

**UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ A
BANATULUI „REGELE MIHAI I AL ROMÂNIEI“ DIN TIMIȘOARA**

FACULTATEA DE MANAGEMENT AGRICOL



ROMÂNIA
MINISTERUL EDUCAȚIEI NAȚIONALE ȘI CERCETĂRII ȘTIINȚIFICE

UNIVERSITATEA DE ȘTIINȚE AGRICOLE ȘI MEDICINĂ VETERINARĂ A BANATULUI
„REGELE MIHAI I AL ROMÂNIEI”
DIN TIMIȘOARA



CRISTINA Ada - Flavia

TEZĂ DE DOCTORAT

**CERCETĂRI CU PRIVIRE LA ÎMBUNĂTĂȚIREA CALITĂȚII
VIEȚII PRIN STRATEGII DE COMUNICARE ÎN
COMUNITĂȚILE RURALE DIN BANAT**

REZUMAT

CONDUCĂTOR DE DOCTORAT:

Prof. univ. Dr. MATEOC-SÎRB Nicoleta

**TIMIȘOARA
2016**

REZUMAT

În condițiile în care societatea actuală se află într-o continuă transformare, conservarea „leagănului civilizației”, satul, trebuie menținută în cea mai bună formă. Dacă sunt pierdute rădăcinile existențiale, omul va uita cine este și ce rol are. În consecință, se impune luarea unor măsuri adecvate pentru a păstra autenticitatea și continuitatea comunităților rurale. Satul este o comoară a civilizației, care are resurse de sorginte socială, economică, culturală, fizico-geografică, istorică și ecologică, ce îi conferă o identitate aparte. Toate acestea trebuie cunoscute amănunțit și exploatate în mod sustenabil pentru a formula strategii de creștere a nivelului de trai în comunitățile rurale.

Scopul prezentei teze de doctorat, intitulată „*Cercetări cu privire la îmbunătățirea calității vieții prin mijloace de comunicare în comunitățile rurale din Banat*” este de a identifica forme de îmbunătățire a nivelului de trai al locuitorilor din comunitățile rurale din Banat, prin utilizarea celor mai potrivite mijloace de comunicare, specifice lor.

Obiectivele specifice urmărite prin prezenta lucrare sunt:

- analiza stadiului actual al cunoașterii cu referire la conceptele de bază, care vizează dezvoltarea rurală și analiza mijloacelor de comunicare accesibile mediului rural românesc;
- analiza gradului de dezvoltare al României rurale în perioada actuală;
- realizarea unui studiu de caz prin efectuarea unei anchete de teren în două localități distincte din Banat;
- un studiu asupra formelor de identificare și promovare a comunelor cercetate precum și a principalelor forme și modalități de comunicare utilizate în prezent;
- propunerea unor strategii de comunicare care să permită îmbunătățirea calității vieții locuitorilor din comunele cercetate.

Deoarece, subiectul tezei de doctorat constituie un domeniu științific puțin abordat în studiile de specialitate. În urma identificării resurselor și mijloacelor de comunicare specifice zonelor rurale, am conturat câte o strategie de comunicare pentru fiecare dintre cele două localități studiate (Berzovia din județul Caraș-Severin și Dudeștii Noi din județul Timiș), care să contribuie la creșterea valorii economice a zonei și implicit a vieții locuitorilor din comunitățile rurale respective.

Teza este împărțită în două părți, care cuprinde șapte capitole. Prima parte a tezei, intitulată „Stadiul actual al cunoașterii” cuprinde două capitole introductive și teoretice concentrate asupra conceptelor de bază ale lucrării precum *spațiul rural, dezvoltare rurală și comunicare*, iar a doua parte, denumită „Cercetări proprii cu privire la îmbunătățirea calității vieții și a mijloacelor de comunicare a locuitorilor din comunitățile rurale” cuprinde cinci capitole aferente cercetărilor proprii, care succed astfel încât să răspundă scopului și obiectivelor urmărite prin lucrare.

Prin urmare, în **primul capitol**, dedicat conceptelor legate de spațiul rural și dezvoltarea rurală, am trecut în revistă aspectele generale ale spațiului rural. De regulă, zonele rurale sunt clasificate în funcție de criteriile

economice, geografice, calitative, etc. Cel mai mare accent este pus pe structura spațiului rural, care este alcătuit din: *zone periurbane* (în imediata apropiere a marilor orașe cu densitate mare a populației, care este ocupată și în sectorul secundar și terțiar, pe lângă agricultură), *zone intermediare* (situat la o distanță considerabilă față de orașe unde principala activitate a locuitorilor este agricultura, dar există și alte sectoare secundare și terțiare) și *zone periferice* (caracterizate prin zone izolate și cu o densitate scăzută a populației și cu venituri mici pe cap de locuitor). Cele mai importante funcții ale spațiului rural sunt:

- *Funcția economică* care generează venituri pentru populația rurală și contribuie la asigurarea hranei prin producerea materiilor prime necesare industriei și implicit economiei;

- *Funcția socio-culturală* vizează integrarea tuturor locuitorilor în comunitate și creșterea calității vieții prin îmbunătățirea legăturilor între diferite grupuri, sprijinirea cazurilor sociale și amenajarea spațiilor de recreere pentru tineret;

- *Funcția ecologică* contribuie la menținerea și protecția mediului înconjurător, conservarea resurselor naturale și protecția biodiversității;

- *Funcția recreativă și turistică* este caracterizată de latura economică a zonei rurale, cu precădere a investițiilor realizate în domeniul turistic. Cele două funcții sunt interconectate, deoarece una asigură cadrul ideal pentru recreere.

Cu privire la conceptul de *dezvoltare rurală*, este important de menționat că acesta cuprinde toate activitățile care pot ridica nivelul de trai al locuitorilor din spațiul rural, prin modernizarea infrastructurii și prin dotarea tehnico-edilitară, dar în același timp și prin păstrarea identității specificului local. În strânsă legătură cu acest concept, se află *dezvoltarea sustenabilă* prin care comunitatea ia parte la implementarea acțiunilor menite să o dezvolte din punct de vedere socio-economic, folosind propriile resurse. Deși, agricultura reprezintă una dintre principalele sectoare de activitate a dezvoltării rurale, programele de dezvoltare rurală cuprind și alte domenii precum: domeniul turistic, al întreprinderilor mici și mijlocii (IMM), al infrastructurii, al învățământului, cel privind forța de muncă, etc.

În **capitolul 2**, am realizat „**Analiza principalelor mijloace de comunicare accesibile mediului rural**”. În acest sens, am prezentat un scurt istoric al evoluției procesului de comunicare (1960-2016) și am continuat cu o sinteză a funcțiilor strategice ale comunicării în inițiativele de dezvoltare.

Dacă în perioada anilor '60-'70, exista pe plan internațional o societate de consum, în care reclama manipula masele, următoarea decadă a fost marcată de declanșarea diferitelor crize care au dus la o liberalizare a societății, ce începea să pună un accent tot mai mare pe concepte ecologice, durabilitatea produsului, informarea consumatorului și bunăstarea socială. În acest sens, au apărut specialiști în relații publice și marketing, care aveau drept scop o creștere rapidă a vânzărilor.

Între 1990-2010, a urmat o expunere tot mai mare la audiovizual, iar dezvoltarea tehnologiei informației a început să afecteze toate domeniile vieții, culminând cu fenomenul globalizării, specific societății comunicaționale. Această etapă a intrat în declin în 2008, când a avut loc criza economică care a afectat întreaga lume civilizată.

Începând cu anii 2010, societatea a intrat într-o epocă dinamică, marcată de schimbări și transferuri rapide de informație, în care trendul este cel care dictează regulile nescrise ale evoluției economice. Astfel, produsele și

serviciile au devenit din ce în ce mai accesibile publicului, devenind personalizate. Majoritatea populației având acces non-stop la lumea virtuală, este expusă fără echivoc la o supraaglomerare de informații, știri și imagini, aspect care a condus la conturarea unei *societăți informaționale*, unde procesul de comunicare este o condiție sine qua non.

În continuare, am realizat o sinteză a funcțiilor strategice ale comunicării în inițiativele de dezvoltare, prescrise de către Adunarea Generală a Națiunilor Unite, pentru a facilita și a îmbunătăți nevoia de interacțiune dintre diverșii actori implicați în dezvoltare, deoarece comunicarea umană este direct implicată în procesul de dezvoltare. Apoi, am continuat cu prezentarea formelor de comunicare și de diseminare a informațiilor destinate locuitorilor din mediul rural, dintre care cele mai utilizate sunt: mass media tipărită, publică și privată, evenimente de masă (conferințe de presă, simpozioane, caravane, expoziții, întâlniri, târguri) și rețelele de socializare, website-urile și portalele agricole. Apoi, am încheiat cu un subcapitol legat de brand ca strategie de comunicare.

În **capitolul 3**, denumit „**Metodologia de cercetare. Delimitarea ariei de cercetare**” am stabilit coordonatele ariei de cercetare a celor două comune studiate (Berzovia din județul Caraș-Severin, respectiv Dudeștii Noi din județul Timiș).

Cele două comune cercetate se regăsesc în regiunea istorică, Banat, care reprezintă o structură administrativ-politică, încadrată geografic la sud de râul Mureș, la est de râul Tisa, la nord de Dunăre și la vest de munții Apuseni. De-a lungul timpului, provincia istorică Banat, s-a aflat sub mai multe influențe străine, urmând ca după Primul Război Mondial, regiunea să fie împărțită între cele trei zone, care există și astăzi: Banatul Românesc, Banatul Sârbesc și Banatul Unguresc. Banatul este recunoscut drept o regiune multiculturală, cu o populație multiethnică, fapt care a condus la conturarea unor valori bazate pe toleranță, bună vecinătate, respect și armonie, valori care s-au concretizat prin perioade de prosperitate economică, culturală și socială a regiunii. Provincia se regăsește din punctul de vedere al dezvoltării în Regiunea de Dezvoltare Vest. Aceasta cuprinde patru județe de pe teritoriul României (Timiș, Arad, Caraș-Severin și Hunedoara), regiunea autonomă Voivodina din Serbia și trei comitate din Ungaria.

Am delimitat aria de cercetare în funcție de particularitățile comune ale celor două localități, precum rangul de comună, un număr similar al populației (în jur de 3.000 persoane), așezare în provincia istorică Banat (regiunea de dezvoltare Vest), dar și de particularitățile distincte și anume gradul diferit de dezvoltare. După gradul de integrare în economia națională, cele două comune sunt clasificate în zona periferică (Berzovia) și în zona periurbană (Dudeștii Noi) și au fost alese la poli opuși, tocmai pentru a evidenția discrepanțele existente în dezvoltarea economică a comunităților.

Culegerea datelor necesare pentru identificarea nivelului de trai din cele două comune, a fost realizată printr-o anchetă socială, prin observație și prin interpretarea datelor. Prin urmare, au fost aplicate chestionare unui eșantion reprezentativ, format din 741 de persoane (372 în Berzovia, respectiv 369 în Dudeștii Noi) și interviuri acordate de persoane reprezentative din Berzovia și Dudeștii Noi. Am realizat și o analiză și diagnoză a spațiului rural românesc și al celor două comune, pentru a avea o viziune cât mai complexă în vederea elaborării strategiilor de comunicare. Prin cercetarea comparativă și comprehensivă s-au analizat în primul rând elementele care țin de calitatea vieții, prin două studii de caz pe comunele Berzovia și Dudeștii Noi.

În al doilea rând, am identificat și analizat mijloacele și formele de comunicare folosite în cele două comune, punând accent și pe conceptele de *identitate vizuală* și *branding*. După culegerea și interpretarea informațiilor prin

metode calitative și cantitative, am ajuns la identificarea factorilor care situează cele două comune pe niveluri de dezvoltare diferite. Am utilizat, de asemenea și analiza semiotică, analiza de conținut precum și analiza mijloacelor de comunicare identificate în cele două comune.

În **capitolul 4**, am realizat „**Analiza gradului de dezvoltare al României rurale**” unde am prezentat caracteristicile fizico-geografice, demografice, socio-culturale, infrastructura și structura economică.

Datele statistice din prezenta lucrare au fost preluate din ultimul Anuar Statistic al României (2015) și din datele publicate pe anul 2016 de către Institutul Național de Statistică. În condițiile în care spațiul rural reprezintă 87,1% din suprafața țării, iar populația rurală este de aproximativ 46,1 % din totalul populației, constatăm că resursele deținute de mediul rural sunt variate și trebuie să fie valorificate economic.

Populația rurală se află într-un declin demografic, datorită fenomenului de îmbătrânire a populației, al sporului natural scăzut și a creșterii fenomenului de migrație externă. Populația rezidentă a României la 1 iulie 2014 a fost de 19.908.574 locuitori, (48,9% bărbați și 51,1% femei). Structura pe vârste a populației demonstrează că procesul de îmbătrânire al populației, se datorează scăderii natalității, care implicit duce și la reducerea populației tinere (0-14 ani) și creșterii ponderii populației vârstnice (de 60 ani și peste). În consecință, putem observa în ultimii ani cum a crescut vârsta medie a populației cu peste un an, de la 39,7 ani în 2010 la 40,9 ani în 2016. Populația activă a început să scadă în ultimii ani, ca urmare a reformelor economice structurale și a desființării CAP-urilor, după 1990. Una dintre constrângerile majore ale dezvoltării economice din zonele rurale este legată de faptul că principala sursă de venit este agricultura. În anul 2014, populația activă număra 9.243.000 persoane, din care 96,4% aparțin grupei în vârstă apte de muncă (15-64 ani).

După reforma funciară din 1990, structura de proprietate a fost modificată în totalitate, în așa fel încât suprafața totală a țării de 23.839, 1 mii ha, (cu o suprafață agricolă de 14.630,1 mii ha), să fie împărțită în proporție de 93,6% proprietății private și de 6,4% domeniului public.

Realizarea echilibrului dintre sectorul vegetal și animal reprezintă un deziderat al agriculturii românești. Se urmărește creșterea efectivelor și îmbunătățirea raselor de animale pentru carne și lapte. Se dorește creșterea suprafețelor ocupate cu culturi furajere pentru îmbunătățirea producțiilor animaliere. În prezent, principalele culturi agricole sunt de porumb, grâu, orz, orzoaică, floarea soarelui și rapiță. Producția de lapte la ovine și caprine, la lapte și la ouă a crescut în anul 2014. Producția agricolă a României este inadecvată nevoilor, aceasta fiind una din cele mai importante cauze ale unei profitabilități reduse a agriculturii. În acest sens, se impune conversia unei părți din producția vegetală în produse animaliere, generatoare de profit.

În agricultura României există o structură de organizare duală, caracterizată prin exploatații mici (predominant țărănești) la un pol și exploatații mari și foarte mari la celălalt. După desființarea CAP-urilor, au apărut gospodăriile agricole neechipate corespunzător și au fost fragmentate terenurile, în peste 40 milioane de parcele, ceea ce a cauzat din nou regres economic pentru micii fermieri români. Referitor la fondul forestier, la sfârșitul anului 2014, exista o suprafață de 6.545 mii ha, cu șase mii ha mai mult față de anul 2013 (respectiv 0,1%). Totodată, există un număr redus de IMM-uri rurale, dintre care, majoritatea sunt cu profil agricol și mai puțin axate pe activități non-agricole generatoare de venituri alternative.

Din punct de vedere tehnico-edilitar, suprafața locuibilă variază între 6 m²/locuitor și peste 20 m²/locuitor. Fondul de locuințe și-a păstrat trendul ascendent din ultimii ani, înregistrând 8.841 mii locuințe la sfârșitul anului 2014.

În continuare, am prezentat pe scurt și aspectul cultural legat de spațiul rural, satul fiind format dintr-o comunitate omogenă, cu oameni uniți de relații directe, având ca principală activitate agricultura. Conturarea identității rurale presupune analiza *identității ocupaționale, culturale și locale*. Cultura populară românească s-a format odată cu poporul din care facem parte, în care s-au sintetizat elementele tradiționale din preistorie, cu precădere din epoca dacică, romană și bizantină și care sunt marcate de unitate și continuitate în timp și spațiu. Patrimoniul cultural al unei națiuni, conține datinile și obiceiurile străvechi, folclorul și costumele populare specifice diferitelor zone ale țării. După analiza generală a stadiului actual al spațiului rural românesc, prin studiul de caz, am efectuat o cercetare amănunțită a două comunități rurale din provincia istorică a Banatului (sau din zona de dezvoltare Vest) și anume, a comunelor Berzovia din județul Caraș-Severin, respectiv Dudeștii Noi din județul Timiș.

Astfel, în capitolul 5 „**Studiu de caz. Analiza comunităților rurale: Berzovia (județul Caraș-Severin) și Dudeștii Noi (județul Timiș)**”, am realizat o scurtă cronologie și o analiză multicriterială a particularităților fizico-geografice, demografice, economice, tehnico-edilitare, socio-culturale, de infrastructură și ecologice. Comuna Berzovia, situată în zona defavorizată, este amplasată în nord-vestul județului Caraș-Severin, și este constituită din reședința comunei cu același nume și satele Ghertenis și Fizeș aflându-se la o distanță de 29 km de municipiul Reșița și la 74 km de municipiul Timișoara. Din punct de vedere demografic, populația este îmbătrânită și în descreștere, nivelul de educație este scăzut, iar sporul migrator pozitiv. Din punct de vedere economic, cea mai mare parte a veniturilor au ca sursă agricultura, acestea fiind de regulă mici. Suprafața totală a comunei este 12.827 mii ha, din care suprafața agricolă este de 11.272 mii ha, (93,1%) din suprafața totală, iar cea neagră este de 2.350 mii ha. Terenul arabil reprezintă cea mai mare pondere din suprafața terenului agricol (77,3%), și este folosit pentru cultivarea cerealelor (cu precădere porumb, grâu, soia, floarea soarelui), dar și a legumelor și a cartofilor. Sectorul secundar (industrial) al comunei este aproape inexistent, cu excepția industriei de construcții (datorită accesului la materiile prime folosite în construcții, din zona Bârzavei, cu precădere nisip și pietriș).

Comuna Berzovia însumează 2.300 de gospodării, dispuse într-o formă compactă, construită în jurul unor rețele stradale, dotate cu apă curentă și energie electrică. În comună sunt necesare proiecte de modernizare a infrastructurii străzilor comunale și vecinale, implementarea rețelei cu gaz metan și soluționarea problemelor legate de canalizarea apei pluviale, care de multe ori cauzează inundații. De remarcat este faptul că rețeaua școlară din comună este formată din Liceul Tehnologic Berzovia, Școala gimnazială Fizeș, Școala primară Ghertenis și grădinițele cu program normal din Berzovia, Ghertenis, și Fizeș, în care sunt înmatriculați în prezent 401 elevi.

Din punct de vedere cultural, evenimentele locale se desfășoară în căminele culturale din cele trei sate aparținătoare comunei. Acestea fiind în general legate de sărbătorile religioase de peste an, încununate de hramurile bisericilor din cele trei localități și de sărbătorile laice (de ziua femeii, a copilului, etc). Datinile și obiceiurile încep să se piardă, cu toate că zona este marcată de un trecut istoric îndepărtat, atestat de existența vestigiilor arheologice în zonă care datează din perioada dacică. Costumul popular este reprezentativ pentru locuitorii din Berzovia, dar și

acesta este purtat doar de sărbători, la biserică. Calitatea apei și a aerului este foarte bună în comună, ca urmare a absenței activităților poluante din zonă, în schimb fertilitatea solului nu este de cea mai bună calitate.

Dudeștii Noi, a doua localitate studiată, este amplasată în Câmpia de Vest a județului Timiș, în zona periurbană situată la o distanță de 13,5 km de Timișoara. Caracteristicile fizico-geografice sunt favorabile cultivării terenurilor agricole. Populația este într-o continuă creștere, în 2016, ajungând la 3.310 persoane, și este predominant tânără și aptă de muncă, fiind înregistrat un fenomen de reîntoarcere (o migrație a populației dinspre Timișoara spre comună).

Suprafața totală a comunei este 5.393 ha, din care suprafață intravilan 364 ha, suprafață extravilan 5.029 ha, iar suprafața agricolă este de 5.022 ha, (93,1%) din suprafața totală. În prezent, la nivel de comună, se constată că activitatea legată de creșterea animalelor a scăzut, fiind mult mai atractivă pentru populația activă, ocuparea în sectoarele secundar (industrie) și terțiar (servicii). Activitatea economică este diversă, pe teritoriul localității activând peste 120 de unități comerciale, care generează locuri de muncă pentru localnici. Comuna este împărțită în satul nou și satul vechi, unde casele păstrează o structură specifică ruralului. Dintre dotările comunei, menționăm alimentarea cu apă curentă, cu energie electrică, încălzirea termică se realizează pe bază sistemelor centralizate în instituțiile publice și în gospodării prin sobe cu lemne și prezența sistemului de canalizare a apei pluviale în anumite părți din comună. Infrastructura este modernizată, existând căi de acces foarte bune către localitățile învecinate. În Dudeștii Noi există pentru populație, servicii medicale și educaționale foarte bune. Populația preșcolară și școlară la această dată este de 338 copii, înmatriculați în una dintre cele două instituții de învățământ: școala gimnazială Dudeștii Noi și grădinița cu program prelungit și normal Dudeștii Noi.

Datorită densității ridicate a populației și a veniturilor mai mari, în comuna Dudeștii Noi, sectorul terțiar are toate condițiile unei dezvoltări propice. Se pune un accent deosebit pe conservarea specificului zonei prin programul Pro Cultura, în cadrul căruia sunt finanțate diverse activități *culturale* (simpozioane, spectacole de muzică populară și de dansuri populare, teatru, jubilee, tabere de creație, serate tradiționale, serbări de iarnă, concerte, baluri, etc.), *sociale* (activități de voluntariat cu caracter ecologic și social) și *sportive* (organizarea unor competiții de șah, campionate de fotbal și handbal, la nivel local sau regional).

Instituțiile culturale din comună sunt Căminul cultural și Biblioteca comunală. În Căminul cultural au loc concursuri de pictură, expoziții de măștișoare, de ouă încondeiate și de ornamente decorative pentru Crăciun sau serbări școlare și simpozioane de literatură, recitaluri de poezii în grai bănățean sau concerte. De asemenea, în comună se desfășoară festivaluri și concursuri anuale de muzică și dans popular (Hora, Lada cu Zestre, Rapsodiile Neamului, etc.). Alte evenimente care se desfășoară în Căminul Cultural, a cărui clădire a fost renovată în 2009, sunt: serate anuale (bănățene, ardelene, moldovenești, oltenești, șvăbești, etc.) și baluri (de Crăciun și de Revelion), serbări (de Ziua Femeii, de Ziua Copilului, la final de an școlar, de Crăciun) și multe altele. Printre organizațiile culturale din comuna Dudeștii Noi, se evidențiază: Ansamblul de dansuri populare *Dudeșteana și Junii jocului*, *corul Bisericii Ortodoxe Sfântul Dumitru și trupa de dans modern Extrem*. Monumentele istorice din comuna Dudeștii Noi sunt: *Biserica Ortodoxă Sfântul Dumitru*, (construită în 1971 și care a fost modernizată recent) și *Biserica Romano-Catolică Sfântul Vendelin* (considerată monument cultural național, fiind cea mai veche biserică șvăbească din Banat, construită în 1751 și care urmează să fie recondiționată și va include un muzeu local).

Monumentele culturale sunt realizate de către artistul Iosif Tasi și reprezintă troița situată în vatra comunei și monumentul emblematic de la intrarea în comună.

În ultima parte a capitolului 5, am realizat interpretarea chestionarului aplicat și ca urmare a prelucrării datelor din acesta, am depistat punctele nevralgice care necesită îmbunătățiri. Comuna Berzovia, necesită îmbunătățiri cu privire la aspectele tehnico-edilitare, cele de infrastructură educațională și de sănătate. În consecință, comuna Berzovia este caracterizată de o populație în declin, cu venituri mici pe cap de locuitor, ca urmare a disponibilizărilor de la fabricile din jur de care populația este dependentă, deși în localitate trăiește o populație autohtonă, cu o bogată cultură și tradiție. Din păcate, conservarea specificului comunității nu constituie la acest moment o prioritate, pentru factorii de decizie ai comunei. În schimb, în Dudeștii Noi, situația este mult mai bună, datorită investițiilor realizate în ultimii ani în comună, pe toate planurile. Un factor important care contribuie la dezvoltarea comunei este situarea în proximitatea polului economic, în zona periurbană a municipiului Timișoara, care conduce la o creștere anuală a populației și a locurilor de muncă în sectorul secundar și în cel terțiar, chiar dacă populația este preponderent ocupată în agricultură.

În **capitolul 6**, intitulat „**Cercetări privind influența mijloacelor de comunicare asupra îmbunătățirii calității vieții locuitorilor în comunitățile cercetate**”, am analizat elementele integrate de identitate vizuală și mijloace de comunicare formale și informale. Cea mai des întâlnită formă de clasificare a mijloacelor de comunicare, indică forma de emiteră a informației, și anume *informație scrisă și orală*. Pe acestea le-am împărțit în mijloace de comunicare: *tradiționale* (sau fizice, care nu au nevoie de un suport tehnologic) și *moderne* (cele virtuale, care au nevoie de un suport tehnologic).

Mijloacele de comunicare scrise, folosite în mod oficial de către reprezentanții administrației teritoriale locale a comunelor Dudeștii Noi și Berzovia, pe diferite suporturi sunt materialele tipărite. În primăria Berzovia, sunt folosite rapoartele, solicitările, răspunsurile la sesizări sau plângeri, scrisorile oficiale și ocazional comunicatele de presă. În primăria din Dudeștii Noi, acestea iau forma: rapoartelor, buletinelor informative (briefinguri), solicitărilor, răspunsurilor la sesizări sau plângeri, scrisorilor oficiale, punctelor de vedere, comunicatelor de presă. Toate acestea sunt folosite în circuit intern, în primăriile celor două comune și respectă standardele privind folosirea elementelor de identitate vizuală (logo, siglă, denumirea instituției). Pe de altă parte, am identificat și mijloace de comunicare reprezentative, care respectă anumite convenții estetice și culturale, în crearea textelor și le regăsim sub forma fotografiilor, pictogramelor, picturilor, cărților, scrierilor. În acest sens, în cazul comunei Berzovia, facem referire la materialele distribuite pentru promovarea zonei cu ocazia înființării pe fonduri europene a Centrului de Informare Turistică, și anume: pliante, flyere, broșuri, hărți dvd-uri, cu un design unitar,. În Dudeștii Noi am identificat și existența unui almanah și a broșurilor de prezentare a comunei. Alte mijloace de comunicare tipărite, de mare importanță în informarea publicului sunt ziarele oficiale ale comunităților, care se distribuie gratuit și anume: *Dudeșteanul* și *Jurnal de Berzovia*. Apoi, am trecut în revistă, formele de comunicare nestructurate, cu incidență mare în spațiul rural și anume: salutul, zvonurile (din punctul de vedere al comunicării orale), dar și evenimentele locale din cele două comune ocazionate de diferite sărbători, ca forme de comunicare publice.

Mijloacele de comunicare moderne cele mai folosite sunt website-urile oficiale și paginile de Facebook. În cazul comunei Dudeștii Noi, acestea sunt folosite mai des, iar în Berzovia, am constatat o carență în acest sens,

datorită lipsei de comprehensiune a administrației locale asupra importanței comunicării în general, și asupra comunicării moderne, în particular. Aceste mijloace identificate, au proprietăți specifice fiecărui tip de comunicare și în funcție de strategia abordată pot fi folosite în construirea mesajelor direcționate către comunitate, dar și către publicul larg. În ultima parte a capitolului 6, am identificat și prezentat factorii comunicării din spațiul rural, care pe lângă primărie sunt reprezentați de biserică și școală. După identificarea resurselor existente în cele două comune cercetate, am putut trece la formularea unor strategii pentru dezvoltarea economică a zonelor respective, prin folosirea mijloacelor de comunicare și a resurselor identificate pe teren.

Prin urmare, în **capitolul 7, „Strategii de comunicare propuse pentru îmbunătățirea vieții în comunitățile rurale”**, am prezentat analizele SWOT ale resurselor și ale elementelor de comunicare identificate în comunele Berzovia și Dudeștii Noi și analizele PESTEL, pe baza cărora am propus obiective de dezvoltare în Berzovia și Dudeștii Noi, pentru perioada 2017-2020 și am formulat strategii de comunicare și de promovare a celor două comune. În cazul comunei Berzovia, am propus o strategie de comunicare bazată pe acțiuni de informare și de promovare a comunei, folosind resursa antropică și culturală, prin organizarea de festivaluri, târguri cu produse locale și promovarea meșteșugurilor locale în rândul locuitorilor din Bocșa, Reșița și Timișoara. Această strategie are drept obiectiv conferirea unei vizibilități sporite a comunei în diferite medii (de afaceri, mediul social, cultural, politic) și de a reorganiza activitatea la nivel de primărie, pentru a face față noilor cerințe de îmbunătățire a calității vieții locuitorilor. În acest sens, am conturat și obiectivele strategiei de comunicare, pentru motivarea participării active a comunității, prin:

- Implementarea unor campanii de conștientizare asupra conservării produselor agroalimentare gospodărești în 2017;

- Organizarea unor festivaluri, târguri, ateliere și expoziții și a unor campanii de informare și de promovare a produselor țărănești și tradițiilor specifice la nivel regional și național între 2018-2020;

- Promovarea turistică a zonei pe tot parcursul implementării strategiei, (2017-2020);

În comuna Dudeștii Noi strategia de comunicare este direcționată spre promovarea turismului de weekend, în rândul populației din municipiul Timișoara, care caută un refugiu în apropiere, pentru odihnă, recreere, aer curat și contact cu mediul rural. Pe baza resurselor analizate în comuna Dudeștii Noi, (în special prin programul Pro Cultura 2016), s-a realizat o ofertă variată a activităților culturale, sociale și sportive și am conturat o strategie de promovare a turismului de weekend, pe plan local și județean. Scopul strategiei este de a crește economia comunei, dar și de a întări apartenența la comunitate a celor din comună.

Ca atare, pentru a putea practica turism de weekend în comună, trebuie să se asigure o infrastructură adecvată, spații corespunzătoare pentru cazare, o ofertă diversificată din punct de vedere sportiv și socio-cultural, asigurarea unei alimentații sănătoase, un nivel crescut de siguranță din punctul de vedere al infracționalității, un mediu curat, prețuri avantajoase, dar și să existe localnici ospitalieri și deschiși la primirea turiștilor. Dintre obiectivele strategiei propuse, menționăm:

- Înființarea unui centru de promovare turistică și formularea unei oferte turistice atractive pe baza caracteristicilor comunei până în 2018,

- Formarea și educarea personalului în marketing, relații publice și turism, în 2017,

- Conștientizarea rolului comunicării online în aplicarea strategiei și impactul acesteia asupra turiștilor și promovarea ofertei pe platformele de *social media*, în perioada 2017-2020,

- Informarea comunității cu privire la oferirea unor facilități pentru construirea unor spații de cazare și de desfășurare a activităților turistice, în perioada 2017-2019.

- Formarea unor parteneriate cu structuri și organizații interesate în dezvoltarea turistică, între 2017-2020.

Concluzii

Cercetările efectuate pe teren demonstrează că împărțirea spațiului rural românesc, în zone periurbane, intermediare și periferice nu sunt satisfăcătoare din punct de vedere delimitativ, deoarece în fiecare categorie de spațiu rural se identifică și zone amestecate, din alte tipologii.

Problemele actuale ale comunităților rurale românești se datorează în mare parte unei proaste comunicări în mediul rural. În România, fiecare regiune are un anumit nivel de dezvoltare socio-economică, unde anumite grupuri sociale prosperă, iar altele regresează.

În urma analizelor multicriteriale, SWOT și PESTEL, am extras informațiile pentru a localiza cele două comune și anume comuna Dudeștii Noi se află în zona periurbană a municipiului Timișoara, aspect care conduce la o varietate de oportunități și avantaje. În schimb, comuna Berzovia care se află într-o zonă defavorizată, la o distanță mare față de polii de creștere și de dezvoltare, nu a reușit să se dezvolte foarte mult în ultimii ani. De asemenea, în Berzovia este întâlnit fenomenul de îmbătrânire al populației și migrația tinerilor în străinătate, în Dudeștii Noi, pe de altă parte, am identificat un fenomen de întoarcere acasă a celor care și-au schimbat domiciliul în special în Timișoara, după anii 90. În plus, în comuna Dudeștii Noi se înregistrează o activitate economică diversificată, în defavoarea activităților de tip agrar, spre deosebire de comuna Berzovia, a cărei principală ocupație este agricultura și comerțul.

O soluție la problemele cu care se confruntă satele românești în general și cele studiate, în particular, ar putea fi comunicarea, prin formularea unor strategii bazate pe resursele existente (economice, demografice, tehnico-edilitare, sociale, ecologice, etc), dar și pe baza mijloacelor și formelor de comunicare și identificare descoperite în cercetările pe teren. Prin urmare, pentru a contura o imagine pozitivă comunei Dudeștii Noi, s-a pus accent pe brandul comunei, bazat pe imaginea locuitorilor gospodari, pe evoluția economică din ultimii ani, dar și pe imaginea primarului, care se bucură de o reputație bună și, al cărui renume s-a transferat și asupra identității comunei Dudeștii Noi. Acesta a devenit cunoscut publicului drept cel „mai tânăr primar din România“ în 2004, dar și pentru pasiunea sa muzicală, materializată în videoclipuri și participări la concursuri de muzică și a aparițiilor la emisiuni televizate și radiofonice și datorită bunului management asupra comunei.

În ambele comune, au fost analizate elementele de identificare pe materialele de comunicare, precum blazoane, numele instituțiilor și a siglelor. Imaginea vizuală a instituției și a reprezentanților săi este foarte importantă, mai ales datorită faptului că o imagine bună asigură coeziunea și încrederea comunității în conducătorii săi.

Pentru a menține o bună comunicare cu publicul în primăriile comunelor studiate am identificat atât mijloace de comunicare tradiționale (scrise și orale), cât și mijloace de comunicare moderne (prin intermediul Internetului). Printre mijloacele de comunicare tradiționale, identificate au fost cele orale (discursuri, comunicarea interpersonală,

conferințe de presă, evenimente, zile ale porților deschise, întâlniri de lucru, interviuri, reportaje realizate în parteneriate cu presa, etc.) și cele scrise (ziare, scrisori, comunicate de presă, broșuri, pliante și fluturași, avizier). În cazul comunei Berzovia, am identificat un scurt video de prezentare al comunei, ca formă de comunicare care a avut drept scop conștientizarea fenomenului de depopulare a zonei.

De asemenea, interacțiunea este esențială și este trăsătura de bază a comunității, de aceea considerăm că este important, în ambele comune, stabilirea unei mai bune comunicări pe rețelele de socializare cu publicul tânăr. De aceea este recomandată instruirea unei persoane care să se ocupe de administrarea rețelelor de socializare și să gestioneze comunicarea cu tinerii.

Factorii importanți ai comunicării în cele două comune studiate sunt în general comunitatea, biserica, școala și primăria. Aceștia sunt stâlpii de bază ai unei comunități rurale, care se află sau ar trebui să se afle, mereu în interdependență.

Pentru promovarea comunei Berzovia, aflată din punct de vedere economic, într-o zonă defavorizată, am propus o strategie de comunicare, bazată pe promovarea produselor agro-alimentare și de artizanat locale, prin organizarea unor evenimente tradiționale, generatoare de venit, pentru locuitorii din zonă.

Pentru comuna Dudeștii Noi, care se află într-o zonă periurbană a municipiului Timișoara, am propus o strategie de comunicare care să promoveze turismul de weekend, în special pentru locuitorii din municipiul Timișoara, și din împrejurimi.

Lucrarea se finalizează cu **bibliografie, glosar de termeni și anexe.**