

Анкета за дейността на центровете от мрежата „Европа Директно” – България за 2008г.

Уважаеми колеги, за да можем да улесним своята работа по изготвянето на обобщителен доклад за работата на мрежата „Европа Директно” в България през 2008 г. ви молим предварително, в срок до **28 ноември 2008 г.**, да отговорите на следните въпроси:

1. Моля, споделете общите ви впечатления от работата на информационния център „Европа Директно” от изтичащата година.
 - Успешно изградена работеща национална мрежа, ориентирана към интересите на гражданите;
 - Мрежа с бъдеще;
 - Мрежа, която разчита и на личните качества на екипите: мотивираност, издръжливост на стрес и натоварване, организираност, позитивно мислене;
2. Моля, посочете трите най-добри практики в работата на информационния център „Европа Директно” от изтичащата година.

1. ПРОВЕЖДАНЕ НА ЕВРОПЕЙСКИ ИНФОРМАЦИОННИ ДНИ В 14-ТЕ ОБЩИНИ В БЛАГОЕВГРАДСКА ОБЛАСТ. МОТО: „ЕВРОПЕЙСКИЯТ СЪЮЗ – СПОДЕЛЕНИ ЦЕННОСТИ И ПРЕДИЗВИКАТЕЛСТВА”

Дейности:

- Представяне на информационната мрежа Europe Direct като източник на информация за ЕС и възможността за обратна връзка с европейските институции. Представяне на партньорите – читалищата по места.
- Едно информационно събитие /лекция, дискусия, семинар/, индивидуално съобразено с потребностите на местната общност от конкретна информация за ЕС.
- Едно културно събитие по повод Европейската година на междукултурния диалог – концерти, изложби, спортни състезания, рисунки, др.
- Пресконференция във всеки един град по възможност с участието на представител на местната власт;
- Разпространение на информационни материали;

Целева аудитория: Местната общност, Местните неправителствени организации, Местната администрация, Местните малки и средни предприятия (представители на местния бизнес), Учители и ученици, Местните медии;

2. ПРОВЕЖДАНЕ НА АНКЕТА „ЕВРОПЕЙСКИЯТ СЪЮЗ В ОГЛЕДАЛОТО НА БЪЛГАРСКОТО ОБЩЕСТВЕНО МНЕНИЕ”

Метод: 700 анкети на граждани над 15 години в 14-те общини в Благоевградска област. Цел на анкетата: проучване на обществената информираност относно ЕС и предпочитаните информационни канали, оценка на информацията за ЕС, предоставяна от медиите, проучване на обществената представа за ролята на ЕС във всекидневния живот на гражданите.

3. PR

Медийни продукти:

Медия: Радио Благоевград

Обхват: Югозападна България - областите Благоевград, Перник и Кюстендил, Република Македония, Северна Гърция

Период: 01.04.2008 – 31.12.2008

Продукт: Информационно-аналитична рубрика „Европейски гид”

Продължителност: 7-10 минути всяка втора седмица

Медия: Вестник „Струма”

Тираж: 20 000 бр. Разпространява се в Югозападна България – областите Благоевград, Перник и Кюстендил.

Период: 01.04.2008 – 31.12.2008

Продукт: Месечна информационна рубрика „Повече за Европейския съюз”

Брой информационни статии - 9

Медия: РТВЦ – Благоевград

Излъчва се в Югозападна България – областите Благоевград, Перник и Кюстендил.

Период: 01.04.2008 – 31.12.2008

Продукт: Телевизионна анкета „Въпроси и отговори за Европейския съюз”

Брой на телевизионните анкети – 14 анкети в различни общини

Рекламна агенция „ВАМО” – представител на всички регионални частни медии.

Изготвяне и излъчване на PR-филм

3. Моля, определете най-често отправяните запитвания към информационния център „Европа Директно” от изтичащата година.

- Възможности за финансиране по европейски фондове и програми;
- Образование и обучение в ЕС;
- Законодателство на ЕС;

4. Моля, посочете най-често срещаните институционални проблеми в работата на информационния център „Европа Директно” от изтичащата година.

На регионално ниво в ежедневната работа Центърът *Европа Директно* винаги е получавал техническо съдействие от институциите, към които се е обръщал за съдействие.

Институционалните проблеми по-скоро могат да бъдат открити на ниво политики.

1. Институционална пасивност . Липса на традиция за сработване и комуникация с регионалните информационни звена и гражданския сектор като цяло при необходимост от трансфер на информация.
2. Подценяване на динамичния процес на формиране на съзнание за европейска гражданственост и свързаната с това необходимост от информация за сферите на работа на ЕС.
3. Често срещано негативно мислене в представители на институциите по отношение на европейските норми, възприемано като признак на добронамереност към гражданите.
5. Моля, посочете най-често срещаните проблеми/трудности в работата с граждани на информационния център „Европа Директно” от изтичащата година.
 - Неясни въпроси;
 - Подозрителност при поискване на информация за контакт;
 - Нежелание за контакт по електронната поща;
6. Моля, посочете конкретни количествени параметри, с които разполагате, за работата на центъра през годината (напр. брой посетители на място, брой запитвания по телефона, брой запитвания по електронната поща, брой посещения на интернет сайта и др.)
 - Брой посетители на място: 185
 - Телефонни запитвания: 200
 - E-mail: 12
 - Участници в семинари: 396
7. Моля, прикачете снимки, отразяващи процеса на работа на информационния център „Европа Директно” от изтичащата година, които считате за любопитни

С удоволствие!

Европейски информационен център *Europe Direct* - Благоевград