

BARIERE & PUNȚI

COMUNICAREA ȘI SCHIMBURILE DE INFORMAȚII ÎN COMUNITATEA DE REFUGIAȚI UCRAINENI DIN ROMÂNIA

Internews twilio CENTRUL PENTRU JURNALISM INDEPENDENT

© Internews Network, Septembrie 2022

Studiul a fost realizat de Mihaela Negru, de la Centrul pentru Jurnalism Independent din România, în colaborare cu Irene Scott și Alina Belobra din echipa umanitară Internews. Internews mulțumește și altor colegi de la CJI pentru ajutor în planificarea cercetării, colectarea datelor și consultanță.

Pentru mai multe informații despre subiectele abordate în studiu, vă rugăm să o contactați pe Irene Scott: irene.scott@internews.org.

Această publicație este protejată de drepturi de autor, dar textul poate fi folosit gratuit în scopuri de advocacy, realizare de campanii, educație și cercetare, în condițiile în care sursa este menționată complet. Deținătorul dreptului de autor solicită ca toate aceste preluări să fie comunicate acestuia pentru ca impactul să poată fi măsurat. Pentru preluare în orice alte circumstanțe sau pentru folosirea în alte publicații, pentru traducere sau adaptare, este necesară obținerea, în prealabil, a permisiunii. Informația din această publicație este corectă la momentul publicării.

Imaginea de copertă: Ilustrație ce reprezintă un pod în spatele căruia se vede un răsărit de soare, pe fundal albastru închis.

Această cercetare a fost produsă cu sprijinul generos al Twilio, prin proiectul lor Tech4 Ukraine, care ajută persoanele nevoite să fugă din calea războiului din Ucraina.

Abrevieri

AAP - Răspundere față de oamenii/populațiile afectate

CEA - Implicare comunitară și responsabilizare

CFBM - Mecanism de Reclamații și Feedback

CNRR - Consiliul Național Român pentru Refugiați

DSU - Departamentul pentru Situaţii de Urgenţă

FGD - Discuție de Focus Grup

GDPR - Regulamentul general privind protecția datelor

IEA - Analiză de Ecosistem Informațional

IOM - Organizaţia Internaţională pentru Migraţie

KII - Interviu în profunzime cu persoane cu expertiză cheie în domeniu

ONG - Organizație Neguvernamentală

SRHR - Sănătatea și drepturile sexuale și reproductive

ONU - Organizația Națiunilor Unite

UNHCR - Agenția ONU pentru Refugiați în România / Înaltul Comisariat pentru Refugiaţi al Naţiunilor Unite

UNICEF - Fondul Naţiunilor Unite Pentru Copii

CUPRINS

EXECUTIVE SUMMARY 05

INTRODUCERE 11

METODOLOGIE 13

PARTEA1: CUM ACCESEAZĂ REFUGUAȚII INFORMAȚIILE 16

PARTEA 2: ÎNCREDEREA 27

PARTEA 3: BARIERE INFORMAȚIONALE 29

PARTEA 4: NEVOI INFORMAȚIONALE 32

PARTEA 5: ZVONURI ȘI INFORMAȚII GREȘITE 38

PARTEA 6: RECLAMAȚII ȘI FEEDBACK 40

CONCLUZII 42

ANEXE 43

EXECUTIVE SUMMARY

După mai bine de șase luni de la invadarea Ucrainei de către Rusia, refugiații din România încă se luptă să acceseze informații actualizate, relevante și cu utilitate legate de serviciile și drepturile de care beneficiază. Potrivit concluziilor acestei cercetări, în primele luni de intervenție umanitară, refugiații s-au bazat pe rețele sociale informale pentru a comunica informațiile esențiale despre traversarea în siguranță a frontierelor, despre măsurile de protecție temporară și accesul rapid la servicii umanitare. În prezent, refugiații se confruntă cu probleme în accesarea informațiilor care să-i ajute să ia decizii și să planifice pe termen mediu și lung pentru ei și familiile lor.

Rețelele sociale continuă să fie platforme importante pentru accesarea informațiilor de către refugiați. Deși au fost create zeci de grupuri de Facebook, Telegram și Viber, precum și site-uri administrate de autorități, agenții umanitare și voluntari, refugiații preferă să își procure informațiile de la alți refugiați, voluntari sau membri ai comunității gazdă. Persoanele refugiate intervievate au explicat că există un exces de informații și surse, ceea ce face dificilă stabilirea corectitudinii și actualității lor. Grupurile dedicate doar refugiaților sunt considerate spații sigure pentru a pune întrebări, pentru a împărtăși experiențe și a verifica informații găsite în alte locuri.

Informațiile care provin dintr-o experiență personală directă sunt cele mai apreciate. Cu toate acestea, deși 98% dintre refugiați au declarat că au acces la internet, dependența masivă de platformele online de informare creează o diviziune între cei conectați digital și cei care nu sunt, aceștia din urmă depinzând în mare măsură de alți refugiați sau voluntari pentru accesarea și interpretarea informațiilor.

Principala barieră în accesarea informațiilor este limba. Refugiații au spus că este necesară o singură sursă oficială de informații, traduse în ucraineană și rusă, unde subiectele complexe să fie prezentate în mod clar pentru a asigura că informațiile sunt accesibile și relevante pentru nevoile lor. Aceștia au menționat și preferința pentru hub-uri centrale de informare, unde să poată discuta cu persoane pregătite să le răspundă la întrebările cu care se confruntă.

O altă barieră este creată de golurile de informații și de percepțiile greșite. Numeroși refugiați au declarat că nu au accesat liniile telefonice speciale de teamă că operatorii nu vor vorbi limba lor. Iar alți respondenți au spus că nu ar suna la poliție și alte servicii de urgență, într-o criză, de teamă că nu vor fi înțeleși. Nesiguranța privind statutul lor în România contribuie și ea la alimentarea unui zvon persistent că interacțiunile cu autoritățile pot duce la deportarea lor.

Numeroși refugiați consideră că informațiile îi pot ajuta să se integreze în societatea românească. Pe lângă serviciile de bază, precum ajutorul financiar de stat, cazare, serviciile de sănătate și transport, există o nevoie de informare privind cursurile de limbă română, oportunitățile de pe piața muncii sau educația pentru toate vârstele. Refugiații au menționat nevoia de conținut media care să le reflecte nevoile de informare privind drepturile și serviciile pe care le pot accesa în România, precum și știri și informații despre noua lor viață din România, traduse în ucraineană.[1]

Chiar dacă există un anumit interes din partea refugiaților de a oferi feedback privind eforturile umanitare, apar două mari bariere care previn o comunicare eficientă. În primul rând, refugiații declară că sunt nesiguri cum anume ar putea oferi feedback și pe ce platforme. În al doilea rând, numeroși refugiați au explicat că există frica de a fi percepuți drept „nerecunoscători”, ceea ce îi împiedică pe mulți dintre ei să vorbească deschis despre experiențele lor, și aleg în schimb să ofere doar feedback pozitiv.

Cercetarea de față a inclus perspectivele a 1.180 de refugiați, a 19 furnizori de servicii și a 2 reprezentați media din București, Iași, Constanța și Brașov, și a fost realizată în perioada iulie-august 2022. Mai jos, un sumar al principalelor descoperiri, concluzii și recomandări pentru actorii implicați, pentru a îmbunătăți accesul la informații și comunicare.

ACCESUL LA INFORMAȚII

Accesul la internet:

98% dintre refugiații din România folosesc internetul pentru a accesa informații.

Majoritatea folosesc date mobile și/sau rețelele de WiFi de la cazări pentru a accesa internetul. Telefoanele mobile personale sunt principalele dispozitive folosite pentru accesarea internetului (97%), computerele personale/laptopurile fiind utilizate mai puțin (21%).

[1] Potrivit celui mai recent raport UNHCR de monitorizare a protecției refugiaților în România, 53% dintre refugiații ucraineni din țara noastră vor să rămână în România în viitorul apropiat și 23% vor să se întoarcă în Ucraina, dar majoritatea (64%) sunt nesiguri cum anume vor face asta.

Refugiații au dificultăți în a accesa informații locale și hiper-locale privind nevoile lor. În timp ce politicile naționale (pentru educație ori cazare etc.) sunt comunicate prin site-uri guvernamentale, aceștia au probleme în a accesa informații cu privire la transpunerea lor la nivel local, la eligibilitate și condițiile de acces pentru serviciile din zona lor imediată și consideră că interpretarea locală a deciziilor și regulamentelor de către autorități este deseori deficitară.



Verificarea în discuții față în față:

Refugiații din orașele unde există un singur centru de cazare și servicii pentru refugiați (Brașov, Iași) se bazează pe informațiile oferite de personalul acelor centre iar nevoile de informare sunt satisfăcute într-o proporție mai mare comparativ cu orașele unde există mai multe centre de cazare/informare (Constanța, București) sau zonele rurale unde nu există astfel de centre de asistență.

Pe lângă bariera de limbă, un alt mare obstacol în accesul refugiaților la informații este reprezentat de fragmentarea informațională. Din cauza gradului mare de variabilitate a informațiilor între regiuni, precum și a obiceiurilor de consum al informațiilor (preferința de a se baza pe experiențele altor refugiați ca principală sursă de informare) - informarea este descrisă de mulți respondenți drept o "aventură".

NEVOILE DE INFORMARE

Nevoile esențiale de informare sunt: asistența financiară, cazarea, serviciile de sănătate, accesul copiilor la educație, procedurile fiscale și de rezidență, accesul la piața muncii prin recunoașterea calificărilor profesionale.

Refugiații au menționat **nevoia de informații oficiale, structurate, centralizate și verificate,** livrate la timp pentru a permite planificarea, decizii informate și un sentiment de control al propriilor vieți. Informațiile relevante și practice sunt foarte apreciate. **Refugiații verifică în mod regulat informațiile** pe care le descoperă (numai 11% nu verifică niciodată informațiile). Refugiații verifică informații cu alte surse atunci când: suspectează că ar fi false pe baza cunoștințele anterioare/contextului (61%); li se par incomplete (52%); și când provin dintr-o sursă pe care nu o cunosc (42%).

SURSELE DE INFORMARE

Prioritizarea surselor din comunitate:
refugiații se bazează foarte mult pe experiențele celorlalți; alți refugiați ucraineni sunt cea mai folosită sursă de informare, grupurile de Telegram și Facebook fiind preferate canalelor de comunicare unu-la-unu din Telegram, Viber sau WhatsApp.

Sursele oficiale de informare: doar un sfert dintre refugiați folosesc sursele oficiale de informare ale autorităților din România (21% uneori, 4% deseori/mereu), însă informațiile de aici sunt accesate de voluntarii și personalul din comunitățile gazdă, care le diseminează apoi în comunitatea de refugiați.

ÎNCREDEREA

Încrederea în informații crește atunci când acestea provin din sau sunt validate de experiența altor refugiați, astfel că discuțiile personale și comunicarea orală sunt o parte importantă a sistemului informațional. Uneori, genul este un factor important - femeile raportează că au încredere mai mare în experiențele altor femei, decât în cele ale bărbaților.

Refugiații ar avea mai multă încredere în informațiile oficiale oferite de Guvernul României și de autoritățile locale dacă ar fi transmise printr-un singur website sau prin știri în limba ucraineană, decât prin rețele sociale sau comunicare orală.

LIMBA

Refugiații au afirmat că **limba este principala barieră** care previne satisfacerea nevoilor de informare. Puțini refugiați cunosc limba română. Majoritatea au menționat nevoia de a studia limba română și caută activ cursuri formale de limba română sau opțiuni informale (întâlniri de studiu de limbă, cluburi, cursuri online).

Majoritatea refugiaților vorbesc rusa acasă (72%), dar resimt o presiune socială să folosească limba ucraineană în public, atât online, cât și offline. Persoanele în vârstă au menționat cel mai des dificultatea de a comunica în ucraineană.

Refugiații folosesc **Google translate** pentru a căuta pe internet informațiile de care au nevoie (cazare, educație, aspecte legale sau fiscale) și de a comunica cu comunitățile și familiile gazdă. Tinerii afirmă că serviciile de traducere automată oferite de Google și Facebook sunt mult mai precise și corecte pentru rusă-română, comparativ cu ucraineană-română, așa că aleg deseori să comunice în rusă.

Refugiații își doresc un acces mai mare la **traducători de ucraineană și rusă** care să-i ajute să acceseze servicii medicale și de consiliere psihologică. Au exprimat și îngrijorarea privind calitatea traducerilor informațiilor oficiale și față de abilitatea și intențiile anumitor traducători.

REȚELELE SOCIALE

Facebook și **Telegram** sunt cele mai populare platforme de social media folosite pentru nevoile de informare. În ciuda varietății grupurilor/paginilor și canalelor pentru refugiați, **numărul mediu de grupuri/pagini private sau publice folosite este de 4-5.** Numărul grupurilor/paginilor de pe rețelele sociale folosite scade cu vârsta, dar nu depinde de durata ședерii în România.

Postările în **grupurile de Facebook** medii sau mici primesc un engagement (like-uri, share-uri, comentarii) mai mare decât în grupurile cu mai mulți membri. În grupurile mai mari, comunicarea informațiilor are loc mai degrabă unidirecțional (autor-public) iar oamenii sunt trimiși deseori către aceste grupuri pentru informații legate de întrebări frecvente.

Administratorii grupurilor au raportat o **activitate tot mai mare a trolilor ruși și români** în iunie-iulie 2022, care interferează în activitatea grupurilor, inclusiv prin raportări false pentru a încercare să blocheze și să închidă aceste grupuri.

Sunt create frecvent și **grupuri Doppelganger**[2], care provoacă confuzie în rândul celor ce caută informații de încredere.

PRESA ÎN LIMBA ROMÂNĂ ȘI UCRAINEANĂ

Există un grad mic de conștientizare a conținutului de limbă ucraineană disponibil pe canalele media din România. Există însă interes în accesarea știrilor în limba ucraineană. În special: știri legate de România (actualitate, politică, economie etc.), de măsuri pentru refugiați (aspecte juridice, schimbări în strategia de răspuns umanitar etc.) și informații de actualitate privind accesarea serviciilor.

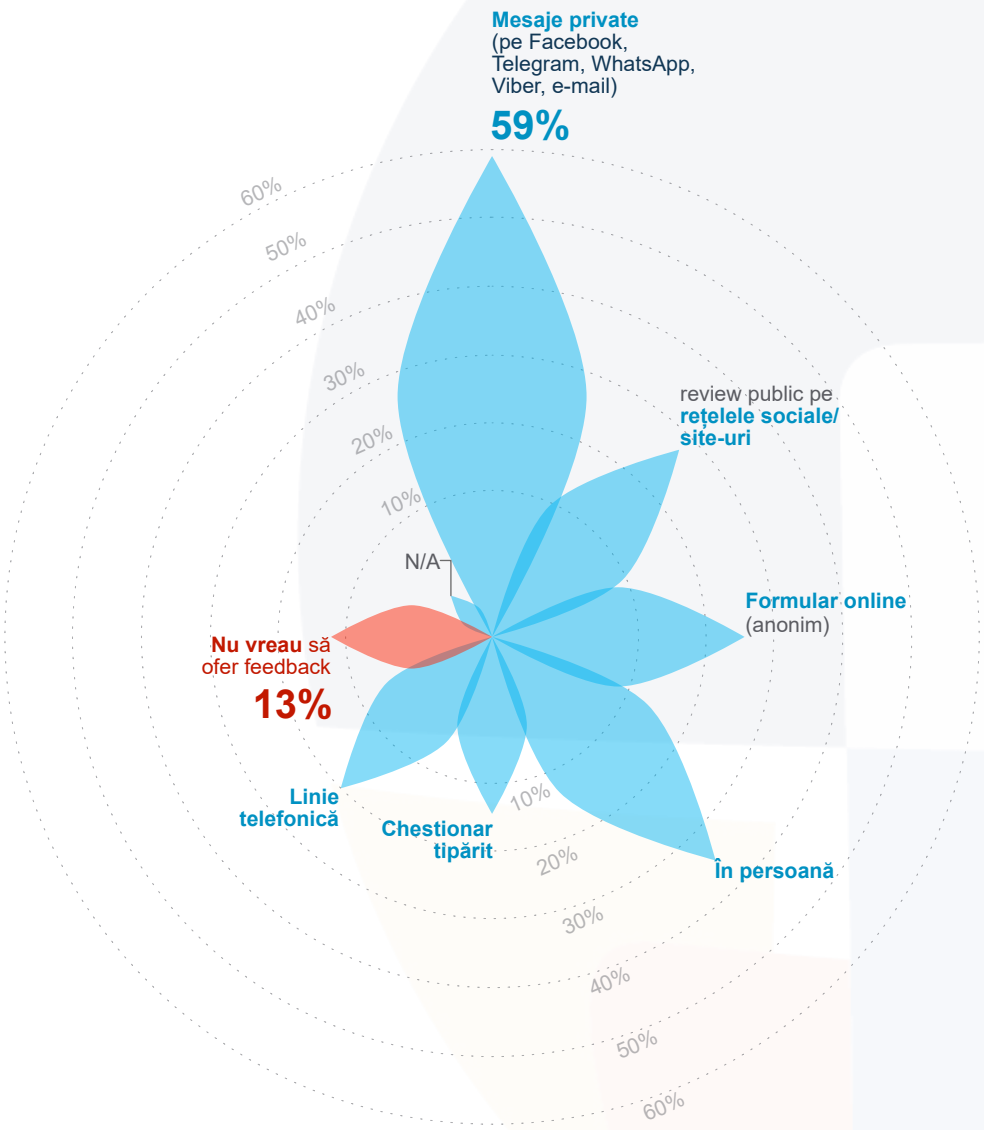
Informațiile pentru refugiații din România disponibile pe canalele media din Ucraina sunt concentrate deseori pe nevoile celor care se pregătesc să plece din Ucraina (de exemplu, informații privind mijloacele de transport, trecerile de frontieră, vize etc.) și nu satisfac nevoile de informare care apar în timpul și după stabilirea în România.

RECLAMAȚII ȘI FEEDBACK

Refugiații ucraineni **tind să ofere doar feedback pozitiv,** fără a include reclamații sau sugestii de îmbunătățire a serviciilor, deoarece se tem că vor fi percepuți drept nerecunoscători, chiar și atunci când știu că o reclamație/ori un feedback negativ ar ajuta la îmbunătățirea serviciilor și ar ajuta alți refugiați să evite situațiile riscante.

Cu toate acestea, **numai 13% dintre refugiați nu ar vrea deloc să ofere feedback.** Dacă ar avea acces și instrumentele potrivite, majoritatea refugiaților **ar prefera să ofere feedback într-un mesaj privat** pe Facebook, Telegram, WhatsApp, Viber, email (59%), în persoană/față în față (35%) sau prin review-uri publice pe rețelele sociale/website-uri (28%).

Platformele pe care respondenții preferă să le folosească pentru a oferi feedback



[2] Grupurile Doppelganger sunt pagini, conturi sau grupuri de pe rețelele sociale care imită intenționat alte pagini/conturi/grupuri pentru a provoca confuzie și a induce în eroare utilizatorii, fiind folosite deseori pentru a răspândi dezinformare.

RECOMANDĂRI

1. CENTRALIZAȚI ȘI ADAPTAȚI INFORMAȚIILE

Refugiații au exprimat două nevoi semnificative cu privire la informare - o singură sursă pentru informații oficiale de încredere, iar acestea să fie adaptate pe regiuni. Acolo unde este posibil, actorii ar trebui să colaboreze în sisteme comune de informații, comunicare și de feedback, pentru a reduce riscul de confuzie. Sistemele individuale vor continua să fie necesare pentru serviciile pe subiecte sensibile sau de mare risc. Furnizorii de servicii trebuie să ia în considerare faptul că platforma trebuie să aibă informații actualizate, să includă informații accesibile și utile, în limbile rusă și ucraineană, și să menționeze și pe alte platforme de informare această sursă. Informațiile trebuie organizate pe regiuni și orașe, pentru a le face și mai accesibile și relevante pentru refugiați, dar și pentru a vedea mai ușor care sunt golurile informaționale.

2. FOLOSIȚI INFLUENCERII DIN COMUNITATE PENTRU TRANSMITEREA INFORMAȚIILOR

Refugiații au încredere în informațiile care provin de la alți oameni din comunitatea lor. Furnizorii de servicii ar trebui să identifice influencerii comunitari de informație și creatorii de conținut din comunitățile lor și să-i ajute în rolul lor de diseminatori de mesaje în comunitatea de refugiați. Ca noduri intermediare între sursele oficiale de informații și refugiați, influencerii pot fi un canal valoros prin care pot fi discutate nevoile, îngrijorările, reclamațiile și feedback-ul comunității, precum și pentru contracararea zvonurilor și a informațiile greșite, prin furnizarea de informație corectă și verificată. Lanțurile de comunicare din comunitatea de refugiați pot fi, de asemenea, o structură foarte utilă pentru asigurarea diseminării informațiilor către toate subgrupurile diverse, asigurând o comunicare în ambele sensuri între furnizori de servicii, voluntari și comunitatea largă de refugiați. Drept rezultat, informația va fi transmisă în limba potrivită, prin canalele cele mai populare și are toate șansele să fie percepută mai de încredere.

3. LUAȚI ÎN CONSIDERARE NEVOILE DIVERSE

Tinerii și persoanele cu nevoi specifice de informare nu simt că informațiile disponibile în prezent iau în considerare și nevoile lor. Tinerii consideră că grupurile de Telegram frecventate de părinții lor nu sunt locul potrivit pentru ei în care să pună întrebări și să căute informațiile de care au nevoie. Trebuie luată în considerare și posibilitatea creării de platforme și informații concepute special pentru grupurile vulnerabile, precum persoanele în vârstă, adolescenții și copiii, precum și pentru persoanele cu dizabilități și îngrijitorii acestora. Prezentarea informațiilor în formate diferite și oferirea de informații referitoare la nevoile individuale ale acestor grupuri ar putea mări impactul, acceptarea și folosirea lor.

4. COLABORAȚI ȘI FOLOSIȚI LA COMUN RESURSELE

Chiar dacă cei cu care am discutat în interviuri pentru această cercetare au identificat mai multe eforturi de a colecta și de a analiza întrebări, îngrijorări și informațiile greșite care circulă în spațiile de social media frecventate de refugiați, aceste eforturi sunt limitate la activitățile interne ale organizațiilor, iar analiza lor și concluziile nu sunt diseminate în spațiul public. Deoarece numeroase agenții nu au abilitățile sau capacitatea de a face și ele această muncă, dar au capacitatea de a oferi informațiile corecte și de a răspunde la întrebări sau trenduri comportamentale, ar fi folositoare o resursă centralizată de analiză de rețele sociale, pentru a îmbunătății reacția colectivă în ansamblu.

5. LIMBA CONTEAZĂ

Pe lângă creșterea gradului de acces la informații oficiale în ucraineană și rusă, trebuie să ne asigurăm că informațiile legale și oficiale complexe sunt accesibile unei audiențe mari. Comunitatea de refugiați ar trebui consultată pentru revizuirea tuturor traducerilor și materialelor de informare, pentru a întreba „este traducerea corectă?”, „răspunde ea nevoilor actuale de informare ale comunității?”, „este textul accesibil tuturor nivelurilor de educație?”, „include informații utile în mod direct?” și „ce întrebări mai aveți după ce ați citit acest text?”. Deoarece există în prezent un număr redus de traducători și interpreți de limbă ucraineană, trebuie prioritizată oferirea de traininguri de traducere și interpretare în rândul refugiaților cu abilități lingvistice, pentru a acoperi acest gol.

6.PRIORITIZAȚI LIMBAJUL SIMPLU ȘI ACCESIBIL

Informațiile disponibile refugiaților sunt deseori complexe și inaccesibile pentru mulți cititori. Refugiații au nevoie să poată accesa și înțelege informațiile legate de statutul lor legal și de opțiunile de accesare a serviciilor de suport. Chiar dacă astfel de informații sunt uneori disponibile, limbajul folosit este plin de termeni specializați, jargon și concepte necunoscute pentru mulți dintre refugiați. Acolo unde este necesară folosirea de termeni complecși și acronime, trebuie inclusă mereu și o explicație în termeni cât mai comuni și simpli, cu liniuțe pentru a sparge blocurile mari de text dens. De asemenea, pot fi luate în calcul și alte moduri de transmitere a informației - audio, video sau infografice pentru a ajunge la o audiență cât mai mare. Un text scris corect și simplificat transmite aceleași informații, dar le face și mai utile pentru mai mulți oameni.

Clear Global are un ghid excelent de redactare de texte în limbaj simplu și clar.

7. INCLUDEȚI PERSPECTIVE DE VIITOR

Autoritățile guvernamentale și ceilalți furnizori de servicii umanitare pot să nu știe încă cu exactitate cât timp vor mai fi finanțate serviciile disponibile refugiaților. Este natural deci să apară incertitudinea cu privire la aceste lucruri. Dar aceste lucruri trebuie să fie comunicate și refugiaților. Discutarea activă a acestor subiecte poate ajuta la reducerea anxietății, la construirea încrederii și le poate arăta refugiaților că înțelegem cât de importante sunt aceste informații pentru ei (chiar dacă răspunsurile vor fi „nu știm încă, dar vom ști într-o săptămână/lună/an"). Refugiații vor să înțeleagă când va fi luată o decizie, cum va fi ea luată și ce opțiuni au ca să ofere informațiile necesare și să contribuie la luarea ei.

8. INFORMAȚIILE SUNT ÎN MÂINILE NOASTRE

Dispozitivele mobile, precum smartphone-urile, sunt instrumentul preferat pentru accesarea internetului. Chiar dacă materialele de informare sunt concepute pe laptop sau PC, trebuie să ne asigurăm că ele sau website-urile create sunt optimizate pentru lectura de pe telefon. Trebuie luat în calcul un mod de lectură bazat pe scrolling sau cartoane (în locul unor pagini statice de PDF), cu titluri, paragrafe și fraze mai scurte, precum și cu fonturi care pot fi citite mai ușor pe ecrane mai mici. Formatele audio și video ies în evidență mai bine pe grupurile de social media și pot fi mai utile în atingerea unor audiențe mai mari. Evident, nu trebuie uitat faptul că, oricât de bine ar fi conceput un mesaj de informare, oamenii vor avea mereu întrebări suplimentare și cereri de clarificare pentru a adapta informațiile la nevoile lor particulare - așa că trebuie prezentate clar modurile în care oamenii pot accesa informații suplimentare.

9. CENTRELE FIZICE DE INFORMARE

Chiar dacă refugiații depind în grad mare de grupurile de pe rețelele sociale pentru a comunica și verifica informațiile, ei preferă să poată să discute cu o persoană, să își comunice în mod direct temerile și problemele, să pună întrebări și să își poată adapta informația la nevoile lor individuale. Dacă există centre de informare sau pentru refugiați, trebuie să ne asigurăm că există facilități de comunicare, fizice sau de personal, pentru a răspunde la nevoile de informare și asistarea refugiaților. Dacă nu există astfel de centre, trebuie improvizate spații care pot servi nevoilor de informare. Luați în considerare includerea echipelor de tip PGI (Protection, Gender and Inclusion - Protecție, Gen și Incluziune) în aceste spații pentru a asigura o calitate mai bună a servicilor oferite și pentru a putea oferi informație în mod incluziv.

10. PROTEJAȚI DATELE CU CARACTER PERSONAL

Organizațiile trebuie să se asigure că au măsuri adecvate de protejare a datelor și de securitate și să comunice cât mai clar cu comunitatea de refugiați despre cum vor fi administrate și protejate datele lor personale atunci când sunt nevoiți să le comunice. Numeroși refugiați și-au împărtășit informațiile personale și documentele cu numeroase agenții și organizații umanitare sau de stat, așa că un sistem centralizat de identificare a refugiaților ar avea un impact mai mic de risc asupra refugiaților care sunt deja în țară. Trebuie concepute planuri și pentru cazul unor creșteri de flux al refugiaților, pentru a adresa problema securității datelor și eficienței.[3]

11. COMUNICAȚI MĂSURILE LUATE DUPĂ FEEDBACK-UL PRIMIT DE LA REFUGIAȚI

Trebuie cultivată o cultură a feedback-ului constructiv cu privire la serviciile oferite refugiaților, pentru a ne asigura că acestea sunt potrivite cu nevoile și preferințele lor. Pentru a combate ezitările legate de teama de a fi percepuți drept nerecunoscători, agențiile umanitare trebuie să fie foarte active în a prezenta comunității de refugiați ce feedback au primit și care sunt modificările pozitive care au rezultat din acesta. În mod obișnuit, rapoartele de feedback sunt păstrate doar ca documente interne de către organizații. Prezentarea în mod deschis a rezultatelor concrete ale feedback-ului, pe platforme populare de informare și în interacțiunile față în față din comunitate, va crește nivelul de încredere și va încuraja o participare mai mare la aceste sisteme de feedback.

12. REFUGIAȚII CA DESIGNERI AI MĂSURILOR DIN RĂSPUNSUL UMANITAR

Refugiații consideră în prezent că nu au fost consultați în mod adecvat în crearea serviciilor menite să-i sprijine. După ce a trecut perioada inițială de criză, iar organizațiile se concentrează acum pe integrare și planificare pe termen mediu și lung, furnizorii de servicii trebuie să adopte abordări sustenabile care să le permită să asculte nevoile și preferințele comunității, să le folosească pentru a influența designul serviciilor și, important, să prezinte comunității schimbările care au fost făcute ca urmare a feedback-ului.

[3] De exemplu, în Elveția „Permisul S" include un card de identificare a refugiatului emis după analizarea documentelor sale de identitate.

13. MEDIA PE PLATFORME DIVERSE

Chiar dacă unele organizații românești de media au făcut eforturi să ofere informații în limba ucraineană, refugiații nu știu în general despre aceste programe. Este nevoie de o mai bună promovare a acestora. Pentru a le crește audiența, pot fi folosite platforme alternative, precum rețelele sociale (Facebook live, de exemplu), sau difuzarea acestora în locurile unde refugiații tind să petreacă mult timp (centre de cazare, puncte de informare). Organizațiile media ar trebui să ia în calcul și pregătirea de materiale care să răspundă nevoilor de informare ale audiențelor lor pe termen scurt, mediu și lung; de exemplu, știri și materiale de actualitate, informații despre servicii umanitare, divertisment, materiale de răspuns la zvonuri și informare greșită, precum și programe educative - care să-i pregătească și să-i ajute pe refugiați să se integreze în societatea românească.

14. MEDIA CA ACTOR ÎN ACȚIUNILE UMANITARE

Pentru a răspunde în mod adecvat la nevoile variate de informare ale refugiaților și la zvonurile și informațiile greșite care pot circula într-o comunitate, organizațiile media din România care creează conținut în limba ucraineană trebuie să fie considerate, în mecanismele de coordonare a măsurilor umanitare, un actor important pentru informare și ajutorare. Trebuie înțeles însă că asta nu se poate realiza fără resurse suplimentare - printr-o mai bună înțelegere a priorităților răspunsului umanitar, a modului în care se iau deciziile și a ce schimbări pot apărea, media românească poate traduce mai eficient aceste informații pentru audiența lor, pentru factorii de decizie și pentru actorii umanitari deopotrivă. Conținutul media în limba ucraineană poate fi o platformă valoroasă pentru găzduirea de discuții de comunitate, pentru conectarea refugiaților cu factorii de decizie și pentru creșterea responsabilizării procesului de asistență.

INTRODUCERE

Începând cu 24 februarie 2022, lumea se confruntă cu una dintre cele mai mari crize ale refugiaților de la cel de-al Doilea Război Mondial. Peste 13 milioane de oameni au fost nevoiți să fugă din calea războiului din Ucraina în prima jumătate a anului,[4] iar în România au intrat peste 1,6 milioane de refugiați de la începutul invaziei.[5] În septembrie 2022, peste 80.000 de oameni încă se adăposteau în România,[6] cu sprijinul autorităților și al partenerilor din societatea civilă și sectorul privat, voluntari și organizații umanitare internaționale.

Deși reacția de răspuns a fost extraordinar de rapidă, creându-se serviciile necesare noilor comunități de refugiați, provocările de comunicare și de informare au redus din eficiența lor. A existat o provocare persistentă în asigurarea accesului acestor comunități la informație actualizată, verificată și cu utilitate practică pentru a le ajuta în procesul de luare a deciziilor și de participare reală la conceperea serviciilor de care beneficiază. Comunitățile afectate de criză au nevoie de canale accesibile de comunicare în ambele sensuri cu furnizorii de servicii umanitare, care să le permită refugiaților abia ajunși în țară să înțeleagă, ce servicii sunt disponibile (inclusiv scopul acestora și condițiile de eligibilitate), să pună întrebări și să exprime preferințe.

Cercetarea de față a fost concepută pentru a înțelege mai bine modurile în care refugiații din România și din comunitățile gazdă creează, accesează și împărtășesc informațiile legate de intervențiile umanitare și să identifice barierele care împiedică accesarea informațiilor de calitate și/sau golurile informaționale, care ar putea fi acoperite de media, furnizori de servicii umanitare, ori guvernamentale. Considerăm că, prin creșterea accesului la canale informaționale care încurajează participarea, adaptate preferințelor și nevoilor de informare ale refugiaților, furnizorii de servicii își pot ajusta intervențiile ca să se potrivească mai bine cu necesitățile refugiaților și ca să interacționeze mai eficient cu comunitățile pe care doresc să le ajute. Mediile informaționale sănătoase permit tuturor participanților să ia decizii mai bine informate, să reducă polarizarea, să ajute la o participare comunitară mai activă, și să tragă la răspundere factorii de decizie și de putere.

Cercetarea a avut următoarele obiective:

OBIECTIV #1

Să identifice informațiile disponibile refugiaților și sursele pe care aceștia le folosesc pentru a le accesa

OBIECTIV #2

Să identifice nevoile primare de informare

OBIECTIV #3

Să identifice principalele bariere în accesarea acestor informații

OBIECTIV #4

Să descrie dinamicile și comportamentul de informare (inclusiv factorul de încredere)

Așa cum veți putea citi în analiza care urmează, nevoile comunitare de informare și canalele de informare s-au schimbat de la începutul crizei și până în prezent. În mod similar, ne așteptăm să evolueze în timp și sperăm să putem repeta cercetarea pentru a surprinde dinamica acestor schimbări.

[4] Ukraine: Millions of displaced traumatised and urgently need help, say experts | OHCHR

[5] Document - Ukraine Situation Inter-Agency Operational Update Romania - July 2022 (unhcr.org)

[6] https://data.unhcr.org/en/situations/ukraine/location/10782

Parteneri

Internews este o organizație internațională non-profit care lucrează să îmbunătățească accesul la informație de actualitate, utilă și corectă și să contribuie la sănătatea ecosistemelor informaționale din peste 100 de țări. Prin sprijinul oferit mass-media și comunicatorilor din serviciile de sănătate și de asistență umanitară, precum și prin o activitate intensivă de identificare și combatere a informării greșite, organizația își propune să asigure un acces egal pentru toată lumea la canalele de informare și de comunicare de care au nevoie pentru a lua deciziile cele mai corecte pentru ei și pentru a-și susține drepturile.

Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) este o organizație non-guvernamentală activă în România de peste 28 de ani în protejarea democrației și a valorilor sale. De-a lungul acestor ani în care s-au schimbat oameni, guverne, practici și amenințări diverse, CJI a rămas, timp de 28 de ani, promotor al valorilor universale și partener al celor care vor să contribuie la consolidarea unei societăți libere și diverse.

Mulțumiri

Această cercetare a fost produsă cu sprijinul generos al Twilio, prin proiectul lor Tech4 Ukraine, care ajută persoanele nevoite să fugă din calea războiului din Ucraina.

Cercetătoarea principală a fost Mihaela Negru de la Centrul pentru Jurnalism Independent. Echipa de cercetare a fost formată din Alina Belobra de la Internews, Cristina Lupu, Bianca Rus, Tetiana Altukhova, Oleksandra Altukhova și Nadiia Ovsova de la Centrul pentru Jurnalism Independent.

Studiul de față nu ar fi fost posibil fără efortul unei echipe minunate de coordonatori locali ucraineni și români: Anzhela Beliak (Iași), Natalia Vataman (Brașov), Liudmyla Ilchenko și Cosmin Bârzan (Constanța), Tetiana Altukhova și Oleksandra Altukhova (București); și operatorii ucraineni de interviu din Iași: Anzhela Beliak, Liliia Horbal, Danylo Malyi, Oleksandra Dajmychenko. În Brașov: Natalia Vataman, Sergiu Vataman, Iryna Karpinska. În Constanța: Maryna Chornoivanova, Kiril Kataiev, Liudmyla Ilchenko, Larysa Stepanchenko. În București: Kyrylo Mazur, Nadiia Ovsova, Lesia Kirvas, Ganna Usac, Tetiana Altukhova, Oleksandra Altukhova, Tetiana Rieshetova.

Designul vizual al raportului a fost realizat de Edit Gyenge.

Dorim să mulțumim tuturor celor care au investit timp să ne ajute în această cercetare, inclusiv reprezentanților Guvernului României, organizațiilor umanitare locale și internaționale, organizațiilor media, și cetățenilor și voluntarilor care ajută la efortul umanitar.

Cel mai important, vrem să mulțumim refugiaților din Ucraina care au discutat cu noi în săli de conferință și centre de refugiați și, de-a lungul a numeroase căni de ceai, ne-au împărtășit perspectivele lor asupra subiectelor abordate în studiul nostru. Fără contribuțiile lor, această cercetare nu ar fi fost posibilă. Sperăm că v-am reprezentat cât mai corect opiniile și informațiile furnizate.

METODOLOGIE

Analiza de Ecosistem Informațional (IEA) este cadrul analitic principal pe care îl folosim în cadrul acestei cercetări, pentru a înțelege oferta, cererea și dinamica informaționale în mediul analizat. Estimarea „sănătății" ecosistemului informațional este realizată prin investigarea a trei elemente principale:

OFERTA INFORMAȚIONALĂ
(Surse, creatori ori difuzori de informație);

CEREREA INFORMAȚIONALĂ
(Nevoile de informare ale comunității);

DECALAJUL DINTRE CELE DOUĂ
(goluri informaționale și bariere în accesul informațional)[7].

Ce este o Analiză de Ecosistem Informațional (Information Ecosystem Assessment - IEA)?

Analizele de Ecosistem Informațional sunt un instrument creat de Internews pentru a înțelege modul în care comunitățile produc și consumă informație prin analizarea surselor, a influențelor și caracteristicilor locale unice. Modurile în care oamenii produc, contribuie la, interacționează și adoptă informația generează dinamism și diversitate în ecosistemele informaționale. Analizele de Ecosistem Informațional sunt o abordare specifică, centrată pe factorul uman, de a surprinde relațiile dintre oferta și cererea informațională.

Obiectivul unei analize de ecosistem informațional este să obțină o înțelegere mai profundă a modurilor în care oamenii descoperă, împărtășesc, valorizează și au încredere în informație, în contextele lor locale. În contextul unui efort umanitar, informațiile sunt o formă vitală de ajutor. Informația de actualitate, relevantă și accesibilă îi ajută pe oamenii afectați de crize să înțeleagă situația, să ia decizii informate și să acceseze ajutor deseori vital.

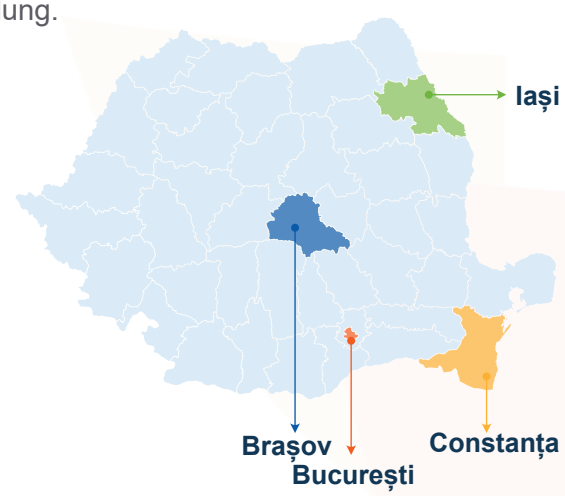
Analiza de ecosistem informațional este un instrument esențial din toolkit-ul de Implicare Comunitară și Responsabilizare - Community Engagement and Accountability (CEA), care permite furnizorilor de servicii umanitare să stabilească canale de comunicare în ambele sensuri, pentru a asculta nevoile oamenilor (și a acționa pentru rezolvarea lor), pentru a primi sugestii, feedback și reclamații, și pentru a se asigura că oamenii care beneficiază de asistență au un rol important în modelarea deciziilor care îi afectează în mod direct. Mai multe detalii despre această strategie de studiu, aici: https://internews.org

PERIOADA

Cercetarea a fost realizată în iunie-septembrie, cu colectare de date pe teren în iulie și prima parte a lunii august 2022.

LOCAȚIA

Datele au fost colectate din patru orașe din România: București, Iași, Constanța și Brașov. Aceste orașe au fost alese datorită popularității lor în rândul grupurilor de refugiați ucraineni drept locuri pentru ședere pe termen mediu și lung.



Unele date au fost colectate și de la refugiați din alte regiuni ale României prin intermediul unui chestionar online. Deși există în continuare un tranzit important de refugiați la punctele de trecere ale frontierei, am ales să nu le includem în analiza noastră deoarece am dorit să ne concentrăm cercetarea pe nevoile și preferințele informaționale ale comunităților care au decis să rămână în România măcar pe termen mediu, și nu pe cei care beneficiază aici de suport de urgență ori pe termen scurt, înainte de a pleca spre alte țări. Este nevoie de cercetări suplimentare pentru a determina diferențele dintre nevoile și problemele informaționale ale acestor grupuri diferite.

[7] Internews, 2020

COLECTAREA DATELOR

Am folosit o abordare diversă care a inclus cinci metode de colectare de date:

METODA #1

DISCUȚII DE FOCUS GRUP (FGD)

Un număr total de

22 **de focus grupuri** au fost moderate în persoană în 4 orașe principale din România (București, Iași, Brașov, și Constanța).

Pentru a ne asigura că lista participanților reflectă diversitatea comunităților de refugiați, am făcut eforturi pentru a include participanți de genuri și vârste diferite; participanți cu diferite abilități fizice; din medii socio-economice diferite și cu diverse niveluri educaționale; și participanți din diferite minorități etnice din Ucraina.

METODA #2

INTERVIURI DE PROFUNZIME CU PERSOANE CU EXPERTIZĂ CHEIE ÎN DOMENIU (Key Informant Interviews - KII)

Un număr total de

21 de interviuri în profunzime semistructurate (KII-uri) au fost realizate online și față în față cu personal din organizații umanitare din România

(Anaid, PATRIR, CRC Constanța, Motivation, ARESEL, Code for Romania), din mass-media (Radio România International și RADOR), ONG-uri internaționale (IFRC, UNHCR, UNICEF, Mercy Corps), autorități centrale (Guvern), și reprezentanți ai comunităților gazdă (voluntari neafiliați ONG-urilor, din București, Iași, Focșani). 8 dintre acestea au fost realizate cu creatori sau administratori de grupuri de pe rețelele sociale.

METODA #3

CHESTIONARE CANTITATIVE ONLINE ȘI OFFLINE

Chestionarul față în față a fost tradus în limba ucraineană, datele fiind colectate prin instrumentul de colectare de date KoBo pe dispozitive mobile, de către operatori de date ucraineni.

Am adunat un total de

732 **de răspunsuri din 4 orașe: București, Iași, Brașov, și Constanța.**

Nu am colectat date personale ori de identificare și am dezagregat datele pe vârstă și gen. Colectarea datelor a avut loc între 10 iulie și 30 iulie 2022.

Acesta a fost complementat de un chestionar online distribuit pe platforme populare de social media, în grupurile frecventate des de refugiați ucraineni. Acest chestionar a primit 212 răspunsuri printr-un formular Google Forms. Colectarea datelor a avut loc între 28 iulie și 8 august 2022.

METODA #4

ANALIZA DATELOR SECUNDARE

Analiza datelor secundare a fost realizată pentru a cerceta rapoartele, planurile de acțiune, reglementările existente etc. Deși am beneficiat de informații deja existente legate de capacitatea sectorului media din România - mai ales din rapoarte anterioare produse de CJI - există foarte puține analize care să încerce să înțeleagă aspecte ale nevoilor și barierelor informaționale ale refugiaților. Am descoperit că majoritatea organizațiilor pe care le-am consultat au luat în calcul aceste subiecte, uneori analizându-le, dar de cele mai multe ori doar pentru scopuri interne.

METODA #5

MONITORIZARE MEDIA

Monitorizarea media s-a concentrat pe analizarea informațiilor umanitare disponibile refugiaților ucraineni în mass-media de limbă română sau ucraineană.

Au fost analizate

175 **de articole** (130 în media din România și 45 în media din Ucraina), publicate în perioada 24 februarie - 11 august 2022.

Am realizat și un exercițiu de Analiză de rețele sociale pentru a lista cele mai populare platforme sociale, grupuri și spații online folosite de refugiați și de a le clasifica în funcție de membri (refugiați, comunități gazdă, sau ambele), de nivelul de activitate/ engagement, și de calitatea informațiilor oferite.

PROVOCĂRILE ȘI LIMITĂRILE CERCETĂRII

Analiza de Ecosistem Informațional (IEA) nu este, și nici nu se vrea a fi, un eșantion reprezentativ al comunității. Cu toate acestea, am avut ca obiectiv să surprindem diversitatea comunității, asigurându-ne că datele colectate sunt reprezentative. Pentru a reduce riscul intervievării unor persoane cu aceleași caracteristici (de ex., doar femei tinere), am folosit în chestionarele față în față o metodă de eșantionare (proporția subgrupurilor a fost aproximată din cercetări anterioare și rapoarte publice identificate și analizate în stadiul cercetării datelor secundare). În privința cercetării calitative, echipa noastră s-a confruntat cu dificultăți în recrutarea anumitor subgrupuri de refugiați:

BĂRBAȚI

Deși am reușit să identificăm un număr de subiecți bărbați, majoritatea au ezitat să participe la discuțiile de grup. Explicațiile invocate cel mai des teama de „a fi trimiși înapoi în Ucraina” sau criticile sociale că nu luptă alături de armata ucraineană;

ROMII ȘI ALTE GRUPURI ETNICE

Deși cercetarea trebuia să includă mai multe discuții de focus grup cu etnici romi, am descoperit că foarte puțini refugiați romi ucraineni au decis să rămână în România, majoritatea tranzitând către alte țări. De exemplu, în Brașov, principalul centru pentru refugiați a găzduit 150 de refugiați romi ucraineni, inclusiv copii, și toți au plecat apoi către Spania și Franța.



Photo: Pixabay.com

LGBTQIA+

Echipa noastră ar fi dorit o reprezentare mai bună a perspectivelor refugiaților LGBTQIA+ și a provocărilor informaționale cu care se confruntă, dar, în discuțiile noastre cu ONG-urile române care au lucrat cu refugiați și apără și promovează drepturile minorității LGBTQIA+, am determinat că, în prezent, în România au rămas foarte puțini refugiați din acest grup. Experții cu care ne-am consultat au sugerat că majoritatea au petrecut doar o perioadă scurtă în România și au căutat informații despre alte țări apropiate cu politici mai bune în privința comunității LGBTQIA+, și - în anumite cazuri, cu acces liber la tratamente sau medicamente specifice.

MEMBRI AI COMUNITĂȚILOR GAZDĂ CARE AU OFERIT AJUTOR REFUGIAȚILOR

Am descoperit că a fost mai greu decât anticipaserăm să încurajăm cetățenii români care au ajutat refugiați să participe la acest studiu.

Participarea adolescenților la focus grupul din Brașov a fost o provocare emoțională. Pentru unii dintre aceștia, discuția de focus grup a fost prima experiență socială în afara caselor lor temporare unde au cunoscut alți tineri după mai multe luni de ședere în România. Ținând cont de dinamica aparte a acestui grup, moderatorul a aplicat o abordare mai flexibilă a ghidului de discuție. Recomandăm pentru cercetări viitoare cu acest subgrup de refugiați includerea unui psiholog sau a unui lucrător social specializat, pentru a sprijini emoțional participanții.

Cercetarea de față nu a analizat calitatea serviciilor umanitare. Cu toate acestea, în procesul colectării de date, refugiații au oferit feedback cu privire la calitatea serviciilor, la acțiunile furnizorilor, și au raportat cazuri de discriminare și hărțuire. Deși este un subiect adiacent cercetării noastre, dar în afara obiectivelor ei, informațiile respective vor fi comunicate de către Internews agențiilor guvernamentale și umanitare relevante.

Partea 1: Cum accesează în acest moment oamenii informațiile?

DE UNDE VĂ INFORMAȚI?

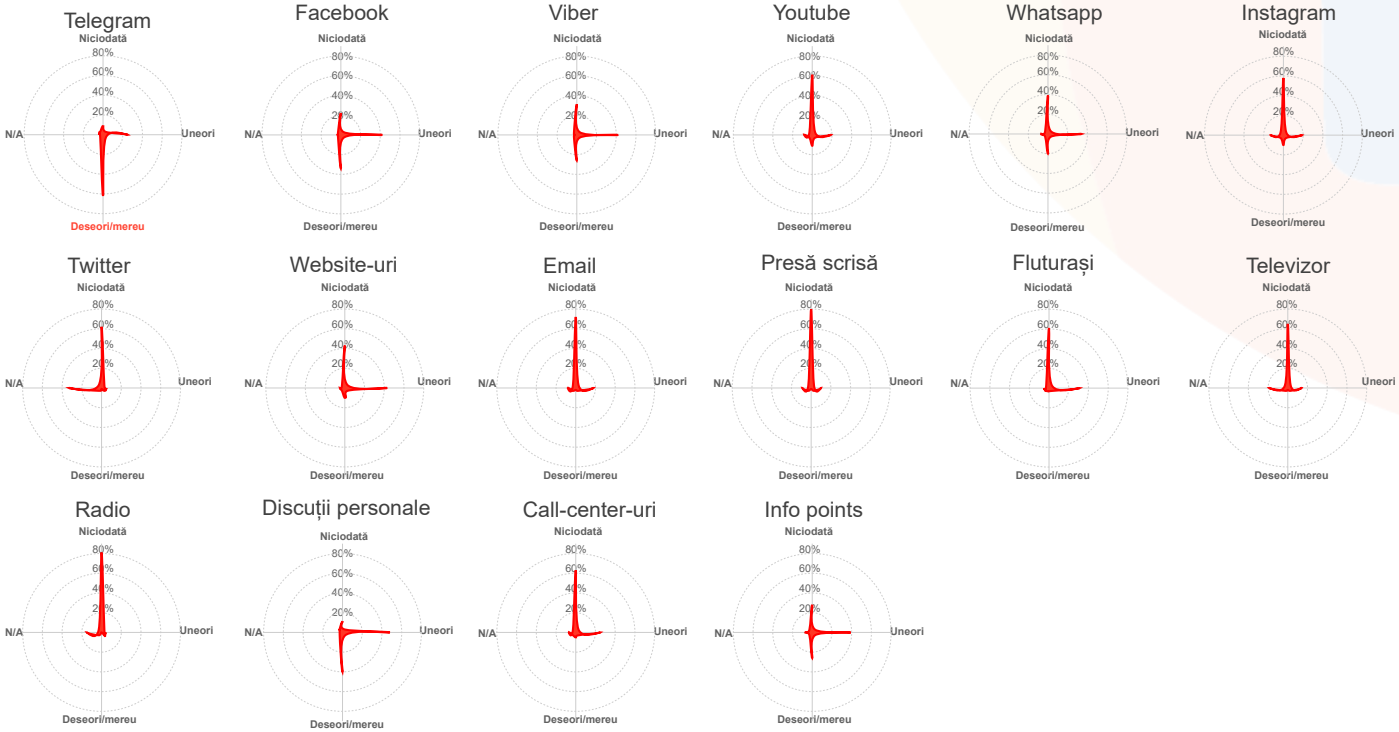
Discuțiile de focus grup au arătat că, în februarie și martie 2022, refugiații s-au bazat cel mai des pe canalele de comunicare offline/față în față (apeluri telefonice, comunicare orală directă, mesaje directe cu cunoștințe în aplicații de mesagerie) pentru a afla informații despre rute de transport și posibilități de cazare în România. După sosirea în țară și în perioada următoare de răspuns umanitar (martie-iulie 2022), platformele online au început să aibă un rol mai important în căutarea informațiilor. Voluntarii și comunitățile de refugiați ucraineni au creat grupuri, canale și pagini pe rețelele sociale, oferind informații actualizate și facilitând schimburile de informații. Vezi secțiunea Rețele sociale de mai jos pentru mai multe informații despre platforme și folosirea lor.

Chestionarele au arătat că cele mai folosite canale de informare (în privința accesării de informații generale despre serviciile pentru refugiați) sunt: Telegram (62% îl folosesc deseori sau mereu, iar 25% uneori) și discuții personale (40% deseori sau mereu, iar 48% uneori). Canale menționate frecvent sunt și Facebook, Viber și centre de informare, în timp ce presa scrisă și radioul nu sunt folosite aproape deloc (la fel ca Twitter, televiziunile, emailurile și pliantele). Lista detaliată este disponibilă în Anexa 1. Când accesează informații specifice despre servicii umanitare, refugiații de toate vârstele se bazează în principal pe alți refugiați ucraineni din România (61% deseori/mereu, 31% uneori), folosind frecvent grupurile și canalele de Telegram (63% deseori/mereu, 20% uneori). Vezi Anexa 3. Acest aspect este valabil și pentru minoritățile etnice din Ucraina. O femeie din grupul tătarilor crimeeni a declarat:

> *Este mai ușor să apelezi la oamenii tăi: la ucraineni sau la cei care știu turca, rusa, ucraineana, sau cei care deja știu tot (tătari crimeeni), pentru că te ajută mai eficient, te îndreaptă mai bine, pentru că ne este greu să-i explicăm unui român ce și cum.*
>
> Femeie, Constanța

Persoanele cu dizabilități se bazează cel mai mult pe membrii familiei, îngrijitori, precum și pe organizațiile religioase și umanitare (au fost menționate Fundația ICAR, Crucea Roșie, Salvați Copiii, Biserica Iglesia) pentru informații.

Cât de des utilizați următoarele canale pentru a obține informațiile de care aveți nevoie cu privire la șederea dvs. în România?



INFLUENCERII INFORMAȚIONALI

din comunitățile de refugiați se schimbă frecvent. Chiar dacă în ultimele șase luni au apărut lideri informali și surse de informații de încredere, refugiații nu au venit în România în comunități distincte cu structuri de leadership (informațional ori general). Participanții ne-au explicat că, atunci când descoperă o informație utilă, o împărtășesc în grupurile menționate pentru a ajuta comunitatea. Unii au menționat că și-au asumat un rol informal de verificare a informațiilor distribuite zilnic pe grupuri, pentru a filtra informațiile greșite și a se asigura că grupurile funcționează cum trebuie. Un exemplu împărtășit în cadrul unui KII a fost despre o femeie din Odesa care a devenit influencer informațional în comunitatea ei de refugiați:

> ***Această doamnă nu era cunoscută în Ucraina drept un lider în sensul clasic al cuvântului, de lider de comunitate. Dar a organizat un eveniment pentru comunitate de Paște. Oamenii care iau inițiativă în numele comunității devin un fel de cvasi-lider. Iar conceptul este foarte fluid, sunt cei care chiar au influențat procesul de decizie în alegerile pe care le-au făcut oamenii în drumul lor spre România, dar și cei care influențează opinia publică după ce comunitatea s-a stabilit aici.***
>
> Expert, Agenție umanitară internațională

Cu toate acestea, lipsa unei structuri de leadership a îngreunat uneori procesul de coordonare și comunicare dintre refugiați. De exemplu, profesorii ucraineni din Brașov au menționat că ar prefera să poată oferi cursuri pentru elevi refugiați din zona lor, dar nu știu de unde și cum să înceapă, cum să identifice copiii, sau ce sprijin ar avea.

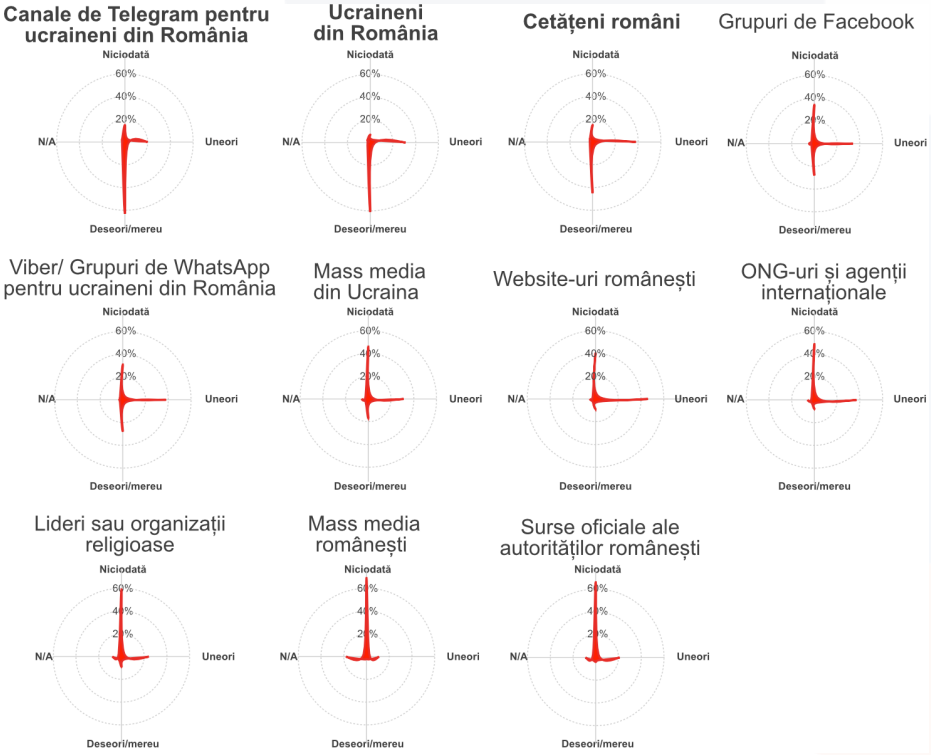
Consideră că o mai bună structură comunicațională le-ar ușura eforturile refugiaților de a se organiza și de a-și rezolva nevoile.

Cele mai puțin folosite surse de informare sunt mass-media românești (69%, niciodată) și sursele oficiale ale autorităților române (website-uri și pagini de pe rețelele sociale) (66%, niciodată). Doar un sfert dintre refugiați folosesc sursele oficiale ale autorităților române (21% uneori, 4% deseori sau mereu) și numai 5% dintre respondenți își iau informațiile din broșuri sau pliante. Vezi Anexa 3 și Anexa 16 pentru date detaliate din chestionare față în față și online.

Vezi partea 5 a studiului pentru mai multe informații despre call-centere în privința accesului la informație și a mecanismelor de reclamații și feedback.

> ***Uneori sun la linia de asistență telefonică pentru ucraineni din România. O dată căutam un medic pediatru, dar mi-au răspuns în rusă și nu m-au ajutat. M-a ajutat un voluntar român.***
>
> Femeie, București

% de răspunsuri la întrebarea „Cât de des folosiți următoarele surse atunci când doriți să accesați informații despre serviciile pentru refugiați (cazare, hrană, alte nevoi de bază) din România?”



Doar o treime dintre respondenți folosesc liniile de asistență telefonică sau call-center-urile, în general ocazional (25% - uneori, 5% deseori/mereu, potrivit chestionarelor față în față). Refugiații din București folosesc call-center-urile de aproape două ori mai des (41% uneori și deseori/mereu) decât refugiații din Constanța (18% uneori și deseori/mereu). Pentru date detaliate vezi Anexa 1.

82% dintre respondenți au menționat cel puțin un infopoint (sau punct de contact) care le-a fost util. Dintre infopoint-urile menționate în chestionarele față în față, Romexpo (184 menționări), Red Cross (120 menționări) și centrul C.A.T.T.I.A. pentru refugiați din Brașov (103 menționări) au fost cele mai utile trei infopoint-uri/call-center-uri, urmate

de voluntarii de la punctele de trecere a frontierei (66 menționări), ONU (51 menționări), Salvați Copiii (34 menționări) și infopoint-urile din gări (28 menționări). Vezi Anexa 5 pentru lista completă.

Deși numeroși refugiați s-au bazat pe grupurile de pe rețelele sociale, refugiații preferă să se adreseze voluntarilor din centrele pentru refugiați atunci când caută informații sau soluții la problemele cu care se confruntă.

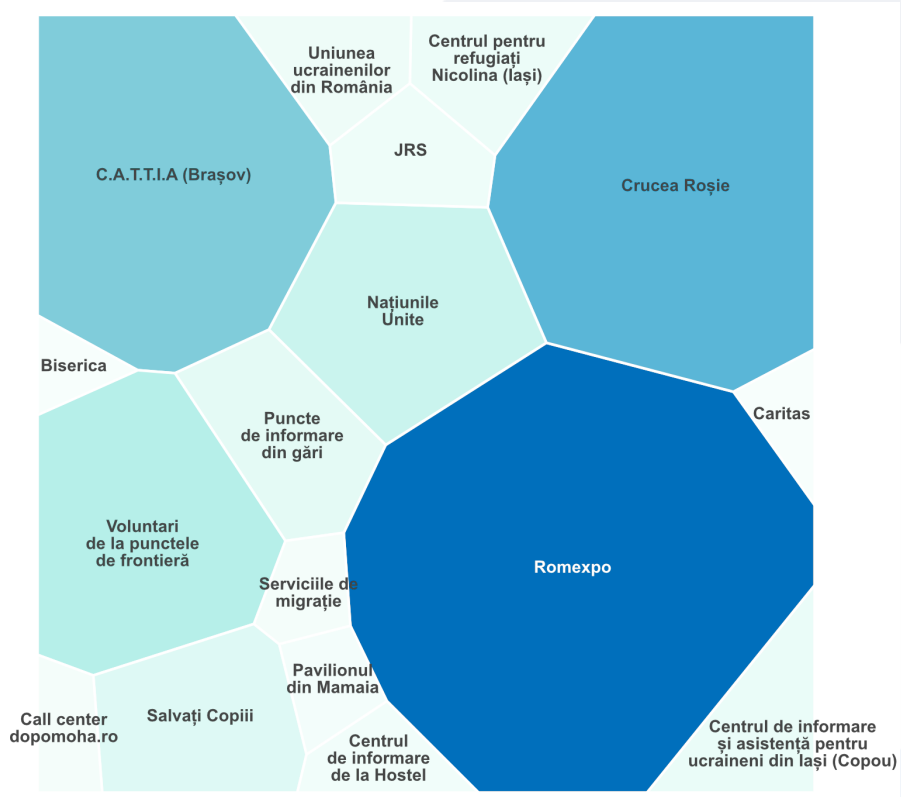
> ***De ce să caut singură informațiile?! E mai bine să rezolv problema. Voluntarii de la C.A.T.T.I.A. (centrul pentru refugiați din Brașov) mă pot ajuta să rezolv problema.***
>
> Femeie, Brașov

> ***Am găsit informații pe Facebook, am căutat-o și pe Google, dar era diferită de ce găsisem pe Facebook, așa că m-am dus personal la voluntari care mi-au explicat totul.***
>
> Femeie, București

În București, agențiile umanitare locale și internaționale sunt o sursă esențială de informare. 62% dintre respondenți au menționat că apelează la ele deseori/mereu sau uneori, comparativ cu 50% în Brașov, 40% în Constanța, și 43% în Iași.

Refugiații folosesc în mod frecvent infopoint-ul din Brașov, 92% uneori și deseori/mereu, comparativ cu Constanța, unde numai 32% au menționat că folosesc uneori sau deseori/mereu un infopoint. În orașele fără un centru principal de cazare pentru refugiați (de ex., Constanța și București), comunicarea personală offline și online, în grupurile de Telegram și Facebook, este o sursă principală de informare.

Punctele de informare menționate în sondajul față în față



Refugiații romi ucraineni din București se bazează în principal pe autorități, infopoint-uri și voluntari și menționează că, atunci când au nevoie de informații, întreabă un polițist, controlori de trafic, la ambasadă, sau sună la un call-center ori numărul de urgență 112.

Refugiații cu vârsta peste 60 de ani folosesc mai frecvent YouTube-ul și preferă Viber în locul aplicațiilor Telegram și Facebook, care sunt mult mai populare pentru alte categorii de vârstă. Refugiații seniori consumă și într-un grad considerabil mai mare televiziune, radio și materiale tipărite, pentru a se informa.

În timpul discuțiilor de focus grup unii dintre participanții seniori au menționat că au început destul de recent să folosească smartphone-urile și că încă învață cum să folosească aplicațiile și website-urile. Principalul lor motiv pentru a folosi un smartphone a fost nevoia de a căuta informații despre serviciile dedicate refugiaților (pentru nevoile lor, cât și ale familiei). Majoritatea oamenilor în vârstă primesc ajutor în folosirea dispozitivelor mobile de la copiii lor adulți sau nepoți.

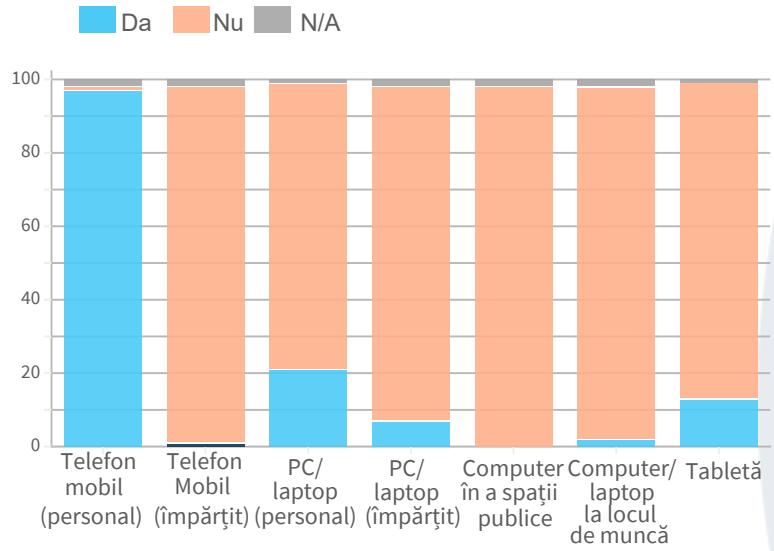
Pentru unii dintre participanții seniori din discuțiile de focus grup, accesul la informații a fost un factor cheie în decizia lor de a rămâne (uneori de a se reloca) în centrele de cazare unde consideră că au un acces mai bun la informații și servicii decât în alte tipuri de cazare.

> ***Dacă aș ști pe cine să întreb, nu aș mai ruga-o mereu pe fiica mea să-mi caute informații***
>
> Femeie, Constanța

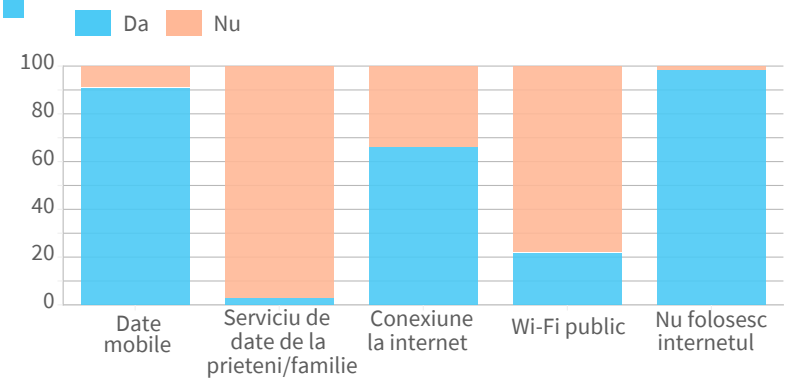
ACCESUL LA INTERNET

98,5% dintre respondenți folosesc internetul, și doar 1,5% au menționat că nu folosesc internetul pentru a căuta informații (majoritatea din grupul de vârstă 60+).

Dispozitivele folosite pentru a accesa internetul



Cum accesezi internetul?



Dintre utilizatorii de internet, vasta majoritate folosesc datele mobile pentru a accesa internetul (91%) și/sau internetul de la cazare/centrele de cazare pentru refugiați (66%), precum și rețelele publice de Wifi (22%). Refugiații folosesc rar datele mobile ale unui prieten ori membru al familiei (3%). Cifrele detaliate sunt în Anexa 6.

Majoritatea oamenilor accesează internetul folosind propriul telefon mobil (97%). O parte mai mică folosesc computerele personale/laptopurile (21%) și tabletele (13%) drept dispozitiv principal pentru accesarea internetului. De obicei, dispozitivele nu sunt folosite la comun. Numai 2% dintre respondenți folosesc un computer/laptop de la locul de muncă și aproape nimeni nu folosește computerele din spațiile/instituțiile publice. Datele detaliate, în Anexa 18.

CUM VERIFICAȚI INFORMAȚIA?

Potrivit chestionarelor, 89% dintre respondenți afirmă că verifică informația pe care o găsesc (măcar din când în când) și numai 11% spun că nu verifică niciodată informațiile. Refugiații prioritizează verificarea informațiilor atunci când: suspectează că ar fi false, pe baza informațiilor anterioare/contextului anterior (61%), le par incomplete (52%), sau când provin dintr-o sursă pe care nu o cunosc (42%). Datele detaliate, în Anexa 9. Refugiații ucraineni folosesc frecvent surse de informare online și offline în același timp. De exemplu, pot suna la furnizorii de servicii, pot întreba voluntarii, pot întreba în comunitatea de refugiați, sau pot cere ajutorul rudelor și prietenilor din Ucraina în căutarea de informații. Apoi „triangulează" informațiile pentru a le determina corectitudinea.

AVEȚI TOATE INFORMAȚIILE DE CARE AVEȚI NEVOIE?

Majoritatea refugiaților afirmă că au acces la o parte (51%) sau la toate (36%) informațiile de care au nevoie pentru siguranța lor și a familiilor lor. Numai 1 din 10 respondenți spune că nu are informațiile de care are nevoie pentru a fi în siguranță (12%). Vezi Anexa 7.

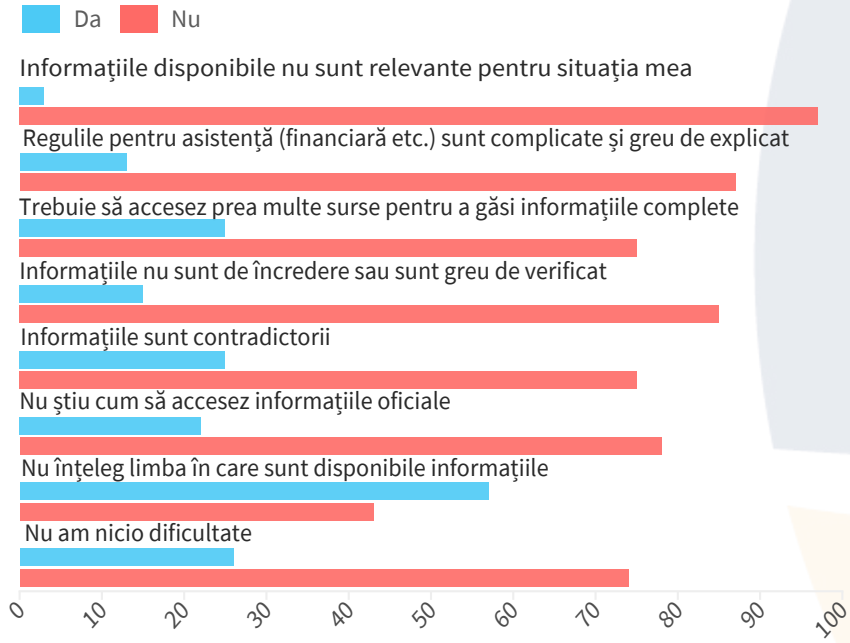
Am rugat respondenții chestionarelor să indice dacă informațiile legate de serviciile dedicate refugiaților au fost corecte, accesibile, de ajutor și respectuoase. Peste jumătate dintre refugiații sondați (51%) au considerat că informațiile au fost corecte (14% în foarte mare măsură, 27% în mare măsură), peste 80% dintre refugiați consideră că informațiile au fost de ajutor (50% - în foarte mare măsură, 32% - în mare măsură) și respectuoase (46% - în foarte mare măsură, 41% - în mare măsură). Vezi Anexa 10. Majoritatea refugiaților (97%) afirmă că informațiile disponibile sunt relevante pentru situația lor. Vezi Anexa 19.

În mod interesant, aceste cifre sunt în contrast direct cu experiențele împărtășite în timpul discuțiilor de focus grup.

În aceste discuții, refugiații au mărturisit că au simțit deseori că informațiile nu mai sunt de actualitate, că nu sunt adaptate local și că sunt dificil de navigat. Vezi mai multe în capitolul Bariere Informaționale.

Refugiații se plâng de excesul informațional, de informațiile irelevante ori care nu mai sunt de actualitate, de lipsa surselor oficiale de informații legate de nevoile lor actuale, pe măsură ce acestea s-au schimbat de-a lungul șederii în România. În general, ei ar prefera să primească în mod direct informațiile din surse oficiale, precum Guvernul României și autoritățile locale, sau prin știri în limba ucraineană, decât din rețele sociale sau din vorbă în vorbă.

Bariere cu care se confruntă refugiații în accesarea informațiilor



LIMBA

În chestionarele noastre, am întrebat respondenții „ce limbă folosiți acasă?”. Peste două treimi dintre ei (71.6%) folosesc rusa acasă și numai 26.4% au declarat că vorbesc ucraineană acasă. Aceste rezultate corespund cu chestionarele noastre online, în care 67% dintre refugiați vorbesc rusa acasă și numai 31,1% folosesc limba ucraineană.

Este important de menționat că echipa de cercetare ar fi putut primi răspunsuri diferite dacă întrebarea ar fi fost formulată în modul „În ce limbă preferați să primiți informațiile?”. Deși există o presiune comunitară semnificativă împotriva folosirii limbii ruse în spațiile publice, de la începutul invaziei, aceste rate mari de folosire a limbii ruse pot fi explicate prin faptul că aproape 30% dintre refugiații ucraineni din România au venit din regiunea Odesa, unde limba rusă este folosită pe scară largă.[8] Este nevoie de cercetări suplimentare pentru a înțelege potențialele diferențe dintre preferințele de limbă în spațiile private și publice și impactul lor asupra comunității.

Echipa de cercetare a notat că, în Brașov și Constanța, unde facilitatorii vorbeau fluent atât ucraineană, cât și rusă, a existat o preferință din partea participanților pentru utilizarea limbii ucrainene în timpul discuțiilor de grup. Cu toate acestea, unii participanți au ales să comunice în rusă, spunând că sunt mult mai confortabil să răspundă la întrebări în această limbă. Majoritatea participanților au exprimat o preferință pentru știri, materiale tipărite și educație în limba ucraineană (decât în rusă).

[8] Potrivit rapoartelor UNHCR Protection Profiling and Monitoring, 28% dintre refugiații din România vin din regiunea Odesa, urmați, în numere mai mici, de cei din Kyiv (12%), Mykolaivka (11%) și Kharkiv și Zakarpatska (8% fiecare).

Vezi și Barierele informaționale pentru o analiză mai detaliată a dinamicilor lingvistice ale acestei reacții umanitare.

Adolescenții își ajută deseori părinții să caute online informații legate de viața lor din România. Ei au menționat că folosesc în mod predominant rusa, deoarece Google Translate este mult mai precis pentru rusă-română, comparativ cu ucraineană-română.

REȚELELE SOCIALE

Rețelele sociale reprezintă o sursă importantă de informații pentru refugiații din România. Refugiații folosesc în mod frecvent Telegram (87%), urmat de Facebook (76%), Viber (68%) și WhatsApp (54%). Vezi Anexa 1.[9]

93% dintre refugiații chestionați au afirmat că folosesc cel puțin un grup/pagină pentru a accesa informații în România, 88% dintre ei numind cel puțin un grup sau pagină specifică, care le-au fost de ajutor în a obține informații în România. Majoritatea acestor grupuri/pagini sunt pe Telegram și Facebook. Au fost identificate 155 grupuri/pagini specifice de pe rețelele sociale, după sintetizarea a 1,371 răspunsuri. O listă a numelor este prezentată în Anexa 2.

În ciuda numeroaselor grupuri/pagini și canale de pe rețelele sociale din ecosistemul românesc pentru refugiați, numărul mediu de grupuri/pagini folosite de o persoană este de 4-5, potrivit chestionarelor online și față în față. Numărul de grupuri/pagini de pe rețelele sociale folosite scade puțin cu vârsta, dar nu depinde de durata șederii în România. Vezi Anexa 4 pentru distribuția detaliată și corelații.

Potrivit analizei noastre a rețelelor sociale, Facebook (49 de grupuri) și Telegram (12 grupuri și canale) au devenit cele mai mari platforme pentru comunicarea informațiilor în cadrul reacției la criza refugiaților în România (cele mai puțin folosite sunt Twitter, TikTok, YouTube, și WhatsApp).

[9] Cifrele se potrivesc cu concluziile raportului Protection Profiling and Monitoring data from UNHCR care sugerează că 46% dintre refugiați preferă să primească informații prin rețele sociale.

Telegram a fost menționat puțin mai des decât Facebook de către refugiații ucraineni în România, potrivit datelor colectate în discuțiile de focus grup și chestionare.

Adolescenții sunt mai predispuși să folosească surse offline pentru a verifica informațiile pe care le găsesc online și depind de Google Maps pentru recenzii și rating-uri. Cu toate acestea, adolescenții au exprimat faptul că nu folosesc foarte des grupurile de Telegram utilizate de părinții lor. Nu este surprinzător că un adolescent nu ar vrea să pună întrebări în astfel de spații (mai ales pe teme sensibile) în care sunt prezenți și părinții lor. În unele locuri, tinerii și-au făcut propriile canale de Telegram pentru a comunica informații și a ține legătura cu ceilalți, dar cu succes moderat.

În timp ce persoanele cu care am discutat în cadrul KII ne-au spus că există eforturi pentru a colecta și analiza întrebări, temeri și informații greșite care circulă în spațiile de pe rețelele sociale destinate refugiaților, aceste eforturi sunt interne, fără a fi comunicate public. Cum multe agenții nu au expertiza sau resursele necesare să facă aceste cercetări, o sursă centrală de analiză a rețelelor sociale ar putea fi o resursă utilă în îmbunătățirea răspunsului umanitar.

FACEBOOK

% de răspunsuri la întrebarea „8. Cât de des folosești Facebook pentru a obține informațiile de care ai nevoie cu privire la șederea ta în România?”

Niciodată *Uneori* *Deseori/ mereu* *N/A*



Facebook este o rețea socială des folosită în România, care s-a dovedit a fi foarte populară în organizarea de grupuri și pagini create de voluntari români, concepute special pentru ajutorarea refugiaților ucraineni. Administratorii grupurilor cu care am discutat ne-au spus că aplicația Facebook a fost aleasă de voluntarii români ca principală platformă de comunicare deoarece a mai fost folosită în răspunsul la criza Covid-19 și în protestele ecologice din trecut, fiind și cea mai accesată rețea socială din România.

Refugiații ucraineni folosesc Facebook pentru a se informa despre comunitatea gazdă și să găsească oferte de cazare, educație și muncă. În felul acesta, Facebook este o platformă care servește ca punte între refugiații ucraineni, români și alte naționalități care pot crea grupuri de ajutor.

Monitorizarea noastră a celor mai populare grupuri create pentru ajutorarea refugiaților a arătat că postările pe grupurile de Facebook cu un număr mai mic de membri primesc un grad mai mare de interacțiuni decât în grupurile cu mai mulți membri, deseori multe mii de membri. Aceste grupuri mari sunt folosite mai degrabă ca surse de informare, decât ca platforme de comunicare în ambele sensuri, unde oamenii s-ar simți mai confortabil să pună întrebări. Administratorii grupurilor cu care am vorbit ne-au spus că, pentru anumite subiecte/întrebări frecvente, trimit utilizatorii către grupul United for Ukraine Facebook (UNIȚI PENTRU UCRAINA - Об'єднані за Україну), care are aproape 280.000 de membri și unde întrebările frecvente au primit cel mai probabil deja un răspuns din partea comunității. Sunt create frecvent și grupuri de tip Doppelganger ale United for Ukraine, care provoacă confuzie în rândul membrilor ce caută informații fiabile.

> ***Găsim o grămada de grupuri de tip Doppelganger. Este o problemă. Facem plângeri către Facebook. Câteodată funcționează, dar de cele mai multe ori nu.***
>
> Fondator grup de facebook

Analiza de rețele sociale a arătat că unele pagini create pentru ajutorarea refugiaților ucraineni sunt dificil de accesat sau descoperit din cauză că numele lor a fost scris în română. Dar, în general, grupurile ucrainene și române au demonstrat o abordare multilingvistică și includ postări în ucraineană, engleză, română și rusă. Chiar dacă româna este cea mai folosită limbă în grupurile create la nivel local, funcția de traducere a Facebook le permite comunităților să comunice între ele.

TELEGRAM

% de răspunsuri la întrebarea „8. Cât de des folosești Telegram pentru a obține informațiile de care ai nevoie cu privire la șederea ta în România?”

Niciodată *Uneori* *Deseori/ mereu* *N/A*



Majoritatea grupurilor de Telegram studiate în analiza de față au fost create de refugiați ucraineni sau de comunitatea ucraineană pentru refugiați, pentru a facilita schimbul de informații la nivel local. Informațiile despre existența acestor canale s-au răspândit offline, din vorbă în vorbă.

Ucrainenii care ne-au răspuns la întrebări consideră grupurile de Telegram drept spații relativ sigure pentru a pune întrebări, pentru a căuta informații folosind cuvinte cheie, pentru a oferi feedback pentru serviciile folosite și pentru a-și promova micile afaceri/expertiza/servicii.

Unele agenții umanitare își mută în prezent comunicarea în aceste spații pentru a se conecta mai bine cu comunitatea de refugiați. Agenția ONU pentru Refugiați în România (UNHCR) a lansat recent un grup de Telegram pentru a oferi informații verificate. În prezent, este vorba doar de difuzarea lor către audiență, dar agenția speră să faciliteze și o comunicare în ambele sensuri pe acest canal. Mai multe persoane cu expertiză cheie din rândul autorităților și a agențiilor umanitare au menționat că folosirea aplicației Telegram ca principal canal de comunicare în asistența umanitară a rezultat într-un proces de învățare anevoios. Telegram nu este o aplicație foarte folosită în România, astfel că mai multe agenții internaționale s-au confruntat cu faptul că a fost prima dată când trebuiau să desfășoare activități de Implicare comunitară și responsabilizare (CEA) prin intermediul acestei platforme. Unele agenții adună în prezent întrebările, îngrijorările și reclamațiile postate pe aceste grupuri (deschise) pe care le folosesc pentru a-și documenta prioritățile de comunicare și de creare de programe.

ALTE PLATFORME ȘI APLICAȚII DE SOCIAL MEDIA

Instagram și **Viber** au rol mai puțin proeminent ca surse de informare și sunt folosite drept canal de comunicare secundar ori terțiar, care complementează celelalte platforme.

WhatsApp este folosită pe scară largă de comunitatea gazdă, așa că și unii refugiați au început să se alăture pe platformă. Adolescenții au menționat că sunt utilizatori activi de Instagram, TikTok și Discord.

GRUPURILE DESCHISE SUNT PREFERATE GRUPURILOR ORI CANALELOR ÎNCHISE

Majoritatea refugiaților nu fac o distincție între grupurile deschise și închise de pe rețelele sociale, dar, după ce li se prezintă diferențele, preferă grupurile deschise pentru căutarea de informații și întrebări.

Deși au un flux mare de informații, în general neorganizate și multe dintre ele irelevante, grupurile deschise de pe rețelele sociale oferă mai multe șanse pentru a găsi sau primi un răspuns și pentru a rezolva o problemă mai rapid (datorită numărului mare de membri), în timp ce grupurile închise sunt preferate pentru socializare, pentru a planifica întâlniri față în față și activități de nișă (hobby-uri, distracție, mici servicii etc.).

> ***[sunt] mulți participanți, toată lumea postează și comentează, e mult gunoi; dar comunicarea [pe grupuri] ne-a ajutat mult să găsim un doctor.***
>
> Femeie cu copii, București

> ***Dacă o persoană postează informații din propria experiență, atunci e de încredere.***
>
> Femeie cu copii, București

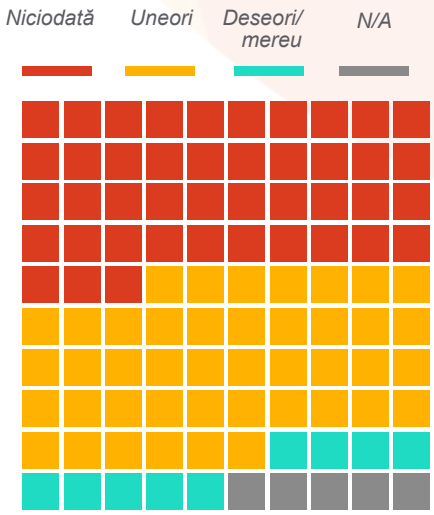
Refugiații preferă să folosească grupurile de Telegram în mod aproape exclusiv și nu folosesc în mod normal canalele,[10] chiar și pe cele create de autorități sau agenții umanitare, care au probabilitate mai mare de a posta informații verificate. Participanții discuțiilor de focus grup nu au oferit un motiv clar pentru această preferință, dar acest comportament ar putea fi influențat de nevoia de conexiune într-o comunitate și de preferința pentru informații verificate prin experiențele personale ale altor persoane. Grupurile permit o comunicare în ambele sensuri - răspunsuri rapide și cu utilitate practică la întrebări, de preferat din experiența altor oameni. În același timp, repondenții s-au plâns de excesul informațional de pe grupuri, deoarece întrebările se repetă foarte des. Canalele nu le permit utilizatorilor să răspundă, să pună întrebări sau să clarifice informațiile, decât dacă administratorii permit acest tip de interacțiune. Pe fundalul percepției generale în rândul refugiaților că informațiile furnizate prin canalele oficiale sunt deseori prea generale - absența funcției de comunicare în ambele sensuri ar putea fi o barieră suplimentară. În mod interesant, canalele sunt preferate atunci când refugiații caută informații și știri din Ucraina și despre război.

[10] Un grup este o platformă de comunicare bidirecțională, care permite oamenilor să se alăture, să posteze, să comenteze și să citească informații. În schimb, un canal este o platformă de comunicare condusă de administratori care pot distribui informații către utilizatori, și care poate deveni bidirecțională, dacă administratorii activează funcția Comentarii pentru a interacționa cu publicul lor. (Pentru mai multe - Telegram.org)

WEBSITE-URI

Ca parte a acestei cercetări, am întrebat respondenții care sunt cele mai frecvente website-uri pe care accesează în căutare de informații despre servicii.

% de răspunsuri la întrebarea „8. Cât de des folosiți site-urile web pentru a obține informațiile de care aveți nevoie cu privire la șederea dvs. în România?”



Au fost menționate aproximativ 20 de website-uri de către majoritatea respondenților în discuțiile față în față, chestionare online și focus grupuri.

Dintre acestea, Dopomoha.ro a fost menționat cel mai frecvent. Celelalte website-uri menționate sunt folosite pentru a căuta locuri de cazare (Booking.com, Airbnb.com, imobiliare.ro, unacoperis.ro), locuri de muncă (ejobs.ro, bestjobs.ro) sau servicii de transport sau generale în România (cfrcalatori.ro, Olx.ro). O altă platformă (în prezent închisă) pentru informații destinate refugiaților ucraineni (refugees.ro) a fost și ea menționată, precum și website-urile organizațiilor internaționale Crucea Roșie și JRS, dar mai puțin frecvent decât cele menționate mai sus.

În general, respondenții au explicat că au rareori în minte un website specific atunci când caută informații și se duc deseori direct către Google pentru o căutare generală. Cu toate acestea, ar prefera ca website-urile dedicate refugiaților să grupeze informațiile în primul rând în funcție de loc, oraș sau regiune, apoi tematic, pentru a le permite o informare mai eficientă, adaptată local, nu generalistă.

DOPOMOHA.RO

Dopomoha este un website cu informații pentru refugiați creat încă din primele 48 de ore de răspuns umanitar.[11] Platforma a fost creată de Code for Romania - o organizație de tehnologie civică - și este operată acum în parteneriat cu Departamentul pentru Situații de Urgență (DSU), UNHCR, Organizația Internațională pentru Migrație (OIM), și Consiliul Național Român pentru Refugiați (CNRR).

Dopomoha a fost unul dintre cele mai frecvent menționate website-uri folosite ca surse de informare de către refugiați (platforma a fost accesată de 500.000 de utilizatori unici, în peste 1 milion de vizite, în perioada 27 februarie - 1 august 2022[12]). Participanții la discuțiile de focus grup au precizat că site-ul le-a fost util când au ajuns în România (sau în perioada imediat precedentă), cele mai folosite informații fiind legate de aspecte legale (regulile de trecere a frontierei, de exemplu), estimarea costurilor de viață în România și informații generale despre sistemul educațional, juridic sau regimul transporturilor din România. Platforma a fost folosită și ca legătură cu alte surse de informații, fiind considerată un portal oficial de informare.

> ***Dopomoha.ro m-a dus la surse suplimentare de informații. A fost primul site de acest fel după începerea războiului. Fiica mea a plecat spre România și, imediat ce a ajuns aici, am intrat pe site-ul oficial dopomoha.ro, unde am găsit un pliant cu numele documentului de care aveam nevoie. În general, Google te ajută apoi să găsești ce cauți.***
>
> Femeie, Brașov

Cu toate acestea, refugiații au menționat că nu folosesc Dopomoha când caută informații cu utilitate practică sau când au întrebări specifice. Ei spun că lipsește deseori conținutul detaliat, precum și informațiile specifice legate de disponibilitatea serviciilor și accesul la ele în funcție de regiune. Refugiații consideră că datele de contact pentru gazde, servicii de transport, locuri de muncă sau specialiști medicali nu sunt de actualitate.

> ***Dopomoha.ro are informații generale, așa că trebuie să cauți informațiile specifice pe Facebook.***
>
> Bărbat, București
>
> ***Nu sunt informații de actualitate pe dopomoha.ro.***
>
> Femeie, București

Code for Romania preia pentru site informații oficiale de la agențiile guvernamentale, de la agenții umanitare care operează în România și din vizite pe teren.

Au observat că ucrainenii au un nivel ridicat de încredere în autoritățile lor și că această încredere a fost transferată și către informațiile oferite de figurile de autoritate din guvernul român. Informațiile sunt disponibile în patru limbi (engleză, ucraineană, rusă și română), iar organizația colaborează cu o echipă de traducători ucraineni care revizuiesc traducerile pentru corectitudine, fluență și context.

Echipa Code for Romania a promovat platforma Dopomoha pe rețelele sociale, la trecerile de frontieră și în mass-media din România și Ucraina, pentru a o populariza în rândul refugiaților. Site-ul permite utilizatorilor să trimită întrebări, îngrijorări și feedback pentru a îmbunătăți calitatea și funcționalitatea platformei. Echipa lor include și un membru care se ocupă cu distribuirea informațiilor de pe Dopomoha în canalele de chat, grupurile și paginile de refugiați ca răspuns la întrebările comunității.

PROTECTIEUCRAINA.GOV.RO

Site-ul oficial al Guvernului României, protectieucraina.gov.ro, a fost lansat în mai 2022, în limbile română și ucraineană. Informațiile publicate pe acest site provin din ministerele relevante pentru răspunsul umanitar. Informațiile sunt structurate pe categorii esențiale: educație, sănătate, muncă, cazare, copii și grupuri vulnerabile etc. Site-ul folosește un plug-in creat de echipa Code for Romania pentru a administra mesajele de cerere de cazare și donațiile.

Acest site a fost menționat rar de refugiați ca sursă de informații pentru ei, fiind pomenit mai degrabă de voluntarii din comunitățile gazdă și de personalul organizațiilor, drept sursă de informații pe care le împărtășesc apoi în comunitatea refugiaților.

SURSELE MEDIA

Sursele media din România nu sunt o sursă populară de informare în rândul refugiaților ucraineni. Doar 13% au declarat că le-au folosit măcar „uneori". Vezi Anexa 3. Cu toate acestea, monitorizarea media a arătat că media românească publică informații care ar putea fi

[11] Dopomoha.ro, Interviu în profunzime (KII), 25 August 2022

[12] Cifre furnizate de Code for Romania în Interviu în profunzime (KII), 25 August 2022

utile comunității de refugiați ucraineni. [13]

Informații disponibile refugiaților în limba ucraineană în media din România

Am analizat sursele media românești disponibile refugiaților ucraineni, monitorizând conținutul de limbă ucraineană. Limba rusă nu a fost inclusă în această activitate și ar putea justifica o analiză suplimentară.

Am identificat trei instituții media care oferă conținut jurnalistic pentru refugiați în limba ucraineană: Radio România Internațional, RADOR (Agenția de presă Radio România) și TVR (Televiziunea Română Națională). Digi24 a avut un program pilot, pe care l-a oprit la finalul lunii martie. RRI și RADOR au început să ofere știri în ucraineană pentru refugiații care intrau sau tranzitau România din 24 februarie, relatând inițial despre invazia rapidă a trupelor rusești în Ucraina, iar apoi, din 2 martie, oferind informații despre condițiile de intrare și de ședere în țară și serviciile umanitare disponibile refugiaților.

> ***Am început, la data de 2 martie, să facem buletine de știri în limba ucraineană de 3 minute, cu informații utile pentru refugiați - și aceste informații au fost difuzate de posturile locale ale Radio România - Radio Sighet, Radio Iași și Radio Constanța. [...] În plus, acest buletin este transmis și de colegii de la Radio Chișinău.***
>
> Reprezentant, RRI

Principalele subiecte abordate în conținutul de limbă ucraineană:

- Informații despre obținerea azilului sau protecției temporare
- Informații despre serviciile disponibile refugiaților (nevoi de bază, cazare, educație, transport, sănătate, angajare)
- Informații despre liniile telefonice, platforme online și grupuri de pe rețele sociale unde se oferă sprijin și ajutor refugiaților ucraineni
- Informații despre ONG-uri/ Agenții Internaționale care oferă sprijin și asistență financiară

> ***Cel puțin la început, am încercat să oferim un fel de ghid de folosire a orașelor românești de către refugiați. Am încercat să punem la noi pe site toate informațiile care lor le erau utile. [...] Eu, personal, am intrat am plasat știri de-ale noastre în grupuri precum Uniți pentru Ucraina sau București ajută Ucraina, și invers. Dacă am văzut anumite informații interesante acolo, am încercat să verificăm și să le publicăm și noi.***
>
> Reprezentant RADOR

Știri în limba ucraineană sunt difuzate de radioul public din România de trei ori pe zi, iar transmisia este disponibilă și pe site-ul www.rri.ro, ori pe Soundcloud și TuneIn. Buletinele de știri conțin în cea mai mare parte informații legate de serviciile pentru refugiați disponibile ucrainenilor în România și nu sunt adaptate fiecărei regiuni în care sunt difuzate. Radio România preia și transmite live, online programul Radio Ucraina (UR-1), care poate fi ascultat pe site-ul www.srr.ro. RADOR preia și difuzează buletinele de știri în limba ucraineană create de RRI pe propriul site. Alte știri sunt accesibile refugiaților ucraineni, dacă aceștia folosesc funcția de traducere de pe site. Televiziunea Națională Română (TVR) a preluat programul televiziunii publice din Ucraina încă din 11 martie. Programul este difuzat pe TVR 3, TVR Cluj și TVR Iași, de luni până duminică. În luna mai, TVR a început să difuzeze și lecții de limba română pentru refugiații ucraineni, de două ori pe săptămână. Unii refugiați ucraineni ne-au împărtășit în timpul discuțiilor de focus grup că le este cunoscut faptul că programe ucrainene sunt redifuzate de media din România, dar nu au niciun interes să le urmărească pentru că le pot accesa prin YouTube sau prin media digitală ucraineană.

RRI a creat și o serie de pliante cu informații utile despre programele radio și accesarea serviciilor pentru refugiați (însoțite de coduri QR care redirecționează utilizatorii către sursele primare). Pliantele au fost distribuite la punctele de intrare în România și la Gara de Nord din București cu sprijinul voluntarilor și al Uniunii Ucrainenilor din România, care promovează și ea buletinele de știri ale RRI pe pagina de Facebook.

Pe baza unei monitorizări a conținutului disponibil refugiaților în media românească, am ajuns următoarele constatări:

- Conținutul oferit refugiaților tinde să se concentreze pe informații legate de statutul lor de refugiați și nu le aduce neapărat alte știri despre evenimente sau alte informații despre România.
- Informațiile furnizate sunt standardizate și generale, indiferent de regiunea în care sunt difuzate, ceea ce face uneori dificilă primirea știrilor relevante la nivel local.
- Deși există o funcție de traducere disponibilă pe site-urile de știri, traducerea automatizată nu este întotdeauna exactă și poate distorsiona informațiile.

Este important de notat că industria media din România suferă de o lipsă semnificativă de resurse, ceea ce poate explica de ce foarte puține instituții media își permit să ofere conținut în limba ucraineană, și de ce acest conținut este limitat. Studii precedente privind starea presei din România, realizate de Centrul pentru Jurnalism Independent,[14] arată o lipsă cronică de resurse, atât financiare, cât și umane.

Persoanele din media cu care am discutat au recunoscut importanța colaborării cu ONG-urile implicate în răspunsul umanitar și cu alți actori relevanți, în privința popularizării conținutului media disponibil refugiaților sau pentru obținerea de informații relevante jurnaliștilor.

[13] Am analizat 130 de articole în presa online românească, din cele patru orașe în care am desfășurat discuțiile de focus grup, București, Iași, Brașov și Constanța și câteva publicații din presa națională. Nu am monitorizat în mod specific publicații cu conținut controversat, dar am dat peste astfel de publicații atunci când am efectuat căutări țintite pentru a identifica modul în care sunt reprezentați refugiații în presa în limba română. Din presa ucraineană am analizat 45 de articole.

[14] Journalism in 2021: an obstacle course with fewer and fewer winners (report) (cji.ro)

Am aflat faptul că au început deja să apară unele parteneriate de acest fel. Centrul pentru Jurnalism Independent (unul dintre autorii acestui raport) deja colaborează cu UNICEF și cu Fundația Friedrich Naumann pentru Libertate România și Moldova pentru a oferi training și granturi jurnaliștilor români; Crucea Roșie din România a declarat într-unul dintre interviurile în profunzime (KII) că are un parteneriat cu un post TV pentru a transmite uneori informații legate de răspunsul umanitar. Mai este loc de multe astfel de parteneriate, de sprijin reciproc și canale de colaborare între mass-media și actorii implicați în procesul umanitar. De asemenea, ni s-a spus că se fac eforturi pentru includerea refugiaților ucraineni în producția de conținut. Comunitatea ucraineană se poate implica în co-crearea de conținut atât pentru media tradițională, cât și pentru rețelele sociale.

Informații disponibile pentru refugiați și pentru comunitatea gazdă în media de limbă română

Media românească împărtășește informații care s-ar putea dovedi a fi de utilitate pentru refugiații ucraineni, dar din cauza faptului că foarte puțin conținut este tradus în ucraineană sau rusă, accesul de facto la aceste informații devine o provocare. Aceste informații sunt utile pentru organizațiile sau voluntarii implicați în răspunsul umanitar și pentru comunitatea gazdă, care împărtășesc informațiile cu refugiații pe care îi sprijină.

Tipurile de informații furnizate de mass-media din România comunității gazdă, pe scurt:

- Informații actualizate despre război și deciziile UE în sprijinul Ucrainei/privind sancțiunile împotriva Rusiei;
- Informații actualizate și analize despre modul în care autoritățile gestionează răspunsul umanitar
- Informații despre serviciile pentru refugiați, cum ar fi programul 50-20, transport, etc. și despre actorii de ajutor implicați în răspuns;
- Informații despre liniile telefonice/platforme online pe care le pot folosi pentru a ajuta refugiații ucraineni;
- Apeluri pentru donații/voluntari, informații despre centrele de donații, liste de bunuri necesare;
- Informații despre numărul de refugiați care trec în România, câți aleg să rămână, câți tranzitează, câți s-au înrolat în forța de muncă;
- Povești de interes uman, cum ar fi portrete ale refugiaților sau ale voluntarilor;

Reprezentarea comunității refugiaților în media românească

Articolele analizate în cadrul monitorizării de presă, atât la nivel național, cât și local, prezintă refugiații și răspunsul umanitar, în general, în termeni neutri sau pozitivi. La sfârșitul lunii februarie și începutul lunii martie 2022, alături de relatări legate de gestionarea răspunsului umanitar, poveștile de interes uman care prezentau experiențele refugiaților ucraineni la granițe ocupau primele pagini ale publicațiilor.

Opinia publică a pornit un dialog cu privire la modul în care reportajele acestea respectau și protejau demnitatea umană, intimitatea și echilibrul emoțional ale refugiaților ucraineni, în special cele ale copiilor. Întrebări ce aveau potențial de a amplifica trauma („Ce s-a întâmplat cu tatăl tău?”, „Te sperie războiul?” etc.) au fost uneori puse insistent de reporterii care difuzau imagini de la granițele României. Centrul pentru Jurnalism Independent, împreună cu ActiveWatch, au vorbit pe această temă, sfătuind media să „dea dovadă de responsabilitate și decență în relatările despre situația din Ucraina și despre oamenii care se refugiază din calea războiului.”[15]

Media din România a realizat materiale și despre prejudecăți și discriminare împotriva comunității refugiaților ucraineni - de exemplu, cazuri sau încercări de înșelătorie, agresiuni sexuale sau prejudecățile împotriva unora dintre refugiații romi ucraineni la Gara de Nord din București. De exemplu, „Guvernul nu are bani pentru români, dar cheltuie 196 de milioane pentru refugiații ucraineni” sau „Refugiații din Ucraina, prinși la furat în București! Rakeții[16] lui Zelenski, săltați când încercau să spargă o locuință“.

Scăderea vizibilității răspunsului umanitar în media românească

În comparație cu primele luni de război, răspunsul umanitar a pierdut din vizibilitate în timpul verii, odată ce societatea a început să manifeste un interes mai scăzut față de acest subiect. Și persoanele implicate în răspunsul umanitar cu care am discutat au menționat faptul că sprijinul general manifestat de români a scăzut în ultima vreme și că au încercat să mențină subiectul pe agenda publică prin comunicate de presă ocazionale sau apeluri pentru donații și voluntari.

Surse media ucrainene

Monitorizarea online a media din Ucraina a arătat că informațiile legate de nevoile refugiaților ucraineni din România sunt acoperite în general de instituții de media private (43 de surse) și de instituțiile de presă publice/guvernamentale (Дія - diia.gov.ua; Верховна Рада України - rada.gov.ua).

Presa din Ucraina analizată folosește în general sursele de informații pentru refugiați ale autorităților române.

Principalele subiecte sunt:

- Adrese utile, numere de telefon și link-uri către organizațiile umanitare și informații despre serviciile pentru refugiați oferite de autoritățile române și organizațiile umanitare (de exemplu, programul de ajutor financiar);
- Informații legale despre obținerea protecției temporare și garantarea dreptului de azil;

[15] Jurnalismul impune responsabilitate și respect: protejați-i pe cei vulnerabili (cji.ro)

[16] în România, termenul este puternic asociat cu infractorii din URSS ori cu cei implicați în mafia rusă.

- Informații despre serviciile disponibile (sănătate, transport, cazare, educație, siguranță și securitate, sprijin psihosocial)
- Costuri de viață în România, precum prețurile alimentelor.

Chiar dacă lista subiectelor este diversă, informațiile au un caracter foarte general și strategia de comunicare a rămas cea din primele luni ale răspunsului umanitar (majoritatea referințelor datează din lunile martie și aprilie). De exemplu, informațiile despre serviciile de transport nu mai sunt de actualitate, ori se referă doar la tranzitul pe distanțe mari.

Partea 2: Încrederea

Întrebați câtă încredere au în sursele de informare pe care le folosesc, mulți refugiați au menționat că „nu avem de ales” și că faptul că se bazează pe o sursă de informații nu înseamnă neapărat că au și încredere deplină în ea.[17] Unele surse de informare sunt de neevitat, mai ales într-un context în care informațiile sunt rare iar accesul la informații este limitat. Iar dacă oamenii le folosesc, asta nu înseamnă automat că au încredere în ele - însă chiar și informațiile limitate sau părtinitoare pot să pară mai bune decât nimic.

Așa cum am menționat anterior, refugiații din România caută informațiile de care au nevoie într-o rețea amplă, care include o varietate de surse (de încredere, ori nu) folosite în procesul de luare a deciziilor. Această distincție între dependență (folosirea frecventă a unui canal ori sursă pentru accesarea informațiilor) și încredere are implicații foarte concrete. Comunicarea prin canale populare, dar în care audiența nu are încredere, oferă puține garanții că oamenii vor crede informațiile primite.

Participanții au sugerat că ar avea încredere în informații care vin din surse oficiale, precum Ambasada Ucrainei în România, autoritățile naționale, organizațiile internaționale etc., însă, în primele zile ale răspunsului umanitar, au fost nevoiți să depindă de experiențele personale împărtășite de alți refugiați pe rețelele sociale, din cauza lipsei de informații oficiale, verificate și structurate, oferite la timp de sursele menționate mai sus.

Refugiații se bazează în mare măsură pe experiențele celorlalți și au încredere mai mare în informațiile primite dacă persoana care le comunică le-a validat prin experiență personală directă.

> ***Am început să avem încredere în ceilalți refugiați, chiar și în străini.***
>
> Femeie, București

Refugiații raportează că sunt predispuși să pună la îndoială informații atunci când vin din experiențe indirecte. Unii respondenți din Brașov și Iași au menționat grupuri de Telegram, create local de și pentru refugiați, drept cele mai de încredere surse de informare ale lor. Experiențele personale devin un factor important în determinarea gradului de încredere acordat informațiilor.

Refugiații senori se simt mult mai confortabil când pot verifica personal informațiile găsite pe grupurile online. De exemplu, o femeie care a participat la discuția noastră de focus grup cu persoanele 65+ a citit despre el într-un grup de Telegram, dar a preferat să viziteze hotelul unde era programată întâlnirea pentru a verifica informația personal cu un angajat de la hotel.

> ***Când am citit informația despre această discuție de focus grup, l-am luat pe nepotul meu și am făcut un drum special până aici, ca să clarific că acesta este într-adevăr locul unde o să se desfășoare. Mi s-a spus că da, că este adevărat. Dar am crezut abia când am verificat singură.***
>
> Femeie, 65+, București

Pentru că adolescenții au mai multe abilități digitale și un grad mai mare de conștientizare sau recunoaștere a dezinformării online, aceștia folosesc mai degrabă surse offline pentru a verifica informația pe care o găsesc online.

Unele femei au menționat că, deseori, au încredere mai mare în informațiile care vin de la alte femei, decât de la bărbați, mai ales dacă sunt legate de probleme de cazare sau transport. Este nevoie de cercetări suplimentare pentru a documenta această situație, pentru a înțelege dinamicile de gen în privința încrederii în sursele de informare.

Unii refugiați preferă să aibă încredere în surse care nici măcar nu sunt în România. De exemplu, o femeie a împărtășit faptul că îl roagă deseori pe soțul ei (aflat în Ucraina) să verifice informații pe care ea le găsește în România. Acesta are o rețea mare de prieteni ale căror soții sunt în România și cu care poate verifica informația. Deoarece soțul ei este sursa de informare în care are cea mai mare încredere, îl folosește pentru verificare informațiilor de aici chit că acesta este aflat la o distanță atât de mare.

Propunerile insistente de oferire de ajutor trezesc suspiciune în rândul femeilor. O femeie din Iași ne-a împărtășit experiența ei în care un bărbat oferea frecvent ajutor femeilor pe rețelele sociale. Participantele au declarat că acest tip de comportament le-a făcut să fie suspicioase cu privire la intențiile bărbatului. Femeile au verificat persoana respectivă prin discuții cu cunoștințe care au interacționat cu el, ale căror experiențe au fost pozitive, așa că au determinat că ofertele lui sunt bine intenționate.

> ***E un bărbat român în grup, un voluntar care ajută, care scrie exact cum poate ajuta. Mi s-a părut că scria prea în detaliu, prea mult, și nu înțelegeam de ce scrie zilnic, în toate grupurile. Dar când au apărut informații de la oameni pe care chiar i-a ajutat, lumea a început să aibă încredere în el.***
>
> Femeie, Iași

[17] Internews a obținut rezultate similare atunci când a analizat informațiile de care depind oamenii, dar în care nu au neapărat încredere, în legătură cu pandemia de Covid-19. Link către raportul din 2021 Understanding Trust: Global Conversations & Local Realities during the COVID-19 Pandemic.

Depinde de situație. În cazul cazării, dacă un bărbat oferă cazare la el în casă, într-o cameră închiriată, eu, personal, aș avea dubii. E un străin.

Femeie, Iași

Telegram este percepută ca o rețea mai de încredere și „sigură” în comparație cu alte aplicații, precum Viber sau Facebook. Acest lucru s-ar datora și percepției conform căreia capturile de ecran de pe Viber și Facebook pot fi folosite ca dovezi în instanțele din Ucraina, în timp ce capturile de ecran de pe Telegram nu.

SECUTITATEA INFORMAȚIONALĂ - PROTECȚIA DATELOR PERSONALE

În timp ce refugiații se confruntă cu bariere în accesarea informațiilor de care au nevoie, mai mulți refugiați au exprimat și îngrijorări cu privire la modul în care sunt folosite și protejate datele lor personale. Ei au povestit că, la intrarea în România, autoritățile i-au sfătuit să aibă grijă de documentele lor. Dar apoi, numeroase organizații le-au cerut copii după actele de identitate pentru a le oferi acces la servicii. În plus, gazdele din România sunt nevoite uneori și ele să ofere copii după actele lor de identitate pentru a accesa finanțarea din programul 50-20.

Refugiații și-au exprimat îngrijorarea că nu pot controla unde ajung ori circulă imaginile pașapoartelor și actelor lor de identitate.

Am pierdut ideea de siguranță a informațiilor. Datele noastre sunt pe tot internetul. Am scăpat de bombe, așa că ideea de pericol s-a schimbat.

Femeie cu copii, Brașov

Am completat atât de multe formulare pentru a primi ajutor, că nici nu mai știm pe unde au ajuns copiile actelor noastre de identitate, probabil prin toată Europa.

Femeie, Iași

Refugiații nu sunt bine informați despre cum sunt protejate, păstrate sau distribuite datele lor. Chiar dacă, oficial, majoritatea organizațiilor au proceduri de protejare a datelor cu caracter personal, refugiații nu au încredere că acestea sunt aplicate cum trebuie și nu simt că agențiile guvernamentale sau organizațiile umanitare i-au informat cum trebuie despre practicile lor de securitate informațională.

Unii refugiați simt că este un dezechilibru semnificativ de putere, că „nu au de ales”: fie oferă aceste documente personale (indiferent de risc), fie nu primesc acces la serviciile umanitare. Acest lucru subliniază complexitatea conceptul de „consimțământ” în contextul crizelor umanitare.[18]

Noua rețea de baze de date cu beneficiarii serviciilor umanitare crește și riscul scurgerii de date în caz de atacuri informatice asupra acestor rețele sau computere. De la începutul invaziei, a fost raportată o creștere a atacurilor informatice care au vizat indivizi, guverne și organizații umanitare.[19] Code for Romania a raportat că site-ul Dopomoha a fost atacat de mai multe ori în ultimele șase luni. Organizația a identificat două obiective ale atacurilor: în primul rând, accesarea informațiilor personale ale refugiaților (în special prin spargerea site-urilor care conectează refugiații cu proprietarii spațiilor de cazare); iar în al doilea rând, discreditarea platformei prin modificarea conținutului de pe site.

Code for Romania susține că păstrează informațiile sensibile pe servere diferite, așa că, atunci când website-ul a fost atacat și blocat, a fost repus în funcțiune rapid. Oficiali ai Guvernului României ne-au confirmat că au avut loc numeroase atacuri asupra site-urilor oficiale în prima lună a crizei refugiaților.

Aceasta este o îngrijorare majoră pentru agențiile umanitare, al căror mandat se bazează pe principiul „nu face rău” (do no harm). Riscurile la adresa datelor personale ale beneficiarilor există în fiecare etapă a răspunsului umanitar.

---

[18] Vezi, de exemplu, Is data consent in humanitarian contexts too much to ask? și How “informed” is consent?

[19] De exemplu, vezi, https://www.atlanticcouncil.org/blogs/ukrainealert/vladimir-putins-ukraine-invasion-is-the-worlds-first-full-scale-cyberwar/

Partea 3: Bariere informaționale

Refugiații se confruntă cu un număr de bariere care îi împiedică să acceseze informații corecte, de actualitate și relevante în procesul de luare a deciziilor. Potrivit majorității refugiaților, limba (57%) este principala barieră în accesarea informațiilor în România. Această barieră a fost menționată și de către toți participanții la interviurile în profunzime (KII) din partea organizațiilor implicate în răspunsul umanitar. Alte probleme esențiale menționate în analiza de date cantitativă includ reclamații cu privire la faptul că informațiile sunt contradictorii (25%), că e necesară consultarea a prea multe surse pentru a aduna informațiile complete (25%), iar 22% au menționat că nu știu cum să acceseze informațiile oficiale. În mod semnificativ, 26% dintre respondenți au declarat însă că nu s-au confruntat cu nicio dificultate în accesarea informațiilor de care au avut nevoie. Vezi Anexa 19.

LIMBA

Refugiații consideră limba o barieră majoră care le îngreunează accesarea informațiilor umanitare de care au nevoie. În special informațiile oficiale au fost menționate ca fiind greu de accesat deoarece sunt în limbi și formate necunoscute refugiaților. Aceștia au nevoie să comunice cu furnizorii de servicii și consilierii juridici despre situația lor. Când acest lucru nu este posibil, persoanele vulnerabile nu pot avea acces la servicii corespunzătoare sau sfaturi necesare.

Refugiații au cerut mai multe informații disponibile în limba ucraineană, ca traducerea documentelor oficiale să fie revizuită pentru acuratețe și ca traducătorii ucraineni să fie înregistrați și acreditați. Traducerile slabe contribuie la confuzie și interpretări greșite ale informațiilor oficiale. Refugiații și-au exprimat îngrijorarea că unii traducători folosiți pentru accesarea serviciilor, mai ales a celor de transport, nu le-au tradus cuvintele cu exactitate, ci doar părțile pe care ei le-au perceput a fi „utile comercial".

Unora dintre refugiați, acest lucru le-a erodat încrederea în traducători. Chiar și atunci când informația este tradusă, ea nu este mereu înțeleasă. În mod special, refugiații au cerut ca documentele juridice complexe și legislația să fie publicate în limbaj simplu, pentru a face informațiile mai accesibile.

Persoanele cu expertiză cheie din rândul autorităților au menționat că au probleme în a găsi suficienți traducători de limbă ucraineană. Mai ales, au dificultăți în a găsi interpreți cu expertiză în anumite zone specifice și care înțeleg terminologia relevantă, de exemplu cea juridică ori cea medicală.

Limba este văzută ca o barieră și în ceea ce privește feedback-ul sau plângerile oferite furnizorilor de servicii, refugiații considerând că oricum nu vor fi înțeleși de nimeni din România.

> ***Pot s-o scriu și în rusă, și în ucraineană. Nu contează, nimeni nu o s-o citească.***
>
> Bărbat, Iași

Limba ar putea fi și un impediment în reclamarea infracțiunilor și în asigurarea siguranței refugiaților. Frica de a fi percepuți ca „nerecunoscători" ori „scandalagii" sau ca poliția să nu înțeleagă limba ucraineană înseamnă și că refugiații preferă să nu facă plângeri la poliție sau să sune forțele de ordine atunci când li se încalcă drepturile.

În cadrul discuțiilor de focus grup au fost menționate mai multe cazuri de discriminare, însă victimele au decis să nu le raporteze autorităților. De exemplu, avarierea mașinilor, agresări verbale și hărțuire pe stradă, sau când li s-a cerut să plătească pentru cazare în plus față de programul 50-20. În general, numai unii refugiați ucraineni care vorbesc engleza au declarat că ar suna la poliție în astfel de situații.

> ***Nu știm cum să reacționăm la negativitate, e mai bine să nu spunem nimic.***
>
> Femeie cu copii, Constanța

> ***Nu ripostăm, ce putem să facem? Dacă vine poliția, am putea fi deportați. Nu mă simt în siguranță aici.***
>
> Adolescent, Constanța

Vorbitorii de rusă se confruntă cu și mai multe tensiuni în interiorul comunității. De la începutul războiului, există o presiune socială tot mai mare pentru ucraineni să evite să folosească limba rusă, iar subiectul devine tot mai sensibil. Potrivit cercetărilor agenției umanitare internaționale Clear Global, în Ucraina sunt vorbite aproximativ 20 de limbi. Potrivit recensământului din 2001, 67% din populație vorbește ucraineană și 30% folosesc rusa, ca limbă principală.[20]

Cu toate acestea, așa cum am menționat mai sus - două treimi dintre respondenții la chestionarele față în față (71%) au declarat că vorbesc rusa acasă, cifre coroborate de chestionarele online în care 67% au afirmat că vorbesc rusa acasă. Mai ales refugiații mai în vârstă au menționat că au probleme să comunice în ucraineană.

Chiar dacă numeroși refugiați sunt bilingvi, participanții au împărtășit exemple când au primit mesaje de hărțuire atunci când au folosit rusa pentru a cere ajutor pe rețelele sociale. Într-una dintre discuțiile de focus grup, un respondent ne-a spus că ar prefera „un website central într-o limbă accesibilă tuturor refugiaților", menționând rusa și ucraineana drept cele mai bune opțiuni. Dar replica lui a primit imediat reacții de alți participanți, care au declarat că rusa nu ar trebui folosită deloc.

[20] Language data for Ukraine, Clear Global / Translators without Borders

Există o tensiune clară în comunitatea de refugiați ucraineni pe acest subiect, iar furnizorii de servicii trebuie să fie conștienți de aceste nuanțe pentru a se asigura că oamenii pot accesa informațiile nu doar într-o limbă pe care o înțeleg, ci și în limba cu care se simt mai confortabil să o folosească. Este un aspect important mai ales în privința subiectelor sensibile, precum accesul la servicii medicale, probleme de siguranță sau aspecte juridice.

Comunitățile de refugiați romi din Ucraina se confruntă și cu alte probleme care au legătură cu limba. Unii participanți romi au menționat că în comunitățile lor există persoane care pot vorbi bine românește, ceea ce le permite să interacționeze cu furnizorii de servicii din România. Însă, anecdotic, comunitățile de romi au și un grad ridicat de analfabetism, ceea ce le poate limita accesul la informații scrise în spații online și offline.[21]

> ***Putem comunica, dar nu putem citi. Sunt aplicații de traducere, dar nu toată lumea le poate folosi.***
>
> Femeie de etnie romă, București

MANAGEMENTUL ȘI COORDONAREA INFORMAȚIILOR

În cadrul răspunsului umanitar, informarea a fost percepută drept incoerentă. Refugiații afirmă că nu a fost clar de unde și cum să obțină informații și că există probleme în a primi informațiile atunci când și unde au nevoie.

Potrivit participanților la discuțiile de focus grup, informații disponibile din mai multe surse sunt deseori ambigue, inconsistente și contradictorii (sau nu pot fi găsite, ceea ce le sugerează că nu ar exista).

Website-urile care oferă informații despre serviciile disponibile refugiaților conțin deseori informații care nu mai sunt valabile.

Refugiații spun că petrec mult timp încercând să verifice informațiile. Și-au exprimat în mod clar dorința de a exista o singură resursă cu informații, care să acopere majoritatea nevoilor lor de informare. Autoritățile guvernamentale și furnizorii de servicii și-au exprimat și ei preferința pentru o singură sursă online de informații, promovată ca sursă „principală", iar alte website-uri să fie folosite pentru nevoi specializate de informare. Respondenții din partea autorităților guvernamentale au cerut în mod special ca Protectieucraina.gov.ro să fie sursa centrală de informații, deoarece consideră că ar avea cea mai mare capacitate de a se asigura că informațiile sunt actualizate și corecte.

În plus, participanții au adăugat că multe dintre website-urile care oferă informații generale refugiaților despre serviciile disponibile au ales să împartă aceste informații pe teme. Respondenții și-au exprimat preferința ca informațiile să fie împărțite mai întâi geografic, apoi tematic, deoarece mulți dintre ei au probleme în a găsi informații relevante pentru orașul sau regiunea lor. Un sfert dintre refugiați au ales să lase comentarii suplimentare la finalul chestionarului față-în-față, legate de managementul informațiilor: „lipsesc informațiile centralizate", „informațiile sunt greu de găsit, pentru că sunt împrăștiate pe tot felul de surse diferite, iar căutarea lor ia mult timp", „o singură sursă, cu toate informațiile la un loc, ar fi nemaipomenită".

ACCESUL DIGITAL

Deoarece mare parte din informații sunt disponibile online, pe website-uri, rețele sociale și platforme de mesagerie, refugiații care nu au acces la dispozitive digitale, sau nu știu să le folosească, necesită ajutor suplimentar pentru a accesa informațiile de care au nevoie.

Acesta reprezintă un grup relativ mic de refugiați - puțin peste 1% ne-au spus că nu folosesc deloc sau nu au acces la internet.

Grupul include refugiații mai în vârstă, care depășesc această barieră doar cu ajutorul rudelor mai tinere, care accesează și interpretează informațiile pentru ei.

> ***Multora le lipsesc mijloacele (telefoane, tablete, computere) să acceseze internetul.***
>
> Bărbat, 65+, București

Adolescenții din unele zone au menționat și ei această barieră. Cei din Brașov dețineau computere sau tablete în proporție mai mică decât cei din Constanța.

Persoanele cu dizabilități și îngrijitorii lor au declarat în discuțiile de focus grup că Telegram li se pare o sursă frustrantă de informații, deoarece necesită mult timp petrecut în aplicație pentru a trece în revistă informațiile din grupuri. Altfel, detalii sau experiențe vitale pot fi ratate în volumul mare de mesaje de pe acestea. Un bărbat a explicat că el este diabetic și nu vede, așa că necesită un cititor de ecran pentru a accesa informații pe internet. Are nevoie disperată de informații privind accesul la insulină în România și se chinuie să le găsească fără ajutor.

Odată cu creșterea utilizării de către refugiați a rețelelor sociale pentru a accesa informații, a crescut și numărul comportamentelor fraudulente și al escrocheriilor. Aproape o treime dintre refugiați au experimentat (27%) și/sau observat (30%) cel puțin un tip de comportament negativ pe internet. Cel mai des, refugiații au întâlnit știri falsificate (20%). 19% dintre refugiați au observat amenințări la adresa altor utilizatori, 9% dintre ei fiind și victime ale amenințărilor; 16% au observat escrocherii - 9% experimentându-le personal. Datele detaliate, Anexa 8.

> ***Eu cunosc multe cazuri de escrocherii în grupuri, așa că trebuie să ai grijă cu informațiile.***
>
> Bărbat, Iași

[21] Această cercetare a inclus doar două discuții de focus grup cu minorități etnice din Ucraina, incluzând reprezentanți ai comunității rome. Este nevoie de studii suplimentare pentru a le înțelege mai în detaliu preferințele, barierele și nevoile specifice de informare.

Unii refugiați au declarat că există o creștere a „link-urilor suspecte” pe grupurile de pe rețelele sociale, un exemplu fiind un mesaj contrafăcut care părea să vină din partea Crucii Roșii, anunțând un nou program de asistență financiară. Cazurile de phishing, malware sau alte escrocherii i-au determinat pe unii refugiați să nu mai acceseze niciun link de pe grupurile de pe rețelele sociale. Una dintre persoanele cu care am realizat un interviu de profunzime a menționat că această frică de comportament fraudulos, oricât de binevenită ar fi, afectează abilitatea agenților umanitare de a distribui informații prin link-uri verificate.

> ***În mai, a apărut informația că este posibil să primești asistență financiară prin Crucea Roșie. În primele trei zile, mulți oameni s-au temut, crezând că este o escrocherie, deoarece mai fuseseră astfel de link-uri și escrocherii în trecut. Așa că am verificat. Avem o prietenă care lucrează la Crucea Roșie. Am sunat-o, ea și-a întrebat superiorii, și ne-a confirmat că este adevărat.***
>
> Femeie, Iași

INFORMAȚII ADECVATE VÂRSTEI

În discuțiile de focus grup cu adolescenții, aceștia au declarat că au probleme în a accesa informații relevante nevoilor lor. Mulți refugiați din această categorie de vârstă spun că nu au avut control în deciziile de a se muta în România (luate de părinții lor), iar acum se simt prea dependenți de părinți pentru informațiile de zi cu zi.

Furnizorii de servicii au notat și prezența unui vid de informații în cazul refugiaților foarte tineri, care au alte nevoi, preferințe și interese comparativ cu cei mai în vârstă. Nevoia de informații legate de accesarea serviciilor de suport psihologic pentru tineri a fost menționată atât de refugiații tineri, cât și de cei mai în vârstă.

Partea 4: Nevoi informaționale

Evident, nevoile de informare au evoluat constant de-a lungul răspunsului umanitar. În ultimele șase luni, am văzut trei etape distincte:

- **Nevoi urgente:** în primele săptămâni de război, când oamenii căutau informații legate de trecerea frontierelor, de transport pe distanțe mari, legate de siguranța imediată și despre opțiuni de relocare;
- **Nevoi inițiale**, la sosirea în România: accesul la servicii esențiale, precum asistența financiară, mâncare, cazare și alte necesități de bază;
- **Nevoi pe termen mediu și lung:** informații prin care să clarifice ce servicii sunt oferite (inclusiv durata lor estimată) și despre aspecte importante în contextul unei șederi de durată, precum educația, accesul pe piața muncii și integrarea în comunitățile gazdă. Persoane cu expertiză cheie din sectorul guvernamental au subliniat că următoarea mare provocare de comunicare ține de informarea legată de integrarea socială și de nevoile pe termen mediu și lung.

Sondajul nostru sugerează că principalele patru nevoi de informare din prezent vizează:

Asistența financiară

(74% - foarte important, 21% - relativ important, 4% - deloc important, în chestionarele față în față; și menționată de către 83% dintre respondenții chestionarelor online)

foarte important **74%**



relativ important



21%

deloc important **4%**

Serviciile medicale

(72% - foarte important, 24% - relativ important, 3% - deloc important, în chestionarele față în față; și menționate de către 73% dintre respondenții chestionarelor online)

foarte important



72%

relativ important



24%

deloc important **3%**

Produse de bază

(57% - foarte important, 32% - relativ important, în chestionarele față în față; și menționate de către 56% dintre respondenții chestionarelor online)

foarte important



57%

relativ important



32%

Transport

(53% - foarte important, 31% - relativ important, în chestionarele față în față; și menționat de către 36% dintre respondenții chestionarelor online)

foarte important



53%

relatic important



31%

Alte subiecte de mare importanță au fost: asistența juridică, cazarea, locurile de muncă, educația copiilor, produse tehnologice (telefoane mobile, computere, radiouri, televizoare, date mobile, rețele wifi).[22]

[22] Un raport recent Protection Monitoring al UNHCR sugerează că principalele nevoi de informare sunt Asistența financiară (48%), Serviciile medicale (35%), Piața muncii (32%) și Educația 23%.

Subiectele considerate mai puțin importante în prezent: relocarea în alte țări (43% - deloc importantă), cursuri și educație pentru adulți (33% - deloc importante). Chiar dacă 45% dintre respondenți au declarat că informațiile despre sănătatea mentală nu sunt „deloc importante", echipa de cercetare a observat că acest subiect a fost deschis în toate focus grupurile organizate - mai ales ca serviciu pentru copii, seniori și bărbați. Diferența dintre rezultatele chestionarului și ale discuțiilor de focus grup poate fi explicată printr-un posibil bias în măsurarea acestui subiect, din cauza traducerii din engleză în ucraineană (în versiunea ucraineană, formularea viza asistență psihiatrică, nu psihologică). Vezi Anexa 11.

Nevoile de informare pot fi diferite în diferite regiuni ale României în funcție de prezența și gradul de cooperare între diverși actori (autorități locale, organizații umanitare internaționale și locale, voluntari, influenceri comunitari, diaspora și refugiați).
Am investigat aceste aspecte prin interviuri de profunzime și discuții de focus grup și am descoperit următoarele tendințe:

INFORMAȚIILE JURIDICE SUNT INACCESIBILE PENTRU MULȚI REFUGIAȚI

Accesul limitat la informații clare, actualizate și relevante îngreunează capacitatea refugiaților de a lua decizii privitoare la statutul lor legal în România. Chiar dacă echipa de cercetare a notat că multe dintre aceste informații există pe website-uri multiple, ale Guvernului și ale agențiilor umanitare, informația este percepută de către refugiați ca fiind complexă și dificil de aplicat în circumstanțe particulare, iar refugiații ar prefera să aibă mai multe opțiuni de a pune întrebări despre statutul lor, ca să poată face cele mai bune alegeri pentru ei.

Refugiații au menționat că și-ar dori să poată lămuri anumite informații legale la telefon, într-o discuție cu o persoană avizată, ori să existe

„clinici juridice” în centrele mari pentru refugiați, unde să poată vorbi față în față cu cineva despre circumstanțele lor specifice.

Printre subiectele esențiale sunt:

Drepturile oferite de statutul de ședere temporară și azil: Refugiații din Ucraina au mai multe opțiuni pentru a sta legal în România; dintre acestea două au fost luate în considerare (1) Cererea de azil sau (2) Protecția temporară care le permite în prezent să rămână în țară timp de un an.

Majoritatea refugiaților cu care am vorbit preferă statutul protecției temporare celui de solicitant de azil, deoarece le oferă dreptul la liberă circulație între România și Ucraina. Acest lucru le permite să își viziteze locuințele, familia și prietenii atunci când au nevoie.

La momentul publicării acestei cercetări, persoanele cu statut de protecție temporară aveau libertatea de a lucra în România, dar aveau opțiuni limitate în privința plăților de protecție socială, precum alocațiile pentru copii. Refugiații au menționat că nu găsesc informații clare despre drepturile garantate de autoritățile române în cadrul protecției temporare (în timp ce percep drepturile pe care le au beneficiarii statutului de azil drept clare și accesibile).

Această situație a cauzat sentimente de nedreptate și inechitate comparativ cu cetățenii români și, de asemenea, a generat și zvonuri în comunitățile de refugiați și cele gazdă (de exemplu, că refugiații ucraineni primesc bani din bugetul de stat și consumă resursele cetățenilor români, că organizațiile umanitare fură din banii alocați refugiaților, ori că nu-i distribuie în mod echitabil etc.).

> ***…asta înseamnă că nu suntem egali în drepturi cu cetățenii români? Nu primim pensii sau alocații pentru copii, dar românii spun că avem aceleași drepturi ca și ei.***
>
> Femeie, Brașov

Anularea statutului de protecție temporară:
Refugiaților le este neclar în ce circumstanțe poate fi retras statutul de protecție temporară și în ce situații pot fi deportați înapoi în Ucraina. Deși regulile de călătorie între România și Ucraina le sunt mai clare (au fost menționate neclarități legate de documentele de identitate necesare trecerii frontierei dintre România și Ucraina versus prin Republica Moldova), ei au declarat că nu înțeleg procedurile de relocare într-un alt stat UE atunci când au statut de protecție temporară în România.

> ***Statele UE au o bază de date unificată cu toți refugiații ucraineni? Noi vrem să ne mutăm în Cehia, la Praga, deoarece acolo e o școală ucraineană, dar nu știm cum să anulăm statutul de protecție temporară.***
>
> Femeie cu copii, Constanța

SERVICIILE DE CAZARE

Informațiile despre serviciile de cazare nu sunt consistente și generează incertitudine și zvonuri în comunitățile de refugiați. Principala nevoie de informare menționată a fost legată de programul 50-20.

Guvernul României a implementat programul 50-20, care le permite proprietarilor privați de locuințe să le ofere refugiaților cazare, beneficiind de o plată lunară a câte 50 RON de persoană pe zi de cazare și 20 RON pe zi pentru alimente.

Refugiații și-au exprimat dorința de a înțelege mai clar cât va dura acest program, pentru a-și putea planifica mai bine ședederea, și să-și cunoască drepturile în cazurile în care sunt evacuați în mod neașteptat. Refugiații din Constanța au împărtășit cazurile în care oamenii au fost nevoiți să plece „fără motiv” sau li s-a spus să părăsească locuințele pentru sezonul turistic. Lipsa informațiilor despre acest serviciu și despre drepturile lor provoacă apariția și răspândirea zvonurilor în comunitatea refugiaților, dar și nesiguranță în rândul românilor care găzduiesc refugiați.

> ***Avem nevoie să știm când se va termina programul, deoarece trebuie să putem decide dacă ne întoarcem în Ucraina când se termină programul, sau rămânem în România dacă va fi prelungit.***
>
> Femeie cu copii, Constanța

Există un gol informațional atât în comunitatea de refugiați, cât și în cea gazdă, legat de criteriile de eligibilitate și regulile acestui program.

Refugiații susțin că nu sunt siguri de regulile legate de plățile din program pentru gazde. Potrivit legii, ajutorul zilnic de 20 RON pentru alimente poate fi oferit refugiaților, dar asta depinde de gazdă. Proprietarii locuințelor pot decide care este cel mai bun mod de oferi acest beneficiu refugiaților (cash, transfer bancar sau cumpărarea de alimente). Unii refugiați ne-au spus despre cazuri în care acești bani nu au ajuns la refugiați din diferite motive (invocarea plății facturilor, ori fără nicio explicație).

> ***Gazdele trebuie să ne dea 20 lei pe zi?***
>
> Femeie, Constanța

> ***Sunt și zvonuri că românii nu vor să participe în acest program. Am mai mulți prieteni care plătesc chiria în euro și nu găsesc cazare în programul 50-20. Ieri, la Crucea Roșie, am cunoscut o fată care mi-a spus că proprietarul locuinței unde stă a refuzat să-i dea cei 20 de lei pe zi. I-a plătit și chiria în avans, și tot i-a spus să plece.***
>
> Femeie cu copii, Iași

Refugiații ne-au împărtășit faptul că există gazde care nu aplică pentru a participa la acest program deoarece nu au suficiente informații despre el sau sunt prost informați de către autorități.

Gazda mea nu a putut aplica la programul 50-20, deoarece biroul care administrează acest program a spus că s-a încheiat. Așa că am pus familia gazdă în legătură cu niște cunoștințe ale mele, cu gazda unui alt refugiat, care le-a explicat cum să aplice la program. Acum gazda mea e și ea înscrisă în program.

Femeie, Constanța

Guvernul român trebuie să-i informeze pe români despre eligibilitatea din programul 50-20. Românii nu vor să se înscrie în program pentru că nu sunt bine informați.

Femeie, Constanța

Gazdele intervievate au confirmat informațiile împărtășite de refugiați - membrii comunității gazdă ezită adesea să beneficieze de programul 50-20.

Cunosc oameni care ofereau apartamente, dar nu știau să acceseze programul 50-20 și li s-a părut complicat, iar noi le-am explicat că nu e deloc complicat.

Gazdă, Focșani

EDUCAȚIA

Accesul la școli a fost una dintre cele mai menționate probleme de către părinți și bunici în discuțiile de focus grup. Numeroși părinți și-au exprimat preferința ca copiii lor să continue studiile online cu școlile lor din Ucraina, dar există și o dorință de a accesa școlile de aici care predau în ucraineană - dar care sunt foarte puține în România.

Când o școală ucraineană, online sau offline, nu este disponibilă, părinții iau în calcul trei opțiuni principale: 1. înscrierea copilului într-o școală românească, 2. întoarcerea în Ucraina, sau 3. mutarea într-o țară cu un acces mai bun la școli cu predare în limba ucraineană.

Lipsa clarității pentru opțiunile de educație în România contribuie la percepția că există prejudecăți din partea comunității de părinți:

Mamele române nu vor copii ucraineni în clase cu copii români. Ele cred că ai noștri vor avea nevoie de mai multă atenție din partea profesorilor, pentru că sunt noi în sistem și nu vorbesc româna, astfel copiii lor vor primi mai puțină atenție de la profesori.

Femeie cu copii, Constanța

Au fost menționate mai multe probleme importante în legătură cu educația și accesul la școli:

Ce se întâmplă dacă nu-mi înscriu copilul la școală în România?

Din cauza barierelor în accesarea informațiilor oficiale, părinții nu știu dacă există consecințe legale dacă copiii lor nu sunt înscriși la școală în România. Iar unii părinți se tem că ar putea fi privați de drepturile parentale dacă aleg să nu-și înscrie copiii la școală.

De ce am nevoie ca să-mi înscriu copilul la școală?

Refugiații sunt în general nesiguri de criteriile pentru înscriere, de procedurile de aplicare, de regulile de vaccinare, de numărul locurilor disponibile, ori de documentele necesare pentru înscrierea copiilor la școală. Alte îngrijorări sunt legate de necesitatea traducerii oficiale a documentelor, de recunoașterea diplomelor și a anilor de studii, ori de ceea ce e de făcut în cazul în care documentele oficiale legate de educație au rămas în Ucraina și nu pot fi obținute.

Unde găsesc o școală în limba ucraineană?

Numeroși refugiați ucraineni au menționat că ar prefera ca copiii lor să continue programele educaționale ucrainene care să fie recunoscute de autoritățile române. Cu toate acestea, există opțiuni limitate de școli bilingve/ucrainene în România, aflate în alte locuri decât în București sau orașele mari din România.[23]

Sunt studiile anterioare recunoscute în România?

Unii refugiați au menționat că au auzit că, dacă copiii lor merg la școală în România, vor fi înscriși într-o clasă cu an mai mic decât ar fi fost în Ucraina și că vor avea doar statut de „auditori" Acest lucru a provocat îngrijorări legate de recunoașterea anului de studiu. Nu le este clar dacă anii de studii în România sunt echivalenți celor din Ucraina, și invers.

Nu înțelegem diferența dintre cele două sisteme și ne temem că copiii noștri vor pierde doi ani și vor rămâne în urmă în Ucraina.

Femeie cu copii, Constanța

Grădinițe și universități

Cercetătorii au notat îngrijorări similare legate de lipsa informațiilor despre accesul la grădinițe și universități. Respondenții au menționat o lipsă de informare despre eligibilitate, procesul de înscriere și locurile disponibile. Studenții au cerut și informații despre job-urile part-time disponibile.

Lipsa informațiilor despre accesarea grădinițelor și creșelor are un impact direct asupra opțiunilor de angajare ale femeilor ucrainene.

Vrem să lucrăm, dar nu știm limba și nu putem lăsa copiii nesupravegheați și singuri.

Femeie cu copii, Brașov

[23] https://uur.ro/invatamant/scoli-cu-predare-in-limba-ucraineana/?lang=en

Am copii de 4 luni și de 9 ani. Nu sunt informații despre grădinițe. Nu este clar ce e necesar. Suntem mulți aici, de fapt. La grădinițele publice, copiii sunt mai mari și nu vorbesc engleza și e greu să comunice cu ei.

Bărbat, Iași

Educația pentru adulți

Foarte puțini respondenți au menționat nevoia de informații pentru accesarea serviciilor educaționale pentru adulți. Dar au fost cereri pentru cursuri de limba română, pentru a-i ajuta pe piața muncii.

ACCESUL LA SERVICII MEDICALE

Sănătatea a fost un subiect de mare interes pentru majoritatea refugiaților. Informațiile necesare s-au referit la următoarele aspecte:

Doctorii de familie - majoritatea refugiaților au probleme în a găsi doctori de familie care acceptă ucraineni, în special din cauza barierei de limbă. Agențiile umanitare au publicat liste cu doctori de familie care vorbesc ucraineană/ rusă, dar refugiații au descoperit că nu mai sunt de actualitate. Personalul din agențiile umanitare a menționat și că numeroși doctori nu sunt conștienți de existența diverselor aplicații de traducere și, drept urmare, ezită să primească pacienți care nu vorbesc româna. Unii refugiați din București au spus că nu se pot înregistra la un doctor de familie deoarece nu au acte de rezidență.

Am căutat mult timp o bază de date cu doctori de familie. Dar aici apar problemele - unii vorbesc engleza, alții nu. [...] Sunt liste cu doctori pe tot felul de site-uri. Dar deseori informațiile nu mai sunt de actualitate. Suni și ți se spune că nu mai e valabil sau că informația nu e corectă. Pierzi mult timp fără rezultat.

Bărbat, Iași

Diferențele dintre sistemele de sănătate din Ucraina și România - numeroși refugiați au menționat că nu înțeleg cum funcționează sistemul medical românesc.

Pentru că sistemul de sănătate din România este diferit de cel din Ucraina, nu avem practic nicio informație despre el, inclusiv cum să ne înscriem la un doctor de familie.

Femeie cu copii, București

Servicii gratuite vs. cu plată - refugiații au declarat că nu au informații despre lista completă a serviciilor medicale gratuite sau contra cost; informațiile se bazează foarte des pe experiențele personale ale altor refugiați și au un grad mare de variabilitate. Majoritatea refugiaților știu că sistemul medical de urgență este gratuit.

Vaccinarea copiilor și a adulților, inclusiv pentru Covid-19 - unde se pot vaccina, cum funcționează înregistrarea, care este schema de vaccinare în România etc.

Rețetele medicale - cum se obțin rețetele, ce medicamente sunt disponibile și gratuite, ce facilități au la dispoziție refugiații cu boli cronice, care sunt tratamentele care pot înlocui medicamentele nedisponibile în România (de exemplu, produse în Ucraina).

Bolile noastre cronice sunt întotdeauna însoțite de durere. Am încercat să înțeleg unde trebuie să merg pentru o rețetă de medicamente sau medicamente gratuite - este inutil. Cumpărăm medicamente din banii noștri.

Femeie cu dizabilități, București

Serviciile medicale pentru femei, inclusiv servicii de sănătate sexuală și reproductivă (SRHR). Refugiații au întrebat unde pot găsi astfel de clinici și doctori, dacă sunt gratuite sau contra cost etc. Informațiile sunt incomplete sau greu de găsit, iar unele femei însărcinate s-au întors în Ucraina pentru a naște acolo.

Ajutor psihologic gratuit pentru refugiați, inclusiv pentru copii și seniori (lipsesc informațiile despre linii telefonice speciale, doctori, bariere de limbă etc.).

Copiii și bătrânii au mare nevoie de ajutor psihologic. În general, cu toții avem nevoie de ajutor psihologic.

Bărbat, Constanța

Echipa de cercetare a organizat discuții de focus grup și cu persoane cu dizabilități și îngrijitorii lor. Majoritatea participanților aveau un certificat de handicap emis de autoritățile ucrainene. Pe baza acestuia, beneficiau în Ucraina de anumite facilități (transport gratuit, medicamente gratuite sau compensate etc.).

Sunt multe grupuri (pe rețelele sociale) pentru produse (Ucraineni în Europa, Ucraineni în București), dar pentru serviciile de sănătate e un dezastru total.

Femeie cu dizabilități, București

Nevoile de informare ale persoanelor cu dizabilități vizau în general recunoașterea dizabilității. Centrul de refugiați din Iași (Nicolina) a informat că statutul de dizabilitate emis în Ucraina nu este valabil în România, iar refugiații cu dizabilități (și îngrijitorii lor) trebuie să obțină un certificat nou, potrivit procedurilor românești (o nouă comisie medicală).

TRANSPORT

Deși refugiații au spus că au suficiente informații pentru a lua decizii în privința transportului pe distanțe mari, rămân goluri în înțelegerea opțiunilor de transport local și cum poate fi el accesat.

Transportul gratuit pentru refugiați

Există multă confuzie dacă transportul local este gratuit pentru refugiați, sau dacă trebuie să cumpere bilete. Oficial, nu există o hotărâre oficială că transportul public din București este gratuit pentru refugiați, dar mulți dintre ei nu cumpără bilete iar controlorii îi lasă să călătorească gratuit dacă le arată documentele de identitate ucrainene. Sunt zvonuri despre episoade izolate, cu refugiații amendați pentru că nu au avut bilet. În Iași, doar câțiva refugiați știau că vinerea transportul public este gratuit pentru toată lumea.

Mulți refugiați știu că transportul (feroviar) național este gratuit. Programul a fost prelungit de mai multe ori, dar nu există informații despre cât va mai dura acest serviciu.

Transportul de pasageri și bunuri între România și Ucraina

Numeroși refugiați caută (în general, pe grupurile de social media) informații de încredere despre transportul dintre România și Ucraina (și invers), pentru a trimite/primi documente și/sau haine și lucruri personale. Serviciul poștal este limitat. Refugiații spun că nu sunt siguri ce documente sunt necesare pentru a trece granița și/sau pentru tranzitarea Republicii Moldova.

> ***Am încercat să trimit un pachet unui prieten din Harkov. M-am dus la oficiul poștal și m-au spus că situația e serioasă în Harkov, și nu numai acolo - era o listă lungă cu orașe unde nu puteam trimite lucruri prin poștă. [...] Mi-au spus că trebuie să merg în altă parte sau să găsesc alt oraș unde funcționează poșta. Nu am înțeles nimic.***
>
> Femeie, Brașov

> ***Mama mea nu are pașaport [internațional]. Are un pașaport obișnuit [național] și căuta o mașină cu care să călătorească prin Moldova. Mi-a fost frică. Cineva mi-a zis că se poate, dar mă îndoiam.***
>
> Femeie, Iași

LOCURILE DE MUNCĂ

Mulți refugiați au pus întrebări legate de accesul la locuri de muncă, despre recunoașterea abilităților și a calificărilor și despre drepturile angajaților. Așa cum am menționat în raport, limba este una dintre principalele bariere pentru găsirea unui loc de muncă în România, căci foarte puțini angajatori acceptă personal care nu vorbește româna.

Accesul la locuri de muncă

Informațiile despre locurile de muncă disponibile refugiaților nu sunt centralizate. Refugiații caută locuri de muncă pe website-urile locale, precum: ejobs.ro, bestjobs.ro, olx.ro, dopomoha.ro sau direct pe Google. Mulți refugiați se bazează pe Telegram, Facebook și Viber când caută să se angajeze.

Unii refugiați vor să lucreze pentru comunitatea ucraineană (doctori, profesori, traducători, contabili etc.) potrivit calificărilor lor, dar nu găsesc sursele de informații specifice care să arate unde anume este nevoie de ei.

> ***Există oportunități de angajare pentru profesorii ucraineni? Cum caut locurile disponibile, ca să mă angajez în România?***
>
> Femeie, Brașov

Căutarea online a locurilor de muncă poate prezenta riscuri pentru refugiați. În interviuri cu administratorii grupurilor de Facebook și Telegram, aceștia au menționat că sunt conștienți mai ales de pericolul traficului de persoane. Mulți dintre ei au pus reguli de moderare pentru grupuri, ca să verifice și să șteargă orice link sau anunț de angajare dubios și au postări speciale de avertizare, pentru a proteja membrii grupului.

Limba și cunoașterea calificărilor

În mod interesant, dintre refugiații cu care am vorbit care și-au găsit locuri de muncă, majoritatea au reușit să se angajeze în aceeași industrie în care activau în Ucraina. Cu toate acestea, ei reprezintă un procentaj mic din numărul total de respondenți, majoritatea nereușind până acum să se angajeze.

Principalele bariere pentru găsirea unui loc de muncă conform calificării din Ucraina sunt necunoașterea limbii române, confuzia privind recunoașterea educației superioare din Ucraina și lipsa experienței în România. Chiar dacă refugiații sunt dispuși să învețe limba română și să participe la cursuri de recalificare, nu știu exact cum să facă asta.

> ***Voluntarii și centrele oferă locuri de muncă fără calificare. Eu eram un profesionist bine plătit în Ucraina și aș vrea să-mi folosesc și în România abilitățile, experiența și calificarea.***
>
> Femeie, Constanța

> ***Lumea nu înțelege cum să-și pregătească documentele pentru angajare, inclusiv recunoașterea în România a diplomei de studii din Ucraina.***
>
> Femeie cu copii, București

Obligațiile și drepturile angajaților

În general, refugiații nu cunosc drepturile pe care le au angajații în România și nici informații despre salariile legale ori condițiile de muncă, ceea ce duce la numeroase îngrijorări și zvonuri în comunitatea de refugiați.

Se spune că refugiații ucraineni care s-au angajat sunt plătiți mai puțin, pentru aceeași muncă și aceleași ore, decât românii.

Femeie cu copii, Constanța

Refugiații au povestit și despre cazuri în care angajatori români au evitat să angajeze refugiați deoarece nu erau siguri dacă e legal ori care erau procedurile necesare.

Angajatorii români nu știu ce să facă în privința refugiaților ucraineni. Mama este specialistă în masaj, a fost chemată în mod repetat la interviuri la centre spa, dar nu au angajat-o pentru că nu se știe cum angajezi un refugiat.

Femeie, Constanța

Există și o nevoie de clarificare a legislației fiscale din anumite situații: (1) - angajații unor companii străine care continuă să lucreze online în România (fiind angajați în Ucraina) - politicile și mecanismele fiscale; (2) antreprenorii individuali - rezidența fiscală a companiei.

Dacă lucrăm de la distanță pentru o companie ucraineană, după 183 de zile de ședere în România devenim rezidenți și trebuie să plătim taxe pe întreg venitul. În Ucraina, angajatorul plătește contribuția mea de 22%. În România se pare că trebuie să plătesc 40%.

Femeie cu copii, Iași

Persoanele cu dizabilități și îngrijitorii lor vor mai multe informații despre cum să găsească locuri de muncă part-time, dacă nu pot lucra full time din cauza dizabilității lor, și ce drepturi au.

O participantă la o discuție de focus grup a spus echipei de cercetare că familia ei gazdă i-a găsit un loc de muncă part-time la curățenie la un centru comercial, dar când angajatorul a aflat de probleme ei de sănătate a refuzat brusc să o mai angajeze, temându-se de posibile riscuri legale.

Angajarea tinerilor

Lipsesc informațiile legate de posibilitatea angajării tinerilor (16-18 ani) în România: aspecte legale (acordul părinților, deși nu toți adolescenții au venit cu părinții în România), locurile de muncă disponibile, angajatori dispuși să lucreze cu adolescenți etc.

Vă rog să oferiți informații suplimentare despre posibilitatea angajării, ca să putem lucra legal până la vârsta de 18 ani - vom contribui la economia voastră, vrem să lucrăm și o s-o facem eficient.

Adolescent, București

Caut un job ca să-mi ajut familia, dar nu vorbesc româna, trebuie să o învăț ca să-mi iau un job part-time

Adolescent, Brașov

Prietenii mei ucraineni, de 16 și 18 ani, s-au angajat ca ospătari, au lucrat mai multe ore decât scria în contract și au fost plătiți mai prost, așa că nu e plăcut să-ți cauți de muncă singur.

Adolescent, Constanța

ASISTENȚĂ FINANCIARĂ

Refugiații au cerut mai multe informații despre eligibilitatea programului de asistență financiară și durata estimată a acestuia. Unii respondenți erau nesiguri dacă sunt eligibili să se înscrie în mai multe programe de asistență financiară și unde și cum sunt distribuite fondurile.

Informațiile despre acces și eligibilitate variază. Refugiații dintr-un oraș care are un hub central pentru refugiați sau un centru fizic care se ocupă și cu asistența financiară au declarat un acces mai bun la informații decât cei care depind de linii telefonice speciale sau surse online de informare.

ONU și Crucea Roșie au aceleași liste? Oamenii care primesc bani de la o organizație sunt sau nu eligibili să primească ajutor și de la altă organizație? Oare organizațiile internaționale vor prelungi programul? Mai sunt alte organizații care să ofere asistență financiară după ce ONU și Crucea Roșie opresc programele?

Femeie, Constanța

Sunt multe informații, care se schimbă mereu. Oare plățile vor continua sau nu?

Femeie, Iași

Suntem oameni modești și nu putem cere mai mult, dar încă mai avem nevoie de ajutor de la organizațiile internaționale și de la autoritățile române, pentru ceva timp de acum înainte.

Femeie, 65+, Brașov

Adolescenții îi ajută deseori pe părinții lor când caută informații despre serviciile de asistență financiară și umanitară pentru refugiați. Ei au menționat că sunt foarte multe informații greșite legate de distribuirea voucherelor și a bunurilor și percep informarea drept o „luptă” - „cine se zbate mai bine, reușește” [Adolescent, Constanța].

O experiență similară a fost împărtășită de un băiat de 15 ani, care a povestit că s-a dus de două ori la locul unde erau distribuite ajutoare și s-a întors în ambele cazuri cu mâinile goale. El a declarat că pachetele cu ajutoare erau aruncate aleator în mulțimea adunată acolo sau erau distribuite nedrept.

Partea 5: Zvonuri și informații greșite

Refugiații sunt atât surse, cât și victime ale informațiilor greșite care circulă în comunitățile lor. Când apare o criză, prioritare sunt nevoile imediate de adăpost, hrană, apă curată și tratamente medicale. Dar chiar și în cazul unei organizări foarte bune, aceste servicii pot fi afectate, abandonate ori privite cu neîncredere din cauza zvonurilor. Dar zvonurile pot fi și o sursă foarte utilă pentru actorii răspunsului umanitar să înțeleagă nevoile de informare hiper-locale, golurile informaționale, preferințele, îngrijorările și tensiunile care pot apărea.[24]

Așa cum am menționat anterior în raport, un peisaj informațional complex și care deseori crește confuzia contribuie la răspândirea nesiguranței în privința informațiilor pe care le găsesc refugiații (dacă sunt corecte și, mai ales, actuale), ceea ce îi face să depindă în mare grad de prieteni, familie și alți refugiați ca surse de informare. Acest lucru contribuie și la răspândirea informațiilor greșite în comunități, deoarece unele informații pot fi înțelese sau interpretate greșit și, în unele cazuri, traduse cu erori.

> ***Trebuie să verificăm orice informație.***
>
> Femeie cu copii, București

Atât autoritățile guvernamentale, cât și agențiile umanitare au menționat în interviuri informațiile greșite drept una dintre cele mai mari provocări cu care se confruntă. Reprezentanții lor spun că este necesar un echilibru delicat între a le oferi refugiaților posibilitatea de a comunica în modurile pe care le preferă și nevoia de a avea un anumit control asupra calității informațiilor care circulă în aceste comunități.

Folosirea de către refugiați cu precădere a rețelelor sociale ca platforme de comunicare prezintă o provocare în identificarea și corectarea informațiilor greșite înainte să se răspândească pe scară largă.

> ***Pe Viber, majoritatea informațiilor sunt false, sunt multe contrafăcute. Mesajul spune un lucru, dar când ajung acolo e altceva.***
>
> Bărbat, București

În ultimele luni, autoritățile guvernamentale, organizațiile umanitare și administratorii grupurilor de Facebook au raportat o creștere a volumului de informații greșite și dezinformare care țintesc refugiații ucraineni. Sunt îngrijorări evidente legate de riscurile acestui spațiu informațional, mai ales în privința traficului de persoane și al abuzurilor. Aceștia presupun că o parte a dezinformării vine din campanii orchestrate de Rusia.

Guvernul României susține că lucrează să identifice propaganda rusă.[25] Narativele folosite în aceste campanii sunt concepute să provoace diviziuni între populația română și refugiații ucraineni și să promoveze ideea că aceștia din urmă nu sunt de încredere sau că nu merită să primească ajutor. Autoritățile au declarat că fac eforturi să combată aceste narative, dar menționează că se tem să contrazică prea activ dezinformarea legată de refugiați pentru a nu inflama și mai mult tensiunile. Am discutat și cu administratori ai grupurilor de Facebook pentru a le înțelege abordarea și strategiile de combatere a informațiilor greșite. Administratorii ne-au declarat că sunt conștienți de această problemă și că, în general, au creat reguli de moderare și proceduri dedicate combaterii informațiilor greșite. Ei susțin că încearcă să verifice informațiile postate în grupurile lor și, dacă suspectează că unele informații sau link-uri sunt false sau frauduloase, șterg postările respective. În cazul canalelor de Telegram, politicile de moderare par a fi mai puțin stricte și depind în mare măsură de abilitățile moderatorilor de folosire a acestei aplicații. Unii administratori au introdus boți care să șteargă automat toate linkurile suspecte (știri, înșelătorii, Google Forms etc.). Toate canalele analizate folosesc funcția de „pinned post" pentru a sublinia informațiile verificate de către administratori și pentru a combate informațiile greșite. Dacă este detectată o postare ce conține informație greșită, nu este ștearsă, în schimb administratorul va comenta cu informațiile corecte sau cu un link către un „pinned post" cu informațiile verificate.

Studiul de față nu a făcut o analiză extensivă a zvonurilor[26] care circulă în comunitățile de refugiați, însă participanții au prezentat echipei de cercetare exemple de zvonuri în interviuri sau discuțiile de focus grup. Aceste zvonuri pot fi împărțite în câteva categorii mari:

Accesul la servicii:

Refugiații au menționat mai multe zvonuri legate de servicii și eligibilitatea accesării lor. Transportul public și parcarea au fost subiecte populare, mai ales în privința plăților și amenzilor. Refugiații au povestit și cazuri în care au perceput o distribuire inegală a ajutoarelor umanitare și, mai ales, cazuri în care unii refugiați au primit bani de la mai multe organizații. Unii au declarat că „ajutoarele erau distribuite direct din mașini" și că „le primeau cei care se zbăteau mai tare". Un alt zvon, menționat mai ales de refugiații tineri, spunea că, dacă te angajezi, ești nevoit să pleci din centrele de cazare.

[24] Managing Misinformation in a Humanitarian Context, Internews 2019Managing Misinformation in a Humanitarian Context, Internews 2019

[25] Interviu în profunzime cu reprezentat al guvernului, August 2022

[26] Pentru scopurile acestei secțiuni, un zvon este definit ca o informație neverificată. Includem aici afirmațiile care, după verificare, ar putea fi adevărate, false, sau parțial false.

Frica de deportare:

Refugiații bărbați (mai ales în Constanța și Brașov) au declarat că au temeri să nu fie deportați în Ucraina pentru a fi înrolați și trimiși pe front.

Îngrijorări legate de protecție și siguranță:

Zvonurile legate de siguranță se referă mai ales la frica răpirii copiilor (în Mamaia/ Galați) și au fost menționate mai ales de femei (cu sau fără copii) și tineri. Refugiații au vorbit și despre îngrijorările legate de escrocherii și pseudo-voluntari, care țintesc comunitățile de ucraineni.

Prejudecăți:

Refugiații au raportat numeroase cazuri de prejudecăți reale ori percepute, experimentate în timpul șederii lor în România. Au declarat că au observat și o anumită „oboseală" a comunităților gazdă și că simt o schimbare în atitudine. La începutul războiului, ucrainenii au simțit un sprijin total, dar acum percep că nivelul de compasiune a scăzut și spun că sunt întrebați frecvent de ce nu se angajează și de ce primesc ajutor în continuare. Respondenții au declarat că simt deseori nevoia de a-și explica situația comunităților locale.

Oamenii au împărtășit povești despre mașini cu numere de Ucraina care au fost zgâriate, cântece rusești puse ostentativ sau semne obscene după ce sunt auziți vorbind ucraineană.

Mamele ucrainene au declarat că sunt îngrijorate că copiii lor să nu fie acuzați pe nedrept de stricăciuni sau furturi. În contrast, ele au povestit și despre cazuri în care copiii lor au fost jefuiți și agresați pe stradă și li s-a spus să se întoarcă în Ucraina.

Pe subiectul locurilor de muncă, refugiații au menționat zvonuri legate de faptul că refugiații sunt plătiți mai puțin - uneori mai puțin de jumătate, pentru activități similare - față de cetățenii români. Această teamă îi afectează pe refugiați, care se simt discriminați, dar contribuie și la crearea de tensiuni în comunitățile gazdă, care pot simți că ucrainenii strică piața muncii și le reduc oportunitățile de angajare.

Există o percepție care circulă în comunitățile gazdă că refugiații ar fi neîngrijiți și nerespectuoși. Iar această prejudecată afectează accesul la cazare, deoarece unii proprietari aleg să nu închirieze locuințe refugiaților. Ucrainenii încearcă să combată acest narativ postând mesaje pe Facebook în care îi asigură pe proprietarii de locuințe că refugiații sunt ordonați și respectuoși. În mod similar, refugiații simt că sunt blamați de creșterea prețurilor la chirii și bunuri de larg consum.

> ***O româncă mi-a spus că ucrainenii sunt neîngrijiți (că lasă apartamentele în dezordine) și agresivi și nu știu regulile locale. Ei consideră că suntem nerecunoscători și răsfățați, pentru că am fi bogați***
>
> Adolescent, Constanța

Partea 6: Reclamații și feedback

Chiar dacă există mecanisme de reclamații și feedback, refugiații ucraineni nu le folosesc încă în mod frecvent pentru a trimite feedback negativ sau sugestii pentru îmbunătățirea serviciilor. În marea lor majoritate, refugiații ne-au spus că se tem să nu fie percepuți drept „nerecunoscători” dacă împărtășesc feedback negativ la adresa servicilor oferite de autorități sau agenții umanitare.

> ***Poate că aș vrea să o fac (să ofer feedback). Dar toată lumea înțelege că mâine trebuie să te întorci în acel loc. Și nu poți scrie o recenzie negativă, pentru că trebuie să te întorci acolo a doua zi.***
>
> Femeie, Iași

O femeie din București ne-a povestit experiența ei. A acceptat cazare gratuită de la un bărbat, care apoi a hărțuit-o sexual, pe ea și pe alte refugiate care locuiau acolo. Femeia ne-a spus că nu a raportat incidentul autorităților, și nici nu a lăsat un comentariu negativ online, deoarece „el ne oferise cazarea în mod gratuit, cum să ne plângem?”. După ce a fost încurajată de alți participanți din focus grup, femeia a primit informații despre cum să raporteze incidentul, pentru a preveni alte cazuri în care femei ar putea fi victimele acestei gazde.

O altă barieră majoră pentru oferirea de reclamații sau feedback este că majoritatea oamenilor nu știu unde sau cum să o facă. Peste 30% dintre respondenți au menționat că nu știu unde să ofere feedback, iar 50% au spus că „știu oarecum”. Participanții au declarat că deseori aleg să nu sune la liniile speciale deoarece presupun că operatorii nu vor vorbi ucraineană sau rusă - o problemă pe care tot mai multe organizații încearcă să o rezolve prin angajarea vorbitorilor de ucraineană ca operatori în call-centere.

Unii refugiați au declarat că se simt obosiți să tot completeze chestionare și formulare și că se îndoiesc că feedback-ul va duce la îmbunătățiri.

> ***Avem unde să punem întrebări și să oferim răspunsuri. Încercăm să trimitem întrebările prin cineva, prin voi, prin alte surse. Au fost multe discuții de focus grup pe Zoom, de exemplu, dar și multe alte grupuri de discuții. Dar până acum nu am primit niciun răspuns. Nimic nu s-a schimbat, așa că e inutil.***
>
> Femeie, Iași

În ciuda acestor bariere, sondajul nostru a arătat că 65% dintre refugiați consideră că este foarte important să ofere feedback și, în condițiile potrivite, ar face-o. Numai 13% au declarat că nu vor să ofere feedback. Vezi Anexa 12, Anexa 13 și Anexa 11. Majoritatea refugiaților ucraineni incluși în sondajul nostru spun că ar oferi feedback dacă li s-ar cere și dacă ar avea o platformă disponibilă pentru asta.

> ***Dacă ni se cere să lăsăm un review, o facem, altfel nu este nevoie.***
>
> Bărbat, București

Potrivit chestionarelor față în față, majoritatea refugiaților (59%) preferă să ofere feedback într-un mesaj privat (pe Facebook, Telegram, WhatsApp, Viber, e-mail), în persoană/față în față (35%) și într-un review public pe rețelele sociale/ website-uri (28%).

Vezi Anexa 13. Refugiații ucraineni din Brașov și Constanța ne-au spus că folosesc în mod activ mecanismele de feedback din Google Maps pentru a afla informații despre servicii, hosteluri, restaurante și cafenele.

> ***Am lăsat recenzii pe Facebook pentru cafenelele și restaurantele unde am primit mâncare gratuit.***
>
> Bărbat, București

Participanții au sugerat și alte metode pe care ar prefera să le folosească pentru feedback. O sugestie populară a fost un sistem de gradare de la 1 la 10 prin linii telefonice speciale sau formulare online anonime.

Actorii guvernamentali și umanitari pe care i-am consultat în această cercetare au recunoscut nevoia unor mecanisme mai bune pentru colectarea feedback-ului, pentru a-și documenta mai bine deciziile din răspunsul umanitar. Agențiile umanitare acceptă tot mai mult ideea că, pentru a oferi soluții potrivite și sustenabile, trebuie să asculte populațiile afectate, să răspundă la informațiile pe care aceștia le oferă și să includă refugiații în toate etapele răspunsului umanitar. [27]

Respondenții guvernamentali au admis că aceasta a fost o lacună în sistem până acum, dar nu pentru că feedback-ul din partea refugiaților nu ar fi privit drept important, ci din cauza resurselor limitate. Există și percepția că, după ce refugiații vor trece de „pragul mental” în care vor considera Romania noua lor casă pe termen mediu, aceștia vor fi mult mai interesați să ofere feedback și să se implice în procesul de concepere a politicilor și programelor umanitare.

[27] De exemplu, Grand Bargain și Core Humanitarian Standards

A existat și un consens cu privire la nevoia de a coordona acest tip de activități. Respondenții au subliniat faptul că există un număr prea mare de linii speciale telefonice și alte mecanisme de răspuns, care se suprapun și creează confuzie. Acest lucru ar putea face ca refugiații să nu știe exact unde să comunice reacțiile lor și să prevină folosirea feedback-ului pentru îmbunătățirea răspunsului umanitar. Există un număr de mecanisme individuale de feedback - majoritatea pentru a oferi informații despre servicii și activități individuale ale agențiilor umanitare.[28] Dar aceste informații sunt folosite doar în scop intern și nu sunt împărtășite celorlalți actori din răspunsul umanitar.

Prin grupul de Răspundere pentru Populații Afectate (AAP), UNHCR și UNICEF au creat împreună un mecanism de Reclamații și Feedback și lucrează să încurajeze folosirea lui de către actorii implicați în răspunsul umanitar. Sistemul folosește un formular de raportare Kobo Toolbox care poate fi preluat de orice actor interesat. Informațiile colectate prin această platformă vor fi analizate într-o bază de date centrală, urmărind tendințele principale ale întrebărilor, reclamațiilor și feedback-ului. UNHCR lucrează să deschidă și un call center regional pentru toate țările din regiune care au primit refugiați din Ucraina. Scopul acestui serviciu este ca operatorii să poată răspunde la majoritatea informațiilor, reclamațiilor și feedback-ului cu întrebări și reacții specializate, apoi să trimită apelanții către operatorii de servicii la nivel național. UNHCR va instala și aparate fizice pentru adunarea de reclamații, ca oamenii să se simtă mai confortabil în a oferi feedback scris.

Guvernul spune că, în luna septembrie, are în plan lansarea unei noi linii speciale telefonice, despre care speră să devină principala resursă pentru refugiații care caută informații sau vor să înregistreze reclamații și feedback despre serviciile operate de autorități. Linia (cu un număr ușor de memorat, 345678) va folosi tehnologia Interactive Voice Response (IVR) pentru a direcționa apelanții către ministerele și agențiile relevante. Persoanele care sună vor beneficia de traducere simultană și, chiar dacă serviciul este conceput pentru programele guvernamentale, operatorii vor colecta și feedback-ul legat de restul răspunsului umanitar și vor redirecționa informațiile și apelanții către actorii relevanți.

Tot mai mulți actori se mută pe Telegram, creând canale oficiale pentru a comunica direct cu comunitățile vizate, și angajează refugiați ucraineni pentru a monitoriza grupurile de pe rețelele sociale și pentru a posta informații verificate, atât în aceste grupuri, cât și prin informarea directă a comunității.

[28] De exemplu, IFRC și Crucea Roșie România operează o linie telefonică specială (+40 374 415 000) și un centru de servicii față în față dedicate programului lor de asistență financiară. Personalul din call center este format din refugiați ucraineni, care pot îndruma apelanții către alte surse de informare sau linii telefonice pentru întrebările care nu au legătură cu activitatea Crucii Roșii. UNHCR are în prezent trei linii telefonice speciale, una dedicată programului lor de asistență financiară, iar celelalte două pentru feedback legat de organizațiile partenere.

CONCLUZII

În răspunsul umanitar, guvernele, sectorul privat și agențiile umanitare trebuie să acționeze rapid pe cele mai urgente nevoi. Astfel, în răspunsul la criza provocată de războiul din Ucraina, au fost luate foarte multe măsuri în ultimele șase luni pentru a asigura accesul refugiaților la cazare, alimente, asistență financiară și nevoi de bază.

Cu toate acestea, rămân goluri legate de canalele de comunicare a informațiilor clare, corecte și accesibile. Comunitatea de refugiați și de voluntari din România a reacționat rapid la acest vid informațional, creând propriile grupuri și rețele care continuă să domine acest spațiu în prezent. Dar abordarea la firul ierbii și ad hoc în privința informării lasă de dorit în anumite privințe. Refugiații se simt copleșiți de numărul mare de surse de informare și sunt nesiguri ce informații sunt corecte, actuale și relevante pentru procesul lor de decizie.

După ce răspunsul umanitar a trecut de pragul de șase luni, nevoile informaționale se modifică în funcție de presiunile pe termen mediu și lung. Refugiații au nevoie de claritate - unde vor fi în următoarele luni, ce servicii le vor fi disponibile și, cel mai important, cum se pot integra într-o comunitate care, pentru unii, pare că devine tot mai puțin primitoare.

Media ar trebui considerată un actor important în acest răspuns și ajutată să joace un rol pozitiv în satisfacerea nevoilor de informare ale ambelor comunități, să identifice zvonurile și informațiile greșite și să abordeze stereotipurile periculoase, care pot genera tensiuni între refugiați și comunitățile gazdă. Pentru a fi un actor eficient și responsabil, media trebuie susținută să înțeleagă răspunsul umanitar, cum sunt luate deciziile, ce resurse sunt alocate și cui, pentru a putea traduce pentru audiențele lor acest peisaj informațional complex. În plus, media ar trebui sprijinită să înțeleagă Standardele Umanitare, pentru a putea, prin jurnalism, să susțină nevoile audiențelor lor, să identifice golurile și să acționeze ca un mecanism pentru reclamații și feedback.

Guvernul și agențiile umanitare au avut timp până acum să pună pe picioare majoritatea activităților și acum au ocazia de a răspunde angajamentelor luate în cadrul Grand Bargain de „a include persoanele afectate de crizele umanitare și comunitățile lor în deciziile noastre, pentru a ne asigura că răspunsul umanitar este relevant, actual și eficient”.[29]

Aceste eforturi sunt cel mai bine poziționate atunci când comunitățile pot contribui într-un mod semnificativ la identificarea nevoilor inițiale, ale preferințelor și abordării din primele etape ale răspunsului umanitar. Dar nu este prea târziu nici acum pentru a lua măsuri proactive de a implica comunitatea de refugiați, întrebările lor, temerile și ideile lor, în designul serviciilor care pot fi necesare multe luni de acum înainte refugiaților și comunităților gazdă.

Războiul din Ucraina a declanșat una dintre cele mai mari și mai rapide crize de refugiați de la cel de-al Doilea Război Mondial, iar statele vecine Ucrainei au răspuns cu un suport public și politic fără precedent. Răspunsul umanitar este unic și prin faptul că implică un program amplu de asistență financiară, numere mari de refugiați cazați de cetățeni români și un ecosistem informațional dominat de platformele de social media. Însă chiar dacă răspunsul actual ar putea părea diferit de alte contexte de acest fel, unele realități rămân identice. Ca oamenii să ia decizii informate pentru ei și familiile lor, ca să poată verifica informațiile, să reducă informațiile greșite și să simtă că au autonomie, au nevoie de două lucruri vitale: un ecosistem informațional sănătos și posibilitatea de a-și face vocile auzite. Sperăm că acest raport contribuie la realizarea lor și că ajută la îmbunătățirea comunicării și a responsabilității în următoarea fază a răspunsului umanitar.

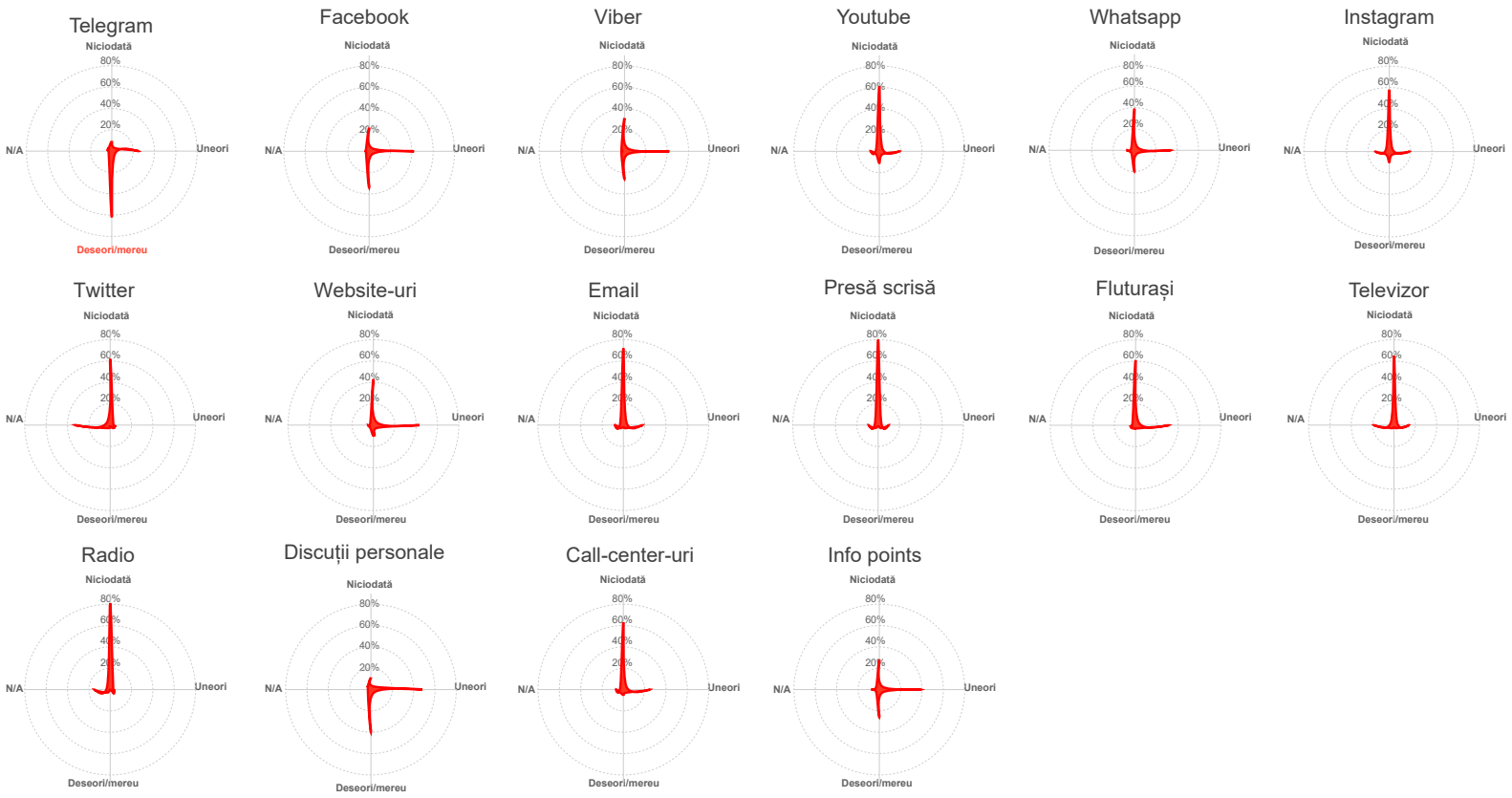
[29] Grand Bargain Signatories Commitment, 2016

ANEXE

Anexa 1

% din răspunsurile la întrebarea “8. Cât de des folosiți următoarele canale pentru a obține informațiile de care aveți nevoie referitoare la ședera dumneavoastră în România?”
Chestionar aplicat față în față, întrebarea 8 (închisă).

	8.1. Discuții personale	8.2. Facebook	8.3. Viber	8.4. Youtube	8.5. Whatsapp	8.6. Telegram	8.7. Instagram	8.8. Twitter	8.9. Televizor	8.10. Website-uri	8.11. Email	8.12. Presă scrisă	8.13. Call-centre-uri	8.14. Radio	8.15. Fluturași	8.16. Info points
Niciodată	11%	22%	31%	61%	39%	9%	58%	62%	65%	43%	72%	80%	63%	81%	61%	28%
Uneori	48%	42%	42%	19%	34%	25%	19%	5%	14%	43%	18%	10%	25%	4%	31%	39%
Deseori/Mereu	40%	34%	26%	11%	20%	62%	10%	1%	2%	10%	2%	1%	5%	0%	3%	26%
Nu știu/Nu răspund	1%	3%	2%	8%	7%	4%	13%	33%	19%	5%	8%	9%	7%	15%	5%	7%



Anexa 2

Cele mai menționate grupuri sau pagini de pe orice rețea socială considerate de către ucrainieni folositoare pentru a obține informații în România (menționate de >10 respondenți).
Chestionar față-în-față, întrebarea 13 (deschisă).

Nr total de mențiuni	Numele grupului sau a paginii	Platforma
124	укр в бухаресте/наши в Бухаресте (Fb) ro. Ucrainieni în București	Facebook
97	Dopomoha.ro (site)	Web
93	Help for Ukrainian in Romania/Допомога українцям в Румунії/Допомога біженцям/Ajutor pentru Ucraina (Fb)	Facebook
92	iasul with ukraine /ТУкраинцы в Яссах (Tg)	Telegram
74	Pomosh v buhareste/Допомога в Бухаресті (Tg)	Telegram
64	Украинцы в Бухаресте/ (Tg)	Telegram
46	Constanța ajuta refugiatii din Ucraina/Constanța helps refugees in Ukraine.Група українців в Констанці в Фейсбуці (Fb)	Facebook
43	Українці в Констанці/украинцы в Констанции (Tg)	Telegram
41	Мамочки в Бухаресте/"Мамы в Румынии. Бухарест."/ukrainian moms Bucharest (Tg)	Telegram
39	iasul with Ukraine (Fb)	Facebook
37	(Брашов для Украины)/Брашов для Украины (Tg)	Telegram
36	Bucuresti Ajuta Ucraina/Бухарест допомогає українцям/Допомога в Бухаресті (fb)	Facebook
34	Украинцы в Румынии (Tg)	Telegram
25	Romania Ajuta Ucraina/ajutor pentru Ucraina (Fb)	Facebook
17	Об'єднані за Україну/ Uniti pentru Ucraina/United foe Ukraine/Uniunea pentru ucraineni (Fb)	Facebook
16	поміч біженцям в Румунії/поміч біженцям в Румунії/ (Vb)	Viber
16	Ukrainian moms/ МАМИ з дітьми/Мами в Румунії (Tg)	Telegram
11	Украинцы в Брашове (Whatsapp)	Whatsapp

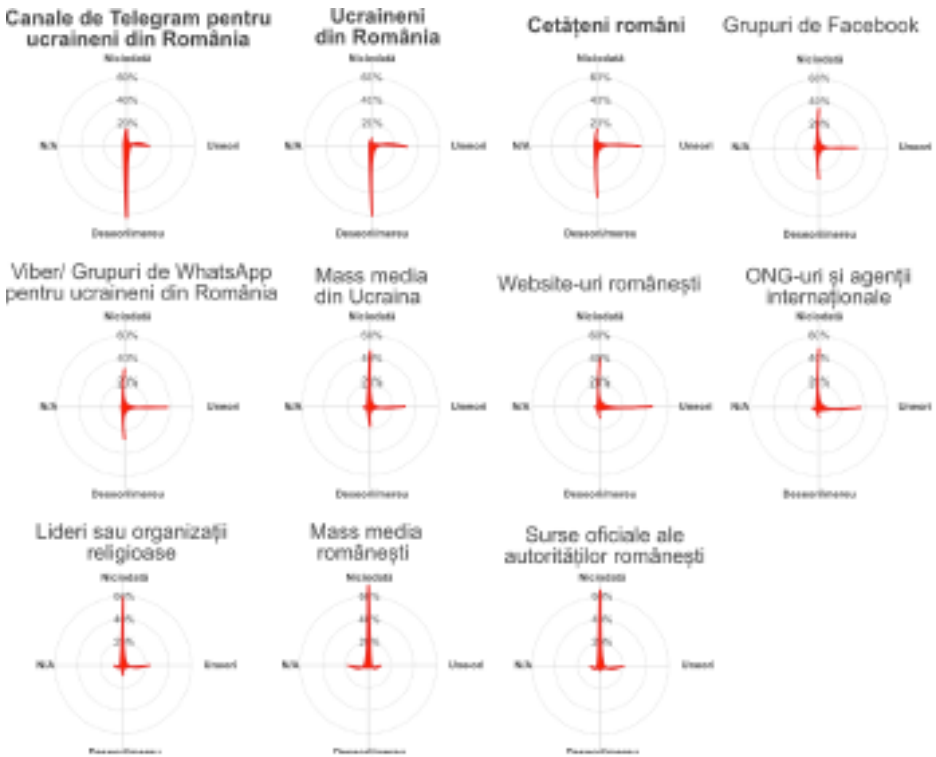
Cele mai menționate grupuri sau pagini de pe orice rețea socială considerate de către ucrainieni folositoare pentru a obține informații în România (menționate de >5 respondenți).
Chestionar online, întrebarea 11 (deschisă).

Nr. total de mențiuni	% (din 212 respondenți)	Numele grupului sau al paginii	Platformă
29	13.7	Група телеграм «Украинцы в Румынии», https://t.me/UkrainiansinRomania UkrainiansinRomania	Telegram
22	10.4	Українці в Яссах. Telegram "Ukrainians in Iași, Romania" https://t.me/Iași_ua	Telegram
16	7.5	Група телеграм «Украинцы в Констанце», https://t.me/UkraineConstanța	Telegram
16	7.5	Брашов для украинцев / Брашов для Украины / "Брашов для Украины", https://t.me/Brașov_ua	Telegram
15	7.1	Група фейсбук «uniti pentru Ucraina» https://www.facebook.com/grups/unitipentruucraina/	Facebook
15	7.1	Фейсбук: Українці в Румунії / https://www.facebook.com/grups/UkrRom/?ref=share	Facebook
12	5.7	украинцы в брашове <Брашов для Украины:Обсуждение> https://t.me/UA_Help_Brașov "	Telegram
8	3.8	Украинцы в Бухаресте	Facebook
7	3.3	Мамочки в Румынии / Телеграмм Мамы в Румынии https://t.me/+mtoJd2Vl_iUyNjZi	Telegram
6	2.8	Вайбер: Українці в Бухаресті.	Viber
6	2.8	Telegram: https://t.me/Dopomogaromania/. Телеграмм «украинцы в Бухаресте» / Помощь в Бухаресте, Украинцы в Румынии	Telegram
6	2.8	Вебсайт. dopomoha.ro https://www.google.com/url?q=https://dopomoha.ro&sa=D&source=editors&ust=1659535367430964&usg=AOvVaw3k8Vvx2xM38vW0GfsYT5ZS	Website

Anexa 3

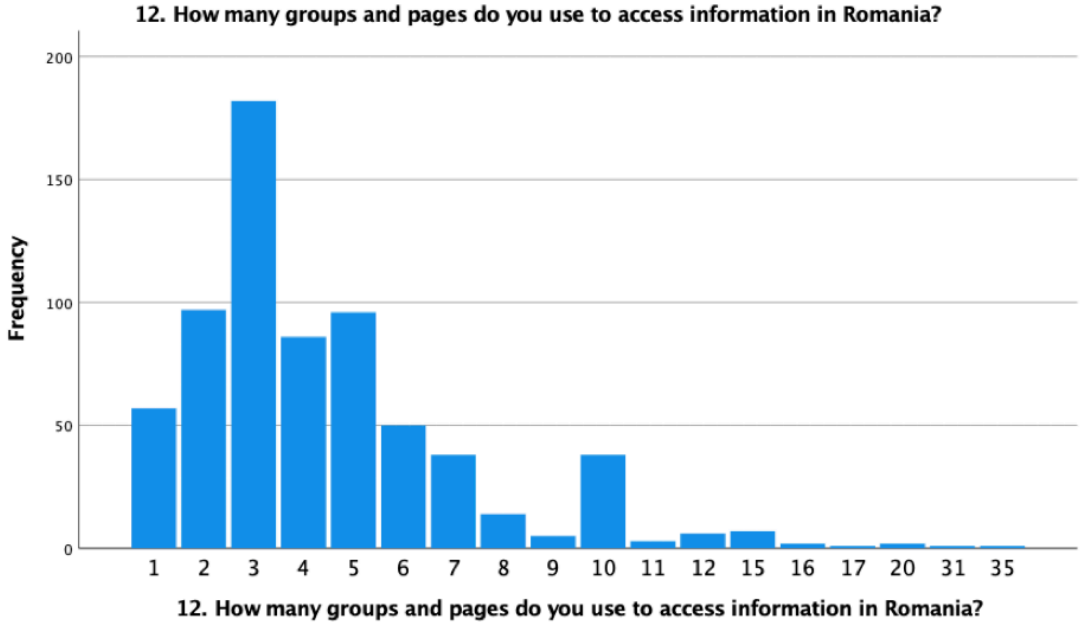
% din răspunsurile la întrebarea „11. Cât de des folosiți următoarele surse atunci când vreți să accesați informații despre serviciile destinate refugiaților (cazare, mâncare, alte nevoie de bază) din România?”
Chestionar față-în-față, întrebarea 11 (închisă), frecvențe.

	11.1. Website-uri românești	11.2. Lideri sau organizații religioase	11.3. Mass media românești	11.4. Mass media din Ucraina	11.5. Ucraineni din România	11.6. Grupuri de facebook din întreaga lume	11.7. Viber/ Grupuri de WhatsApp pentru ucraineni din România	11.9. Surse oficiale ale autorităților românești	11.10. Canale de Telegram pentru ucraineni din România	11.11. ONG-uri și agenții internaționale	11.12. Cetățeni români
Niciodată	40%	59%	69%	46%	7%	34%	31%	66%	15%	49%	15%
Uneori	46%	24%	11%	31%	31%	34%	38%	21%	20%	37%	38%
Deseori/Mereu	9%	9%	2%	17%	61%	28%	28%	4%	63%	8%	45%
Nu știu/Nu răspund	5%	8%	18%	6%	1%	4%	3%	9%	2%	6%	2%



Anexa 4

Distribuția numărului de grupuri și pagini folosite pentru accesarea informației în România.
Chestionar față-în-față, întrebarea 12 (deschisă).



Corelația dintre Vârstă, Durata șederii în România și Nr. de grupuri și pagini pe rețelele sociale folosite.

	1. Vârsta	6. De câte luni stați în România?	12. Câte grupuri și pagini folosiți pentru a accesa informații în România?
6. De câte luni stați în România?	0,056	1	
Sig. (2-tailed)	0,133		
N	731	731	
12. Câte grupuri și pagini folosiți pentru a accesa informații în România?	-,129**	0,022	1

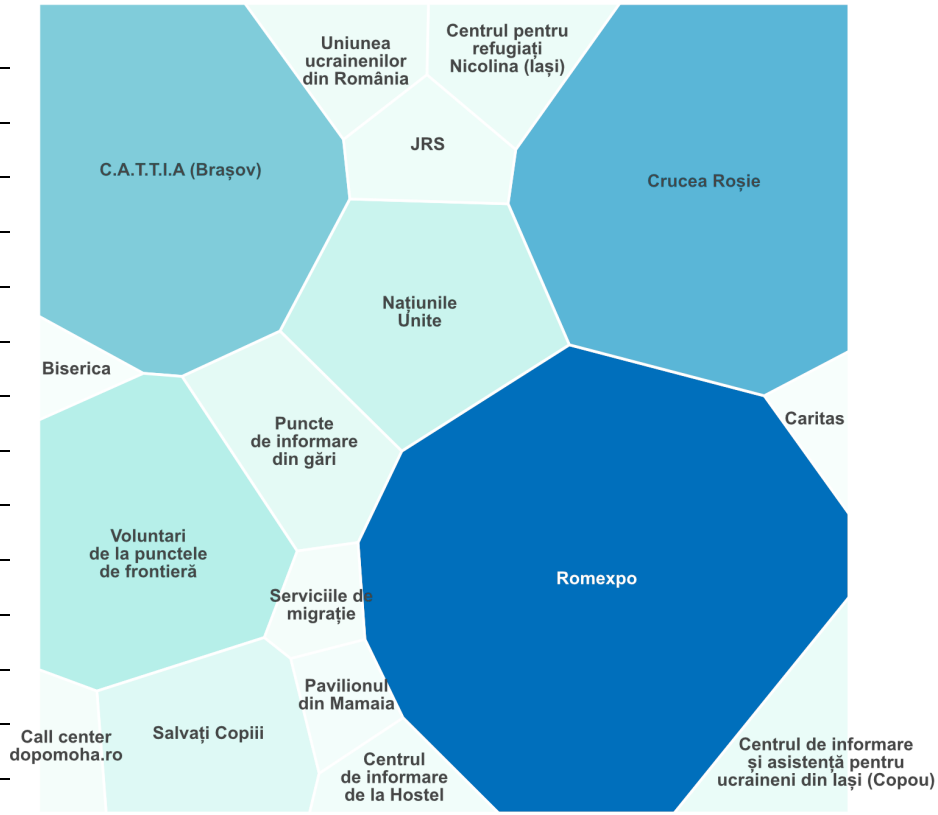
Sig. (2-tailed)	<,001	0,563	
N	686	685	686

** Corelația este semnificativă la nivelul 0.01 level (2-tailed).

Anexa 5

Cele mai menționate grupuri și pagini pe orice platformă de social media considerată utilă de refugiații ucraineni în România pentru a căuta informații (menționată de >5 respondenți).
Chestionar față-în-față, întrebarea 14 (deschisă).

Număr total de mențiuni	Denumirea/numele infopoint-ului
184	Romexpo
120	Crucea Roșie
103	C.A.T.T.I.A (Brașov)
66	Voluntari de la punctele de frontieră
51	Națiunile Unite
34	Salvați Copiii
28	Punctele de informare din gări
21	Centrul de informare și asistență pentru ucraineni din Iași (Copou)
19	Centrul pentru refugiați Nicolina (Iași)
17	Uniunea Ucrainenilor din România
16	JRS
13	Centru de informare de la hostel
10	Pavilionul din Mamaia
9	Serviciile de migrație
9	Call center-ul dopomoha.ro
6	Caritas
6	Biserică



Cele mai menționate organizații și/sau grupuri de oameni (voluntari, români sau ucraineni din comunitate) care au oferit informații de care au avut refugiații nevoie în România? (menționate de > 5 respondenți).
Chestionar față-în-față, întrebarea 15 (deschisă).

Număr total de mențiuni	**Organizații, grupuri sau oameni**
169	Romexpo
143	C.A.T.T.I.A (Brașov)
104	Crucea Roșie
35	JRS
30	Voluntari
26	Salvați Copiii
24	Națiunile Unite
24	Centre de informare din hosteluri
22	Centrul pentru refugiați Nicolina (Iași)
19	Biserică
17	Punctele de informare din gări
16	Centrul de Integrare pentru Migranți - MIBV (Brașov)
15	Centrul de informare și asistență pentru ucraineni din Iași (Copou)
8	Alți ucraineni
8	Voluntari de la punctele de frontieră
8	Pavilionul din Mamaia
8	Egros

Anexa 6

Cum accesați internetul?
Chestionar față-în-față, întrebarea 9 (închisă).

	9.1. Date mobile pe telefon (3G, 4G, 5G etc.)		9.2. Date mobile pe care le împart cu un prieten/membru al familiei		9.3. Conexiune de internet la casa gazdei/ centru de cazare pentru refugiați		9.4. Rețele de WiFi (spații publice, centre destinate refugiaților, biblioteci, altele)		9.5. Nu folosesc internetul	
Nu	63	9%	711	97%	246	34%	568	78%	721	98.5%
Da	669	91%	21	3%	486	66%	164	22%	11	1.5%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100.0%

Cros-tabulare. Grupe de vârstă și Acces la internet prin datele mobile de pe telefon (internet mobil).

Chestionar față-în-față, întrebarea 9 (închisă)/grupe de vârstă.

9.1. Date mobile (3G, 4G, 5G etc.)					
	Grupe de vârstă				Total
	18-29 ani	30-44 ani	45-59 ani	60+ ani	
Nu	4	16	17	26	63
	2,80%	4,20%	14,50%	27,40%	8,60%
Da	138	362	100	69	669
	97,20%	95,80%	85,50%	72,60%	91,40%
Total	142	378	117	95	732
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Cros-tabulare. Grupe de vârstă și răspunsul „Nu folosesc internetul”
Chestionar față-în-față, întrebarea 9 (închisă).

9.5. Nu folosesc internetul					
	Grupe de vârstă				Total
	18-29 ani	30-44 ani	45-59 ani	60+ ani	
Nu	142	377	116	86	721
	100,00%	99,70%	99,10%	90,50%	98,50%
DA	0	1	1	9	11
	0,00%	0,30%	0,90%	9,50%	1,50%
Total	142	378	117	95	732
	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%

Anexa 7

Frecvențe, Informația necesară pentru a lua decizii care să țină refugiații și familiile lor în siguranță.
Chestionar față-în-față, întrebarea 16 (închisă).

16. Aveți acces la informațiile de care aveți nevoie pentru a lua decizii care să vă țină pe dumneavoastră și pe familia dumneavoastră în siguranță?	Număr	Procentaj
Da	264	36%
Oarecum	374	51%
Nu	90	12%
Nu știu/Nu răspund	4	1%
Total	732	100%

Anexa 8

Date comparative privind comportamente negative online (experimentate direct sau la care au fost martori)
Chestionar față-în-față, întrebările 22 și 23 (închise).

	22.1 Fake news		22.2. Cyberbullying sau hărțuire		22.3. Discriminare		22.4. Amenințări		22.5. Înșelătorii		22.6. Nu am experimentat niciun comportament negativ online		22.7. Nu știu/Nu răspund	
Experiență directă														
Nu	585	80%	725	99%	725	99%	723	99%	669	91%	200	27%	705	96%
Da	147	20%	7	1%	7	1%	9	1%	63	9%	532	73%	27	4%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%
Martor														
Nu	599	82%	724	99%	718	98%	713	97%	620	85%	216	30%	709	97%
Da	133	18%	8	1%	14	2%	19	3%	112	15%	516	71%	23	3%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%

Anexa 9

24. Cât de des verificați dacă informația pe care o primiți este de încredere?
Chestionar față-în-față, întrebarea 24 (închisă).

	Număr	Procentaj
Niciodată	77	11%
Rar	142	19%
Uneori	218	30%

Deseori	152	21%
Mereu	137	19%
Nu știu/Nu răspund	6	1%
Total	732	100%

25. Cât de des verificați dacă informația pe care o primiți este de încredere? (răspunsuri multiple)
Chestionar față-în-față, întrebarea 25 (închisă).

	25.1.Când provine dintr-o sursă pe care nu o cunosc		25.2.Când provine de pe un grup al cărui conținut nu e moderat în mod activ		25.3. Când sursa primară este într-o limbă pe care nu o știu		25.4. Când pare că este incompletă		25.5. Când suspectez că este falsă bazat(ă) pe informațiile pe care le dețin deja/context		25.6. Nu știu/Nu răspund	
Nu	347	47%	486	66%	416	57%	277	38%	210	29%	635	87%
Da	308	42%	169	23%	239	33%	378	52%	445	61%	19	3%
Nu știu/Nu răspund	77	11%	77	11%	77	11%	77	11%	77	11%	78	11%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%

Anexa 10

26. În ce măsură simțiți că informația referitoare la serviciile pentru refugiați este...
Chestionar față-în-față, întrebarea 26 (închisă).

	26.1. Corectă		26.2. Accesibilă		26.3. Folositoare		26.4. Respectuoasă	
Deloc	11	2%	21	3%	5	1%	2	0%
În mică măsură	43	6%	37	5%	24	3%	12	2%
Oarecum	194	27%	161	22%	106	15%	67	9%
Destul de	376	51%	377	52%	364	50%	340	46%

Într-o mare măsură	100	14%	132	18%	231	32%	301	41%
Nu știu/Nu răspund	8	1%	4	1%	2	0%	10	1%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%

Anexa 11

Cât este de important să primiți mai multe informații despre...?
Chestionar față-în-față, întrebarea 17 (închisă).

	17.1. Relocare în alte țări	17.2. Produse tehnologice	17.3. Asistență juridică	17.4. Servicii veterinare	17.5. Cazare	17.6. Sprijin personalizat pentru persoane în vârstă	17.7. Transport	17.8. Locuri de muncă	17.9. Training și educații pentru adulți	17.10. Asistență financiară	17.11. Produse de bază	17.12. Educație pentru copii	17.13. Servicii psihologice[1]	17.14. Acces specializat pentru persoanele cu dizabilități	17.15. Oferirea de feedback pentru serviciile umanitare	17.16. Activități extra-școlare	17.17. Servicii medicale
Foarte important	13%	35%	42%	11%	48%	22%	53%	38%	23%	74%	57%	44%	7%	9%	15%	36%	72%
Moderat	31%	35%	42%	14%	34%	17%	31%	31%	31%	21%	32%	21%	18%	9%	50%	30%	24%
Deloc important	43%	27%	13%	31%	14%	23%	12%	20%	33%	4%	10%	16%	45%	31%	29%	19%	3%
Nu știu/Nu răspund	13%	4%	4%	44%	4%	38%	5%	11%	13%	1%	1%	19%	30%	51%	6%	15%	1%

[1] Posibil bias în măsurarea acestei variabile datorat traducerii Engleză – Ucraineană (în limba ucraineană au fost menționate ca asistență *psihiatrică* în loc de sprijin *psihologic*).

Anexa 12

20. În ce măsură simțiți că știți cum să ...
Chestionar față-în-față, întrebarea 20 (închisă).

20.1. Puneți întrebări referitoare la serviciile pentru refugiați		
	Număr	Procentaj
Într-o mare măsură	145	20%
Oarecum	467	64%
Deloc	112	15%
Nu știu/Nu răspund	8	1%

20.2. Oferiți feedback despre serviciile pentru refugiați		
	Număr	Procentaj
Într-o mare măsură	105	14%
Oarecum	362	50%
Deloc	245	34%
Nu știu/Nu răspund	20	3%

Anexa 13

Platforme preferate de refugiați pentru oferirea de feedback despre serviciile pentru refugiați.
Chestionar față-în-față, întrebarea 21 (închisă).

	21.1. Mesaje private (pe Facebook, Telegram, WhatsApp, Viber, e-mail)		21.2. Review Public pe rețelele sociale/site-uri		21.3. Formular online (anonim)		21.4. În persoană/Discuții față în față		21.5. Chestionar printat		21.6. Linie de telefon dedicată		21.7. Nu ofer niciodată feedback/ Nu vreau deloc să ofer feedback		21.8. Nu știu/Nu răspund	
Da	432	59%	202	28%	180	25%	259	35%	103	14%	143	20%	92	13%	6	1%
Nu	300	41%	530	72%	552	75%	473	65%	629	86%	589	81%	640	87%	726	99%
Total	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%	732	100%

Anexa 14

Chestionar online, localitățile din care provin refugiații care au răspuns.
4. Unde locuiți în prezent în România? (întrebare deschisă)

	Oraș	**Frecvență**	**Procent**
1	București	76	24.4
2	Brașov	31	9.9
3	Iași	27	8.7
4	Constanța	25	8
5	Suceava	11	3.5
6	Cluj-Napoca	4	1.3
7	Galați	4	1.3
8	Tulcea	4	1.3
9	Bistrița	2	0.6
10	Botoșani	2	0.6

11	Gura Humorului	2	0.6
12	Oradea	2	0.6
13	Râmnicu Vâlcea	2	0.6
14	Târgu Mureș	2	0.6
15	Other (Abrud, Aleșd, Babadag, Brăila, Bușteni, Călimănești, Huși, Marghita, Mediaș, Năvodari, Odorheiu Secuiesc, Ploiești, Popești-Leordeni, Roman, Sânnicolau Mare, Sibiu, Târgoviște, Zărnești)	18	8.7
	Total	212	100

Anexa 15

Chestionar online, canalele cele mai folosite de către refugiați pentru a accesa informații (frecvența mențiunilor).
8. Alegeți din lista de mai jos canalele pe care le folosiți pentru a obține informațiile de care aveți nevoie. (răspunsuri multiple)

Canal	Număr	Procentaj (% din of 212 respondenți)
Telegram	142	67
Viber	95	45
WhatsApp	70	33
Site-uri web	35	17
Instagram	34	16
Discuții (față în față, telefonice)	34	16
Infopoint-uri	25	12
Email	17	8
YouTube	16	8
Fluturași, afișe	10	5
Call centre-uri	9	4
TikTok	8	4

TV	2	1
Altele	8	4

Anexa 16

Chestionare online - cele mai preferate surse de informare ale refugiaților (frecvența mențiunilor).

9. Când vreți să aflați informații despre serviciile destinate refugiaților (alimente, cazare, nevoi de bază) ce surse de informare folosiți din lista de mai jos?

Sursa	Număr	Procentaj (% din 212 respondenți)
Canale Telegram	147	69
Grupuri de Viber/ WhatsApp	88	42
Grupuri de Facebook în România	86	41
ONG-uri și agenții ONU	61	29
Alți ucraineni	54	25
Cetățeni români	48	23
Grupuri de Facebook internaționale	39	18
Autoritățile române	37	17
Websiteuri ale autorităților române	21	10
Mass-media românești	15	7
Organizații/lideri religioși	8	4

Anexa 17

Chestionare online - cele mai importante subiecte despre care refugiații vor să afle informații (frecvența mențiunilor).

12. Care sunt subiectele importante despre care vreți să aflați informații în timpul șederii în România? (răspunsuri multiple)

Subiectul	Număr	Procentaj (% din 212 respondenți)
Servicii medicale	154	73
Produse de bază	119	56
Locuri de muncă	104	49
Educația copiilor	99	47
Cazare	96	45
Asistență juridică	87	41
Transporturi în România	76	36
Activități extra-școlare	73	34
Educație pentru adulți	67	32
Produse tech (internet, telefoane)	44	21
Servicii veterinare	27	13
Să oferiți feedback la serviciile umanitare	19	9
Asistență psihologică	17	8
Asistență pentru persoanele în vârstă	16	8
Relocarea în alte țări	15	7
Suport pentru persoane cu dizabilități	11	5
Socializare cu alți ucraineni	1	0

Anexa 18

Dispozitivele folosite pentru accesarea internetului
Chestionar față-în-față, întrebarea 10 (închisă).

	10.1. Telefon mobil (personal)	10.2. Telefon mobil (folosit la comun cu alt membru al familiei sau prieten)	10.3. Computer/ laptop personal	10.4. Computer/laptop folosit la comun cu alt membru al familiei	10.5. Computer în spații publice	10.6. Computer/laptop la locul de muncă	10.7. Tabletă
Da	97%	1%	21%	7%	0%	2%	13%
Nu	1%	97%	78%	91%	98%	96%	86%
Nu răspund	2%	2%	2%	2%	2%	2%	2%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Anexa 19

Bariere în accesarea informațiilor
Chestionar față-în-față, întrebarea 19 (închisă).

	19.1. Nu am nicio dificultate	19.2. Nu înțeleg limba în care sunt disponibile informațiile	19.3. Nu știu cum să accesez informațiile oficiale	19.4. Informațiile sunt contradictorii	19.5. Informațiile nu sunt de încredere sau sunt greu de verificat	19.6. Trebuie să accesez prea multe surse pentru a găsi informațiile complete	19.7. Regulile pentru asistență (financiară etc.) sunt complicate și greu de explicat	19. 8. Informațiile disponibile nu sunt relevante pentru situația mea
Da	26%	57%	22%	25%	15%	25%	13%	3%
Nu	74%	43%	78%	75%	85%	75%	87%	97%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%