încredere între autoritățile locale și populație.

CALITATEA COMPONENTELOR DE MEDIU



Care sunt sursele de apă potabilă sigure în zonă?

Cum se poate reduce praful care rezultă din activitățile miniere încă active?

Figura 7. Întrebări frecvente despre calitatea mediului

Întrebările despre **calitatea componentelor de mediu** vizează mai ales îmbunătățirea condițiilor locale de trai, prin asigurarea **accesului la apă și la aer curat** (Figura 7). Poluarea aerului și a apei este printre primele preocupări ale persoanelor pe plan european când vine vorba de atitudinea cetățenilor față de mediu (Comisia Europeană, 2017). Tot la nivel european a fost observat și un contrast între măsurătorile efectuate pentru a monitoriza poluarea acestor componente și cunoștințele cetățenilor despre aceste rezultate (Comisia Europeană, 2012; 2013). **Astfel, a fost identificată o nevoie de a disemina datele despre mediu într-o manieră mai eficientă.**

Calitatea apei, mai ales a apei potabile, este un subiect de interes pentru comunitate. Comunitățile dispun de mai multe surse de apă potabilă, iar rezultatele analizelor privind calitatea apei influențează decizia multora în ceea ce privește alimentarea gospodăriei cu apă potabilă. Însă astfel de analize nu sunt disponibile pentru fiecare sursă de apă și, în unele cazuri, ele sunt efectuate de membrii comunității care se preocupă mai intens de această temă. **În aceste condiții, informațiile disponibile despre calitatea apei din diferite surse circulă adesea în comunitate prin viu grai, limitând accesul întregii comunități la aceste date.**

Astfel, în viitor, ar fi importantă extinderea analizelor pe toate sursele de apă, într-un mod centralizat. De asemenea, este importantă și diseminarea mai eficientă și mai transparentă a informațiilor, **astfel încât toată comunitatea să aibă acces la o informare adecvată despre calitatea apei din zonă.**

Calitatea aerului, mai exact poluarea acestuia cu particule fine rezultate din activitățile miniere, preocupă mai ales persoanele care stau în apropierea carierei CupruMin sau a carierelor de piatră care sunt active în zonă. Transportul materiilor prime din carieră este principalul motiv de nemulțumire: **mai mulți membri ai comunității sunt de părere că agenții economici nu iau măsurile necesare pentru a reduce poluarea cu particule fine în timpul tranzitului.**

Pentru a aborda aceste preocupări în viitor este importantă cooperarea între autoritățile locale, agenți economici și comunitatea expusă, în scopul **rezolvării conflictelor între agenții economici și comunitățile locale și al găsirii de soluții pentru reducerea poluării aerului în aceste zone.**

CONSUMUL PRODUSELOR LOCALE



Există urme de metale grele în culturile de legume și fructe crescute în proximitatea perimetrelor miniere?

2



Este sigur consumul de pește din apele adiacente fostelor perimetre miniere?



Este sigur consumul de lactate și de carne de la animale care pasc pe terenuri miniere ecologizate?

Figura 8. Întrebări frecvente despre siguranța alimentară

O altă temă de interes pentru unii membri ai comunității este **siguranța alimentară în ceea ce privește consumul produselor locale** cultivate în apropierea perimetrelor miniere (Figura 8).

În prezent, **nu există date recente despre poluarea solului cu metale grele**, mai ales în afara perimetrelor miniere, astfel că nu este cunoscut nici impactul acestei forme de poluare asupra culturilor de legume și fructe din zonă. Unele persoane s-au arătat îngrijorate de **posibilitatea acumulării metalelor grele din sol în plante și de transmiterea acestora de-a lungul lanțului trofic**. Tema este de interes fiindcă multe persoane din comunitate, mai ales din mediul rural, își asigură necesarul de produse agricole din propriile grădini.

În viitor, aceste preocupări pot fi adresate în cadrul unor studii în care să fie **implicate comunitățile**, astfel încât acestea să participe activ la colectarea probelor de sol și de legume/fructe. Astfel de acțiuni științifice sunt încurajate, fiindcă implicarea comunităților în procesul cercetării crește gradul lor de interes față de temele studiate. Pe baza rezultatelor, se pot impune metode de reducere a absorbției de metale grele de plantele cultivate, dacă situația impune astfel de măsuri.

Fostele perimetre miniere oferă **opțiuni reduse pentru utilizarea terenurilor în viitor**. În urma activităților de ecologizare, haldele de steril recapătă un aspect vizual plăcut, iar în decantoare se diversifică viața acvatică. Această revigorare a naturii întărește convingerea comunităților că poluarea în aceste locuri nu mai există. Drept urmare, folosesc aceste locuri pentru activități cum ar fi pășunatul sau pescuitul, fără să existe studii despre siguranța utilizării acestor terenuri în scopurile menționate.

Astfel, este importantă stabilirea scopurilor în care pot fi folosite suprafețele ecologizate

și restricționarea activităților care ar putea pune în pericol sănătatea persoanelor. Aceste informații trebuie diseminate către comunitate, mai ales celor din imediata apropiere a acestor zone.

4.2. Propagarea zvonurilor

În spatele propagării zvonurilor și al dezinformării stă adesea **neîncrederea între actorii comunității**.

Autoritățile locale **trebuie să creeze o relație de încredere cu ceilalți actori implicați**, mai ales cu populația locală. Această încredere este importantă pentru comunicarea riscului în viitor, fiindcă, fără aceasta, orice efort de comunicare va fi inefficient. În acest sens, este importantă și abordarea zvonurilor care circulă în comunitate.

De asemenea, în multe cazuri, temele în jurul cărora se formează divergențele de opinie, cum ar fi procesul de ecologizare, **implică un grad ridicat de cunoaștere a unor procese tehnologice**. Astfel confuziile cu privire la aceste teme pot indica și o deficiență în explicarea acestor procese pe înțelesul oamenilor care nu sunt familiarizați cu aceste domenii.

LUCRĂRI DE ECOLOGIZARE



Lucrările de ecologizare a haldelor și a iazurilor de decantare nu au fost executate bine.

Figura 9. Zvonuri despre lucrările de ecologizare

Divergența de opinii legate de **calitatea lucrărilor de ecologizare** nu a fost singura tendință observată în contextul ecologizării obiectivelor miniere din zonă. Multe persoane din comunitate nu sunt familiarizate cu aceste lucrări de ecologizare și cu implicațiile acestora asupra riscurilor de mediu din zonă. Astfel, nu sunt în măsură nici să aprecieze impactul acestora asupra propriei sănătăți și bunăstări. Această necunoaștere a conceptelor de bază referitoare la ecologizare, împreună cu divergența opiniilor despre calitatea lucrărilor, explică și de ce unii se folosesc de resursele care se regăsesc în incinta sau imediata apropiere a zonelor ecologizate, fără a-și pune problema consecințelor care pot urma.

Pe viitor, este nevoie de o mai bună informare legată de lucrările de ecologizare. Autoritățile ar putea **iniția un dialog între comunitățile din apropierea zonelor ecologizate și firmele care execută aceste lucrări, pentru a preveni din timp răspândirea zvonurilor**. De asemenea, ar fi indicată dezvoltarea unor **materiale informative prin care să fie explicat modul în care aceste lucrări reduc riscurile de mediu și efectul acestora asupra bunăstării comunităților, abordând, de asemenea, posibile limitări sau riscuri care mai persistă**.

POLUARE „SECRETĂ”

4



Deversările accidentale ale sterilului din iazul de decantare de la Geamăna sunt mai periculoase decât zic operatorii iazului.



Există un laborator în zonă care emite poluanți chimici noaptea.

Figura 10. Zvonuri despre activitățile miniere

Poluările accidentale asociate mineritului îngrijorează o parte a populației din zonă. Unii cred că întreprinderile miniere minimizează atât riscurile la care comunitățile sunt expuse în cazul poluărilor accidentale, cât și frecvența acestor accidente. Aceste persoane simt, de asemenea, o presiune în cadrul comunității de a nu vorbi despre problemele legate de mediu și minerit. Presiunea vine mai ales din partea oamenilor a căror subzistență depinde de minerit și divizează comunitatea locală.

Cei care au rolul de a informa publicul despre riscurile asociate poluărilor accidentale trebuie să țină cont de reprezentările sociale legate de aceste riscuri. Astfel, este important să fie luate în considerare și zvonurile care circulă în comunitate, iar informațiile diseminate în urma unor astfel de accidente nu trebuie să se limiteze doar la rezultatul măsurărilor efectuate pentru evaluarea situației, **ci trebuie să abordeze și incertitudinile comunităților din zonă într-o manieră transparentă.**

4.3. Gestionarea deșeurilor menajere

Gunoaiele aruncate pe câmp sau în râuri sunt principala sursă de frustrare a membrilor comunității când vorbesc despre calitatea mediului din zonă. Cei mai mulți consideră că în spatele acestui comportament stă lipsa de educație și nepăsarea unora pentru natură (Figura 11).

AMPRENTA ACTIVITĂȚILOR DOMESTICE ASUPRA MEDIULUI

5



Lipsa de educație este principalul motiv pentru care oamenii din zonă nu respectă colectarea corectă a deșeurilor menajere.



Sanționarea dură a persoanelor care nu respectă colectarea corectă a deșeurilor menajere este singura soluție pentru a păstra mediul curat.

Figura 11. Problema deșeurilor menajere

Atât autoritățile locale, cât și școlile și ONG-urile au abordat această problemă adesea

prin campanii de informare (*afișe, broșuri*), programe educaționale (*program dedicat reciclării în școli*) și acțiuni de igienizare a malurilor râurilor și a pădurilor. Din păcate, aceste soluții nu par viabile pe termen lung.

În acest sens comunicarea riscurilor trebuie să vizeze **schimbarea de comportament** a persoanelor din comunitate. Astfel, mesajele diseminate în cadrul unei campanii de conștientizare trebuie **să justifice importanța măsurilor promovate și să fie explicite cu privire la modul în care sunt gestionate deșeurile menajere**. Autoritățile publice și alte instituții care se implică în aceste campanii trebuie să ofere un exemplu bun de urmat.

Temele enumerate acoperă nu numai nevoia de cunoaștere a comunităților locale, ci și modul în care persoanele din comunitate se raportează la subiectul mediu și minerit. Înțelegerea acestora este importantă din perspectiva comunicării riscului, nu numai prin faptul că indică puncte de plecare în dezvoltarea obiectivelor de comunicare a riscului în viitor, dar sugerează și anumite probleme (*ex.: neîncredere, divizarea comunității etc.*) care trebuie soluționate dacă se dorește **o guvernanta eficientă a riscurilor de mediu**.

4. Comunicarea riscurilor de mediu către comunitate

O comunicare eficientă a riscului trebuie să-i împuternicească pe actorii din comunitate să ia decizii informate, bazate pe judecăți echilibrate, care reflectă atât analizele empirice ale riscurilor de mediu, cât și valorile și interesele comunităților expuse la aceste riscuri (*OECD, 2002*).

Astfel, comunicarea riscului în zonele miniere **nu trebuie să se oprească la informarea comunității despre riscurile existente. Este importantă și conștientizarea și responsabilizarea comunităților cu privire la problemele de mediu și riscurile aferente acestor probleme**, fiindcă în prezent preocupările comunității din zona de studiu față de calitatea mediului și riscurile de mediu sunt reduse.

5.1. Diseminarea eficientă a datelor despre riscurile de mediu prin urmărirea pașilor importanți în elaborarea unei strategii de comunicare a riscului

Nu există o „rețetă perfectă” pentru a dezvolta o strategie de comunicare a riscului. Totuși, există mai multe aspecte și pași de luat în considerare pentru a asigura eficiența oricărei activități de comunicare a riscurilor de mediu:

Definirea scopului și a obiectivelor specifice de comunicare a riscului:

Primul pas în dezvoltarea oricărei strategii de comunicare a riscului este stabilirea scopului și a obiectivelor de comunicare.

Scopul este definirea generală a strategiei de comunicare, care de regulă este răspunsul la întrebarea „**De ce este necesară comunicarea riscului?**”. Răspunsul la această întrebare poate fi inspirat din nevoia de informare a populației din zonă și poate varia de la

identificarea nevoilor de comunicare (ex.: *consultarea publicului despre principalele lor preocupări*) până la implicarea comunității în soluționarea problemelor identificate. **Astfel, este important să fie luate în considerare nevoile de informare și interesele comunităților locale în privința riscurilor de mediu.**

Obiectivele comunicării riscului reflectă modul în care activitățile de comunicare urmează să fie implementate și impactul preconizat al acestora. Întrebările pentru a identifica obiectivele specifice pot cuprinde, dar nu se rezumă la: „**Sub ce formă va avea loc comunicarea riscului? Câte mesaje se vor folosi? Cum vor fi diseminate aceste mesaje către publicul țintă? Ce se urmărește prin implementarea strategiei de comunicare?**”. De exemplu, un obiectiv de comunicare poate prevedea un număr de persoane/gospodării care să beneficieze direct de produsele informative dezvoltate prin strategia de comunicare (ex.: *Diseminarea pliantelor de informare la 75% dintre gospodăriile dintr-o localitate*). De asemenea, obiectivele specifice pot viza așteptări concrete de la campania de informare (ex.: *25% din populație să participe la următoarea activitate de igienizare a mediului organizată în comunitate*).

Stabilirea clară a scopului și obiectivelor de comunicare de la bun început este importantă, nu numai fiindcă aceștia vor îndruma dezvoltarea strategiei de comunicare, ci și fiindcă ei sunt **indicatori de realizare importanți pentru monitorizarea efortului de comunicare.**

Identificarea și înțelegerea publicului țintă:

În cadrul studiului ERMINA a fost observat faptul că în comunitățile studiate nu există o reprezentare comună a riscurilor de mediu, iar multe păreri sunt concurente atunci când vine vorba de calitatea mediului înconjurător. **Astfel, pentru a dezvolta o campanie de comunicare a riscurilor, trebuie cunoscut publicul căruia i se adresează respectiva campanie și modul în care acest public sau segment din public se raportează la riscurile de mediu. Pentru aceasta este nevoie de analiza publicului.**

Amplasarea analizei publicului depinde, de multe ori, de resursele disponibile pentru efectuarea analizei. Astfel, se pot distinge trei niveluri de analiză, **fiecare nivel deservind scopuri specifice ale comunicării riscului** (Lundgren & McMakin, 2013):

- 1. Analiza caracteristicilor de referință ale publicului:** această abordare implică un nivel scăzut de resurse și se rezumă în primul rând la înțelegerea modului în care publicul poate asimila informațiile despre riscuri. În primul rând, prin această analiză se urmărește obținerea următoarelor informații: **familiaritatea și experiența publicului cu riscul** care face subiectul efortului de comunicare; **gradul de încredere** între public și organizația/persoana care inițiază efortul de comunicare; nivelul de educație și de alfabetizare a publicului și preferințele publicului de accesare a informațiilor în viața de zi cu zi. **Informațiile care rezultă din analiza caracteristicilor de referință ale publicului deservesc mai ales comunicarea în timpul unei situații de urgență. De exemplu, în cazul unei poluări accidentale**

rezultate din activitățile miniere încă active, este importantă diseminarea rapidă a informațiilor despre situație și despre modul în care persoanele direct afectate pot adopta măsuri pentru reducerea riscului.

2. Analiza detaliată a publicului: pe lângă caracteristicile de referință ale publicului, această analiză se extinde și la indicatori precum: **caracteristici demografice** (vârstă, sex); **caracteristici economice** (venituri, ocupație), **caracteristici geografice** (proximitatea față de sursele de risc), **aspecte care țin de cultura și identitatea locală** (mod de a petrece timpul liber, apartenență religioasă) și **istoria și relația persoanelor cu riscul de mediu** (se implică activ sau nu în activități pentru reducerea riscului, sunt interesate de tematici prin care sunt abordate problemele de mediu). Aceste date sunt utile mai ales când scopul unei strategii de comunicare vizează **creșterea gradului de conștientizare a riscului de mediu**. **În lipsa unei reprezentări sociale a riscurilor bine conturate în comunitățile incluse în studiul proiectului ERMINA, este important ca în viitor persoanele din zonă să fie mai conștiente de riscurile de mediu din imediata lor apropiere. În acest sens, pentru a dezvolta o campanie eficientă de conștientizare a riscurilor de mediu, este important să fie înțeles modul în care publicul se raportează în prezent la mediul înconjurător.**

3. Analiza comprehensivă a publicului: analiza consideră și **factori psihologici** care contribuie la modul în care persoanele din comunitate își formează reprezentările despre riscurile de mediu. De asemenea, sunt urmărite prin analiza detaliată și **motivațiile persoanelor de a adopta sau de a nu adopta un comportament pro-mediu**. Aceste informații detaliate sunt de folos mai ales atunci când scopul unei strategii de comunicare este încurajarea **schimbării de comportament în rândul publicului**. **O problemă recurentă în comunitățile studiate era gestionarea deșeurilor menajere, majoritatea respondenților fiind nesatisfăcuți de calitatea mediului mai ales din cauza prezenței gunoiului menajer în spații verzi. Mulți respondenți au indicat lipsa de educație și interes ca fiind principalele cauze ale acestei forme de poluare. Totuși, puține persoane par să se implice activ în soluționarea acestei probleme. Mai mult, unii au oferit arderea deșeurilor menajere, adoptată la nivel de gospodărie, drept soluție optimă pentru această problemă, neglijând poluarea aerului. Astfel, pe viitor este importantă înțelegerea motivelor pentru care problema nu pare să fie rezolvată, deși în prezent există campanii de informare la nivel local pe această temă.**

Aceste analize ajută la înțelegerea publicului țintă și, prin urmare, la dezvoltarea mesajelor și la alegerea celor mai eficiente canale de comunicare.

Dezvoltarea mesajelor cheie:

Unul dintre punctele critice este dezvoltarea și prezentarea mesajelor despre riscurile de mediu. **Informația diseminată trebuie să fie clară, concisă, corectă, ușor de înțeles și relevantă pentru preocupările principale ale publicului.**

Mesajele cheie trebuie să rezoneze cu publicul țintă. Una dintre cele mai cunoscute imagini folosite la nivel global pentru creșterea gradului de conștientizare

a riscurilor asociate cu schimbările climatice sunt pozele cu urși polari slăbiți, care își pierd habitatul natural din cauza încălzirii globale. Dar, în timp ce aceste imagini pot provoca un răspuns emoțional din partea publicului, ele generează de regulă doar un nivel scăzut de conștientizare a riscurilor aferente schimbărilor climatice în rândul persoanelor care nu trăiesc în apropierea habitatelor urșilor polari. În acest sens, mesajele care abordează problemele din perspectiva locală au mai mari șanse să promoveze comportamente pro-mediu decât mesajele care folosesc imagini și referințe mai abstracte sau nespecifice spațiului geografic vizat de actul de comunicare a acestor probleme (Jarreau et al., 2015). **Astfel, mesajele cheie trebuie să reflecte problemele locale pentru a fi eficiente.**

Modul în care mesajele sunt dezvoltate depinde mult de **scopul strategiilor de comunicare**. De exemplu, dacă prin strategia de comunicare este prevăzută informarea publicului țintă despre anumite riscuri de mediu, atunci este recomandată dezvoltarea unor mesaje cheie, care să fie susținute de 1-3 informații factuale. **Aceste tipuri de mesaje contribuie în primul rând la înțelegerea riscurilor de mediu.**

Atunci când prin strategia de comunicare a riscului se urmărește **încurajarea publicului țintă să adopte măsuri pentru reducerea riscurilor**, mesajele trebuie să conțină informații prin care să fie propuse măsuri concrete pentru reducerea riscului. Aceste tipuri de mesaje sunt cunoscute drept mesaje de acțiune, iar **pentru a fi eficiente trebuie să existe deja la nivelul comunităților un consens în privința riscurilor de mediu.**

Un alt aspect care trebuie considerat în procesul de dezvoltare a mesajelor cheie este tonul lor. Mesajele cu un ton preponderent negativ pot induce o stare de neputință în rândul publicului. Acest **sentiment de neputință privind controlul asupra sursei poluării** a fost observat în urma anchetei sociologice. **Astfel, este important ca prin mesaje persoanele să fie încurajate să se implice în soluționarea problemelor.**

Alegerea canalelor de comunicare:

Diseminarea mesajelor **nu trebuie limitată la un singur canal de comunicare, ci trebuie adoptată o strategie multi-canal**. Oricare ar fi canalele de comunicare alese prin strategia de comunicare a riscului, **mesajele transmise trebuie să fie consistente.**

La alegerea canalelor de comunicare care urmează să fie folosite în strategia de comunicare, este importantă **considerarea resurselor care stau la dispoziție** pentru a le folosi eficient, fără să fie neglijată atingerea scopului și a obiectivelor de comunicare prevăzute. De asemenea, trebuie luat în considerare faptul că **diferitele tipuri de canale de comunicare au propriile avantaje și dezavantaje.**

De exemplu, **materialele tipărite** (ex.: broșuri, afișe, buletine informative) pot include multe informații și diverse elemente de conținut vizual (ex.: imagini, grafice) și pot fi diseminate unui public numeros. Dar tipărirea și diseminarea acestor materiale este costisitoare. Un alt dezavantaj al materialelor informative sub formă tipărită este că

nu generează posibilitatea unui dialog între actorii implicați în comunicarea riscurilor de mediu.

Informațiile pot fi diseminate și **electronic** (ex.: pe pagina web sau pe platformele de comunicare sociale, cum ar fi Facebook, Instagram etc.). Această abordare permite diseminarea unor conținuturi multimedia (ex.: texte completate de materiale audiovizuale), deși dezvoltarea acestor materiale implică costuri suplimentare. Informațiile diseminate online stau la dispoziția unui public larg. Dar nu toți au acces la tehnologie pentru a accesa aceste informații. În ceea ce privește dialogul, platformele de comunicare sociale permit primirea unei reacții din partea publicului. Însă este necesară alocarea resurselor umane necesare pentru gestionarea conținuturilor venite din partea publicului.

Comunicarea verbală (ex.: întâlniri publice, informare din ușă în ușă, sesiuni de formare) este optimă pentru a iniția un dialog cu publicul. Această metodă, însă, necesită organizare și multe resurse din partea inițiatorilor.

Canalul de comunicare ales pentru diferite activități de comunicare depinde mult atât de **modul în care publicul țintă se informează în viața de zi cu zi**, cât și de **nivelul de implicare a persoanelor** (mai multe informații despre nivelul de implicare în capitolul următor).

Monitorizarea efortului de comunicare a riscului de mediu:

Comunicarea riscului nu este o simplă activitate, ci un proces îndelungat, prin care se vizează crearea unor reprezentări comune ale riscurilor și, pe termen lung, crearea unei culturi de siguranță (Höppner et al., 2012). Astfel, monitorizarea fiecărei activități de comunicare este importantă pentru a îmbunătăți strategiile de comunicare a riscurilor pe viitor.

De asemenea, comunicarea eficientă nu constă în repetarea acelorași mesaje. Trebuie înțeles impactul unei activități de comunicare, ca pe viitor strategiile de comunicare să se construiască bazându-se pe cunoștințele dobândite în cele anterioare.

5.2. Participarea publicului în discursul și deciziile despre riscurile de mediu

Comunicarea riscului în cadrul comunităților miniere sau foste miniere este esențială pentru creșterea gradului de conștientizare și cunoaștere a riscurilor de mediu (Renn, 2008). În acest sens, comunicarea riscului trebuie să faciliteze schimbul de informații între actori despre problemele de mediu, soluționarea divergențelor de opinii între actori și dezvoltarea unei culturi de siguranță.

În centrul acestor activități de comunicare strategică stă cooperarea între actorii implicați, participarea publicului în procesul decizional privind gestionarea riscurilor de mediu fiind un aspect important.

Participarea publicului prevede implicarea în procesul de decizie a persoanelor potențial afectate de acea decizie. Mai multe studii au ajuns la concluzia că, deși problemele de mediu în cadrul unei comunități sunt cunoscute, lipsește implicarea acestor comunități în soluționarea acestor probleme (Kamaruddin et al., 2016). Astfel, participarea publicului în discursul și deciziile despre mediu este încurajată de comunitatea internațională, fiindcă șansele ca comunitatea să se conformeze cu decizii luate de către autorități crește direct proporțional cu măsura în care aceasta face parte din procesul de luare a deciziilor (EEA, 2016).

Participarea publicului nu este o simplă activitate, ci un proces îndelungat, prin care se dorește **dezvoltarea unei relații de încredere și colaborare între actorii implicați**. La baza acestui proces stă **comunicarea strategică**, care nu se rezumă doar la o bună abilitate de a traduce mesaje complexe pentru publicul larg, ci include și **ascultarea activă** a actorilor din cadrul comunității care doresc să se implice (EPA, 2020).

Participarea publicului se poate realiza într-un spectru larg, începând cu simpla informare a publicului până la încredințarea deciziei finale publicului (Tabel 2). Alegerea modului în care publicul participă la luarea deciziilor legate de calitatea mediului sau de dezvoltarea proiectelor de mediu diferă în funcție de obiectivele propuse de autoritățile publice, de resursele disponibile, timpul disponibil și nivelul de interes al comunității față de subiectul propus (IAP2, 2018)

Tabel 2: Spectrul participării publicului				
Informare	Consultare	Implicare	Colaborare	Împuternicire
				
Nivel scăzut de participare		Nivel mediu de participare		Nivel ridicat de participare
Informare A oferi publicului informații obiective despre problemele de mediu, pentru a ajuta înțelegerea acestora și promovarea unor soluții/alternative	Consultare A obține și a lua în considerare opinia publicului despre problemele de mediu și soluțiile propuse pentru îmbunătățirea calității mediului.	Implicare A lucra împreună cu publicul pentru a asigura că îngrijorările și dorințele acestora sunt înțelese și luate în considerare în luarea deciziilor despre mediu.	Colaborare A implica membrii comunității ca parteneri în fiecare aspect al deciziilor, inclusiv în dezvoltarea alternativelor și în identificarea soluțiilor la problemele de mediu	Împuternicire A implementa deciziile luate de public.

Rolul publicului				
Învățare	Contribuire	Participare	Parteneriat	Decidere
Exemple de instrumente de comunicare				
• Broșuri • Pagină Web • Comunicat de presă • Articole de presă • Panou de informare • Informare din ușă în ușă • Mass-media	• Focus grupuri • Sondaj de opinie publică • Întâlniri publice • Audiere publică	• Grupuri de lucru • Sondaj deliberativ	• Comitet Consultativ Cetățenesc	• Jurii cetățenești • Ateliere de lucru pentru a ajunge la consens

Tradus și adaptat după „Public participation toolkit” disponibil pe: tompkinscountynyny.gov/tccp/publicparticipation

Nu toți membrii unei comunități vor să participe în luarea deciziilor despre mediu și nu toți vor să respecte acțiunile impuse prin asemenea decizii. Modul în care membrii comunității sunt dispuși să participe la discuțiile despre mediu și riscurile de mediu este reflectat în **nivelul de implicare a fiecăruia**, care poate varia de la implicare ridicată până la rezistență puternică.

În funcție de nivelul de implicare, obiectivele specifice de comunicare a riscului variază. De asemenea, variază și instrumentele de comunicare care pot fi folosite (O'Neill, 2004).

O'Neill (2004) face diferența între **5 niveluri de implicare** și recomandă **obiective specifice de comunicare pentru fiecare grup**:

Implicare ridicată:

De regulă, într-o comunitate sunt puține persoane cu grad de implicare ridicată. Aceste persoane își alocă timp pentru înțelegerea aprofundată a problemelor de mediu și se implică activ în soluționarea acestor probleme (ex.: *inițiatorii campaniilor de igienizare*). Aceste persoane sunt cele mai deschise pentru **a-și asuma un rol de partener/decizie** în cadrul participării publice.

Aceste persoane pot aduce o valoare adăugată activităților de comunicare a riscurilor. Cunoștințele lor despre comunitatea din care fac parte și problemele de mediu cu care se confruntă aceste comunități pot fi benefice pentru autoritățile locale și pot ajuta la **dezvoltarea de campanii de comunicare a riscului** axate pe nevoile specifice ale comunității. De asemenea, aceste persoane pot ajuta și la **diseminarea mesajelor** despre riscurile de mediu, fiindcă adesea aceste persoane au un rol de educator informat în cadrul comunității.

Câteodată, persoanele care au un grad ridicat de implicare nu au aceeași percepție

asupra riscurilor de mediu pe care o au autoritățile locale. În acest caz, colaborarea între autorități și aceste persoane este dificilă și urmărește în prima etapă **crearea unui consens despre riscurile de mediu**.

Implicare medie:

În general, aceste persoane se preocupă și sunt conștiente de problemele de mediu și adesea ele iau măsuri individuale de siguranță (ex.: *fac analize de apă*). Aceste persoane sunt deschise pentru a fi **consultate** despre problemele de mediu.

Datorită disponibilității acestor persoane de a adopta măsurile de siguranță propuse de autoritățile locale pentru a crește siguranța individuală, ele pot fi implicate în activitățile de comunicare a riscului de la început. Reacția lor la acțiunile derulate/mesajele transmise poate informa modul în care aceste activități de comunicare pot fi îmbunătățite pe viitor, ca să rezoneze cu publicul larg.

Implicare scăzută:

Sunt persoane care nu sunt preocupate de problemele de mediu, dar sunt dispuse să se conformeze cu acțiunile de reducere a riscului propuse de autorități, în măsura în care aceste recomandări li se par rezonabile și nu implică multe resurse financiare și/sau materiale.

Acest grup este deschis pentru a adopta măsuri de siguranță. Astfel, comunicarea riscului trebuie să prevadă tehnici de convingere prin care măsurile de siguranță propuse devin atrăgătoare. **În acest sens, aceste persoane trebuie să fie convinse de utilitatea soluțiilor propuse pentru siguranța și sănătatea personală.**

Rezistență:

Aceste persoane de regulă nu văd necesitatea adoptării măsurilor de siguranță promovate sau a activităților țintite de a reduce riscurile de mediu. Principalul motiv pentru care ei nu adoptă măsurile de siguranță constă în negarea riscurilor de mediu. Decizia lor de a adopta totuși măsurile propuse depinde mult atât de modul în care alți membri ai comunității și le însușesc, cât și de iminența unei pericol care să afecteze direct bunăstarea lor.

Prin **consultarea** acestor persoane se pot descoperi motivele pentru care măsurile de reducere a riscurilor promovate nu se adoptă. Odată ce aceste motive sunt cunoscute, comunicarea către acest grup se poate îmbunătăți.

Rezistență puternică:

Aceste persoane nu neagă doar existența unor riscuri de mediu, ci și orice beneficiu pe care l-ar putea aduce măsurile de siguranță promovate de către autorități. Acestea sunt persoanele care nu văd niciun avantaj în adoptarea măsurilor de siguranță.

Pentru acest grup de persoane, comunicarea riscului trebuie să vizeze în primul rând comunicarea în situație de criză. În momentul în care comunitatea este expusă la o situație de urgență iminentă, este importantă transmiterea mesajelor de autoprotecție. De asemenea, soluțiile pentru motivarea acestor persoane să se conformeze cu măsurile de siguranță propuse pot să prevadă și soluții legale.

Odată ce autoritățile cunosc gradul de implicare a persoanelor din comunitate, **pot dezvolta strategii de comunicare concepute pe mai multe niveluri, asigurând implementarea mai multor activități de comunicare diferite, în funcție de nevoile specifice ale fiecărui grup țintă.**

Nivelul de implicare este un aspect important pentru a înțelege modul în care membrii unei comunități pot fi incluși în activitățile de comunicare a riscului și pentru a anticipa reacția lor la astfel de inițiative. Dar acesta nu este singurul aspect care ține de nevoile specifice ale publicului țintă. Este foarte importantă **identificarea și includerea în dialogul despre riscurile de mediu și a persoanelor și/sau comunităților cele mai vulnerabile.**

De regulă, persoanele cele mai vulnerabile sunt cele marginalizate (*ex.: comunitatea de romi din Dăroaia*). Adesea, membrii acestor grupe vulnerabile au un grad de implicare redus. Astfel, pentru o guvernare eficientă a riscurilor de mediu, comunicarea riscului trebuie să vizeze și includerea acestor grupe vulnerabile în dialogul despre riscurile de mediu. Într-o primă etapă, ele pot fi consultate pentru a înțelege mai bine preocupările specifice cu care se confruntă în viața de zi cu zi și pentru a identifica cele mai bune practici pentru includerea lor în discursul despre mediu.

5.3. Strategii de comunicare după conținut

Temele de interes identificate prin prezentul studiu pot fi abordate prin diferite strategii de comunicare. În ceea ce urmează vor fi prezentate posibile abordări ale temelor de interes, exemplificând cu campanii de informare și acțiuni de conștientizare derulate pe plan internațional. De asemenea, sunt prezentate aspecte care pot influența modul în care oamenii din zonă se raportează la mediu, exemplificând posibile metode de folosire a acestor aspecte pentru promovarea unui comportament pro-mediu.

A. CREȘTEREA GRADULUI DE CONȘTIENTIZARE A RISCURILOR DE MEDIU

A.1. Colectarea de date despre mediu prin implicarea comunităților locale în activități de monitorizare

În lipsa datelor despre calitatea mediului și despre riscurile de mediu, este greu de menținut un dialog despre aceste teme. La nivel european, există un efort pentru eficientizarea elaborării rapoartelor privind mediul. Unul dintre punctele propuse în acest sens este încurajarea **inițiativelor științifice cetățenești**, cu scopul de a completa datele oficiale despre mediu cu date provenite din surse alternative (*Comisia Europeană, 2017*).

Inițiativele științifice cetățenești constau în implicarea cetățenilor pe bază de voluntariat în colectarea datelor despre mediul înconjurător. Proiectele de cercetare care implică cetățeni variază atât ca mărime (*ex.: de la studii locale până la studii globale*), cât și ca domeniu de studiu (*ex.: de la ecologie până la monitorizarea componentelor de mediu*) și ca grad de implicare a cetățenilor (*ex.: de la monitorizare și strângere de date*

până la găsirea soluțiilor de reducerea riscurilor de mediu). Inițiativele acestor proiecte vin de obicei din mediul academic: cercetătorii propun fie ei singuri, fie în colaborare cu alți actori (*ex.: cetățeni sau autoritățile publice*) proiecte pe care le implementează cu rigurozitate științifică, pentru a asigura calitatea înaltă a datelor culese (*Urválková & Janoušková, 2019*).

Proiectele prin care sunt susținute inițiativele științifice cetățenești au un impact semnificativ, dincolo de furnizarea de date despre mediu. **Prin astfel de inițiative, cetățenii care participă activ devin mai implicați în problemele de mediu, conștientizând în mai mare măsură riscurile la care ei sunt expuși.** În zona de studiu ERMINA a fost observat un grad scăzut de interes pentru riscurile de mediu, iar o astfel de inițiativă poate contribui la implicarea persoanelor într-un dialog despre mediu și, prin urmare, poate încuraja adoptarea măsurilor de reducere a riscurilor.

Autoritățile locale au, de asemenea, un rol important în astfel de inițiative: ei pot susține implementarea proiectelor în comunitate. Datele furnizate pe această cale pot semnaliza probleme și pot informa cu privire la viitoare politici de mediu.

Astfel, pe viitor **se pot iniția parteneriate între mediul academic și comunitate, cu sprijinul autorităților locale, pentru implementarea proiectelor de cercetare bazate pe inițiative științifice cetățenești.** Astfel de studii aplicative, cu implicarea comunităților locale, pot genera informații care să ajute comunitățile în reducerea riscurilor.

Exemple de proiecte de mediu bazate pe inițiative științifice cetățenești:

Nume proiect: Gardenroots (*Rădăcinile grădinii*)

Țară: Statele Unite ale Americii

Inițiator proiect: Universitatea din Arizona (*University of Arizona*)

Scop proiect: În America există aproximativ 550.000 de amplasamente miniere abandonate și 80.000 de mine abandonate, în diverse stadii de ecologizare. Adesea, în imediata apropiere a acestor amplasamente sunt localizate comunități a căror subzistență depinde de produsele agricole crescute în aceste zone. Astfel, prin acest proiect a fost urmărită evaluarea riscului de contaminare cu compuși chimici a produselor agricole și găsirea unor soluții pentru reducerea acestui risc, în vederea asigurării accesului la hrană sănătoasă pentru comunitățile afectate.

Metodologie: prin proiectul „*Rădăcinile grădinii*” sunt urmărite 4 etape. În prima etapă, cei care se înscriu în program sunt instruiți cu privire la modul corect de a preleva probele de sol din propriile grădini. Instructajul are loc atât prin materiale informative, cât și prin cursuri dedicate. A doua etapă prevede colectarea și trimiterea probelor de sol de către voluntarii implicați la Universitatea din Arizona. A treia etapă, executată în totalitate de echipa de cercetare care coordonează proiectul, constă în analiza probelor

de sol și în interpretarea rezultatelor finale. A patra etapă este dedicată comunicării riscului: pe baza rezultatelor, cercetătorii propun soluții pentru reducerea riscului de contaminare adaptate la nevoile locale. Aceste propuneri sunt prezentate și discutate în comunitățile implicate în studiu.

De ce este important: De-a lungul anilor, acest proiect s-a extins în mai multe zone ale Americii care se confruntă cu probleme de mediu similare. Extinderea se datorează interesului publicului față de rezultatele furnizate prin acest proiect, în care s-a pus mare accent pe diseminarea datelor obținute. Proiectul are o pagină web dedicată, prin care datele obținute sunt puse la dispoziția publicului larg. Prin această pagină, pot să se înscrie în program și noi participanți, iar cei care nu doresc să participe activ pot accesa datele culese și recomandările propuse. De asemenea, prin colaborarea îndelungată între mediul academic și comunitățile care trăiesc în apropierea siturilor contaminate s-a putut observa cum se schimbă preocuparea acestor comunități față de problemele de mediu în timp, de la informații generale despre amplasament până la informații mai complexe despre analiza riscului și impactul poluării asupra sănătății (Ramirez-Andreotta et al., 2016). Iar aceste observații au făcut posibilă elaborarea unei strategii de comunicare a riscului axată pe interesele specifice ale comunicării.

Mai multe informații: <https://gardenroots.arizona.edu>

Nume proiect: Adopt The River (*Adoptă râul*)

Țară: Bulgaria

Scop proiect: Scopul proiectului a fost creșterea gradului de conștientizare a poluării apelor de suprafață prin activități economice. Inițiativa științifică cetățenească a fost doar o parte a acestui proiect, pe lângă programe dedicate educării privind mediul și campanii de informare și constientizare.

Metodologie: Inițiativa științifică cetățenească a prevăzut implicarea elevilor și a profesorilor din 3 școli în biomonitorizarea râului Zlatna Panega. Elevii și profesorii au fost educați cu privire la modul corect de prelevare și analiză a probelor de apă, o temă care a fost inclusă și în programa școlară, sub tema biodiversității. După sesiunile de formare, elevii, alături de profesori, au monitorizat calitatea apei din râu pe durata proiectului. Rezultatele obținute au fost diseminate către comunitate.

De ce este important: Implicarea elevilor în astfel de programe este recomandată nu numai fiindcă astfel ei își însușesc abilități de monitorizare a componentelor mediului și, prin urmare, vor avea o conștientizare mai aprofundată a riscurilor de mediu, ci și datorită faptului că elevii și copiii sunt considerați și **vectori de informație**. Competențele și informațiile pe care ei și le însușesc prin astfel de inițiative vor fi împărtășite de către elevi și cu familia și prietenii.

A.2. Folosirea atașamentului de loc ca forță motrică pentru a promova un comportament pro-mediu

În urma anchetei sociologice, s-a observat **un atașament de loc ridicat** al respondenților din fiecare areal minier studiat. Oamenii apreciază natura înconjurătoare (ex.: *pădurile, aerul de munte, peisajele specifice zonelor montane*).

Atașamentul de loc poate influența modul în care oamenii se raportează la riscurile de mediu. De exemplu, oamenii cu un atașament ridicat față de loc sunt mai predispuși să adopte un comportament pro-mediu, mai ales atunci când ei nu sunt mulțumiți de calitatea acestuia. Așadar, oamenii cu un atașament ridicat sunt mai deschiși să participe la acțiuni menite să protejeze componentele mediului natural (Bonaiuto et al., 2016). **În acest caz, relația dintre om și natură devine o normă socială care poate fi integrată în strategia de comunicare, iar atașamentul de loc poate fi folosit pentru a motiva comportamentul pro-mediu prin utilizarea poveștilor locale** (Brown Jarreau et al., 2015). Trebuie acordată o atenție deosebită modului în care se construiesc aceste narative locale, încurajând comunitățile locale să participe la dezvoltarea narativului. De exemplu, în Japonia există o tendință de a reprezenta importanța biodiversității prin imagini ale unor peisaje idilice, considerate reprezentative pentru comunitățile rurale (ex.: *câmpuri de orez, păduri, sisteme tradiționale pentru epurarea apei*) în scopul de a crește gradul de conștientizare a populației cu privire la importanța protejării biodiversității. De multe ori, aceste inițiative pentru comunicarea de mediu, bazate puternic pe imagini care apelează la emoțiile publicului, sunt susținute mai ales de autorități sau agenți economici. Comunitățile locale nu au posibilitatea de a participa activ la construirea narativului și, de multe ori, aspecte din realitatea lor care nu corespund cu imaginea idilică promovată de ceilalți actori nu își găsesc locul în narativ. Astfel, membrii comunității nu dezvoltă un simț de responsabilitate față de mediu la nivel personal. Prin urmare, nu se simt încurajați să participe activ la protejarea biodiversității (Lindström, 2019).

O atitudine similară a fost observată și în zona de studiu ERMINA în contextul **poluării mediului cu deșeuri menajere**. Această problemă de mediu este recunoscută ca fiind una de importanță majoră în zonă, atât de autoritățile locale, cât și de comunitate. Totuși, s-a observat că majoritatea respondenților pasează responsabilitatea în primul rând autorităților. În timp ce asigurarea unui management al deșeurilor comunitare este responsabilitatea autorităților locale, membrii comunității trebuie să-și alinieze comportamentul la soluțiile existente și să acționeze corespunzător. Autoritățile trebuie să înțeleagă în primul rând care sunt nemulțumirile față de actualul sistem de management al deșeurilor (ex.: *prețul serviciului este considerat prea mare, serviciul nu este considerat eficient*) și să abordeze aceste nemulțumiri împreună cu membrii comunității pentru a găsi soluții fiabile. De asemenea, autoritățile trebuie să facă cunoscut modul în care funcționează actualul sistem de management al deșeurilor, fiindcă oamenii sunt mai motivați să urmărească regulile impuse atunci când cunosc importanța propriilor acțiuni. Aici se poate valorifica și atașamentul ridicat de loc, reasigurând comunitatea că zonele naturale poluate cu deșeuri menajere (ex.: *albia râurilor, pădurile*) sunt locuri de care trebuie să se bucure toată comunitatea și fac parte

din identitatea locală. În cadrul studiului ERMINA fost observate bune practici inițiate de membrii comunității, prin care unele persoane au inițiat campanii de ecologizare a zonelor verzi de care sunt atașate sentimental. De exemplu, unele persoane care se identifică mult cu peisajele locale au mobilizat cercul lor de prieteni pentru a curăța albia unui râu. Un alt grup are grijă de o parte a pădurii din apropierea unei foste mine. Acest grup, format în mare parte din foști mineri și cercul lor de prieteni, îngrijesc acest loc datorită legăturii sentimentale pe care o au cu acesta: pe vremea când mina încă era funcțională acestea erau traseele pe care minerii le parcurgeau în timp ce lucrau. Acestea sunt povești locale care pot inspira un comportament pro-mediu și au potențial în crearea unui capital social al comunității respective. De asemenea, ele pot inspira și alți membri ai comunităților cu un grad de implicare mai redus să fie mai atenți la gestionarea corectă a deșeurilor menajere.

Modul în care atașamentul de loc se corelează cu comportamentul pro-mediu depinde mult și de contextul economic pe plan local, nu numai de relația directă a omului cu natura înconjurătoare. Comunitățile în care atașamentul de loc este ridicat, dar care sunt dependente de resursele naturale locale sunt mai reticente în a adopta un comportament pro-mediu, dacă acest comportament presupune limitarea accesului la resursele naturale (Carrus et al., 2013). Zona de studiu ERMINA este cunoscută pentru zăcămintele bogate de minereuri aurifere, iar mineritul face parte din identitatea locală. Astfel, deși în urma anchetei sociologice a rezultat că majoritatea respondenților, deși sunt de părere că situația condițiilor de mediu s-a îmbunătățit semnificativ și poluarea s-a diminuat după încetarea/reducerea activităților miniere, doresc relansarea mineritului în zonă pentru îmbunătățirea condițiilor socio-economice din zonă.

În acest context, o comunicare despre mediu poate să se folosească de modul în care mediul natural și-a revenit în ultimii ani (ex.: *expoziție de poze înainte și după încheierea activităților de ecologizare a amplasamentelor miniere*). Prin această strategie de **a păstra vii amintirile despre problemele de mediu specifice trecutului**, populația este sensibilizată asupra riscurilor la care comunitățile miniere au fost expuse în trecut. Această sensibilizare este importantă mai ales în contextul în care prin acest studiu a fost observat faptul că absența semnelor vizibile de poluare duce la minimizarea riscurilor de mediu. Scopul unei astfel de strategii de comunicare ar fi conștientizarea comunităților asupra importanței mediului și a protejării acestuia. Astfel, în viitor, mediul și protejarea acestuia trebuie să fie o temă importantă, promovând **dezvoltarea sustenabilă** a zonei, oricare ar fi direcția în care aceste comunități se vor dezvolta socio-economic (ex.: *minerit, ecoturism etc.*).

O altă corelație importantă din perspectiva comunicării riscului există între atașamentul de loc și percepția riscurilor. În acest sens, persoanele cu un atașament mai ridicat de loc sunt mai predispușe să perceapă riscurile de mediu mai reduse. De asemenea, aceste persoane sunt mai puțin dispuse să adopte măsuri pentru reducerea riscului (De Dominicis et al., 2015).

Luarea în calcul a acestei corelații este importantă pentru dezvoltarea campaniilor de comunicare care sunt ținute înspre schimbarea comportamentului oamenilor, pentru a crea o cultură de siguranță. Astfel, este importantă colaborarea cu publicul, pentru a

Înțelege modul în care oamenii percep riscul de mediu din zonă, înainte de a dezvolta orice campanie de informare.

Exemplele menționate sunt cele mai comune moduri în care atașamentul de loc poate influența felul în care persoanele se raportează la mediu și problemele de mediu. **Datorită atașamentului ridicat de loc, care a fost observat în cadrul comunităților studiate, este importantă luarea în considerare a acestor aspecte atunci când se pregătește o strategie de comunicare a riscurilor de mediu.**

B. ADRESAREA ZVONURILOR DESPRE RISCURILE DE MEDIU

În jurul mineritului s-au creat cele mai multe zvonuri despre calitatea mediului în zona de studiu. O parte a acestor zvonuri este legată de „interese ascunse” în spatele activităților miniere sau al proiectelor propuse, **în timp ce altele s-au creat în jurul poluărilor accidentale care au loc ocazional în zonă.**

Sursa acestor poluări accidentale, care este cel mai des subiectul zvonurilor, este iazul de decantare de pe Valea Șesei. Mulți dintre participanții studiului au făcut referire la poluarea accidentală care a avut loc în aprilie 2017, când după cedarea unei sonde inverse, 6.000 de metri cub de steril s-au deversat în râul Arieș. Agentul economic responsabil pentru întreținerea iazului a emis mai multe comunicate de presă în urma incidentului, care au fost preluate atât de presa locală, cât și cea națională. De asemenea, autoritățile din județul Alba au atenționat populația să nu folosească apa râului Arieș pentru consum sau igienă personală. Această strategie de comunicare a riscului în situații de urgență **pare să nu fi funcționat optim** în rândul comunităților expuse, din care multe par și **în prezent să știe puține despre poluarea în sine** (ex.: *ce fel de substanțe ajung în cursurile de apă*) **și despre impactul poluării asupra sănătății individuale, în timp ce multe persoane se îngrijorează în legătură cu posibilul impact al unor evenimente similare viitoare. Aceste griji nu trebuie neglijate de către actorii implicați în comunicarea riscurilor de mediu, fiindcă acestea indică nevoia de îmbunătățire a strategiei de comunicare pe viitor** (WHO, 2013).

În urma unei strategii eficiente a comunicării riscului, care se bazează pe transparență și cooperare, au de câștigat toți actorii unei comunități. Populația locală dobândește cunoștințe și aptitudini pentru a reduce riscurile de mediu care o îngrijorează, iar atât autoritățile, cât și operatorii economici pot să câștige capital de imagine și încredere în cadrul comunității. Însă, dacă oamenii cred că autoritățile și/sau agentul economic **nu dezvăluie în totalitate informațiile sau diseminarea acestora nu se face în timp util, mai ales în timpul unei situații de urgență, oamenii vor apela la alte surse de informare, care ocazional se pot dovedi inoportune sau chiar false.** Zvonurile mai pot apărea și atunci când cunoștințele despre risc sunt reduse.

Exemplu de campanie pentru combaterea zvonurilor și a știrilor false

Nume campanie: Campanie de informare în contextul epidemiei coronavirus

Inițiator campanie: Ministerul Sănătății, Grupul de Comunicare Strategică și Departamentul pentru Situații de Urgență

Scopul campaniei: Scopul campaniei este combaterea dezinformării și a știrilor false despre coronavirus. În contextul pandemiei de coronavirus COVID-19 s-au răspândit deja multe zvonuri nefondate despre noul virus în mediul online, multe dintre ele dezvăluind informații șocante sau promovând tratamente alternative care pot vindeca boala. Răspândirea acestor informații este periculoasă, fiindcă poate crea panică sau poate încuraja comportamente neadecvate pentru reducerea riscului de infecție. De asemenea, unele știri sunt în contrast cu informațiile diseminate pe canalele de comunicare oficiale ale instituțiilor care participă la gestionarea situației de urgență, generând astfel un scepticism față de informațiile oficiale. Multe dintre știrile false sunt create și diseminate în mod deliberat din motive economice sau ideologice. Altele pot fi răspândite fără a intenționa să facă rău fiindcă persoanele cred în zvonurile pe care le diseminează. Pentru a combate răspândirea dezinformării și pentru a susține informații corecte Parlamentul European întreține o pagină web despre răspunsul Europei la pandemie (*Parlamentul European, 2020*). O strategie similară au adoptat și autoritățile române: au creat mai multe pagini web pentru a disemina informații despre pandemie. Campania de informare face parte din această strategie de comunicare mai amplă și abordează direct zvonurile care apar despre virus pentru a distinge informațiile adevărate de cele false.

Derularea campaniei: Campania urmărește o metodologie relativ simplă și ușor de repetat: are un mecanism de întrebare și răspuns. Prin întrebări sunt abordate informații noi despre virus care creează confuzie în rândul publicului, iar prin răspuns aceste întrebări sunt clasificate ca fiind adevărate, false sau neconvingătoare în prezent din cauza lipsei unor date. De asemenea se oferă și o scurtă explicație. (ex.: *Este coronavirusul răspândit prin tehnologia 5G? Răspuns: NU Virusurile nu se pot răspândi prin undele radio sau rețele mobile; Ar trebui să evit unele medicamente în această perioadă? Răspuns: Doar medicul dumneavoastră curant sau cel de familie vă pot recomanda să întrerupeți sau să luați un medicament. Recomandările neoficiale vă pot pune sănătatea în pericol*). Multe dintre informații sunt de ordin medical; astfel, inițiatorii campaniei au sprijinul Observatorului Român de Sănătate și al Asociației Universităților de Medicină și Farmacie din România. Mesajele campaniei sunt diseminate pe platformele de comunicare socială. Astfel, ele sunt reprezentate sub formă vizuală: întrebările sunt scrise cu un font ușor lizibil, iar răspunsul într-un câmp verde (*informație corectă*), roșu (*informație falsă*) sau este afișat semnul întrebării (*informații pentru care nu există destule date pentru a le considera adevărate sau false*). Pe lângă aceste informații sunt afișate și siglele inițiatorilor de campanie. Astfel, fiecare informare care are scopul de a combate zvonurile în jurul virusului are **o identitate vizuală puternică**.

De ce este important: Campania este dezvoltată pentru platformele de comunicare socială, fiindcă aceste platforme facilitează răspândirea știrilor false. De asemenea,

este importantă colaborarea între actorii care dezvoltă mesajele campaniei, având atât responsabilitatea de a informa populația pe timp de criză, cât și expertiza necesară pentru a oferi răspunsul în domeniul sănătății. De asemenea, mesajele sunt simple, dar având o identitate vizuală puternică ele pot fi înțelese ușor.

Nu toate zvonurile circulă în mediul online. Conform anchetei sociologice au fost identificate mai multe zvonuri și în comunitățile din zona de studiu ERMINA. Majoritatea acestora au fost răspândite prin viu grai sau prin resurse media. Totuși, mecanismul de combatere a zvonurilor este similar cu cel adoptat în contextul pandemiei de coronavirus: în primul rând zvonurile trebuie identificate (*ex.: prin comunicare directă cu membrii comunității și/sau prin monitorizarea presei și a platformelor de comunicare socială*), trebuie formulate răspunsuri factuale prin care zvonurile sunt confirmate sau nu, iar apoi acestea trebuie diseminate actorilor din comunitate folosind canale de comunicare optime.

C. GESTIONAREA DEȘEURILOR MENAJERE DIN PERSPECTIVA MARKETINGULUI SOCIAL

În acest sens, **marketingul social** poate să genereze o strategie de comunicare care să motiveze schimbările de comportament la nivelul comunității. Prin marketing social sunt operaționalizate tactici de marketing, dar în timp ce prin marketing se dorește promovarea și vânzarea unor produse în scopul de a crea profit, **prin marketing social sunt promovate idei, valori și atitudini, cu scopul de a influența comportamentul persoanelor într-un sens benefic pentru mediu și comunitate, fără a urmări obținerea unui profit.**

De regulă, prin campaniile de mediu care se bazează pe tactici de marketing social, **sunt promovate soluții la problemele cu care se confruntă comunitățile.** Prin aceste campanii este promovat, de multe ori, un stil de viață mai sănătos, un mediu mai curat, publicul fiind **încurajat să participe și să adopte comportamentele propuse.** Inițiatorii acestor campanii trebuie să aibă, însă, în vedere că pentru a asigura succesul campaniilor de acest tip în rândul persoanele cărora le este adresat actul de comunicare trebuie să existe un consens asupra problemelor identificate și asupra soluției propuse. **Așadar, astfel de campanii au un succes mai ridicat, dacă sunt implementate pe plan local** (EEA, 2016).

Creativitatea joacă un rol important în dezvoltarea campaniilor de marketing social, pentru a atrage atenția și interesul publicului. Totuși, trebuie asigurat un echilibru între creativitate și scopul propus al campaniei (ISWA, 2016).

Exemple de campanii de marketing social

Nume campanie: Love Essex (*Iubim Essex*)

Țară: Marea Britanie

Inițiator campanie: Cleaner Essex Group

Scopul campaniei: Campania „Love Essex” a pornit de la o premisă simplă: „17 milioane de lire sterline – acesta era costul anual al gestionării deșeurilor menajere în Essex. Cu siguranță că plătitorii de taxe ar prefera să prevină în primul rând aruncarea necorespunzătoare a gunoiului și să cheltuiască acești bani mai bine pe alte servicii esențiale”. **Recompensa promisă prin campanie este una economică**, ușor de înțeles de plătitorii de taxe, care își doresc ca taxele plătite către stat să fie folosite în favoarea lor. Astfel, cetățenii au fost încurajați să rezolve problema poluării cu deșeuri prin cooperare, unindu-se pentru bunăstarea economică a regiunii.

Derularea campaniei: Love Essex a devenit deja un brand în regiune. Campania a fost susținută atât de autoritățile locale, cât și de agenții economici din zonă (ex.: *rețelele de fast-food-uri din regiune*), fapt care a jucat un rol important în succesul campaniei. Mesajul a fost diseminat de mai mulți actori importanți din comunitate. De asemenea, organizațiile partenere au participat la mai multe campanii de ecologizare organizate în regiune, pentru a arăta că sunt uniți pentru această cauză și pentru a crește nivelul de conștientizare asupra problemei. Campania în sine s-a bazat atât pe **educație** (au fost diseminate informațiile despre modul corect de management al deșeurilor menajere, atât în spații publice, cât și pe produsele comercializate de parteneri, cum ar fi ambalajele de fast-food), cât și pe **diseminarea mesajelor de avertizare** (afișele campaniei, care erau afișate în spații publice, au evidențiat pedepsele aferente aruncării deșeurilor în mod necorespunzător). În 2016, la trei ani după demararea campaniei, în regiune a fost înregistrată o scădere de 41% a gunoaielor aruncate, indicând succesul acestei campanii.

De ce este important: Succesul campaniei a fost un rezultat al implicării și colaborării actorilor importanți din regiune. Autoritățile locale trebuie să își asume un rol de model, participând activ în proiecte de mediu și sprijinind inițiative în acest sens venite din partea comunității sau a altor actori implicați. Prin participare, ei pot crește gradul de încredere a publicului și pot să își îmbunătățească imaginea în comunitate. Și agenții economici au de câștigat în urma acestor parteneriate, mai ales în ceea ce privește capitalul de imagine. De multe ori, agenții economici sunt motivați să participe la programe de mediu mai ales datorită responsabilității sociale pe care o au. Astfel, prin aceste acțiuni, ei creează o relație mai strânsă cu comunitățile locale, relație prin care ulterior pot motiva cumpărarea produselor comercializate de ei sau găsirea de susținători pentru activitățile economice derulate în regiune. Implicarea mai multor organizații pentru a rezolva problemele de mediu la nivelul local încurajează, de asemenea, și participarea publicului la soluționarea problemelor, fiindcă ei nu se mai simt neputincioși în fața problemelor. O altă reușită a campaniei este modul în care s-a formulat scopul ei: prin reducerea aruncării gunoiului, banii economisiți vor fi redirecționați către îmbunătățirea altor servicii publice. Astfel, prin adoptarea comportamentelor promovate de campanie, oamenii simt că contribuie la bunăstarea întregii comunități din care fac parte.

Mai multe informații: www.loveessex.org

=====

Nume campanie: Ballot Bins (*Coșuri de vot*)

Țară: Marea Britanie

Inițiator campanie: Hubbub Foundation

Scopul campaniei: Scopul acestei campanii este foarte specific: reducerea numărului chiștoacelor de țigări aruncate pe străzile Londrei și ale Edinburgh-ului.

Derularea campaniei: Campania s-a bazat pe una dintre cele mai importante responsabilități civice ale oricărui sistem democrat: votul. În acest sens, prin campanie au fost montate coșuri de gunoi dedicate mucerilor de țigări pe străzile acestor două orașe. Însă coșurile montate nu erau simple coșuri, ci fiecare era alcătuit din două compartimente identice și transparente. Aceste două compartimente au reprezentat urne de voturi diferite, iar pe fiecare coș de gunoi a fost afișat o întrebare cu două răspunsuri posibile (ex.: *Cine este cel mai bun jucător de fotbal pe lume? Ronaldo sau Messi; Care este cea mai mișto superputere? Zburatul sau Invizibilitatea*). Prin această metodă, aruncarea unui muc de țigară în spațiul public a devenit un fel de joc, prin care oamenii au fost invitați să își exprime părerea cu privire la o gamă variată de teme hazlii. Campania a fost întâmpinată cu un interes sporit de către public și a devenit repede virală pe platformele de comunicare socială. În ceea ce privește reducerea mucerilor de țigară aruncate pe străzile celor două orașe, s-a înregistrat o scădere de 8%.

De ce este important: Caracterul viral al campaniei a contribuit cel mai mult la succesul acesteia: 4 din 5 persoane din aceste orașe au asociat direct campania cu scopul acesteia. De asemenea, în urma campaniei au fost înaintate 80 de cereri pentru a implementa campania și în alte locații. Astfel, popularitatea campaniei a contribuit la dorința fumătorilor de a participa la această inițiativă, crescând nivelul lor de implicare. O altă reușită a campaniei este încurajarea unui comportament pozitiv – folosirea coșului de gunoi în spațiul public – prin mecanisme de joc, făcând ca activitatea să devină una distractivă. Nu este de neglijat nici faptul că pubelele montate în cadrul campaniilor erau ușor identificabile. De multe ori, coșurile de gunoi nu ies în evidență sau lipsesc cu desăvârșire, iar oameni sunt mai predispuși să arunce gunoiul pe jos, atunci când în imediata lor apropiere nu există un spațiu unde să depoziteze gunoiul într-un mod corespunzător.

Mai multe informații: www.hubbub.org.uk/ballot-bin

6. Concluzii și mesaje cheie

Pe baza discuțiilor din capitolele anterioare, se pot trage următoarele concluzii cu privire la comunicarea riscului:

Membrii comunităților pot contribui mult la comunicarea riscului de mediu: comunitățile din zona de studiu dispun de cunoștințe locale importante pentru gestionarea riscurilor de mediu. Astfel, acestea trebuie considerate actori importanți în managementul riscului, iar preocupările lor despre mediu trebuie abordate într-o manieră cooperativă cu celelalte categorii de actori din zonă, promovând **participarea publicului**. Această cooperare trebuie să fie extinsă și la strategiile de comunicare a riscului.

Promovarea parteneriatelor între diferiți actori pentru comunicarea riscului: dacă mai multe instituții, organizații și persoane se implică împreună în efortul de comunicare a riscului de mediu, mesajul are un potențial mai ridicat de a ajunge la mai mulți membri ai comunității. De asemenea, parteneriatele create în jurul unor probleme de mediu pot crește nivelul de conștientizare asupra problemei, prin conferirea unei importanțe sporite acestora.

Pentru o conștientizare mai bună a riscurilor de mediu în viitor este nevoie de efectuarea mai multor studii asupra poluării diferitelor componente ale mediului și impactul acestora asupra sănătății populației locale: pentru a crește vizibilitatea acestor studii și pentru a implica și populația locală se pot susține **inițiative științifice cetățenești**. Pentru buna desfășurare a acestor inițiative este importantă **crearea unui parteneriat cu mediul academic**.

Comunicarea riscului trebuie să urmărească motivarea publicului să adopte măsuri pentru reducerea riscului și/sau un comportament pro-mediu: este importantă formularea unor mesaje de acțiune în cadrul strategiilor de comunicare a riscului, prin care publicul să fie informat despre măsuri și comportamente concrete pe care ei le pot adopta pentru a reduce riscurile. De asemenea, în strategia de comunicare a riscului pot fi incluse și **tehnici de marketing social** în scopul de a crește interesul publicului față de soluțiile propuse și de a motiva comportamente favorabile pentru reducerea riscului.

Este importantă definirea scopului și a obiectivelor în planul de comunicare a riscului: cu cât mai specifice sunt scopul și obiectivele, cu atât mai ușoare sunt dezvoltarea și implementarea campaniilor de comunicare. Scopul și obiectivele depind mult de nevoia de cunoaștere a publicului țintă, astfel încât este importantă **identificarea principalelor teme de interes**.

Mesajele cheie trebuie dezvoltate într-o manieră care răspunde nevoilor diferitelor grupuri de public: oamenii consumă informații în mod diferit. Astfel, înțelegerea publicului țintă este foarte importantă în dezvoltarea strategiilor de comunicare a riscului. Astfel, analiza publicului trebuie să fie unul dintre punctele de plecare cele mai importante, alături de stabilirea scopului și a obiectivelor, la dezvoltarea fiecărei strategii de comunicare a riscului.

Bibliografie:

Bonaiuto, M., Alves, S., De Dominicis, S., & Petrucci, I., 2016. Place attachment and natural hazard risk: Research review and agenda. *Journal of Environmental Psychology*, 48, pp. 33–53. DOI: 10.1016/j.jenvp.2016.07.007

Brown J. P., Altinay Z., Reynolds M., 2015, Best Practices in Environmental Communication: A Case Study of Louisiana's Coastal Crisis, *Environmental Communication*, 11(2), pp. 143-165, DOI: 10.1080/17524032.2015.1094103

Carrus G., Scopelliti M., Fornara F., Bonnes M., Bonaiuto M., 2013, Place attachment, community identification, and pro-environmental engagement in Place attachment: Advances in theory, methods and applications, M. Lynne, D.-W. Patrick (Eds.), Routledge, London and New York, pp. 176-192
Comisia Europeană, 2017, Special Eurobarometer 416: Attitudes of European Citizens Towards the Environment, DOI: 10.2779/25662

Comisia Europeană, 2013, Eurobarometer 360: Attitudes of Europeans towards Air Quality, www.ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_360_en.pdf

Comisia Europeană, 2021, Eurobarometer 344, Attitudes of Europeans towards Water-Related Issues, www.ec.europa.eu/commfrontoffice/publicopinion/flash/fl_344_en.pdf

Constituția României, 2020, Camera Deputaților, website oficial, disponibilă online pe <http://www.cdep.ro/pls/dic/site.page?id=339>

De Dominics, S., Fornara, F., Cancellieri, U. G., Twigger-Ross, C., Bonaiuto, M., 2015, We are at risk, and so what? Place attachment, environmental risk perceptions and preventive coping behaviours. *Journal of Environmental Psychology*, 43, pp. 66–78, doi: 10.1016/j.jenvp.2015.05.010

EEA (European Environmental Agency), 2016 Communication, environment and behavior - A scoping study on the links between public communication, environment policy implementation and behavioural science, Report nr. 13/2016

EPA (United States Environmental Protection Agency), 2020, Public Participation Guide, www.epa.gov/international-cooperation/public-participation-guide

Herbel M.L., 2012, Guvernanță locală, politici de dezvoltare și patrimoniu cultural. Studiu de caz: România, Teză de doctorat, Universitatea Babeș-Bolyai, Cluj-Napoca.

Höppner C., Whittle R., Bründl M., Buchecker, M., 2012, Linking social capacities and risk communication in Europe: a gap between theory and practice? *Nat Hazards*, 64, pp. 1753-1778, DOI: 10.1007/s11069-012-0356-5

IAP2 (International Association for Public Participation), 2018, Public Participation Spectrum, www.iap2.org.au/resources/iap2-published-resources/

ISWA (International Solid Waste Association), 2016, Environmental communication strategy for municipal solid waste management in Sao Paulo, Brazil. www.waste.ccacoalition.org/document/environmental-communication-strategy-msw-management-sao-paulo-brazil

Jarreau P., Altinay Z., Reynolds A., 2015, Best Practices in Environmental Communication: A Case Study of Louisiana's Coastal Crisis. *Environmental Communication*, 11., pp. 1-23. DOI: 10.1080/17524032.2015.1094103

John P., 2001, *Local Governance in Western Europe*, Sage Publications Ltd.

Kamaruddin S. M., Ahmad P., Alwee N., 2016, Community Awareness on Environmental Management through Local Agenda 21 (LA21), *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 222, pp. 729 – 737, doi.: 10.1016/j.sbspro.2016.05.234

Lindström, K., 2019, Classic and cute: Framing biodiversity in Japan through rural landscapes and mascot characters. *Popular Communication*, 17(3), pp. 1-19., doi: 10.1080/15405702.2019.1567735

Lundgren R., McMakin A., 2013, *Risk Communication: a Handbook for Communicating Environmental, Safety, and Health Risks*, 5th Edition, Publisher: Willey p. 399, ISBN: 1118456939

Mureșan-luga P., 2015, *Governanță teritorială inteligentă*, Editura Universitară București.

OECD (Organisation for Economic Co-operation and Development), 2002 *Guidance Document on Risk Communication for Chemical Risk Management*, Series on Risk Management, nr. 16, Environment, Health and Safety Publications, OECD, Paris, France.

O'Neill, P., 2004, Developing a risk communication model to encourage community safety from natural hazards, www.citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.466.108&rep=rep1&type=pdf

Parlamentul European, 2020, *Dezinformarea: cum pot fi recunoscute și abordate miturile Covid-19*, www.europarl.europa.eu/news/ro/headlines/society/20200326STO75917/dezinformarea-cum-pot-fi-recunoscute-si-abordate-miturile-covid-19

Ramirez-Andreotta, M.D., Lothrop, N., Wilkinson, S.T. et al., 2016, Analyzing patterns of community interest at a legacy mining waste site to assess and inform environmental health literacy efforts. *J Environ Stud Sci*, 6, pp. 543–555, doi: 10.1007/s13412-015-0297-x

Renn O., 2008, *Risk governance: coping with uncertainty in a complex world*, Earthscan, p. 476, ISBN: 978-1-84407-292-7

Urválková E. S., Janoušková S., 2019, Citizen science – bridging the gap between scientists and amateurs, *Chemistry Teachers International* 1(2), 20180032, DOI: 10.1515/cti-2018-0032

WHO (World Health Organization), 2013, *Health and environment: communicating the risks*, Report, p. 68, www.euro.who.int/__data/assets/pdf_file/0011/233759/e96930.pdf



UNITATEA EXECUTIVĂ PENTRU
FINANȚAREA ÎNVĂȚĂMÂNTULUI
SUPERIOR, A CERCETĂRII,
DEZVOLTĂRII ȘI INOVĂRII

Finanțarea proiectului:

Acest proiect este finanțat printr-un grant al Ministerului Cercetării și Inovării, CNCS - UEFISCDI, număr proiect PN-III-P1-1.1-TE-2016-0360, în cadrul PNCDI III.

Persoana de contact:

Dr. Lucrina Ștefănescu

E-mail: lucrina.stefanescu@ubbcluj.ro / Tel.: 0723 232543