**Strategia de informare, educare şi comunicare pentru sensibilizarea populaţiei şi informarea factorilor locali de decizie, a angajatorilor şi a angajaţilor cu privire la riscurile prezentate de radon**

CUPRINS

CAP 1 [INTRODUCERE 4](#_Toc169681597)

[1.1. De ce o comunicare strategică? 5](#_Toc169681598)

[1.2. Ce nu este o strategie de comunicare pentru radon? 7](#_Toc169681599)

[1.3. De ce o strategie de comunicare bazată pe schimbare socială şi comportamentală? 7](#_Toc169681600)

[CAP 2. COMPONENTELE STRATEGIEI 10](#_Toc169681601)

[2.1. Analiza situației actuale 10](#_Toc169681602)

[2.2. Identificarea grupurilor ţintă 16](#_Toc169681603)

[2.3. Evaluarea nevoilor și resurselor de comunicare necesare implementării SNCR 23](#_Toc169681604)

[2.4. Capacităţi de servicii şi produse necesare pentru implementarea SNCR 24](#_Toc169681605)

[CAP 3. Obiectivele Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon 26](#_Toc169681606)

[CAP 4. Analiza Audienţei SNCR 29](#_Toc169681607)

[CAP 5. Abordări strategice 45](#_Toc169681608)

[Identificarea abordărilor strategice 45](#_Toc169681609)

[CAP 6. Poziționarea şi Planul SNCR 48](#_Toc169681610)

[6.1. Elemente de recunoaștere și identificare 49](#_Toc169681611)

[6.2. Identificarea promisiunilor cheie şi a beneficiilor obţinute prin implementarea SNCR 52](#_Toc169681612)

[1.1. Puncte cheie în dezvoltarea mesajelor şi alegerea canalelor de comunicare 54](#_Toc169681613)

[1.2. Finalizarea abordărilor strategice 58](#_Toc169681614)

[CAP 7. Plan de implementare 60](#_Toc169681615)

[Evaluarea și Monitorizarea SNCR 61](#_Toc169681616)

[Indicatori de evaluare şi monitorizare 62](#_Toc169681617)

[(I1) Indicatori pentru Evaluarea și Monitorizarea Obiectivului 1 al SNCR 62](#_Toc169681618)

[(I2) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 2 al SNCR 63](#_Toc169681619)

[(I3) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 3 al SNCR 64](#_Toc169681620)

([I3.1) Gradul de conștientizare al angajatorilor și proprietarilor/administratorilor clădirilor cu acces 64](#_Toc169681621)

[(I4) Indicatori de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 4 al SNCR 64](#_Toc169681622)

[(I5) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 5 al SNCR 65](#_Toc169681623)

([I6) Indicatori pentru Evaluarea și Monitorizarea Obiectivului 6 al SNCR 66](#_Toc169681624)

[(I7) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 7 al SNCR 66](#_Toc169681625)

[Metodologie de Evaluare și Monitorizare a Indicatorilor 67](#_Toc169681626)

[CAP 8. Concluzii 72](#_Toc169681627)

[ANEXE 74](#_Toc169681628)

[Profile de audienţă pentru grupurile prioritare 74](#_Toc169681629)

# Cap 1. INTRODUCERE

Într-o lume în continuă evoluție, în care sănătatea și bunăstarea populației sunt priorități cheie, problemele legate de mediu și sănătatea publică atrag din ce în ce mai multă atenție. Unul dintre aceste aspecte este expunerea la radon.

În vederea informării, conştientizării şi educării unor segmente importante din populaţie asupra managementului problematicii radonului din locuinţe, de la locurile de muncă şi din clădirile cu acces public, a fost dezvoltată Strategia Națională de Comunicare pentru Radon (SNCR), strategie care poate aduce o serie de avantaje semnificative în implementarea Planului Național de Acțiune la Radon (PNAR)[[1]](#footnote-1).

Această strategie reprezintă o modalitate puternică de a informa, motiva și mobiliza atât publicul, angajatorii, cât şi alţi factori de decizie şi părţi interesate, în vederea reducerii expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon, şi în consecinţă, de protejare a sănătății. Având în vedere natura intersectorială pe care o presupun activităţile şi acţiunile necesare care trebuiesc dezvoltate şi implementate pentru un management eficient al expunerii populaţiei la radonul din locuinţe, de la locul de muncă şi din clădirile cu acess public, strategia de comunicare se dovedeşte a fi deosebit de importantă din mai multe motive cheie:

**1.Sănătatea Publică:** Radonul este un gaz radioactiv natural care se formează continuu prin dezintegrarea uraniului şi toriului prezent în sol, roci și apă. În interiorul clădirilor, radonul pătrunde uşor prin fisurile din pereţi şi fundaţie, prin podele şi prin tubulatura utilizată pentru instalaţii, acumulându-se treptat în aerul de interior, în special în spațiile ventilate insuficient sau neaerisite. Radonul este doar unul din factorii de risc pentru cancerul pulmonar.Riscul de a dezvolta cancer pulmonar în urma expunerii pe termen lung la concentrații mari de radon depinde de o serie de factori, precum concentraţia de radon din clădire, intervalul de timp în care persoana este expusă şi expunerea la unul sau mai mulți factori de risc pentru cancerul pulmonar, cum ar fi expunerea la azbest și la alti agenti cancerigeni, care pot fi inhalați (praf de lemn, arsenic, metale industriale, nichel, beriliu și crom), poluarea aerului în mediul urban sau industrial, sau fumatul.

O strategie națională de comunicare poate educa atât populația, cât şi alte grupuri interesate cu privire la riscurile pe care le presupune expunerea la radon, importanța măsurilor de prevenţie şi limitare a expunerii.

**2. Conștientizarea Publică:** O strategie de comunicare bine structurată poate crește gradul de conștientizare a publicului cu privire la pericolele asociate expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon, atât în locuinţele proprii, cât şi la locul de muncă. Oamenii trebuie să fie informați cu privire la sursa și modalitatea de prin care radonul pătrunde în casele lor, precum și la măsurile pe care le pot lua pentru a reduce expunerea la acest gaz periculos.

**3. Colaborare și Resurse:** O strategie de comunicare poate aduce împreună diferite părți interesate, cum ar fi agenții guvernamentale, organizații non-guvernamentale, medici, experți în sănătate publică și industria construcțiilor, pentru a conlucra în abordarea problematicii de management al radonului. Aceasta poate facilita schimbul de resurse, expertiză și bune practici pentru abordarea eficientă a expunerii la radon.

**4. Prevenție și Limitarea Expunerii:** Strategia poate promova informații cu privire la măsurile de prevenire și de reducere a expunerii la radon. Aceasta poate include sfaturi cu privire la măsurarea concentrațiilor de radon din locuințe, precum și la metodele de limitare a posibilităților de acumulare a radonului în interior, cum ar fi etanșarea fundațiilor sau instalarea unor sisteme de ventilație adecvate pentru a dispersa radonul din spațiile interioare.

**5. Legislație, Reglementări şi Politici:** O strategie de comunicare poate sprijini eforturile de promovare și implementare a legislației sau a reglementărilor privind limitarea expunerii la radon în clădiri. Comunicarea eficientă cu privire la aceste reglementări poate asigura conformitatea și aplicarea adecvată a acestora.

**6. Educație Continuă:** Educația continuă este cheia în gestionarea eficientă a riscurilor asociate cu radonul. O strategie de comunicare poate asigura primirea, de către public, a unor informații corecte și actualizate cu privire la noile cercetări, descoperiri și recomandări legate de radon și sănătatea publică.

Radonul este un gaz radioactiv natural care se formează continuu prin dezintegrarea uraniului şi toriului prezent în sol, roci și apă. În interiorul clădirilor, radonul pătrunde uşor prin fisurile din pereţi şi fundaţie, prin podele şi prin tubulatura utilizată pentru instalaţii, acumulându-se treptat în aerul de interior, în special în spațiile ventilate insuficient sau neaerisite. Sursa principală a radonului din interiorul clădirilor o reprezintă solul pe care este amplasată construcţia, un aport secundar fiind al materialului de construcţie utilizat. În aerul interior, nivelul de radon oscilează de la o clădire la alta în limite foarte mari, în funcţie de modul de utilizare şi ocupare, de gradul şi tipul aerisirii, şi de alţi parametri tehnici specifici construcţiilor, dar şi de modul de viață al ocupanților clădirii (aerisirea constantă a spațiilor de muncă şi viață, timpul petrecut în interior, etc.). Conform PNAR, *nivelul de referință pentru concentrația de radon din interiorul clădirilor este de 300 Bq/m3*.

**Radonul este doar unul din factorii de risc pentru cancerul pulmonar.**

Riscul de a dezvolta cancer pulmonar în urma expunerii pe termen lung la concentrații mari de radon depinde de o serie de factori, precum concentraţia de radon din clădire, intervalul de timp în care persoana este expusă şi expunerea la unul sau mai mulți factori de risc pentru cancerul pulmonar, cum ar fi expunerea la azbest si alti agenti cancerigeni care pot fi inhalati (praf de lemn, arsenic, metale industriale, nichel, beriliu si crom), poluarea aerului in mediul urban sau industrial sau fumatul.

RADONUL

În concluzie, Strategia Natională de Comunicare pentru Radon (SNCR)este un instrument esențial în suportul implementării planului național de acțiune la radon (PNAR). Ea nu doar informează și educă publicul şi alte părţi implicate şi interesate în managementul radonului, ci și îi motivează să acționeze. Prin abordarea conștientizării, mobilizării și gestionării preocupărilor, această strategie poate transforma un plan de acțiune într-o inițiativă eficientă, contribuind la crearea unui mediu mai sănătos și mai sigur pentru populaţia în ansamblu.

## De ce o comunicare strategică?

Comunicarea strategică joacă un rol extrem de important în susținerea implementării PNAR. Iată motivele pentru care comunicarea strategică este importantă în acest context:

**Informare Publică:** Comunicarea strategică are rolul de a informa publicul cu privire la pericolele expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon și la importanța măsurilor de prevenţie și reducere a expunerii. Oamenii trebuie să fie corect şi complet informaţi atât despre riscuri, cât şi de metode preventive şi/sau de limitare a expunerii, pentru a putea fi capabili să ia decizii informate.

**Sensibilizarea decidenților politici:** Comunicarea eficientă poate contribui la sensibilizarea guvernanților și decidenților politici cu privire la gravitatea problemei radonului și la nevoia de a aloca resurse și implementa măsuri concrete pentru protejarea sănătății publice.

**Implicarea părților interesate:** Comunicarea strategică poate implica diferite părți interesate, cum ar fi autoritățile locale, organizațiile neguvernamentale, sectorul de construcții și proprietarii de locuințe. Implicarea lor poate contribui la dezvoltarea și implementarea unor soluții mai eficiente și mai bine adaptate la nevoile specifice ale comunităților.

**Sprijinirea implementării:** Uneori, oamenii pot ezita să pună în aplicare măsuri sau schimbări în stilul de muncă şi viață. Comunicarea strategică poate oferi informații și sfaturi practice pentru a face implementarea planului de acțiune mai facilă și mai accesibilă.

**Motivarea la acțiune:** Planurile de acțiune necesită participarea activă a populației și a diferitelor părți interesate. O comunicare strategică poate motiva oamenii să ia măsuri concrete pentru a testa nivelurile de radon din locuințele lor și pentru a implementa soluții de limitare a expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon, atunci când acest lucru se dovedeşte a fi necesar.

**Conștientizarea și mobilizarea publicului / angajatorilor / proprietarilor de clădiri:** Comunicarea strategică poate ajuta la conștientizarea publicului cât şi a angajatorilor şi proprietarilor/managerilor de clădiri cu privire la riscurile pentru sănătate asociate cu expunerea la radon și la importanța luării de măsuri preventive şi corective. Prin comunicarea eficientă, oamenii pot fi motivați să se implice în eforturile de reducere a expunerii la radon din locuințe, clădirile cu acces public și la locurile de muncă, pentru orice sursă de pătrundere a radonului, fie că este vorba de sol, de materiale de construcții sau de apă.

**Promovarea schimbării de comportament:** Comunicarea strategică poate contribui la promovarea schimbării de comportament în rândul populației, cum ar fi măsurile de testare a nivelului de radon în locuințe și de aplicare a măsurilor de reducere a expunerii. Educația și conștientizarea pot influența modul în care oamenii percep riscul și iau decizii informate.

**Crearea unei culturi de prevenţie:** Comunicarea strategică poate contribui la crearea unei culturi a siguranței și prevenţiei pentru sănătate în ceea ce privește expunerea pe termen lung la concentraţii mari de radonu și alte riscuri de mediu conexe, cum ar fi calitatea aerului de interior. Prin promovarea informațiilor corecte și accesibile, oamenii pot învăța să ia decizii informate pentru protecţia sănătăţii.

**Educarea și informarea:** Comunicarea strategică poate furniza informații esențiale despre radon, modul în care acesta intră în clădiri, riscurile pentru sănătate și măsurile pe care diferite grupuri le pot lua pentru a se proteja. Cu cât se înțelege mai bine problematica, cu atât indivizi sau organizaţiisunt mai predispuși să acționeze în mod corespunzător.

**Gestionarea preocupărilor sau a rezistenței la schimbare:** Uneori, există preocupări sau rezistență din partea publicului fie cu privire la existenţa problemei, fie cu privire la măsurile propuse. Comunicarea strategică poate răspunde la aceste îngrijorări și poate furniza clarificări pentru a câștiga încrederea și sprijinul publicului.

**Promovarea schimbărilor sociale şi de comportament:** Comunicarea strategică poate utiliza tehnici de influențare pentru a promova schimbări de comportament durabile. Acest lucru poate include mesaje persuasive, campanii de conștientizare și elemente de tip recompensă pentru adoptarea măsurilor preventive.

**Evaluarea și îmbunătățirea politicilor şi normelor de management a riscului de expunere la radon:** Comunicarea strategică poate include colectarea de feedback și date privind implementarea PNAR. Aceste informații pot fi apoi utilizate pentru a ajusta și îmbunătăți atât SNCR, cât şi elemente ale direcţiilor strategice ale PNAR.

*În esență, comunicarea strategică poate face diferența între succesul sau eșecul implementării unui Plan Naţional de Acțiune pentru Radon. Prin implicarea eficientă a populației, angajaților şi angajatorilor şi a altor părți interesate și prin transmiterea mesajelor corecte şi coerente, planurile de acțiune pot avea un impact mai mare în reducerea riscurilor asociate cu expunerea la radonul din interirul locuinţelor, locurilor de muncă şi clădirilor cu acces public.*

## Ce nu este o strategie de comunicare pentru radon?

*O strategie de comunicare pentru radon depășește sfera unei simple campanii de informare sau a altor activități de comunicare prin abordarea sa holistică, planificată și pe termen lung. O astfel de strategie implică mai mult decât simplă furnizare de informații și se concentrează pe atingerea unor obiective specifice și durabile în vederea protejării sănătăţii populaţiei în ansamblu.*

În primul rând, *Strategia Natională de Comunicare pentru Radon (SNCR)* reprezintă o abordare mult mai amplă decât o campanie de informare obişnuită, deoarece ia în considerare multiplele aspecte ale comunicării: informarea, educarea, sensibilizarea, implicarea și schimbarea de comportament. Spre deosebire de o campanie de informare şi/sau conştientizare, SNCR se concentrează pe o abordare complexă, adaptată nevoilor și contextului local, pentru a promova înțelegerea profundă a problemelor legate de abordarea problematicii expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon atât în locuinţe, cât şi la locul de muncă şi în clădirile cu acces public, cât și pentru a stimula acțiuni semnificative.

Pe lângă asta, SNCR îşi propune să integreze o serie de canale și metode de comunicare într-un mod coerent, transparent și sinergic. Nu se limitează la furnizarea unor informații punctuale, ci urmărește să creeze o experiență de informare, comunicare şi învățare continuă, prin intermediul interacțiunii constante cu audienţa. Această abordare comprehensivă contribuie la menținerea angajamentului public și la facilitarea schimbării de comportament pe termen lung.

De asemenea, SNCReste orientată spre obiective specifice și măsurabile. În timp ce o campanie de informare poate avea un caracter temporar și limitat în ceea ce privește rezultatele, o strategie de comunicare își propune să atingă anumite obiective strategice și să aducă schimbări semnificative în atitudini, comportamente și politici publice.

În esență, Strategia Natională de Comunicare pentru Radonse justifică prin abordarea holistică, planificată și durabilă pe care o aduce în eforturile de conștientizare și protejare împotriva expunerii la radon. Ea își propune să creeze un impact semnificativ prin educarea și implicarea publicului, informarea şi conştientizarea decidenților politici privind sănătatea populaţională și promovarea schimbării de comportament pe termen lung.

## De ce o strategie de comunicare bazată pe schimbare socială şi comportamentală?

Dezvoltarea unei strategii de comunicare bazată pe schimbare socială și comportamentală reprezintă un pas esențial pentru abordarea eficientă a acestei problematici complexe. Schimbarea socială poate avea un impact semnificativ asupra conștientizării problematicii expunerii la radonul din locuinţe şi de la locul de muncă, influențând atitudinile, comportamentele și normele societale ale oamenilor cu privire la expunerea la radon pe durata vieţii.

Prin influențarea atitudinilor, normelor sociale și comportamentelor individuale, putem construi o cultură de conștientizare și acțiune în ceea ce privește expunerea la radon. Această abordare nu doar protejează sănătatea publică, ci și poate contribui la crearea unei societăți mai informate, responsabile și adaptabile, respectiv:

*Schimbarea atitudinilor unor segmente de audiență*: Eforturile de schimbare socială pot schimba atitudinea publicului/a altor segmente de audiență (angajatori, proprietari de clădiri, etc.) de la indiferență sau lipsă de conștientizare la acţiune, sau, dimpotrivă de la creerea/promovarea unor sentimente de urgenţă sau iminenţă a unor consecinţe posibil dezastruoase, la o abordare echilibrată, proactivă, bazată pe o *analiză holistică a sănătăţii* şi pentru beneficiul final al populaţiei în ansamblu.

*"Sănătatea este o stare de completă bunăstare fizică, mentală și socială și nu doar absența bolii sau infirmității. Aceasta implică capacitatea de a face față cu succes stresului zilnic, de a lucra în mod eficient și de a contribui activ la comunitatea în care trăiești."*

*OMS, 1948*

*Promovarea comportamentului preventiv:* Inițiativele de schimbare socială pot promova comportamente preventive. Prin evidențierea măsurilor simple pe care oamenii le pot lua pentru a reduce expunerea la radon - precum testarea și aplicarea măsurilor de prevenție sau remediere - se poate încuraja adoptarea acestor practici. Dacă oamenii văd că alții fac aceleași lucruri pentru a se proteja, ei vor fi mai predispuși să urmeze exemplul.

*Norme și influență de la egal la egal*: Atunci când anumite norme sociale încep să favorizeze conștientizarea și suportul privind abordarea problematicii expunerii la radon, este mult mai probabil ca indivizii să adopte aceste practici. De exemplu, dacă angajaţii constată că se iniţiază acţiuni şi activităţi de prevenţie şi protecţie privind expunerea la radon la locul de muncă, ei s-ar putea simți motivați să facă același lucru în locuinţele personale pentru a se alinia la norma socială percepută.

*Încluderea problematicii radonului în sistemul educaţional*: Eforturile de schimbare socială pot integra conștientizarea radonului în programele educaționale din școli și universități. Educând copiii şi tinerii despre expunerea la radon și riscurile sale, aceste inițiative pot promova o cultură a conștientizării încă de la o vârstă fragedă, ceea ce poate duce la adoptarea unor decizii informate la vârsta adultă.

*Eforturi comunitare de colaborare*: Schimbarea socială implică adesea campanii de bază și implicarea comunității. Organizațiile locale, agențiile guvernamentale și voluntarii pot lucra împreună pentru a crește gradul de conștientizare cu privire la riscul expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon prin evenimente, ateliere și materiale educaționale. Implicarea directă a comunității poate face problema mai vizibilă și poate încuraja oamenii să ia măsuri.

*Campanii media și de comunicare*: exploatarea platformelor media și a canalelor de comunicare specifice grupurilor şi segmentelor de audienţă este crucială pentru inițiativele de schimbare socială. Prin mesaje convingătoare, documentare, reclame și știri, campaniile pot ajunge la un public mai larg și pot transmite importanța conștientizării radonului într-un mod de impact.

*Susținerea politicilor şi a legislaţiei*: Eforturile de schimbare socială pot susține politici care implică testarea radonului și măsuri de prevenţie şi limitare a expunerii la concentraţii mari de radon în case, locuri de muncă și spații publice.

*Sustenabilitatea acțiunilor:* Inițiativele de schimbare socială şi de comportament pot contribui la crearea unor practici sustenabile în prevenirea expunerii la radon. Aceasta poate duce la o reducere constantă a riscurilor legate de radon în comunități și la protejarea sănătății publice pe termen lung.

*Impact pe termen lung*: Eforturile de schimbare socială pot crea efecte de durată prin integrarea conștientizării radonului în conștiința colectivă. Odată ce conștientizarea devine înrădăcinată în gândirea societății, aceasta poate deveni o considerație standard atunci când cumpărați, închiriați sau renovați case.

*Feedback și adaptare:* Inițiativele de schimbare socială implică, adesea, bucle continue de feedback cu comunitatea. Ascultând în mod activ preocupările, sugestiile și barierele în calea acțiunii, campaniile își pot adapta strategiile pentru a fi mai eficiente în atingerea obiectivelor.

În concluzie, schimbarea socială are potențialul de a avea un impact semnificativ asupra conștientizării radonului prin transformarea atitudinilor individuale, influențarea comportamentelor și modelarea normelor societale. Prin promovarea înțelegerii, acțiunii și a simțului responsabilității, eforturile de schimbare socială pot ridica gradul de conștientizare a radonului de la o preocupare izolată la un aspect larg răspândit și integrat al conștiinței publice.

# COMPONENTELE STRATEGIEI

## Analiza situației actuale

Capitolul de faţă reprezintă fundamentul pe care s-a construit Strategia de Comunicare pentru conștientizarea și reducerea expunerii la radonul din locuinţe, de la locul de muncă şi clădirile cu acces public. Pentru a dezvolta o abordare eficientă și relevantă este esențial ca înțelegerea contextului actual cât și a provocărilor asociate expunerii la radon să fie aprofundate.

Această analiză va permite identificarea cunoștințelor, atitudinilor și comportamentelor actuale ale grupurilor țintă în legătură cu radonul, precum și evaluarea nivelului de conștientizare existent la nivel de populaţie și în rândul factorilor de decizie. Rezultatele analizei situației curente, oferă o bază solidă pentru dezvoltarea mesajelor cheie, identificarea publicului țintă și a canalelor de comunicare potrivite. In plus, prin investigarea politicilor şi reglementărilor actuale legate de radon, se pot identifica eventualele lacune sau oportunități pentru îmbunătățire.

Astfel, prin această analiză detaliată, se va putea obține o imagine cuprinzătoare asupra stării actuale a problematicii de radon care va constitui o bază pentru luarea unor decizii informate în privința direcțiilor strategiei de comunicare.

### Viziunea comună privind dezvoltarea şi implementarea Strategieii Naţionale de Comunicare pentru Radon

În etapa procesului de elaborare şi ulterior de implementare a Strategiei Nationale de Comunicare pentru Radon, clarificarea viziunii comune a instituțiilor implicate și responsabile de realizarea obiectivelor strategice ale Planului Naţional de Comunicare pentru Radon[[2]](#footnote-2) (PNAR), cât şi a altor factori cheie implicați în dezvoltarea și implementarea strategiei, este extrem de importantă. Această diversitate de părți interesate aduce cu sine diferite perspective, nevoi și așteptări. În consecinţă, clarificarea unei viziuni comune devine fundamentul pe care se va construi întreaga strategie. O viziune comună înseamnă o înțelegere colectivă a obiectivelor, beneficiilor și importanței strategiei. Aceasta necesită o comunicare deschisă și colaborativă între toți factorii cheie.

În consecinţă, acestă viziunea comună presupune o înțelegere unanimă și compartimentată asupra obiectivelor, direcției și impactului strategieişi reflectă acordul și angajamentul comun.

O viziune comună poate aduce claritate și direcție strategiei, asigurând că toate părțile interesate conlucrează în vederea atingerii obiectivelor strategiei. Aceasta consolidează angajamentul și sporește șansele de succes în implementarea strategiei.

Viziunea comună are la bază următoarele valori şi principii:

*≠ Obiective Comune*

Viziunea comună cuprinde obiectivele pe care strategia intenționează să le atingă, respectiv conștientizarea publicului şi a altori grupuri ţintă cu privire la risculexpunerii pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă, promovarea testării și măsurilor de prevenţie şi de reducere a expunerii, crearea unui mediu sănătos și susținerea schimbării de comportament în rândul comunităților.

*≠ Beneficii Comune*

Beneficiile pe care strategia le aduce include creșterea conștientizării asupra riscurilor asociate cu expunerea la concentraţii mari de radon, reducerea îmbolnăvirilor cauzate de expunerea la radon și a mortalității prin cancer pulmonar, îmbunătățirea calității aerului interior, etc.

*≠ Responsabilități și Contribuții*

Fiecare instituție şi factor cheie trebuie să își definească responsabilitățile și contribuțiile specifice în cadrul SNCR. Aceasta poate include inclusiv alocarea de resurse financiare, furnizarea de date și studii, dezvoltarea de materiale de comunicare, organizarea de evenimente de informare/conștientizare, etc., în domeniul de competență şi a atribuțiilor stabilite în cadrul PNAR.

*≠ Comunicare și Colaborare*

Viziunea comună implică o comunicare transparentă și o colaborare strânsă între instituții şi toți factorii cheie, incluzând schimbul de informații, coordonarea activităților și abordarea în comun a provocărilor.

*≠ Impact Durabil*

Viziunea comună ar trebui să vizeze un impact pe termen lung. Ea trebuie să demonstreze angajamentul pentru susținerea strategiei în timp și pentru realizarea schimbărilor pozitive în comportamentul și atitudinile publicului.

**Astfel**,

|  |
| --- |
|  |
| *O populație conștientă și implicată, poate fi protejată eficient împotriva riscului expunerii pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă (300 bq/m3) prin comunicare strategică, educație și colaborare interdisciplinară.**Printr-o comunicare deschisă, transparentă şi proactivă, se urmăreşte schimbarea percepției asupra expunerii la radonul din interiorul locuințelor, locurilor de muncă şi clădirilor cu acces public, de la un risc deseori subestimat la o problemă importantă pentru sănătatea publică.*  |

Această **Viziune** **Comună** reflectă, colaborarea și eforturile concertate ale diferitelor părți implicate în dezvoltarea și implementarea strategiei naționale de comunicare pentru radon. Această formulare a viziunii evidențiază angajamentul pentru conștientizare, informare și implicare activă, precum și obiectivul de a face din limitarea expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon o prioritate pentru sănătatea publică. Totodată, subliniază importanța colaborării între toți factorii implicați și dorința de a crea o societate responsabilă, în care fiecare individ contribuie la protejarea sănătății comunității.

Au fost identificați o serie de factori-cheie care vor putea contribui la susţinerea acestei viziuni comune:

*Conștientizare și Educație*

Populația, angajatorii, managerii/administratorii de clădiri cu acces public și toți actorii relevanți sunt conștienți de riscurile radonului și de impactul acestuia asupra sănătății umane. Educația privind riscul expunerii la radon, atât în locuinţe, cât şi la locul de muncă și importanța testării și a măsurilor preventive şi de reducere a expunerii este accesibilă și uşor de înteles şi aplicat pentru toți.

*Comunicare Transparentă și Accesibilă*

Comunicarea despre radon și măsurile de management al radonului din locuinţe şi de la locul de muncă este deschisă, transparentă și accesibilă publicului larg şi profesioniştilor din domeniile cheie de activitate. Informațiile sunt livrate într-un mod clar și ușor de înțeles, folosind canale variate, inclusiv mass-media, platforme online, evenimente publice și materiale de conștientizare.

 *Colaborare Interdisciplinară*

Factorii cheie din guvern, organizații non-guvernamentale, industrie, sectorul medical și comunitatea științifică colaborează strâns pentru a dezvolta și implementa strategia. Expertiza din diferite domenii contribuie la abordarea holistică a riscului expunerii la radonul și la identificarea celor mai eficiente măsuri preventive şi de limitare a expunerii.

 *Angajament și Motivație*

Angajatorii și managerii/administratorii de clădiri cu acces public sunt motivați și implicați activ în eforturile de testare și implementare a măsurilor preventive/reducere a expunerii. Ei înțeleg beneficiile pentru sănătatea și bunăstarea ocupanților și sunt dornici să acționeze în acest sens.

 *Implementare Eficace*

Măsurile preventive și corective pentru reducerea expunerii la radon sunt implementate în mod eficient în toate clădirile cu acces public. Aceste măsuri sunt adaptate specificului fiecărei clădiri și sunt monitorizate constant pentru a asigura o protecție adecvată.

 *Evaluare și Adaptare Continuă*

Strategia este supusă unei evaluări periodice pentru a măsura impactul și eficacitatea sa. Rezultatele obținute și feedback-ul din partea părților interesate sunt folosite pentru a ajusta și îmbunătăți constant strategia de comunicare și măsurile preventive.

 *Responsabilitate Socială*

Comunitățile și indivizii își asumă responsabilitatea colectivă pentru protejarea împotriva expunerii la radon, contribuind astfel la un mediu sănătos și sigur pentru populație.

Această viziune comună subliniază necesitatea unei abordări integrate și coordonate în dezvoltarea și implementarea strategiei naționale de comunicare pentru radon, având ca rezultat o populație bine informată și o protecție eficientă împotriva riscurilor asociate radonului.

### Schimbări sociale şi de comportament urmărite prin implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon

Dezvoltarea unei strategii de comunicare pentru radon bazată pe schimbare socială și comportamentală reprezintă un pas esențial pentru abordarea eficientă a acestei probleme complexe. Prin influențarea atitudinilor, normelor sociale și comportamentelor individuale, putem construi o cultură de conștientizare și acțiune în ceea ce privește expunerea la radon. Această abordare nu doar protejează sănătatea publică, ci și contribuie la crearea unei societăți mai informate, responsabile și adaptabile.

Prin implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon se urmăresc o serie de schimbări sociale şi de comportament în rândul publicului țintă, care au ca scop conștientizarea, educarea și motivarea indivizilor și comunităților să ia măsuri pentru a reduce expunerea la radon și a proteja sănătatea. Iată câteva dintre schimbările cheie pe care strategia urmărește să le genereze:

*► Conștientizare crescută***:** Strategia își propune să mărească nivelul de conștientizare în rândul publicului şi grupurilor ţintă cu privire la riscurile expunerii la radon și impactul său asupra sănătății. Prin informare și educație, se dorește ca oamenii să înțeleagă pericolele și să ia în serios importanța testării și reducerii expunerii atât în locuinţe cât şi la locul de muncă.

*► Colaborarea cu* *experții şi profesioniștii din diverse sectoare de activitate cheie***:** Prin educarea și colaborarea cu experții şi profesioniștii din domeniul sănătății și construcțiilor, strategia încurajează schimbarea atitudinilor și practicilor acestora în ceea ce privește conștientizarea și abordarea expunerii la radon. Profesioniștii pot deveni mesageri de încredere și pot influența în mod semnificativ deciziile și comportamentele publicului.

*► Promovarea testării concentrației de radon în locuinţe, la locul de muncă şi în clădirile cu acces public*: Se urmărește promovarea testării concentrației de radon în locuinţe, la locul de muncă şi în clădirile cu acces public. Obiectivul este înțelegerea importanței testării, respectiv evaluarea propriilor locuințe pentru a identifica dacă există concentrații de radon care depăşesc nivelul de referință de 300 Bq/m3. Prin promovarea testării a nivelurilor de radon în locuințe, locuri de muncă și clădiri cu acces public, strategia încurajează populația să fie proactivă în privința reducerii riscurilor pentru sănătate.

*►Adoptarea măsurilor preventive şi de reducere a expunerii:* Strategia vizează ca oamenii să înțeleagă importanța măsurilor de prevenţie şi, dacă este cazul, de reducere a expunerii la radonul din interiorul locuinţelor şi de la locul de muncă.

*►Schimbarea culturii organizaționale*: În cazul companiilor și instituțiilor publice, implementarea strategiei poate influența o schimbare a culturii organizaționale pentru a pune accent pe protecția sănătății angajaților și a clienților prin gestionarea adecvată a radonului în clădirile lor.

*►Angajarea comunităților/autorităţilor publice locale***:** Strategia își propune să mobilizeze comunitățile locale ca acestea să devină implicate și responsabile în gestionarea expunerii la radon. Prin intermediul evenimentelor comunitare, atelierelor și colaborărilor cu organizațiile non-guvernamentale, se dorește să se creeze un sentiment de responsabilitate colectivă.

*► Susținerea politicilor***:** Implementarea strategiei poate conduce la o presiune crescută asupra factorilor de decizie pentru adoptarea sau îmbunătățirea politicilor de reglementare privind expunerea pe termen lung a populației şi lucrătorilor la concentrații de radon care depăşesc nivelul de referință. Acest lucru poate contribui la asigurarea unui cadru legal și instituțional mai robust pentru protejarea populației.

*► Crearea unei culturi de prevenție***:** În final, obiectivul este să se creeze o cultură de prevenție în sănătate în rândul populației. Schimbarea comportamentelor individuale și colective poate duce la un mediu mai sigur, în care expunerea la radon și riscul asociate să fie reduse la minim.

*► Promovarea comunicării și conștientizării continue*: Implementarea strategiei poate susține o comunicare continuă și eforturi de conștientizare pentru a asigura că măsurile preventive devin o practică obișnuită și durabilă.

### Identificarea factorilor care pot împiedica realizarea viziunii SNCR

Realizarea viziunii Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon poate fi împiedicată de o serie de factori de constrângere cheie. Cele mai multe provocări au multe cauze subiacente și, astfel, potențial, multe soluții. Prin urmare, este important fie identificată cauza primară pentru a determina motivul principal al situației actuale. Constrângerile sau cauzele fundamentale sunt motivele pentru care există o diferență între situația actuală (unde ne aflăm acum) și viziunea comună (unde vrem să fim). În implementarea SNCR pot exista anumiți factori de constrângere cheie care pot bloca realizarea viziunii și a obiectivelor stabilite.

Aceste constrângeri pot încetini sau împiedica progresul și necesită o atenție specială pentru a le depăși, respectiv:

*Lipsa conștientizării și a prioritizării*: Dacă problematica radonului nu este bine înțeleasă sau nu este considerată o prioritate pentru sănătatea publică de către factorii de decizie și opinia publică, atât implementarea PNAR, cât şi a SNCR pot fi îngreunate şi întârziate.

*Indiferența sau scepticismul*: Dacă mesajele cheie nu sunt comunicate într-un mod eficient și clar, publicul sau alte grupuri ţintă (angajatori, managerii clădirilor cu acces publuic, etc.) pot să nu înțeleagă importanța subiectului sau măsurile pe care ar trebui luate în cazul în care se impun măsuri de limitare a expunerii. Lipsa unei comunicări eficiente poate diminua impactul strategiei și poate să nu stimuleze schimbările dorite în comportamentul publicului.

*Rezistența la schimbare*: Oamenii tind să fie reticenți în a adopta schimbări în comportamentul lor sau în a lua măsuri pro-active pentru prevenție. Aceasta poate fi cauzată de obiceiuri încetățenite sau de lipsa convingerii cu privire la gravitatea situației. Rezistența la schimbare poate reprezenta un obstacol semnificativ în implementarea strategiei.

*Resurse limitate***:** Resursele financiare, tehnologice și umane pot fi limitate în implementarea strategiei. Fără resurse adecvate, poate fi dificil să se dezvolte și să se promoveze conținut de calitate, să se organizeze evenimente educaționale și să se urmărească progresul strategiei.

*Lipsa cunoștințelor tehnice și a expertizei*: Implementarea strategiei poate fi îngreunată dacă există o lipsă de cunoștințe tehnice și de expertiză în domeniul radonului.

*Gradul variabil de implicare***:** Implicarea și angajamentul diferitelor părți interesate, cum ar fi guvernul, organizațiile non-guvernamentale și industria construcțiilor, poate varia. Dacă nu există o colaborare strânsă și o coordonare între aceste părți, realizarea viziunii strategiei poate fi îngreunată.

*Lipsa colaborării și parteneriatelor*: Dacă nu există o implicare și o colaborare activă între diferitele părți interesate, inclusiv autorități, organizații neguvernamentale, medici, arhitecți, constructori și alți factori cheie, implementarea strategiei poate fi îngreunată.

Pentru a depăși aceste provocări, trebuie să luate în în considerare interacțiunile complexe dintre diferiți factori iar dezvoltarea activităţilor de comunicare din cadrul strategiei **trebuie adaptate contextului** pentru a asigura conștientizarea, educația și schimbările de comportament în rândul populației. **Modelul Social Ecologic** este o abordare care explorează interacțiunile complexe dintre individ, comunitate, mediul fizic și contextul social în care trăiesc.

### Contextul provocărilor pe care le presupune implementarea SNCR

Mai jos, au fost analizate provocările SNCR utilizând *Modelul Socio-Ecologic* (SEM). SEM sugerează faptul că, comportamentul unui individ este integrat într-o rețea dinamică de caracteristici intrapersonale, procese interpersonale, factori instituționali, trăsături comunitare și politici publice.

Modelul presupune că interacțiunile dintre indivizi și mediul lor sunt reciproce, ceea ce implică faptul că un individ este influențat de mediul său, iar mediul este influențat de individ. De asemenea, se presupune că mediul este compus din mai multe niveluri care se suprapun: *nivelul individual* cuprinde cunoștințele, conștientizarea, atitudinile, credințele și percepțiile individuale. Acești factori sunt influențați de mediul fizic și social al individului. Familia, prietenii și furnizorii de servicii medicale cuprind componente importante ale *nivelului interpersonal*. Regulile, reglementările și atitudinea generală față de cercetare ale instituției de sănătate modelează *nivelul comunitar* în cadrul modelului. Nivelul de politici publice este modelat de legile locale și statale. SEM ia în considerare factorii socio-culturali, precum și factorii de mediu și legăturile acestora cu factorii biologici. Astfel,

### Nivel Individual

*Cunoștințe și Convingeri***:** Lipsa cunoștințelor și convingerilor corecte despre radon poate duce la subestimarea riscurilor și, ca urmare, la rezistența la schimbare de comportament.

*Rezistența la Schimbare:* Oamenii pot fi reticenți în a adopta schimbări în rutina lor, mai ales dacă nu percep imediat beneficiile.

### Nivel Interpersonal

*Influențe Sociale:* Opiniile și comportamentele prietenilor, familiei și colegilor pot influența deciziile individuale legate de testarea și prevenția/reducerea expunerii la radon.

*Comunicare în Familie:* Comunicarea ineficientă în cadrul familiei cu privire la riscurile radonului și măsurile de protecție pot împiedica adoptarea schimbărilor de comportament.

### Nivel Comunitar

*Stigmă și Sensibilizare:* Lipsa sensibilizării comunitare și stigma asociată testării pentru radon pot descuraja oamenii să solicite teste sau să vorbească despre subiect.

*Resurse Comunitare:* Accesul limitat la resurse comunitare, precum sesiuni informative sau ghiduri practice, poate împiedica adoptarea de măsuri de reducere a radonului.

### Nivel Organizațional

*Resurse Limitate:* Organizațiile și instituțiile implicate în implementarea strategiei pot întâmpina dificultăți în alocarea resurselor financiare, tehnologice și umane necesare pentru comunicare eficientă și educație.

*Colaborare și Coordonare:* Lipsa unei colaborări strânse și a unei coordonări între diferitele organizații poate duce la redundanță și la dificultăți în atingerea obiectivelor strategiei.

### Nivel de societate

*Resurse guvernamentale și politici publice*: Dacă problema radonului nu este abordată ca o prioritate în politicile publice sau nu există suficiente resurse alocate pentru implementarea SNCR, respectiv a PNAR, acestea pot rămâne subfinanțate și ineficiente.

*Cadrul Legal și Reglementările:* Reglementările inadecvate sau absența unui cadru legal pentru prevenirea și reducerea expunerii la radon pot reprezenta un impediment în implementarea strategiei.

### Nivel Global

*Tendințe Internaționale:* Factorii externi, cum ar fi tendințele internaționale în domeniul sănătății și/sau alte tipuri de pericole, pot influența gradul de atenție sau de prioritizare a populaţiei acordat expunerii la radon.

## Identificarea grupurilor ţintă

Identificarea grupurilor ţintă, respectiv, a grupurilor potențial prioritare cărora le sunt adresate mesajele SNPR este un aspect fundamental pentru succesul și eficacitatea eforturilor de comunicare. Fără o înțelegere clară a *cui ar trebui să fie mesajele* și *cine este cel mai susceptibil să fie afectat* sau să răspundă la informațiile despre radon, strategia riscă să fie inadecvată și să nu-şi atingă obiectivele propuse.

În primul rând, identificarea grupurilor ţintă ajută la personalizarea mesajelor. Diferite grupuri din populație au nevoi, niveluri de cunoştințe și preocupări diferite legate de expunerea la diverşi factori de risc pentru sănătate. Prin focalizarea pe aceste diferențe și adaptarea comunicării în funcție de acestea, se poate spori gradul de receptivitate al audienței. De exemplu, proprietarii de locuințe ar putea fi mai interesați de măsurile practice pentru reducerea nivelurilor de radon, în timp ce profesioniștii din domeniul imobiliar ar putea fi mai preocupați de modul în care aceasta pot influența tranzacțiile imobiliare.

În al doilea rând, identificarea audienței potențiale permite alocarea eficientă a resurselor. Bugetele și resursele pentru comunicare sunt de obicei limitate, așadar concentrarea lor asupra audiențelor cu cel mai mare impact poate duce la o utilizare mai eficientă a acestora. Prin înțelegerea cui trebuie să ajungă mesajele și prin utilizarea canalelor de comunicare preferate de aceste grupuri, se poate asigura că informațiile vitale despre radon ajung la cei care au cel mai mult de beneficiat de pe urma lor. Aceasta poate duce la o creștere a conștientizării și a adoptării măsurilor preventive, contribuind la reducerea expunerii la radon și la protejarea sănătății populației.

1. *Populația generală*: Aceasta este audiența principală a strategiei de comunicare. Scopul este creşterea gradul de conștientizare în rândul publicului despre pericolul expunerii la concentraţii mari de radon, atât la domiciliu cât şi la locul de muncă, să promoveze acele atitudini, comportamente şi acţiuni preventive şi să sprijine activităţile şi acţiunile corective, de protecţie şi remediere pentru reducerea expunerii la radon în special în rândul grupurilor la risc.
2. *Instituții şi agenţii guvernamentale:* Prin implicarea și conștientizarea instituțiilor guvernamentale, se poate asigura adoptarea și aplicarea unor măsuri coerente și eficiente de combatere a radonului la nivel național. Aceste instituții au puterea de a crea și implementa norme, standarde și legislație care să reglementeze măsurile de prevenire, testare și gestionare a radonului în clădiri și locuințe. De asemenea, instituțiile guvernamentale pot juca un rol important în furnizarea de resurse, suport tehnic și promovarea practicilor bune, contribuind astfel la creșterea gradului de conștientizare și protecție a cetățenilor în fața riscului reprezentat de expunerea de lungă la concentraradon.
3. *Angajatori:* Angajatorii au responsabilitatea de a proteja sănătatea și siguranța angajaților lor conform legislației și reglementărilor în vigoare, iar conștientizarea cu privire la riscurile legate de radon poate duce la implementarea mai eficientă a măsurilor de reducere a expunerii.
4. *Proprietarii şi administratorii clădirilor cu acces public şi proprietarii de locuinţe:* Grupul țintă ar include proprietarii de case și apartamente, deoarece radonul poate pătrunde în spațiile interioare și reprezintă o sursă importantă de expunere. Strategia ar putea viza informarea lor despre măsurile de testare a nivelurilor de radon, precum și despre soluțiile de reducere a concentrațiilor dacă nivelurile depășesc nivelul de referinţă (300 Bq/m3).
5. *Profesioniștii din construcții/renovări:* Această categorie de persoane are un rol semnificativ în asigurarea construcțiilor și renovărilor de case sănătoase. Strategia ar putea include formarea și informarea acestor profesioniști despre măsurile de prevenire a intrării radonului în case și despre tehnici de reducere a concentrațiilor de radon din spații.
6. *Autoritățile publice locale:* Implicarea și sprijinul autorităților guvernamentale sunt esențiale pentru promovarea schimbărilor sociale și comportamentale la nivel național. Prin strategia de comunicare, se pot aborda și implica aceste entități în promovarea unor politici sau reglementări specifice privind radonul.
7. *Sectorul medical și profesioniștii din domeniul sănătății:* Informarea și conștientizarea profesioniștilor din domeniul sănătății despre riscurile legate de expunerea la radon. Medicii de familie, de exemplu, ca și alți furnizori de asistență medicală, au ocazia de a discuta cu pacienții lor despre riscurile radonului și despre măsurile de prevenire, jucând un rol crucial în educația și consilierea individuală a persoanelor expuse.
8. *Instituții de învățământ:* Integrarea conținutului legat de radon și sănătatea mediului în programele școlare poate contribui la creșterea conștientizării și la crearea unor generații informate și responsabile.
9. *Grupuri de activism și organizații non-guvernamentale:* Astfel de grupuri pot fi aliați puternici în promovarea conștientizării cu privire la expunerea la concentraţii mari de radon și pot sprijini la organizarea şi susţinerea evenimentelor, seminariilor, campaniilor de testare, etc.
10. *Comunitățile in care populaţia are rezidenţa sau locul de muncă în zone de prioritate pentru reducerea riscului de expunere la radon:* Dacă există anumite zone cu niveluri ridicate de radon, este crucială comunicarea cu aceste comunități în mod specific și să oferiți resurse pentru testarea și reducerea expunerii.

*Pentru fiecare grup de audienţă, este ideal ca activităţile de comunicare să fie specifice, şi să aibă mesaje și tactici distincte, adaptate la particularitățile lor și la modul în care comunicarea poate fi eficace.*

Există o serie de factori care pot influenţa semnificativ eficienţa activităţilor de comunicare, respectiv:

### Factorii Ideatici

*Factorii Ideatici* se referă la elementele sau ideile centrale care sunt transmise într-un proces de comunicare. Acești factori sunt esențiali pentru a transmite înțelesul corect și pentru a asigura că mesajul este înțeles așa cum a fost intenționat.

Următorii *Factorii Ideatici* identificaţi pentru strategia de faţă vor fi analizaţi pentru fiecare categorie de audienţă, şi vor fi luate în considerarea în cadrul dezvoltării activităţilor de comunicare. Analiza atentă a acestor factori ideatici vă poate ajuta să adaptați strategia de comunicare pentru radon în funcție de nevoile, atitudinile și comportamentele specifice ale audienței principale.

1. *Nivelul de cunoştințe și conștientizarea riscului:* Este important să se înțeleagă cât de familiarizată este audiența cu conceptul de radon și riscurile asociate. Dacă audiența are deja cunoștințe despre radon, mesajele pot fi mai concentrate pe măsuri specifice de reducere a expunerii.
2. *Percepția riscului:* Înțelegerea modului în care audiența percepe riscul asociat cu radonul este crucială. Dacă audiența subestimează gravitatea problemelor legate de radon, mesajele ar trebui să se axeze pe fapte și date științifice pentru a spori conștientizarea.
3. *Valori personale și priorități:* Identificarea valorilor și preocupărilor care motivează audiența poate ajuta la adaptarea mesajelor. De exemplu, dacă audiența este preocupată de sănătatea familiei, mesajele pot sublinia legătura dintre expunerea la radon și riscurile pentru sănătate.
4. *Nivelul de încredere în sursele de informații:* Audiența poate avea încredere în diferite surse de informații, cum ar fi organizații guvernamentale, medici sau experți în domeniu. Înțelegerea acestor surse de încredere poate influența modul în care mesajele sunt percepute.
5. *Barierele de acțiune:* Identificarea obstacolelor sau rezistenței la acțiunea propusă (cum ar fi testarea nivelului de radon sau implementarea măsurilor de reducere) poate ajuta la dezvoltarea de mesaje care să abordeze aceste preocupări.
6. *Comunicarea anterioară:* Dacă există informații anterioare sau mituri legate de radon şi expunerea la radon cu care audiența a venit în contact, este important să le abordați în mod clar și să oferiți informații corecte pentru a corecta eventualele confuzii.
7. *Caracteristicile demografice:* Factori precum vârsta, genul, nivelul de educație și locația geografică pot influența modul în care audiența abordează informațiile legate de radon. Adaptarea mesajelor la aceste caracteristici poate crește eficacitatea comunicării.
8. *Sursa și tonul mesajelor:* Alegerea sursei de comunicare și tonul utilizat în mesaje poate fi semnificativă. De exemplu, mesajele prezentate de experți în domeniu pot avea mai multă autoritate, în timp ce mesajele cu un ton prietenos pot fi mai atractive pentru anumite audiențe.
9. *Beneficiile acțiunii:* Evidențierea beneficiilor directe ale acțiunilor propuse (cum ar fi testarea in scopul determinării concentrației de radon sau implementarea măsurilor de reducere a concentraţiei de radon din interiorul locuinţelor) poate motiva audiența să acționeze în conformitate cu mesajele transmise.
10. *Efectele sociale și comunitare:* Înțelegerea modului în care acțiunile individuale pot avea un impact asupra comunității sau familiei poate influența decizia audienței de a acționa în mod corespunzător.

### Facilitatori ai schimbării sociale şi de comportament

Facilitatorii schimbării sociale și de comportament sunt factori care contribuie la acceptarea și adoptarea unor noi comportamente sau practici într-o comunitate sau în rândul unei audiențe țintă. În contextul SNCR, următorii facilitatori pot juca un rol semnificativ în promovarea schimbării de comportament în rândul audienței principale:

1. *Informație clară și convingătoare:* Furnizarea de informații precise, științifice și ușor de înțeles cu privire la pericolele expunerii la radonul din interiorul locuințelor, locurilor de muncă şi a clădirilor cu acces public, cât și beneficiile privind reducerea expunerii poate ajuta audiența să înțeleagă importanța acțiunii.
2. *Credibilitatea surselor de informații:* Mesajele transmise de surse credibile, cum ar fi autorități guvernamentale, organizații de sănătate sau experți în domeniul sănătății publice, pot influența pozitiv acceptarea informațiilor și schimbarea comportamentelor.
3. *Exemple concrete și modele de rol:* Prezentarea unor exemple de succes ale persoanelor/instituțiilor sau comunităților care au implementat măsuri preventive şi/sau de reducere a expunerii la radon poate inspira și motiva audiența să urmeze exemplul.
4. *Accesibilitatea și ușurința în implementare:* Cu cât este mai simplă adoptarea unor practici noi, sau inițierea unor acțiuni de prevenție/protecție, cu atât este mai probabil ca populația să le implementeze. Oferirea unor instrucțiuni clare privind testarea radonului sau implementarea măsurilor preventive/de remediere poate ușura procesul de schimbare.
5. *Beneficii tangibile și motive personale:* Evidențierea beneficiilor directe ale reducerii expunerii la radon, cum ar fi îmbunătățirea sănătății familiei, poate motiva audiența să acționeze în consecință.
6. *Angajament și mobilizare comunitară:* Crearea de campanii de conștientizare la nivel comunitar și organizarea de evenimente locale poate mobiliza oamenii să se implice și să adopte comportamentele aşteptate.
7. *Legătura cu normele sociale și culturale:* Dacă noile comportamente se aliniază cu normele sociale sau culturale existente, este mai probabil ca audiența să le accepte. Integrarea mesajelor în cadrul valorilor culturale și sociale poate facilita schimbarea.
8. *Responsabilitatea individuală și colectivă:* Sublinierea faptului că fiecare persoană poate contribui la reducerea expunerii la radonul din interiorul locuințelor personale, sau la locul de muncă, reprezintă responsabilizarea individuală și/sau colectivă, ceea ce poate motiva oamenii să acționeze.
9. *Feedback și recompense pozitive:* Odată ce audiența adoptă noile comportamente, oferirea de feedback pozitiv și, eventual, de recompense, poate întări schimbarea și încuraja persistența.
10. *Comunicarea continuă și repetată:* Repetarea mesajelor și comunicarea continuă pot asigura că audiența rămâne conștientă și motivată în ceea ce privește schimbarea comportamentală.
11. *Resurse și sprijin financiar:* Oferirea de resurse financiare sau subvenții pentru testarea in scopul determinării concentrației de radon și pentru implementarea unor metode preventive/remedierea problemelor existente privind expunerea la radon poate facilita adopția mai rapidă a acestor măsuril. Acest sprijin financiar poate reduce barierele economice care pot împiedica implementarea PNAR.
12. *Leadership și implicare comunitară:* Implicarea liderilor comunitari și a factorilor de influență locali poate juca un rol esențial în promovarea schimbării comportamentale. Aceștia pot deveni modele și susținători ai strategiei, inspirând și mobilizând comunitatea să acționeze.
13. *Promovarea unei culturi a prevenţiei în domeniul sănătății:* SNCR poate promova o cultură a sănătății și siguranței în rândul populației, evidențiind importanța adoptării măsurilor preventive și a protejării sănătății proprii și a celor din jur.
14. *Colaborare și parteneriate*: Colaborarea între guvern, organizații neguvernamentale, medici, instituții de cercetare și alte părți interesate poate consolida impactul strategiei. Parteneriatele pot asigura o abordare holistică și coordonată a implementării măsurilor preventive.

### Factori la nivel socio-ecologic

Factorii socio-ecologici reprezintă interacțiunea complexă dintre factorii sociali și ecologici care pot influența audiența principală în implementarea SNCR. Factorii socio-ecologici sunt elemente din mediul înconjurător care influențează comportamente și opțiuni individuale și colective. Acești factori pot afecta atât nivelul individual, cât și cel colectiv, adăugând un nivel suplimentar de complexitate în eforturile de schimbare comportamentală şi socială. În contextul SNCR, acești factori pot juca un rol semnificativ în receptarea, acceptarea și adoptarea mesajelor legate de radon.

Mai jos sunt descrişi o serie de factori socio-ecologici identificați în cadrul SNCR care pot afecta/influența audiența principală/grupuri de audienţă:

Factori individuali:

*Cunoaștere și percepție***:** Nivelul de cunoaștere despre radon, percepția riscului și conștientizarea asupra impactului său pot influența dacă oamenii își vor dori să acționeze.

*Attitudini și convingeri:* Attitudinile față de riscul radonului și percepția beneficiilor reducerii expunerii pot afecta dorința de a acționa în consecință.

*Motivație personală:* Motivația pentru a proteja sănătatea proprie și a familiei poate determina dorința de testarea in scopul determinării concentrației de radon și de a implementa măsuri de reducere.

*Capacități și resurse:* Accesul la informații, resurse financiare și tehnice privind managementul problematicii radonului la nivel individual pot influența abilitatea indivizilor de a testarea in scopul determinării concentrației de radon sau de a efectua modificări în locuințe.

Factori interpersonali:

*Influența socială:* Opiniile și comportamentele membrilor familiei, prietenilor sau comunității pot influența adoptarea măsurilor legate de radon.

*Modelarea comportamentului:* Exemplele de persoane sau familii care au testarea in scopul determinării concentrației de radon și au luat măsuri de reducere a concentraţiei de radon pot motiva și alți oameni să urmeze același exemplu.

Factori comunitari:

*Norme sociale:* în cazul în care o comunitate promovează și susține acţiunile de testarea in scopul determinării concentrației de radon și măsuri preventive/de remediere, este mai probabil ca cei care fac parte din acea comunitate să adopte comportamente similare.

*Acces la resurse:* Disponibilitatea de servicii de testarea in scopul determinării concentrației de radon și accesibilitatea la specialiști în construcții rezistente la radon pot influența capacitatea comunității de a acționa.

Factori economici

*Costurile testării și a măsurilor preventive/de remediere:* Disponibilitatea financiară și percepția costurilor de testare sau a lucrărilor de remediere pot influența decizia de a acționa.

Factori instituționali

*Reglementări și politici:* Existenta reglementărilor sau standardelor guvernamentale legate de expunerea la radon poate influența atât proprietarii de case, cât și industria construcțiilor. În plus, pot exista situaţii în care să existe reglementări şi/sau politici privind managementul radonului, dar gradul de informare şi/sau conştientizare a celor cărora le este adresat să fie foarte scăzut.

*Resurse guvernamentale:* Guvernul poate furniza resurse și informații pentru a sprijini eforturile de testare și reducere a concentraţiei de radon.

Factori mediatici

*Mass-media:* Rapoartele mass-media despre riscurile legate de radon pot crește conștientizarea publicului și pot influența preocupările și acțiunile acestora.

Factori geografici

*Zone cu niveluri ridicate de radon:* populația rezidentă în zonele geografice cu niveluri ridicate de radon pot avea o conștientizare mai mare asupra problemei și pot fi mai receptive la mesaje.

### Persoane/grupuride influenţă cheie

Persoanele/instituţiile cheie din rețelele sociale ale grupurilor țintă sunt acele persoane/instituţii care pot avea un impact semnificativ asupra comunităților și sunt considerate lideri de opinie sau modele de urmat. Aceste persoane/grupuri de influenţă au capacitatea de a influența și de a inspira comportamente și schimbări sociale în rândul altor membri ai comunității. Iată câteva exemple de astfel de persoane cheie:

*Lideri comunitari*: Persoanele care au roluri de conducere în comunitate, cum ar fi primarii, președinții de consilii locale sau liderii organizațiilor civice, pot fi văzute ca autorități și pot avea un impact puternic în promovarea strategiei și în mobilizarea comunității pentru a lua măsuri preventive.

*Medici și profesioniști din domeniul sănătății*: Medicii, asistenții medicali și alți profesioniști din domeniul sănătății pot fi surse de încredere pentru informații despre radon și pot încuraja pacienții să ia măsuri preventive. Ei pot juca un rol important în educarea și conștientizarea populației cu privire la riscurile radonului.

*Profesori și alti profesionişti din domeniul educaţiei*: Profesorii și educaționaliștii pot juca un rol vital în educarea copiilor și tinerilor cu privire la radon și măsurile preventive. Aceștia pot transmite informații esențiale în școli și pot implica elevii în activități de conștientizare.

*Jurnaliști și bloggeri/influenceri*: Persoanele cu influență în mass-media sau în mediul online, cum ar fi jurnaliștii, bloggerii sau influencerii, pot transmite mesajele strategiei către un public mai larg. Abordarea acestor persoane cheie poate contribui la răspândirea mesajelor în rândul comunităților.

*Organizații neguvernamentale, asociaţii*: Organizațiile neguvernamentale active în domeniul sănătății sau al mediului pot aduce expertiză și sprijin în implementarea strategiei. Ele pot implica membrii comunității și pot organiza evenimente sau campanii de conștientizare.

*Personalități publice*: Personalitățile publice, cum ar fi artiști, sportivi sau oameni cu notorietate, pot fi adevărate modele de urmat pentru publicul larg și pot folosi influența lor pentru a susține și promova strategia.

*Lucrători sociali*: Lucrătorii sociali care lucrează direct cu comunitățile și familii pot identifica nevoile specifice și pot oferi sprijin și îndrumare în implementarea măsurilor preventive.

*Reprezentanți ai industriei de construcții*: Persoanele implicate în industria de construcții, cum ar fi arhitecți, constructori și dezvoltatori imobiliari, pot promova construcția rezistentă la radon și pot sprijini strategia prin intermediul proiectelor de construcție.

*Specialiști în calitatea aerului interior*: Experții în domeniul calității aerului pot oferi informații detaliate despre riscurile radonului și soluții nu doar pentru reducerea expunerii la radon, dar şi pentru asigurarea unui aer sănătos în locuinţe şi la locul de muncă. Ei pot contribui la informarea și conștientizarea publicului.

*Instituții de cercetare și universități*: Aceste instituții pot furniza date și cercetări actuale legate de radon și impactul său asupra sănătății umane. Informațiile bazate pe dovezi pot motiva deciziile informate.

*Media locală*: Publicațiile locale, posturile de televiziune și radioul local pot juca un rol semnificativ în diseminarea informațiilor și crearea conștientizării în comunitate.

Abordarea și implicarea acestor persoane cheie în strategia de comunicare pentru radon poate spori credibilitatea, angajamentul și receptivitatea publicului față de mesajele și măsurile preventive. Colaborarea cu aceste persoane poate aduce un plus de valoare în eforturile de a atinge obiectivele strategiei și de a proteja sănătatea populației.

## Evaluarea nevoilor și resurselor de comunicare necesare implementării SNCR

Pentru realizarea și implementarea eficientă a SNCR, sunt necesare o serie de resurse și instrumente de comunicare. Acestea vor contribui la diseminarea informațiilor și la mobilizarea publicului pentru a adopta măsuri preventive împotriva radonului. Aceste resurse și instrumente de comunicare trebuie să fie adaptate la specificul grupurilor țintă de audienţă și să se bazeze pe o abordare integrată și coordonată pentru a maximiza impactul strategiei. Resursele de comunicare să fie adaptate la nevoile și preferințele grupurilor de audiență și să fie distribuite într-un mod care să permită o acoperire largă și eficientă.

### Nevoi de comunicare:

*Informații clare și accesibile***:** Publicul are nevoie de informații precise și ușor de înțeles despre ce este radonul, riscurile asociate și măsurile de prevenire.

*Conștientizare și educație***:** O nevoie prioritară este conștientizarea publicului cu privire la pericolele radonului și la importanța testării și reducerii expunerii.

*Motivație și implicare***:** Publicul trebuie să fie motivat să acționeze pentru a testa radonul și pentru a implementa măsurile de reducere. Aceasta poate implica crearea unor mesaje care să sublinieze impactul asupra sănătății familiei.

*Resurse practice:* Publicul are nevoie de resurse practice pentru a testarea in scopul determinării concentrației de radon, pentru a înțelege rezultatele și pentru a efectua măsurile de reducere a concentraţiei de radon. Acest lucru poate include ghiduri, tutoriale și instrumente.

*Legătura cu experți:* O nevoie importantă este accesul la experți în domeniul sănătății, construcțiilor, etc. care să poată oferi sfaturi tehnice de calitate și informații personalizate.

*Suport tehnic și consultanță*: Oamenii pot avea nevoie de îndrumare și suport tehnic în ceea ce privește testarea in scopul determinării concentrației de radon și implementarea măsurilor de remediere.

*Exemple concrete și povestiri de succes:* Poveștile de succes ale celor care au testarea in scopul determinării concentrației de radon și au implementat măsuri de protecție pot inspira și motiva alți oameni să urmeze exemplul.

*Informații despre reglementări***:** Publicul are nevoie de informații cu privire la reglementările guvernamentale și la standardele legate de radon, precum și la resursele disponibile pentru a le respecta.

### Resurse de comunicare

*Materiale informative***:** Dezvoltarea de materiale informative, cum ar fi broșuri, pliante, afișe și prezentări, care să ofere informații clare și ușor de înțeles despre radon și măsurile de prevenire.

*Website și platforme online***:** Crearea unui website dedicat cu informații detaliate, întrebări frecvente, și alte resurse utile poate sprijini accesul facil la informații.

*Campanii de conștientizare:* Organizarea de campanii de conștientizare în mass-media, pe rețelele sociale și în comunitate poate spori gradul de vizibilitate al strategiei și a mesajelor legate de radon.

*Seminarii și evenimente:* Organizarea de seminarii, webinarii și evenimente locale cu experți în domeniu poate oferi oamenilor șansa de a interacționa și de a primi răspunsuri la întrebările lor.

*Materiale multimedia:* Crearea de videoclipuri explicative, infografice și animații poate ajuta la transmiterea informațiilor complexe într-un format atractiv și ușor de înțeles.

*Parteneriate cu mass-media:* Colaborarea cu mass-media pentru a promova mesajele și campaniile poate ajuta la atingerea unui public mai larg.

*Suport pentru contact direct:* Asigurarea unor căi de contact pentru întrebări și sfaturi poate oferi oamenilor încrederea că pot primi informații personalizate.

*Resurse pentru specialiști:* Dezvoltarea de resurse pentru medici, constructori și alți profesioniști poate ajuta la extinderea informațiilor legate de radon în diferite domenii.

*Colaborare cu ONG-uri:* Implicarea organizațiilor neguvernamentale cu experiență în comunicare și conștientizare poate extinde raza de acțiune a strategiei.

## Capacităţi de servicii şi produse necesare pentru implementarea SNCR

Implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon cât şi a Planului National de Acţiune pentru Radon, necesită o serie de capacități, servicii și produse pentru a fi eficientă și să poată atinge obiectivele propuse.

### Necesar de capacități și servicii:

*Consultanță și asistență tehnică:* Furnizarea de consultanță și suport tehnic pentru proprietarii de locuințe în ceea ce privește testarea in scopul determinării concentrației de radon și implementarea măsurilor de reducere.

*Ghiduri/normative de proiectare și construcție de clădiri:* Dezvoltarea de companii de construcții specializate în proiectarea și construcția de locuințe și clădiri rezistente la pătrunderea radonului.

*Training și educație profesională:* Organizarea de programe de instruire și seminarii pentru profesioniștii din domeniul construcțiilor, sănătății și alte domenii relevante cu privire la riscurile radonului și măsurile de prevenire.

*Platforme online de informare:* Dezvoltarea de platforme web sau aplicații mobile pentru furnizarea de informații detaliate și personalizate despre radon, teste și măsuri de protecție. Capacitatea de a crea și de a gestiona un site web dedicat strategiei și/sau o aplicație mobilă poate facilita accesul publicului la informații relevante și la resurse utile privind radonul.

*Evenimente comunitare și workshop-uri:* Organizarea de evenimente locale, cum ar fi workshop-uri și prezentări, pentru a educa comunitățile și a încuraja schimbarea de comportament.

*Parteneriate și colaborări:* Capacitatea de a stabili și menține parteneriate și colaborări cu organizații neguvernamentale, instituții academice, industria de construcții și alte părți interesate poate aduce resurse suplimentare și sprijin pentru implementarea strategiei.

*Resurse financiare:* Pentru implementarea strategiei, este necesară o alocare adecvată de resurse financiare pentru acoperirea cheltuielilor legate de cercetare, dezvoltarea de materiale de comunicare, organizarea evenimentelor, testare și remedierea radonului etc.

### Necesar de produse

*Dispozitive de testare a radonului:* Dezvoltarea și distribuția de dispozitive de testarea in scopul determinării concentrației de radon în interiorul locuințelor, cum ar fi detectoare sau monitoare, pe care publicul le poate utiliza pentru a măsura nivelurile în propriile locuințe.

*Servicii de remediere a radonului:* Capacitatea de a oferi servicii de remediere în clădiri și locuințe este esențială pentru a ajuta populația să implementeze măsuri preventive și să reducă expunerea la radon. Publicul/angajatorii/managerii clădirilor trebuie să aibă acces atât la servicii de testarea in scopul determinării concentrației de radon dar şi acces la soluţii pentru limitarea expunerii. Dacă aceste resurse sunt inaccesibile, sau deficitare, activitățile de comunicare vor fi deficitare, şi nu îşi vor atinge obiectivele, respectiv motivarea pentru acţiune.

*Kit-uri de reducere a concentraţiei de radon:* Crearea de seturi sau pachete care conțin materiale și instrucțiuni pentru a ajuta proprietarii să implementeze singuri măsuri de reducere a concentraţiei de radon.

*Produse de construcție rezistentă la radon***:** Includerea de materiale și tehnologii specifice în produsele de construcție pentru a minimiza intrarea radonului în clădiri.

*Materiale educaționale:* Producția de broșuri, pliante, cărți sau materiale video cu informații și ghiduri practice despre radon și protecție.

*Materiale de promovare:* Crearea de materiale de promovare, cum ar fi postere, bannere și reclame, pentru a sprijini campaniile de conștientizare.

Aceste capacități, servicii și produse pot satisface cererea publicului pentru informații, suport și instrumente practice pentru a lua măsuri de protecție împotriva radonului în locuințele și comunitățile lor.

# Obiectivele Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon

Obiectivele Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon sunt direcții specifice și măsurabile pe care strategia le urmărește pentru a atinge rezultatele și schimbările dorite în ceea ce privește conștientizarea, informarea și acțiunile legate de radon. Aceste obiective servesc ca repere pentru orientarea eforturilor de comunicare și pentru evaluarea succesului global al strategiei.

**Obiectivul 1: Creșterea nivelului de conștientizare a populației, angajatorilor şi managerilor/proprietărilor clădirilor cu acces public cu privire la riscul pentru sănătate asociat cu expunerea pe termen lung la concentrații de radon care depășesc nivelul de referință de 300 Bq/m3 și modalități de limitare a expunerii.**

*Justificare:* Expunerea insuficientă la informații despre radon poate duce la o lipsă de conștientizare în rândul populației, angajatorilor şi managerii/proprietărilor clădirilor cu acces public. Prin creșterea conștientizării, aceştia vor deveni mai informați cu privire la riscurile asociate cu radonul și vor înțelege importanța testării și a luării de măsuri preventive.

**Obiectiv 2:** **Gradul de transparenţă, informarea şi conştientizare a legislației și al politicilor existente privind radonul din interiorul locuinţelor, a locurilor de muncă şi a clădirilor cu acces public.**

*Justificare:* Legislaţia şi politicile asigură un cadrul legal și operațional pentru prevenirea și gestionarea expunerii la radon. Întrucât radonul reprezintă un risc major pentru sănătatea publică, promovarea cunoașterii și înțelegerii legislației și politicilor legate de radon este crucială pentru a motiva atât profesioniștii din domeniul construcțiilor, cât și publicul larg să adopte măsuri de prevenire și control.

Prin informarea corespunzătoare a tuturor părților interesate despre normele, reglementările și politicile legate de radon, ne asigurăm că clădirile sunt construite sau renovate în conformitate cu standardele de siguranță, iar oamenii își iau măsuri concrete pentru a reduce expunerea la radon. Respectarea legislației existente înseamnă că riscurile pentru sănătate sunt diminuate, contribuind astfel la protejarea vieților și îmbunătățirea calității mediului construit.

**Obiectivul 3:** **Motivarea angajatorilor şi a managerilor/administratorilor de clădiri cu acces public să efectueze teste pentru** **determinarea concentraţiei de radon de la locul de muncă şi din clădirile cu acces public și să implementeze măsuri preventive/corective de reducere a expunerii.**

*Justificare***:** Creșterea conștientizării nu este suficientă. Acest obiectiv se concentrează pe transformarea informației în acțiuni concrete. Motivarea proprietarilor și administratorilor să testeze nivelurile de radon și să ia măsuri pentru reducerea expunerii angajaţilor la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă este semnificativă pentru protejarea sănătății populaţiei.

În plus, conform cerinţelor legislative[[3]](#footnote-3), “Concentrația de radon se determină indiferent de zona de prioritate, pentru următoarele: a) locuri de muncă din subteran și parter, cum ar fi: stații de metrou, centre de relaxare, cariere, mine, grote, peșteri, saline, instalații de tratare a apei, extracții materii prime, ciupercării, depozite, arhive, biblioteci, laboratoare; b) clădiri cu acces public; c) clădiri publice care găzduiesc un public mai larg decât utilizatorii săi direcți, cum ar fi primării, prefecturi, sedii de poliție, unități școlare, creșe, grădinițe, unități sanitare, cluburi sportive, teatre, cinematografe etc.”

**Obiectivul 4:** **Motivarea proprietarilor de locuințe și a administratorilor clădirilor rezidenţiale să efectueze teste pentru determinarea concentraţiei de radon din interiorul clădirilor și să implementeze de reducere a expunerii, dacă se consideră a fi necesar.**

*Justificare:* Mulți proprietari de locuințe și administratori de clădiri pot să nu acorde suficientă atenție problemelor legate de radon, dacă nu sunt motivați să acționeze. Acest obiectiv urmărește să încurajeze implicarea activă prin evidențierea beneficiilor pentru sănătate și siguranță în luarea măsurilor de reducere a expunerii la radon.

**Obiectivul 5:** **Conștientizarea și implicarea profesioniștilor din sistemul de sănătate şi industria construcțiilor.**

*Justificare:* În primul rând, profesioniștii din domeniul sănătății, precum medicii, epidemiologii și personalul medical, sunt poziționați pentru a furniza informații esențiale despre riscurile asociate expunerii la radon și pot influența pozitiv atitudini, percepții şi comportamente privind deciziile pacienților în ceea ce privește testarea radonului în locuințele lor, şi, după caz remedierea problemelor. În același timp, implicația profesioniștilor din industria construcțiilor, cum ar fi arhitecții, inginerii și constructorii, este importantă pentru integrarea măsurilor de prevenire a radonului în procesele de proiectare și construcție a clădirilor, precum și pentru educarea proprietarilor de locuințe despre importanța evaluării și remedierii radonului. Prin această implicare și conștientizare, se poate asigura o implementare mai eficientă și mai largă a măsurilor de prevenire a radonului, având ca rezultat o reducere semnificativă a expunerii și protejarea sănătății publice.

**Obiectivul 6:** **Integrarea informațiilor despre radon în programele educaționale, de formare şi informare, cu accent pe sensibilizarea tinerilor și a profesioniștilor din sistemul medical şi industria construcțiilor.**

*Justificare***:** Educația și formarea joacă un rol cheie în promovarea conștientizării și acțiunii. Integrarea informațiilor despre radon în programele educaționale și de formare asigură o înțelegere mai profundă a riscurilor și a măsurilor de protecție, atât pentru tineri, cât și pentru profesioniștii din sistemul medical şi în industria construcțiilor.

**Obiectivul 7:** **Promovarea colaborării dintre autorități, organizații non-guvernamentale și mass-media pentru a susţine şi extinde acoperirea temelor legate de managementul radonului.**

*Justificare*: Colaborarea între diferite părți interesate poate multiplica impactul mesajelor legate de radon. Implicarea autorităților, organizațiilor non-guvernamentale și mass-mediei poate asigura o distribuție mai largă a informațiilor și poate ajuta la ajungerea la diverse audiențe. Aceasta poate contribui la consolidarea eforturilor în vederea creșterii conștientizării și a acțiunii.

Aceste obiective și justificări subliniază importanța Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon în abordarea eficientă a riscurilor legate de expunerea la radon. Fiecare obiectiv contribuie la creșterea conștientizării, la stimularea acțiunii și la încurajarea comportamentelor preventive în rândul populației, cu scopul final de a proteja sănătatea și bunăstarea publicului.

# Analiza Audienţei SNCR

Analiza audienței Strategiei Nationale de Comunicare pentru Radon identificată în Capitolul 1 este esențială pentru a înțelege în profunzime nevoile, atitudinile și comportamentele diferitelor subgrupuri din populația generală.

Segmentarea şi prioritizarea audienţei

Prin segmentarea audienței și analiza fiecărui segment, SNCR poate fi personalizată pentru a fi relevantă și eficientă. Aceasta implică împărțirea publicului țintă în subgrupuri mai mici și relevante, astfel încât mesajele și tactica de comunicare să fie personalizate și să aibă impactul cel mai mare posibil.

De exemplu, *identificând nivelul de conștientizare existent în rândul populației, se poate dezvolta o abordare adecvată pentru a adresa lacunele de informare și a corecta percepțiile greșite. Un alt aspect important în analiza audienței este evaluarea canalelor preferate de comunicare și obiceiurile media ale fiecărui segment. Dacă un anumit segment este mai prezent pe platforme de social media, campaniile digitale ar putea fi mai eficiente pentru a transmite mesajele legate de radon. Pe de altă parte, pentru segmentele care au o preferință pentru interacțiuni în persoană, organizarea de sesiuni de informare în comunități sau evenimente locale ar putea avea un impact mai mare.*

Prin analiza audienței din această perspectivă, se pot prioritiza resursele și eforturile în mod strategic pentru a maximiza răspândirea mesajelor cheie și a stimula acţiunea şi schimbările sociale şi de comportament urmărite. În cadrul SNCR, segmentarea a fost bazată pe mai multe criterii și surse de informații pentru a asigura o abordare eficientă:

**Demografie:** Aceasta include criterii precum vârsta, genul, locația geografică, venitul și nivelul de educație. De exemplu, mesajele pentru tineri ar putea fi prezentate într-un mod mai atractiv și interactiv, în timp ce pentru persoanele în vârstă s-ar putea concentra pe relevanța expunerii la radon în locuințele lor.

**Stil de viață și comportamente:** Segmentarea poate fi realizată pe baza comportamentelor și intereselor specifice. De exemplu, persoanele interesate de sănătate și mediu ar putea primi mesaje concentrate pe legătura dintre radon și sănătatea pulmonară.

**Nivel de cunoștințe și conștientizare:** Publicul poate fi segmentat în funcție de nivelul de cunoștințe despre radon și pericolele asociate. Persoanele cu niveluri reduse de conștientizare ar putea necesita informații de bază și educație, în timp ce cei care sunt deja informați pot fi încurajați să ia măsuri specifice.

**Rol și responsabilități:** Persoanele pot fi segmentate în funcție de rolul lor în societate sau în contextul expunerii la radon. Aceasta poate include proprietari de locuințe, chiriași, profesioniști din domeniul imobiliar, cadre didactice sau lucrători în domeniul construcțiilor.

**Canale de comunicare preferate:** Segmentarea poate lua în considerare canalele de comunicare preferate de către diferitele grupuri de audiență. De exemplu, tinerii ar putea fi mai receptivi la mesaje prin social media, în timp ce persoanele în vârstă ar putea prefera materiale tipărite sau evenimente locale.

**Obiective specifice:** Segmentarea poate fi abordată şi în funcție de obiectivele specifice ale SNCR. De exemplu, dacă un obiectiv este să crească pentru determinarea nivelurilor de radon în școli, segmentarea ar putea fi făcută în funcție de nivelul educațional (preșcolar, școală primară, gimnaziu, liceu, universitate).

Aceste informații au fost obţinute din analiza cercetărilor de piață, a sondajelor, interviuri, analize demografice și statistice, şi literatura de specialitate. Segmentarea realizată pe baza acestor informații va ajuta la personalizarea mesajelor și la adaptarea abordării comunicării pentru fiecare grup țintă, crescând eficacitatea și impactul mesajelor transmise în cadrul strategiei de comunicare pentru radon.

In vederea implementării SNCR, prioritizarea segmentelor grupurilor de audiență va sprijini concentrarea eforturilor și resurselor acolo unde acestea pot avea cel mai mare impact în reducerea riscurilor legate de expunerea pe termen lung la concentraţii mari de radon, dar și în promovarea unor comportamentepreventive, sănătoase.

Criteriile pe baza cărora s-a realizat prioritizarea segmentelor de audinţă sunt următoarele:

**Impact ridicat:** Unele segmente de audiență pot avea un impact mai mare asupra atingerii obiectivelor strategiei. Alocarea mai multor resurse către aceste segmente poate duce la rezultate semnificative în reducerea riscului de expunere la radon și creșterea conștientizării.

**Risc crescut:** Unele grupuri pot fi expuse la un risc mai mare de expunere la radon, fie datorită locației geografice, fie datorită altor factori. Prioritizarea acestor segmente poate contribui la protejarea sănătății publice în zonele cu riscuri mai mari.

**Obiective specifice:** Dacă strategia de comunicare are anumite obiective clare, cum ar fi creșterea testării radonului locurile de muncă cu risc ridicat de expunere, atunci segmentele relevante pentru aceste obiective ar putea fi prioritate.

**Cunoștințe și conștientizare reduse:** Segmentele care au niveluri scăzute de cunoștințe și conștientizare despre radon pot necesita o atenție sporită pentru a educa și informa publicul în legătură cu pericolele asociate.

**Potențial de schimbare a comportamentului:** Anumite segmente pot fi mai receptive la mesajele și informațiile despre radon și pot fi mai dispuse să ia măsuri pentru protecție. Prioritizarea acestor grupuri poate spori șansele de a stimula schimbări de comportament pozitive.

**Nivel de influență:** Anumite grupuri, cum ar fi profesioniștii din domeniul construcțiilor sau liderii comunităților, pot avea un impact semnificativ asupra altor persoane. Abordarea acestor segmente poate genera un efect de propagare a informațiilor și măsurilor de protecție.

**Resurse limitate:** În majoritatea cazurilor, resursele pentru comunicare sunt limitate. Prioritizarea unor segmente permite alocarea resurselor în mod eficient, astfel încât să se maximizeze impactul și să se evite risipa.

**Rezistență la schimbare:** Unele segmente pot prezenta o rezistență mai mare la schimbare sau pot fi mai puțin receptivi la informații despre radon. Prioritizarea acestor grupuri poate necesita eforturi suplimentare pentru a câștiga încrederea și a stimula schimbarea.

### Populaţia Generală

Segmentarea acestui grup de audienţă se bazează pe diversitatea și variabilitatea nevoilor, intereselor și contextelor de viață ale oamenilor. Această abordare permite strategiei de comunicare să ajungă la un public larg și să genereze o schimbare semnificativă în ceea ce privește conștientizarea și acțiunea în legătură cu expunerea la radon.

1. **Părinți şi îngrijitori/ Familii**

**Justificare:** Părinții au grijă de sănătatea și siguranța familiilor lor. Ei pot fi motivați să înțeleagă riscurile expunerii la radon și să ia măsuri de protecție în casele lor pentru a-și proteja copiii și cei dragi.

În primul rând, părinții și îngrijitorii au o responsabilitate fundamentală în protejarea sănătății copiilor lor, și radonul, fiind un risc cunoscut pentru sănătate, necesită o conștientizare deosebită din partea acestor grupuri. Copiii sunt mai vulnerabili la efectele radonului din cauza ratei lor mai ridicate de respirație și a creșterii constante a țesuturilor. Astfel, conștientizarea părinților și îngrijitorilor cu privire la riscurile expunerii la radon și măsurile de protecție poate contribui semnificativ la crearea unui mediu sigur și sănătos în interiorul caselor și școlilor.

Pe lângă acest aspect de protecție a copiilor, implicarea părinților și a familiilor în procesul de conștientizare și acțiune poate avea un efect de multiplicare în cadrul comunității. Părinții împărtășesc informații și experiențe între ei, ceea ce poate duce la o creștere semnificativă a conștientizării în rândul populației. De asemenea, influența părinților se poate extinde la nivelul școlilor și al comunităților, generând presiune pentru măsuri de testare și prevenire a radonului în mediile frecventate de copii. Datorită faptului că părinții sunt mai sensibili la sănătatea copiilor lor și sunt implicați activ în educație și comunitate, aceștia pot deveni catalizatori puternici în promovarea schimbărilor sociale legate de conștientizarea și gestionarea radonului. Prin urmare, angajarea și informarea acestui grup de audiență reprezintă un aspect esențial pentru Strategia Națională de Comunicare pentru Radon.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

***Profilul audienţei***: Segmentul "Familii Protejate" cuprinde părinți, îngrijitori și membrii familiilor care doresc să asigure un mediu sănătos și sigur pentru cei dragi. Acești indivizi au o grijă deosebită față de sănătatea și bunăstarea familiilor lor și caută informații pentru a lua decizii informate în legătură cu mediul lor de viață. Sunt diverse grupe de vârstă, de la tineri părinți la părinți în vârstă, ambele genuri sunt incluse și se referă la părinți, îngrijitori și membrii familiilor extinse. Interesele lor sunt: sănătatea familiei, siguranța locuinței, educația și dezvoltarea copiilor, iar valorile lor sunt protecția copiilor și a celor dragi, investiția într-un mediu sigur și sănătos. Familii active și implicate în creșterea sănătoasă a copiilor lor. Caută informații despre siguranța locuinței și sănătatea familiei, inclusiv potențialele riscuri precum radonul. Iau măsuri pentru a proteja sănătatea copiilor și a celor dragi, inclusiv prin alegerea materialelor de construcție și ventilației adecvate. Sunt interesați să afle despre riscurile pentru sănătatea familiei lor și să descopere soluții. Principala motivație este să asigure un mediu sănătos pentru copiii lor și a minimiza riscurile de sănătate. Dornici să învețe despre factorii de risc, inclusiv radonul, pentru a lua decizii informate şî căutarea unor modalități de a îmbunătăți calitatea vieții familiei prin alegeri sănătoase și informate. Obiectivele de comunicare sunt conștientizarea, educația și acțiunea. Preferă site-uri web specializate, bloguri și articole online, grupuri de părinți online, evenimente comunitare, broșuri și materiale informative și social media.

*În* [*anexa A2.1*](#_A2.1_Profilul_Audienței:) *este prezentat un profil detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Proprietari**

**Justificare:** Persoanele care dețin case sunt direct responsabile pentru mediul lor de locuit. Conștientizarea asupra riscurilor radonului poate stimula interesul pentru testare și potențiale îmbunătățiri.

1. **Lucrători/angajaţi în domenii de activitate cu potențial de expunere**

**Justificare:** Lucrătorii în construcții, minerit sau alte industrii în care lucrătorii pot fi expuşi la concentrații de radon ce depăşesc nivelul de referință, sau dozele maxim admise. Mesajele pot aborda protecția la locul de muncă.

Industrii precum construcțiile, mineritul, extracția și prelucrarea materialelor pot implica lucrul în spații subterane sau în medii în care ventilația poate fi insuficientă, ceea ce poate conduce la expunere crescută la radon a lucrătorilor. Acest grup de lucrători prezintă o vulnerabilitate particulară din cauza expunerii prelungite la concentrații mari de radon, ceea ce îi face să fie expuși la riscuri pentru sănătate. Mai mult, există riscul ca persoanele din acest grup să fie expuse la concentraţii mari de radon şi în locuinţă, ceea ce duce la o expunere cumulată pe durata unei zile (acasă şi la locul de muncă).

Astfel, prin conștientizarea și educarea acestui grup asupra riscului expunerii pe termen lung la radonului și a măsurilor de protecție, se poate influența nu numai starea lor de sănătate, ci și sănătatea famiilor/întregii comunități. Prin promovarea testării nivelurilor de radon și a măsurilor de prevenire în mediul de lucru, Strategia de Comunicare poate contribui la reducerea expunerii la radon și la protejarea sănătății lucrătorilor și a celor din jurul lor.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon.

Profilul audienţei**:** Acest segment este format din lucrători din domenii cu potențial de expunere la radon, cum ar fi mineritul, extracția și prelucrarea materialelor, uzinele de prelucrare a apei potabile, etc. Acest segment este alcătuit dintr-o gamă variată de profesii și niveluri de experiență. Acești indivizi sunt interesați de siguranța personală și a colegilor lor de muncă și sunt dedicați în a înțelege riscurile asociate cu mediul lor de lucru și caută modalități de a se proteja. Participă la formare și sunt deschiși la informații relevante pentru sănătatea lor și la măsuri de prevenire. Obiectivele de comunicare sunt creșterea nivelului de conștientizare asupra riscurilor radonului în mediul de lucru, furnizarea de informații corecte și detaliate despre riscurile radonului și măsurile de prevenire și încurajarea adoptării măsurilor preventive. Canalele preferate de comunicare includ sesiuni de formare și workshop-uri, pliante și broșuri informative, comunicare internă, seminarii online și asociații profesionale și grupuri de discuții. Comunicarea cu acest segment trebuie să fie informativă și precisă.

*În anexa A2.1 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Tineri adulţi/chiriaşi**

**Justificare:** Tinerii adulţi care locuiesc în apartamente sau case închiriate pot fi mai puțin informați despre riscurile radonului. Educația lor ar putea avea un impact pe termen lung asupra deciziilor de locuire și sănătate.

1. **Persoane în căutarea locuinței**

**Justificare:** Cei care caută o locuință nouă ar putea dori să fie informați în legătură cu factorii de siguranță și sănătate, inclusiv expunerea la radon, pentru a face alegeri informate.

1. **Grupurile de Interes Public**

**Justificare:** Oamenii preocupați de calitatea aerului interior și sănătatea publică, cum ar fi activiști ecologici sau grupurile de sănătate, pot dori să sprijine campania și să împărtășească informații în cercurile lor.

### Instituții şi agenţii guvernamentale

Instituțiile şi agenţiile guvernamentale constituie un grup de audiență importantîn cadrul strategiei datorită rolului lor central în stabilirea reglementărilor și politicilor care vizează sănătatea și siguranța populaţiei. Aceste instituții/agenţii au puterea de a crea și implementa norme, standarde și legislație care să reglementeze măsurile de prevenire, testare și management al radonului la locul de muncă, în locuințe şi clădirile cu acces public. Prin conștientizarea și implicarea acestor instituții, se pot asigura adoptarea și aplicarea unor măsuri coerente și eficiente de management a radonului la nivel național.

De asemenea, instituțiile guvernamentale pot juca un rol important în furnizarea de resurse, suport tehnic și promovarea practicilor bune, contribuind astfel la creșterea gradului de conștientizare și protecție a cetățenilor în fața pericolului reprezentat de radon."

Segmentarea de mai jos se bazează pe diferitele roluri și responsabilități ale instituțiilor și agențiilor guvernamentale în gestionarea expunerii la radon și nevoile specifice ale fiecărui segment pentru informații relevante și personalizate.

*În anexa A2.2 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Autorități de Reglementare şi Control**

**Justificare:** Aceste autorități au rolul principal de a dezvolta politici și reglementări referitoare la un management eficient al radonului, pentru protecția populației împotriva riscului expunerii de lungăă durată la concentraţii mari de radon. Mai mult, acest segment de audienţă ar trebui să îşi asume şi funcţia de comunicator, nu doar de receptor de informaţie. Ei ar trebui să îşi asume responsabilitatea informării, comunicării şi justificării politicilor şi reglementărilor referitoare la radon, ca urmare a unei abordări graduale a acţiunilor de management al radonului atât în locuinţe cât şi la locul de muncă.

Acest segment are nevoie de informații științifice actualizate, date statistice și cercetări pentru a

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

dezvolta reglementări aplicabile şi eficiente*.*

În cadrul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon, acest segmentde audiență reprezintă un grup foarte important în implementarea, monitorizarea şi promovarea activităţilor de comunicare cuprinse atât în cadrul strategiei de comunicare cât şi PNAR. Acestea sunt instituții guvernamentale sau organisme specializate responsabile pentru reglementarea, supravegherea și implementarea politicilor și măsurilor legate de managementul radon la nivel naţional. Aceste autorități dezvoltă și implementează reglementări și ghiduri specifice privind testarea, măsurarea și remedierea nivelurilor de radon în clădiri și spații de lucru, monitorizează respectarea acestor reglementări, asigurându-se că proprietarii de locuințe și administratorii de clădiri urmează ghidurile și recomandările în ceea ce privește testarea nivelului de radon și remedierea clădirilor, intr-o abordare graduală, în vederea protejării sănătăţii populaţiei.

Aceste organisme pot coordona campanii naționale de testare și conștientizare, precum și programe de instruire pentru profesioniștii din domeniul construcțiilor, astfel încât să se asigure că măsurile de protecție sunt întelese şi aplicate corespunzător. Autoritățile sunt interesate de eficacitatea reglementărilor, implementarea acestora și de asigurarea că mesajele de comunicare pentru radon sunt transmise eficient și că proprietarii de clădiri, precum și profesioniștii din domeniul construcțiilor, au acces la informațiile tehnice necesare. Implicarea lor asigură respectarea legilor și reglementărilor în domeniul sănătății publice și al construcțiilor și demonstrează că sunt proactive în gestionarea riscurilor pentru populație și că se bazează pe informații şi evidenţe științifice actualizate.

Pentru a comunica eficient cu acest segment, este necesar să li se furnizeze informații detaliate despre reglementări, proceduri de monitorizare și responsabilități, date actualizate și evidențe științifice pentru a susține elaborarea de reglementări, precum și organizarea de sesiuni de instruire și seminarii pentru autorități în ceea ce privește actualizările în domeniul radonului și tehnicile de monitorizare.În acelaşi timp, acest segment este şi un comunicator, având responsabilitatea de a furniza informaţii, de a explica şi comunica despre politicile şi normativele pe care doresc să le emită, în scopul de a crea un cadru legislativ armonios şi lipsit de confuzii, care să aibe ca scop protejarea sănătăţii populaţiei în sensul cel mai larg.

1. **Agenții pentru construcții și planificare urbană**

**Justificare:** Agențiile de construcții și planificare urbană joacă un rol foarte important în asigurarea faptului ca, pentru construcțiiile noi, sau în cazul renovării unor clădiri pot fi implementate metode de prevenție pentru pătrunderea radonului în interior. Ei trebuie să fie conștienți de ghidurile și standardele de construcție care pot ajuta la minimizarea riscului de expunere la radon. Informațiile despre metodele de construcție specifice și modul de integrare a acestora în planificarea urbană sunt esențiale pentru acest segment.

1. **Administrația publică locală**

**Justificare:** Administrațiile locale sunt responsabile de clădirile publice și spațiile comunitare, cum ar fi școlile, bibliotecile și centrele comunitare. Aceste entități trebuie să se asigure că aceste spații sunt sigure pentru cetățeni și angajați. Informațiile despre testarea nivelului de radon în aceste clădiri și, respectiv despre măsuri de prevenţie, pot ajuta reprezentanţii administrațiilor locale să ia decizii informate.

Aceste instituții au capacitatea de a implementa și de a supraveghea reglementări locale, cum ar fi cerințele de construcție și de siguranță la locul de muncă, care pot influența expunerea la radon în clădiri. Prin conștientizarea și instruirea administrației publice locale cu privire la riscurile radonului și la metodele de prevenire, putem asigura că aceștia vor lua măsuri adecvate pentru a proteja cetățenii în zona lor de jurisdicție. Implicarea activă a administrației publice locale poate contribui la promovarea politicii și reglementărilor adecvate pentru gestionarea radonului, creând un mediu mai sigur și mai sănătos pentru comunitatea în ansamblu.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

În cadrul SNCR, profilul de audiență pentru segmentul *Administrația Publică Locală* include descrierea entităților responsabile de gestionarea și administrarea clădirilor publice și spațiilor comunitare dintr-o anumită zonă geografică/administrativă. Acestea includ școli, biblioteci, centre comunitare, clădiri guvernamentale și alte facilități deschise publicului. Obiectivele de comunicare includ conștientizarea asupra riscurilor radonului în clădirile publice, înțelegerea importanței efectuării măsurătorilor de radon în spațiile comunitare și furnizarea de informații clare și ghiduri practice pentru implementarea măsurilor de prevenire. Potențialii influenceri includ asociații profesionale pentru construcții și gestionarea clădirilor și experți locali în domeniul sănătății publice și construcțiilor.

*În anexa A2.2 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Organizații de Sănătate și Mediu**

**Justificare:** Organizațiile de mediu și sănătate publică pot fi aliați puternici în promovarea conștientizării și implementarea măsurilor de prevenire a expunerii la radon. Ele pot sprijini campanii de conștientizare și advocacy pentru politici mai stricte. Aceste organizații au nevoie de materiale informative și resurse pentru a educa publicul cu privire la riscurile radonului.

1. **Laboratoare și Instituţii/Centre de Cercetare**

**Justificare:** Laboratoarele și centrele de cercetare desfășoară studii și teste pentru măsurarea concentrației de radon pentru a dezvolta soluții mai eficiente de măsurare și prevenire. Acest segment are nevoie de informații avansate despre metodele de testare, echipamente și tehnologii în curs de dezvoltare pentru a sprijini cercetarea continuă.

### Angajatori

Responsabilitatea pentru măsurarea nivelului de radon la locul de muncă revine de obicei angajatorului sau proprietarului clădirii, în consecinţă angajatorii reprezintă un grup de audienţă important pentru implementarea strategiei. Această segmentare are ca scop adaptarea mesajelor și strategiilor pentru fiecare subgrup specific al angajatorilor, ceea ce poate crește impactul și eficacitatea strategiei de comunicare pentru radon.

1. **Angajatori din industrii cu expunere potențială la radon**

**Justificare:** Acest segment include angajatori din industrii precum mineritul, construcțiile subterane, producția de materiale de construcții, care pot avea expunere crescută la radon din cauza activităților specifice. În plus, conform *Ordinului CNCAN nr. 185 din 22 iulie 2019 privind aprobarea Metodologiei pentru determinarea concentrației de radon în aerul din interiorul clădirilor și de la locurile de muncă,* concentrația de radon se determină indiferent de zona de prioritate, pentru următoarele: locuri de muncă din subteran și parter, stații de metrou, centre de relaxare, cariere, mine, grote, peșteri, saline, instalații de tratare a apei, extracții materii prime, ciupercării, depozite, arhive, biblioteci, laboratoare, etc.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

*Profilul audienței:* Acest segment de audiență este format din angajatori din industrii cu expunere potențială la radon, cu vârsta în jur de 30-50 de ani, care ocupă poziții de conducere în organizații, cu studii superioare și experiență în domeniul lor de activitate. Sunt interesați, în general, de sănătatea și siguranța angajaților, respectarea legilor și reglementărilor și menținerea eficienței operaționale. Pot avea cunoștințe tehnice solide, dar cunoştinţele lor despre radon în general, şi în particular privind radonul la locul de muncă poate fi limitată. Obiectivele lor sunt protejarea sănătății angajaților, conformitatea legală și menținerea eficienței operaționale. Provocările lor sunt lipsa de informații detaliate despre riscul expunerii la radon, implementarea măsurilor de limitare a expunerii, dar și conștientizarea limitată a angajaților. Canalele preferate de comunicare includ evenimente în cadrul industriilor de profil, webinarii și conținut online, contacte profesionale și mijloace interne de comunicare. Motivațiile lor includ protecția angajaților, îmbunătățirea imaginii companiei și menținerea eficienței operaționale.

Mesajele pentru acest segment ar trebui să se concentreze pe riscul pentru sănătatea angajaților la concentrații de radon ce depăşesc nivelul de referință în mediile lor de lucru și pe măsurile specifice pentru a proteja sănătatea angajaților.

*În anexa A2.1 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

**NOTĂ:** Orice program care are ca scop măsurătorile de radon de la locurile de muncă din industriile cu expunere potențială la radon trebuie însoţite de un program de comunicare adaptat la tipul industriei şi specificitatea locului de muncă.

1. **Sectoare/Companii care Oferă Locuințe de Serviciu pentru Angajați**

**Justificare:** Companiile care oferă locuințe de serviciu pentru angajații lor pot avea oportunități speciale de a promova testarea concentrației de radon și măsurile de descreştere a expunerii în locuințele acestora. Mesajele pentru acest segment s-ar putea concentra pe responsabilitatea lor față de sănătatea și bunăstarea angajaților pe toate planurile.

*Profilul audienţei*: Companiile din diverse industrii care furnizează locuințe de serviciu pentru angajați, cum ar fi, de exemplu, companii miniere, de construcții, energetice sau din domeniul sănătății, sunt preocupate de bunăstarea angajaților lor, asigurându-se că aceștia au un loc de trai adecvat și sigur. Asigurarea unui mediu de locuit sigur și sănătos pentru angajații lor este o nevoie importantă. Obiectivele de comunicare includ conștientizarea asupra riscurilor radonului în locuințele de serviciu și impactul asupra sănătății angajaților, educația angajatorilor cu privire la măsurile de testare a nivelurilor de radon și de protecție a angajaților în locuințele de serviciu și promovarea implementării unor măsuri simple și eficiente pentru reducerea expunerii la radon în aceste locuințe. Canalele de comunicare potrivite includ comunicări interne ale companiilor, workshop-uri și sesiuni de instruire dedicate angajatorilor, colaborarea cu asociații profesionale și organizații de sănătate și platforme de social media. Mesajul central este "Angajament pentru Sănătate: Asigurăm locuințe sigure pentru angajații noștri. Descoperiți riscurile radonului și măsurile simple pe care le puteți lua pentru a proteja sănătatea și bunăstarea echipei noastre." Tonul și stilul de comunicare trebuie să fie profesional, informativ și responsabil. Prin adaptarea strategiei de comunicare pentru a aborda aceste aspecte, strategia poate influența conștientizarea și acțiunile angajatorilor în vederea asigurării unor locuințe sigure și sănătoase pentru angajații lor.

*În anexa A2.2 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Sectorul Public și Instituții Guvernamentale**

**Justificare:** Instituțiile guvernamentale pot avea un impact semnificativ nu doar în promovarea informaţiilor despre radon. Acest segment include directorii/managerii instituţiilor care oferă rezidenţă temporară unor grupuri din populaţie (cămine pentru copii/persoane vârstnice, centre de detenţie, etc.) Mesajele pentru acest segment ar putea pune accent pe lideri și exemple de bune practici.

"Directorii/managerii instituțiilor care oferă rezidență temporară unor grupuri din populație, cum ar fi căminele pentru copii, persoane vârstnice sau centrele de detenție, constituie un segment de audiență prioritar pentru strategia de comunicare pentru radon, deoarece acești lideri au puterea de a asigura un mediu sigur și sănătos pentru grupurile vulnerabile pe care le îngrijesc. În astfel de instituții, unde persoanele petrec semnificativ timp în interior, expunerea la radon poate reprezenta un risc major pentru sănătate. Prin conștientizarea și educarea acestor directori și manageri în ceea ce privește riscurile radonului și măsurile de prevenire, putem influența politicile și practicile instituționale, garantând implementarea standardelor de siguranță în ceea ce privește concentrațiile de radon. Acest lucru poate conduce la un mediu mai sănătos și sigur pentru toți rezidenții temporari, contribuind astfel la protejarea sănătății și bunăstării lor pe termen lung."

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

*Profilul de audiență* este reprezentat de directorii și managerii instituțiilor care oferă locuințe temporare grupurilor vulnerabile, cum ar fi căminele pentru copii și persoanele vârstnice sau centrele de detenție. Aceștia au o experiență semnificativă în domeniul administrării și gestionării instituțiilor de rezidență temporară și au autoritate în luarea deciziilor privind politicile, procedurile și măsurile de siguranță ale instituției. Interesele lor includ asigurarea unui mediu sigur și sănătos pentru rezidenți, respectarea standardelor de siguranță și legislației relevante și îmbunătățirea calității vieții și bunăstării acestora. Pot exista bariere în comunicare, cum ar fi timpul disponibil limitat din cauza responsabilităților de gestionare a instituțiilor sau lipsa inițială de conștientizare sau interes în privința radonului și a riscurilor sale. Obiectivele comunicării includ creșterea conștientizării cu privire la riscurile radonului și importanța măsurilor de prevenire, informarea cu privire la regulamentele și ghidurile relevante referitoare la gestionarea radonului și conducerea acestora spre adoptarea de măsuri concrete de testare și reducere a radonului în instituțiile pe care le gestionează. Acțiunile specifice de comunicare includ organizarea seminariilor și workshop-urilor specializate, furnizarea de ghiduri practice și materiale informative și colaborarea cu organizații relevante pentru promovarea și implementarea politicilor de sănătate și siguranță legate de radon.

*În anexa A2.3 este prezentat un profilul general, al acestui segment de audienţă.*

### Proprietarii/administratorii clădirilor cu acces public

Segmentarea acestei audiențe este justificată de varietatea specifică a proprietarilor și administratorilor clădirilor cu acces public și a nevoilor unice pe care le au. Abordarea personalizată va contribui la creșterea conștientizării și a acțiunilor pentru prevenirea expunerii la radon în aceste medii variate.

Deşi au fost identificate în cadrul aceste strategii mai multe segmente de audienţă, nu toate pot fi considerate ca prioritar strategice.

1. **Proprietari și/sau administratori de clădiri de utilitate publică**

**Justificare:** Acest segment include proprietarii și administratorii de clădiri de utilitate publică, cum ar fi spitalele, centrele de sănătate, sediile guvernamentale etc. Aceste instituții sunt critice pentru buna funcționare a societății și trebuie să ofere un mediu sigur pentru angajați și cetățeni.

Mesajele ar trebui să sublinieze importanța măsurilor testării concentrației de radon, cât şi metode de limitare a expunerii.

Prin abordarea acestui, Strategia Națională de Comunicare pentru Radon poate concentra eforturile de conștientizare și acțiune asupra unor instituții cu un rol semnificativ în societate și cu capacitatea de a influența un număr mare de oameni. Proprietarii și administratorii de clădiri de utilitate publică pot deveni modele pentru alte clădiri cu acces public și pot contribui la reducerea impactului expunerii la radon în rândul populației.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

Aceast segment de audiență este formată din proprietari și administratori de clădiri cu acces public, cum ar fi școli, universități, spitale, centre comerciale, clădiri de birouri și orice alte spații frecventate de public, persoane ce au un rol esențial în asigurarea calității aerului interior și în protejarea sănătății vizitatorilor și angajaților. Caracteristicile lor demografice variază, dar interesele lor includ managementul clădirilor, calitatea aerului interior, siguranța și sănătatea ocupanților. Această audiență este responsabilă de întreținerea și gestionarea clădirilor, inclusiv a sistemelor de ventilație și a infrastructurii. Obiectivele de comunicare includ conștientizarea riscurilor radonului în clădiri și impactul asupra sănătății umane, educația despre măsurile de testare a nivelurilor de radon și de reducere a expunerii în clădiri cu acces public și luarea măsurilor concrete pentru a testa și a reduce nivelurile de radon în clădirile gestionate. Canalele preferate de comunicare includ seminarii și workshop-uri, webinarii și prezentări online, materiale informative tipărite și digitale, site-uri web specializate, social media și colaborarea cu asociații și organizații.

1. **Proprietari și/sauadministratori de spaţii comerciale mari**

**Justificare:**Acești proprietari gestionează spații comerciale mari, cum ar fi centre comerciale sau complexe de birouri. Din cauza numărului mare de angajați și vizitatori, acești proprietari ar putea beneficia de informații despre riscurile expunerii la radon și de implementarea activităţilor de management, dacă este cazul, în aceste clădiri. Aceștia au nevoi și regulamente specifice legate de mediu, siguranță și satisfacția clienților.

Activităţile de informare şi conştientizare ar trebui să cuprindă în special informarea la nivel legislativ, să evidențieze potențialele riscuri pentru sănătatea angajaţilor ca urmare a expunerii pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă, şi să fie familiarizaţi cu un program de management al radonului în clădirilor lor.

1. **Proprietari și/sau administratori de clădiri de locuințe multifamiliale**

**Justificare:** Proprietarii și administratorii de clădiri de apartamente sau condo-uri au responsabilitatea să creeze un mediu sigur și sănătos pentru locatari. Deoarece numărul de locatari este mare în clădirile de apartamente, comunicarea despre radon în aceste spații poate avea un impact semnificativ asupra sănătății locuitorilor. Proprietarii și administratorii de astfel de clădiri ar putea fi considerați prioritar pentru a promova testarea nivelului de radon din aceste clădiri și considerarea unor măsuri preventive şi/sau corective, după caz. Mesajele trebuie să evidențieze beneficiile testării radonului în spațiile de locuit și să ofere resurse pentru reducerea expunerii.

1. **Proprietari și/sauadministratori de clădiri istorice sau monumente**, **spații publice și culturale**

**Justificare:**Această categorie include şi proprietarii și administratorii de spații publice precum muzee, clădiri de patrimoniu, galerii de artă, săli de teatru etc. Proprietarii și administratorii de clădiri istorice sau monumente au nevoi de informare şi consultanţă tehnică speciale privind conservarea patrimoniului cultural.

Mesajele ar trebui să sublinieze impactul radonului asupra sănătății personalului care activează în aceste clădiri, dar, în acelaşi timp, împactul metodelor de remediere asupra clădirilor fără a afecta integritatea structurilor acestor clădiri. Aceste locații pot avea oameni care petrec mult timp acolo. Mesajele ar trebui să se concentreze pe protejarea sănătății angajaților prin testarea concentrației de radon și aplicarea măsurilor de limitare a expunerii.

1. **Proprietari și Administratori ai Instituțiilor de Învățământ**

**Justificare:** Instituțiile școlare au responsabilitatea de a proteja sănătatea elevilor și personalului. Această categorie include proprietarii și administratorii de școli și universități. Strategia de comunicare ar trebui să ofere informații relevante pentru acești profesioniști, evidențiind riscurile radonului în instituțiile de învățământ și oferind soluții concrete. Comunicarea cu acest segment trebuie să se axeze pe protecția sănătății elevilor și profesorilor și pe crearea unui mediu educațional sigur și propice dezvoltării, dar poate fi şi un grup de influenţă pentru părinţi pentru testarea nivelului de radon în locuințe.

Având în vedere aceste considerente, acest segment este considerat PRIORITAR pentru Strategia Naţională de Comunicare pentru Radon

Audiența țintă este formată din proprietari și administratori de instituții de învățământ, cu vârsta cuprinsă între 30-65 ani și cu studii superioare sau post-universitare. Aceștia sunt preocupați de securitatea și siguranța în instituția lor de învățământ, manifestând responsabilitate socială și sunt interesați să obțină informații relevante pentru a lua decizii informate legate de sănătate și siguranță. Preferă comunicarea prin email-uri și participarea la întâlniri și seminarii educaționale. Obiectivele în cadrul strategiei de comunicare sunt de a crește conștientizarea și de a promova măsurile de protecție împotriva radonului în instituțiile de învățământ.

*În anexa A2.4 este prezentat profilul general, detaliat al acestui segment de audienţă.*

1. **Dezvoltatorii/ Proprietari și Administratori cu Interese de Investiții Imobiliare**

**Justificare:** Această categorie include proprietari și administratori care se ocupă cu investiții imobiliare. Strategia ar trebui să ofere informații despre cum efectuarea testelor pentru determinarea concentrației de radonul din locuință poate adăuga valoare proprietăților lor și să le ofere cunoștințele necesare pentru a lua decizii informate.

### Profesioniștii din construcții/renovări

Segmentarea grupului de audiență "Profesioniștii din domeniul construcțiilor" din cadrul SNCR poate fi realizată prin identificarea unor subgrupuri distincte cu nevoi și caracteristici specifice. Segmentarea acestui grup de audiență a facilitat adaptarea mesajelor, materialelor informative și activităţilor de comunicare pentru a aborda nevoile și preocupările specifice ale fiecărui subgrup. Astfel, se maximizează eficacitatea comunicării și se asigură că profesioniștii din construcții/renovări sunt informați și îndrumați corect în ceea ce privește gestionarea radonului în activitățile lor.

1. **Constructori și Dezvoltatori**

**Caracteristici:** Experiență semnificativă în construcții și dezvoltare imobiliară, cunoscători ai aspectelor tehnice ale construcției.

**Nevoi:** Informații despre metodele de prevenire și control a radonului în timpul construcției, înțelegerea modului în care radonul intră în clădiri.

1. **Profesionişti în domeniul renovării**

**Caracteristici:** Specializați în renovarea și modernizarea clădirilor existente, cu cunoștințe în adaptarea structurilor.

**Nevoi:** Sfaturi privind etanșarea și îmbunătățirea siguranței împotriva radonului în timpul proceselor de renovare.

1. **Arhitecți și Designeri**

**Caracteristici:** Implicați în proiectarea estetică și funcțională a clădirilor, cu cunoștințe în planificare și amenajare.

**Nevoi:** Ghidare în proiectarea clădirilor într-un mod care minimizează riscul de expunere la radon.

1. **Specialişti/consultanți în sănătate și siguranță la locul de muncă**

**Caracteristici:** Profesioniști specializați în gestionarea sănătății și siguranței la locul de muncă în industria construcțiilor.

**Nevoi:**Se preocupă de protejarea lucrătorilor și a utilizatorilor clădirilor de expunerea la radon.

1. **Specialişti/consultanţi în implementarea măsurilor de eficiență energetică**

**Caracteristici:** Specializați în eficiența energetică a clădirilor și tehnologii de izolare termică.

**Nevoi:** Informații despre cum să izoleze clădirile într-un mod care să prevină acumularea radonului.

1. **Furnizori de Materiale și Echipamente**

**Caracteristici:** Companii și profesioniști care furnizează echipamente și materiale pentru construcții și renovări, inclusiv sisteme de ventilație și izolare.

**Nevoi:** Fiind implicați în furnizarea de soluții tehnologice pentru prevenire/reducerea radonului, informaţii despre diferitele tehnologii şi materiale.

### Sectorul medical și profesioniștii din domeniul sănătății

Informarea și conștientizarea profesioniștilor din domeniul sănătății despre riscurile legate de expunerea la radon și prevenirea îmbolnăvirii prin cancer pulmonar, este extrem de importantă, deoarece ei pot fi vectori de informare atât pentru publicul larg cât şi pentru angajatori/angajaţi.

1. **Medici de familie și alți furnizori de asistență medicală**

**Justificare:** Acești profesioniști au ocazia de a discuta cu pacienții lor despre riscurile radonului și despre măsurile de prevenire, jucând un rol semnificativ în educația și consilierea individuală a persoanelor expuse/cu risc de expunere.

1. **Manageri de spitale, centre de sănătate, alte instituţii**

**Justificare:**ei sunt cei care trebuie să abordeze problemele de management al radonului în aceste instituţii; grup de audienţă similar cu cel al proprietari/manageri ai clădirilor cu acces public

1. **Epidemiologi și Cercetători în Sănătate Publică**

**Justificare:** Acești profesioniști au expertiza în monitorizarea și analiza datelor de sănătate publică. Ei pot contribui la colectarea de date legate de expunerea la radon și pot oferi dovezi științifice pentru sprijinirea acțiunilor preventive.

1. **Asociații Profesionale**

**Justificare:** Asociațiile medicale și de sănătate pot promova informațiile despre radon către membrii lor prin evenimente, publicații și resurse de educație continuă.

1. **Profesioniști în Educație Medicală Continuă**

**Justificare:** Acești experți pot organiza seminarii, cursuri și programe de instruire pentru a informa și educa colegii din domeniul sănătății despre riscurile radonului și măsurile de prevenire.

### Sectorul educațional si institutii de invatamant

Segmentarea audienței din sectorul educațional și instituțiile de învățământ se justifică prin faptul că diferitele categorii de persoane au nevoi, preocupări și niveluri de cunoștințe diferite legate de radon. Abordarea personalizată și adaptată la fiecare categorie poate spori eficacitatea comunicării și poate stimula angajamentul activ în măsurile de prevenire și protecție împotriva radonului. De asemenea, această segmentare poate facilita adaptarea mesajelor și canalelor de comunicare pentru a fi mai relevante și mai accesibile pentru fiecare grup țintă.

Iată o segmentare a acestei audiențe, împreună cu justificări pentru fiecare segment:

1. **Directori/Decidenți ai Instituțiilor de Învățământ**

**Justificare:** Aceast segment include directori și decidenți ai instituţiilor de învăţământ, profesori, personalul auxiliar din instituțiile de învățământ. Acești lideri au rolul de a lua decizii importante cu privire la mediu și siguranța în școli. Ei trebuie să înțeleagă riscurile radonului și să ia măsuri adecvate pentru a proteja elevii și personalul.

Mesajele pentru aceștia ar trebui să se concentreze pe importanța testării nivelului de radon în școli, măsurile de prevenire și reducere a expunerii și modalități de gestionare a riscului. Ei pot deveni agenți cheie în transmiterea informațiilor relevante către elevi, părinți și colegi.

1. **Profesori și Personal Didactic**

**Justificare:** Acești profesioniști petrec mult timp în clădirile școlare și pot juca un rol activ în educarea elevilor cu privire la riscurile radonului și la măsurile preventive.

1. **Asociații de Părinți și Organizații de elevi / Studențești**

**Justificare:** Aceste grupuri pot promova conștientizarea și acțiunile preventive prin intermediul evenimentelor, comunicării cu părinții și implicării elevilor/studenților.

1. **Formatori și Instruitori în Domeniul Educației**

**Justificare:** Acești profesioniști pot organiza sesiuni de instruire pentru cadrele didactice și personalul școlar despre riscurile radonului și metodele de prevenție.

### Grupuri de activism și organizații non-guvernamentale

Prin intermediul acestor tipuri de asociaţii se pot adresa preocupările și interesele specifice ale acestor grupuri care au un potențial semnificativ în ceea ce privește conștientizarea și schimbarea socială.

**Segmentul 1: Organizații de Mediu/pentru Calitatea Aerului**

**Justificare:** Aceste organizații au o preocupare directă pentru sănătatea publică și mediu. Ele pot deține expertiză în comunicare și mobilizare a comunității, putând să amplifice mesajele legate de radon și să promoveze schimbarea în politicile publice.

**Segmentul 2: Organizații pentru Protecția Copiilor și Familiei**

**Justificare:** Grupurile care se concentrează pe protecția copiilor și familiei sunt susceptibile să rezoneze cu mesajele despre riscurile expunerii la radon în locuinţe şi/sau instituţii de învăţământ și pot contribui la distribuirea informațiilor în rândul părinților.

**Segmentul 3: Grupuri de voluntariat pentru mediu și sănătate**

**Justificare:** Acești voluntari sunt deja dedicați cauzei mediului și sănătății. Ei pot susține eforturile de conștientizare și pot ajuta la organizarea evenimentelor comunitare.

Segmentarea acestei audiențe permite strategiei să abordeze nevoile și interesele diferite ale grupurilor implicate în activism și lucrul non-guvernamental. Prin comunicarea adecvată cu fiecare segment, strategia poate beneficia de sprijinul și implicarea acestor organizații și grupuri pentru a amplifica mesajele și pentru a atinge obiectivele sale.

### Comunitățile locale

*în care populaţia are rezidenţa sau locul de muncă în zonele de prioritate pentru reducerea riscului de expunere la radon*

Acest grup din populaţie ***este unul prioritar***, având în vedere că există un risc crescut de expunere la concentraţii mari de radon. A fost abordat la final, nu datorită lipsei de importanţă, ci doar pentru faptul că segmentele de audientă idenţificate la punctele anterioare sunt general, aplicabile la nivelul întregii ţări, şi pot fi aplicate inclusi în cadrul acestor comunităţi.

În acelaşi timp, România nu are încă o hartă de radon completată, deci o analiză geografică completă nu a putut fi realizată deocamdată.

**Segment 1: Proprietari de locuințe/apartamente din zonele de prioritate pentru reducerea riscului de expunere la radon**

**Justificare:** Solurile cu conținut ridicat de uraniu pot contribui la nivele crescute de radon în locuințe. Proprietarii din aceste zone au un risc mai mare și necesită informații despre măsurarea și reducerea radonului. Apartamentele pot avea niveluri de radon mai ridicate dacă sunt situate la nivelul solului sau în subsoluri. Locatarii trebuie să fie informaţi, săînvețe cum să testeze și să reducă nivelul de expunere

**Segment 2: Părinți cu copii mici**

**Justificare:** Copiii sunt mai sensibili la expunerea la radon. Părinții trebuie să fie conștienți de riscuri și să înțeleagă cum pot proteja sănătatea copiilor lor.

**Segment 3: Profesioniști din domeniul imobiliar și constructori**

**Justificare:** Profesioniștii din domeniul imobiliar pot influența cererea și ofertele de locuințe cu măsuri de reducere a expunerii. Ei trebuie să fie instruiți pentru a putea oferi informații corecte clienților.

**Concluzii**

* *Concluziile privitoare la segmentarea şi prioritizarea grupurilor de audienţăă din SNCR vor fi finalizate după primirea comentariilor şi sugestiilor.*

# Abordări strategice

Abordările strategice reprezintă direcțiile și metodele esențiale folosite pentru a transmite mesajele și atinge obiectivele SNCR într-un mod coerent și eficient. Acestea sunt planurile și tacticile utilizate pentru a ajunge la publicul țintă, pentru a-l conștientiza cu privire la riscurile radonului și pentru a încuraja schimbările de comportament în vederea prevenirii expunerii. Ele oferă în acelaşi timp un cadru strategic care ghidează planificarea și execuția tuturor activităților de comunicare, asigurându-se că mesajele ajung la publicul corect și în modul adecvat. Fără abordări strategice bine conturate, comunicarea ar putea fi nesistematizată, ineficientă și să nu aibă impactul dorit.

De exemplu, o abordare strategică poate implica utilizarea unor campanii de conștientizare amplasate în locuri-cheie, cum ar fi școli, centre de sănătate și pe platforme digitale, pentru a asigura că mesajele despre riscurile radonului ajung la un public cât mai larg. De asemenea, colaborarea cu experți în domeniul sănătății și mediului poate adăuga credibilitate și autenticitate mesajelor, construind încrederea publicului. În final, abordările strategice nu numai că ghidează acțiunile strategiei, ci și îi permit să abordeze variatele nevoi și caracteristici ale publicului țintă, maximizând impactul și aducând schimbări semnificative în conștientizarea și acțiunea împotriva riscurilor radonului.

## Identificarea abordărilor strategice

Ţinând cont de experienţa acumulată în programele internaţionale privind comunicarea riscului de expunere la concentraţii mari de radon, cât şi programele naţionale de promovare a sănătăţii publice, au fost identificate o serie de abordari strategice esențiale pentru dezvoltarea și implementarea eficientă a *Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon*. Aceste abordări au fost selectate și justificate în funcție de caracteristicile publicului țintă, resursele disponibile și contextul specific al României, şi includ: abordarea educațională și informativă, abordarea colaborativă și de parteneriat, abordarea adaptată la publicul țintă, abordarea bazată pe dovezi științifice, abordarea inovatoare și interactivă, abordarea comunicării pe termen lung și orientată pe acțiune.

Aceste abordări sunt esențiale pentru dezvoltarea și implementarea eficientă a SNCR și pot fi combinate într-un mod coerent și planificat pentru a ajunge la publicul țintă într-un mod eficient. Scopul este de a crește conștientizarea și înțelegerea riscurilor legate de expunerea la radonul din interior și de a încuraja activitățile/acțiunile preventive şi de remediere.

### Abordarea educațională și informativă

*Justificare:* Educația și informarea sunt fundamentale pentru a crește conștientizarea și înțelegerea riscurilor legate de radon. Mulți oameni nu cunosc pericolele expunerii la radon și măsurile de protecție. Prin furnizarea de informații corecte și accesibile, această abordare îi ajută să ia decizii informate pentru siguranța lor și a celor dragi.

### Abordarea colaborativă și de parteneriat:

*Justificare***:** Problema expunerii la radon necesită eforturi combinate din partea diferitelor părți interesate, cum ar fi agenții guvernamentale, organizații neguvernamentale, instituții de învățământ și sectorul privat. Prin colaborarea între aceste entități, se pot asigura resursele, expertiza și acoperirea necesare pentru a maximiza impactul strategiei. Radonul este o problemă complexă care necesită eforturi concertate. Colaborarea cu diverse părți interesate poate aduce experiență și autoritate, ceea ce poate consolida mesajele și poate ajuta la implementarea măsurilor de protecție la nivel național.

### Abordarea adaptată la publicul țintă:

*Justificare***:** Diferite grupuri de persoane au nevoi, niveluri de cunoaștere și preferințe de comunicare diferite. Prin adaptarea mesajelor și canalelor de comunicare la specificul fiecărui grup (cum ar fi proprietarii de locuințe, administratorii de clădiri publice sau profesioniștii din industria construcțiilor), se poate ajunge la ei într-un mod mai eficient și relevant.

De exemplu, pentru o abordare locală: abordarea se va concentra pe personalizarea mesajelor și a acțiunilor în funcție de regiuni geografice, comunități sau zone cu niveluri ridicate de radon. Aceasta poate implica colaborarea cu autoritățile locale și lideri comunitari, carepoate oferi sprijin în implementarea măsurilor și în comunicarea eficientă cu publicul local.

### Abordarea bazată pe dovezi științifice:

*Justificare***:** Bazarea comunicării pe dovezi științifice consolidează credibilitatea strategiei. Furnizarea de informații corecte și bine fundamentate cu privire la riscul pentru sănătate, măsurători, măsuri de prevenţie şi de limitare a expunerii pe durata întregii vieţi oferă publicului şi altor grupuri ţintă încredere în informațiile transmise și îi încurajează să acționeze în consecință.

### Abordarea inovatoare și interactivă:

*Justificare***:** Utilizarea tehnologiei și a mediilor interactive (precum platformele online, aplicații mobile, simulări, jocuri) poate captiva atenția publicului și îl poate implica într-un mod mai activ în procesul de învățare și conștientizare. Aceasta poate face subiectul mai atractiv și mai memorabil.

De exemplu, abordarea digitala: această abordare se concentrează pe utilizarea platformelor digitale, cum ar fi site-uri web, rețele sociale și campanii online, pentru a ajunge la publicul țintă. Acesta poate include infografice, videoclipuri educative și interacțiuni pe rețele sociale. În era digitală, mulți oameni accesează informațiile online. Abordarea digitală poate atinge rapid o audiență largă și poate permite o interacțiune directă cu publicul. Este utilă pentru a crește conștientizarea și angajamentul în rândul unei audiențe mai tânăra și tehnologică.

### Abordarea comunicării pe termen lung și orientată pe acțiune:

*Justificare***:** Mesajele trebuie să fie clare, concise și să încurajeze acțiunea.

În trecut, mesajele de comunicare cheie au fost construite cu precădere pe teamă/pericol/amenințare. În loc să se concentreze exclusiv pe teama de risc sau măsuri coercitive, o comunicare proactivă poate evidenția în plus beneficiile măsurilor de prevenire și gestionare a radonului, cum ar fi protejarea sănătății, a siguranței la locul de muncă, a *investiţiei pentru un viitor sănătos*. Acest aspect poate motiva oamenii să acționeze în mod pozitiv, şi nu de frică.

**Evaluarea continuă și ajustarea strategiei:**

*Justificare*: O strategie eficientă trebuie să fie flexibilă și să permită adaptarea în funcție de rezultatele obținute și feedback-ul primit. Mai mult, contextul cât şi situația legată de managementul problematicii legate de radon se pot schimba odată cu evoluția tehnologică și descoperirile științifice. O strategie de comunicare trebuie să fie flexibilă și să se adapteze în funcție de noile informații.

*Abordare strategică:*Procesul de revizuire și actualizare periodică a SNCR, este parte componentă a strategiei. Monitorizarea impactului și ajustarea în timp real pot asigura eficacitatea acesteia pe termen lung.

# Poziționarea şi Planul SNCR

Poziţionarea *Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon* este necesară pentru a stabili un cadru clar și coerent în mintea publicului și a altor grupuri ţintă cu privire la obiectivele, valorile și beneficiile strategiei. Prin poziționare, strategia devine mai ușor de înțeles, memorabilă și relevantă pentru audiență.

În primul rând, poziționarea ajută la diferențierea strategiei de alte inițiative sau mesaje existente. Prin definirea unui mesaj distinctiv și a unui set de caracteristici unice, publicul poate înțelege mai bine ce face strategia și cum se diferențiază de alte eforturi în domeniu. Aceasta facilitează asimilarea informațiilor și suscită interes în rândul audienței, indiferent dacă sunt profesioniști în domeniul sănătății, ONG-uri sau publicul larg.

În al doilea rând, poziționarea ajută la construirea unei imagini consistente a strategiei. Prin alegerea cu atenție a *numelui, sloganului, culorilor, simbolurilor și tonului de comunicare*, strategia devine recunoscută și memorabilă. Aceasta nu numai că consolidează recunoașterea, dar creează o asociere puternică între strategie și valorile sau beneficiile pe care le promovează, consolidând astfel încrederea publicului și creând loialitate.

În final, poziționarea ajută la transmisia coerentă a mesajelor-cheie către diversele audiențe. Fie că vorbim de profesioniști în sănătate, organizații non-guvernamentale sau cetățeni, o poziționare clară și consecventă asigură că toți înțeleg în ce constă strategia și cum se pot implica. Acest lucru simplifică comunicarea și mobilizarea, contribuind la succesul pe termen lung al strategiei în ceea ce privește conștientizarea și schimbarea de comportament legate de riscurile radonului.

Următoarele considerente au stat la baza elaborării poziţionării SNCR:

*Seriozitatea și importanța problemei*: Toate categoriile de public ţintă ar trebui să perceapă că radonul este o problemă serioasă pentru sănătatea lor și a familiilor lor, iar expunerea pe termen lung la concentraţii mari de radon poate duce la riscuri semnificative de îmbolnăvire prin cancer pulmonar.

*Responsabilitatea comună*: Strategia îşi propune să transmită ideea că fiecare persoană, inştituţie și organizație au un rol important în protejarea sănătății publice și reducerea riscului de expunere pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă de 300 Bq/m3. În acest sens, implicarea publicului și colaborarea cu autoritățile și organizațiile relevante, implicate în managementul problematicii radonului la nivel naţional, sunt de o importanţă crescută.

*Informare, educare, conştientizare a grupurilor ţintă prioritare*: Mesajele strategiei ar trebui să ofere informații clare, precise și relevante despre ce este radonul, cum intră în case și clădiri, cât de periculos este și ce pot face oamenii pentru a-și proteja sănătatea și a reduce expunerea la acest gaz.

*Siguranță și sănătate*: Strategia ar trebui să sublinieze importanța protejării sănătății familiilor și persoanelor dragi, creând astfel o legătură emoțională puternică și motivația de a acționa în vederea testării și remedierii locuințelor.

*Expertiza științifică*: Comunicarea trebuie să se bazeze pe date științifice și cercetări riguroase, astfel încât publicul să aibă încredere în informațiile furnizate și să perceapă strategia ca pe un demers bine fundamentat și documentat.

*Susținere și resurse*: Strategia ar trebui să evidențieze sprijinul și resursele disponibile pentru testare, remediere și educare, astfel încât publicul să se simtă susținut și motivat să acționeze.

*Impact pozitiv asupra sănătății publice*: În final, mesajul strategiei ar trebui să sublinieze că acțiunile individuale și colective pot avea un impact pozitiv semnificativ asupra sănătății publice, prevenind cazurile de cancer pulmonar și promovând un mediu de viață mai sigur și mai sănătos.

În esență, SNCR trebuie să transmită o imagine coerentă, motivațională și responsabilă, care să stimuleze conștientizarea și acțiunile necesare pentru protejarea sănătății publice în fața riscului radonului.

## Elemente de recunoaștere și identificare

Pentru a asigura recunoașterea și identificarea Strategiei de Comunicare pentru Radon de către publicul țintă, se vor folosi următoarele indicii și elemente de comunicare:

### Branding și identitate vizuală:

Crearea unui brand distinctiv pentru SNCR, inclusiv un logo și culori caracteristice, poate ajuta publicul să recunoască și să asocieze mesajele și materialele strategiei cu eforturile de management a radonului rezidential, la locul de muncă şi în clădirile cu acces public.

Pentru crearea unei imagini de branding și identitate vizuală pentru SNCR, vor fi detaliate mai jos designul logo-ului, alegerea fonturilor, paleta de culori, și elementele grafice esențiale.

**Slogan**

“Aer curat, sănătate protejată acasă "

“Aer curat, sănătate protejată la locul de muncă”

"Eu respir …/ Eu respir un aer fără radon. Dar tu?"

**Logo Design**

*Conceptul Logo-ului*

**Elemente**: Acoperiș de casă și o frunză stilizată.

*Simbolism:*

**Acoperișul** reprezintă protecția și securitatea locuinței.

**Frunza** sugerează sănătatea și natura, indicând măsuri de limitare a expunerii la radon.

*Logo-ul Final*

**Formă**: Stilizat cu linii simple, curbe pentru a reflecta modernitate și accesibilitate.

**Culori de bază**:

*Design (4 variante)*

**Acoperiș**: Triunghi stilizat, cu linii clare.

**Frunză**: Curbată, plasată lateral sau sub acoperiș, integrând armonios cu forma acestuia.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| STRATEGIA NATIONALĂ DE COMUNICARERADON |  | STRATEGIA NATIONALĂ DE COMUNICARE R**ADON** |
|  |  |  |
|  |  |  |

**Paleta de Culori**

*Primar:*

**Albastru marin**: **#**0A2C64 şi (reprezintă încredere și profesionalism, stabilitate și siguranță).

**Galben**: #FFCB00 (evidențiază vitalitate, atenția și siguranța).

*Secundar, pentru fundaluri:*

**Alb:** #FFFFFF şi **Mercur:** #EBEBEB, o nuanță palidă, deschisă, care emană o calitate delicată și strălucitoare. Această nuanță neutră, incoloră, amintește de tonurile cenușii albite, cu un subton prăfuit și gri. Ideal pentru a crea o atmosferă moale și senină.

*Secundar, pentru elemente de umbră sau text subtil:*

**Midnight Ocean** #122B4A şi **Lavender Blue**: #D7E5FF

*Utilizare*

**Logo**: Combinarea albastrului și galbenului.

**Fundaluri**: Alb sau gri deschis pentru documente și prezentări.

**Text**: Albastru pentru titluri, negru sau gri închis pentru text standard.

*Fonturi*

**Principal**: Calibri (Body)

* **Titluri**: Bold pentru a atrage atenția.
* **Text**: Regular pentru claritate și lizibilitate.

**Font secundar**: Arial pentru cazuri unde este necesară o diferențiere subtilă, precum sub-titluri sau note.

*Ghid de Stil*

1. *Elemente Vizuale*

**Linii și margini**: Utilizare de linii subțiri pentru delimitare.

**Iconografie**: Iconițe simple și stilizate în albastru sau galben.

1. *Materiale de Brand*

**Documente**: Titluri în albastru, secțiuni de text în Calibri, scheme de culori pentru diagrame și tabele.

**Prezentări**: Folosirea culorilor și fonturilor brandului, spațiu alb pentru claritate vizuală.

*Ghid de Aplicare*

**Consistență**: Toate materialele să respecte schema de culori și fonturi pentru o identitate vizuală coerentă.

*Alte caracteristici*

*Materiale de comunicare consecvente*: Utilizarea materialelor de comunicare consecvente, cum ar fi pliante, afișe, broșuri, video-uri, site web și materiale pe rețelele sociale, contribuie la crearea unei identități vizuale puternice și recunoașterii strategiei în rândul publicului.

## 6.2. Identificarea promisiunilor cheie şi a beneficiilor obţinute prin implementarea SNCR

### Promisiuni Cheie

Promisiunile cheie ale *Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon* reflectă obiectivele strategiei și îşi propun să ofere o perspectivă clară asupra beneficiilor pe care le va aduce:

1. **Informare şi conștientizare**

*Justificare*: Această promisiune reflectă angajamentul de a informa publicul cu privire la riscurile asociate cu radonul și de a crește nivelul de cunoaștere. Oamenii nu pot lua măsuri preventive dacă nu sunt conștienți de problema. Conștientizarea sporită poate duce la creșterea cererii pentru testarea nivelurilor de radon și implementarea măsurilor de protecție.

1. **Ghidare Profesională**

*Justificare***:** Această promisiune subliniază că strategia va oferi publicului şi profesioniştilor implicaţi in managementul radonului acces la informații precise și recomandări bazate pe expertiză profesională. Acest lucru inspiră încredere și asigură publicul că au resurse de calitate pentru a lua decizii informate legate de radon.

1. **Acces la Resurse**

*Justificare***:**Atât publicul cât şi alte părţi interesate, au nevoie de instrumente pentru a-și evalua și gestiona riscul expunerii pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă. Prin această promisiune, strategia se angajează să ofere resurse ușor de accesat, cum ar fi ghiduri, teste și instrucțiuni practice pentru a ajuta oamenii să se protejeze împotriva radonului.

1. **Mobilizarea Comunității**

*Justificare***:** Mobilizarea comunității poate amplifica impactul strategiei. Prin promovarea conștientizării în cadrul comunităților locale și prin facilitarea colaborărilor între cetățeni, strategia poate genera un val de schimbare și aderare la măsurile de protecție.

1. **Impact Asupra Sănătății Publice**

*Justificare***:** Această promisiune pune accentul pe faptul că strategia nu este doar despre a proteja mediul înconjurător, ci, în primul rând, despre a proteja sănătatea oamenilor. Asocierea radonului cu impactul sănătății poate motiva publicul să acționeze într-un mod mai responsabil și decisiv.

1. **Sustenabilitate și Durabilitate**

*Justificare***:** Prin promisiunea de sustenabilitate, strategia se angajează să continue să ofere resurse și sprijin pe termen lung. Acest angajament pe termen lung asigură publicul că nu este vorba doar de o abordare efemeră, ci de un efort constant pentru siguranța și sănătatea lor.

Aceste promisiuni cheie sunt foarte importante pentru a transmite beneficiile și impactul pe care SNCR le poate aduce în urma implementării. Ele trebuie să fie exprimate şi comunicate clar și relevant pentru a inspira participarea și angajamentul publicului şî factorilor interesaţi.

### Beneficii asociate cu schimbările propuse

Principalele beneficii asociate cu schimbările de comportament, sociale și politici propuse în cadrul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon includ:

*Reducerea incidenței cancerului pulmonar*: Măsurile de testare și remediere a radonului pot contribui la reducerea numărului de cazuri de cancer pulmonar asociate expunerii la acest gaz radioactiv.

*Creșterea calității aerului interior*: Prin reducerea expunerii, calitatea aerului interior va fi îmbunătățită, ceea ce va duce la un mediu de locuit și de muncă mai sănătos.

*Economii la costurile pentru sănătate*: Prin prevenirea bolilor asociate expunerii la radon, se vor reduce costurile pentru tratamentul acestor afecțiuni, beneficiind astfel sistemul de sănătate și economia națională.

*Schimbarea unor normelor sociale*: Odată cu implementarea strategiei, normele sociale legate de testarea radonului și preocuparea pentru sănătate vor fi modificate, devenind o prioritate în societate.

*Mobilizarea comunității*: Strategia poate aduce împreună comunitățile în eforturile de protejare împotriva radonului, consolidând legăturile sociale și creând solidaritate în abordarea acestei probleme.

*Suport pentru industria de construcții*: Adoptarea unor practici de construcție în care sunt implementate metode preventive de pătrundere a radonului în interior și promovarea acestora prin politici și reglementări vor stimula dezvoltarea unui sector de construcții mai responsabil din punct de vedere al sănătății.

*Influenţarea politicilor și reglementărilor*: Strategia poate determina implicarea autorităților și luarea deciziilor politice în direcția prevenirii și gestionării expunerii la radon, cu politici și reglementări adaptate pentru protecția sănătății populației.

Aceste beneficii reprezintă rezultatele pozitive pe care le poate aduce implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon, contribuind la îmbunătățirea sănătății publice și a calității vieții în România.

### Suport

Pentru a răspunde cel mai bine preocupărilor publicului vizat cu privire la implementarea direcţiilor strategice ale PNAR, este important ca în cadrul strategiei de comunicare să fie dezvoltate următoarele *tipuri de suport*:

*Informații detaliate și precise:* Publicul vizat are nevoie de informații clare și precise despre radon, riscurile asociate și modalitățile de testare și remediere. O comunicare transparentă și bine documentată va ajuta la clarificarea oricăror întrebări și nelămuriri.

*Evidențe științifice*: Publicul vizat poate avea preocupări legate de validitatea sau impactul schimbărilor propuse. Prezentarea de evidențe științifice solide și cercetări în sprijinul Strategiei de Comunicare va contribui la încrederea și acceptarea publicului.

*Resurse, asistență tehnică și sprijin practic*:O categorie semnificativă de public vizat ar putea avea nelămuriri cu privire la modul în care se desfăşoară activităţile de management al radonului din interiorul locuinţelor şi a locurilor de muncă. Oferirea de resurse și asistență tehnică va sprijini publicul în testarea nivelurilor de radon din locuințele lor și în aplicarea măsurilor de reducere a expunerii. Aceasta poate include ghiduri practice, materiale informative și suport tehnic din partea autorităților sau organizațiilor specializate. O strategie de comunicare eficientă trebuie să ofere informații clare cu privire la resursele disponibile, ghiduri de acțiune și sprijin practic pentru a facilita procesul de testare și remediere.

### Dovezi ale eficienței

Prezentarea de exemple și dovezi concrete ale eficienței măsurilor de reducere a radonului și a impactului pozitiv asupra sănătății publice va ajuta la convingerea publicului că schimbările propuse sunt benefice și au rezultate reale.

*Exemple de succes și studii de caz*: Identificarea și promovarea exemplelor de succes din alte regiuni sau comunități în ceea ce privește implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon va inspira publicul și va arăta că schimbările sunt realizabile și valoroase.

*Implicarea comunității și exemple de succes:* Publicul poate avea preocupări legate de modul în care implementarea strategiei de comunicare va implica comunitățile și cum va fi asigurat sprijinul lor. Propunerea şi dezvoltarea unui angajament comunitar puternic și implicarea cetățenilor în procesul de dezvoltare și implementare a strategiei pot contribui la succesul său. În plus, atragerea prezentării exemplelor de succes din partea celor care au beneficiat deja de activităţile de comunicare și au luat măsuri de prevenţie/limitare a expunerii la concentraţii mari de radon va contribui la crearea unei conexiuni emoționale și la încurajarea altora să acționeze într-un mod similar.

*Susținere de la autorități și lideri comunitari*: Sprijinul și angajamentul autoritătilor de reglementare, a autorităților publice locale, liderilor comunității și al experților în sănătate publică vor consolida credibilitatea și importanța strategiei şi a *Planului Naţional de Actiune pentru Radon*, încurajând diverse categorii de audienţă să participe și să susțină măsurile propuse.

*Transparență și implicare în procesul decizional*: Asigurarea unei comunicări transparente și implicarea publicului în procesul decizional referitor la strategia și măsurile propuse poate consolida încrederea și sprijinul publicului pentru adoptarea unor măsuri preventive de limitare a expunerii la radon.

În general, abordarea empatică, cu focus pe nevoile și preocupările publicului vizat, va asigura succesul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon și va stimula implicarea activă a cetățenilor în efortul de protejare a sănătății lor și a comunității în fața riscurilor radonului.

## 6.3. Puncte cheie în dezvoltarea mesajelor şi alegerea canalelor de comunicare

### Dezvoltarea mesajelor

În vederea dezvoltării mesajelor din cadrul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon, ar trebui trebuie să țină cont de următoarele puncte cheie:

*Claritate și Simplitate*: Mesajele ar trebui să fie clare, ușor de înțeles și să evite utilizarea jargonului sau termenilor tehnici prea complicați. Publicul trebuie să poată înțelege cu ușurință riscurile radonului și modul de protecție.

*Relevanță pentru audiență*: Mesajele ar trebui să fie personalizate pentru a fi relevante pentru diferite grupuri de public țintă. Trebuie să se ia în considerare specificul și preocupările fiecărei audiențe pentru a le atrage și implica într-un mod cât mai eficient.

*Credibilitate și Evidențe științifice*: Mesajele trebuie să se bazeze pe evidențe științifice solide și să fie susținute de surse credibile. Oamenii vor fi mai dispuși să acționeze dacă mesajele sunt însoțite de informații verificate și valide.

*Consistență și Repetabilitate*: Mesajele ar trebui să fie consistente și să fie repetate în diferite medii și canale de comunicare pentru a consolida impactul și înțelegerea mesajelor de către public.

*Motivație și Apel la acțiune*: Mesajele ar trebui să fie motivante, evidențiind importanța acțiunii și urgența în protejarea sănătății. Un apel clar la acțiune încurajează publicul să testeze nivelurile de radon și să ia măsuri preventive.

*Soluții și Sprijin*: Mesajele ar trebui să ofere soluții concrete pentru reducerea expunerii la radon și să evidențieze disponibilitatea resurselor și sprijinului pentru testare și remediere.

*Pozitivitate și Speranță*: Mesajele ar trebui să transmită o atitudine pozitivă și speranță, evidențiind că acțiunile individuale și colective pot avea un impact pozitiv în protejarea sănătății și prevenirea riscurilor radonului.

*Emoție și Conexiune*: Mesajele ar trebui să se adreseze atât rațional, prezentând date științifice, cât și emoțional, creând o conexiune cu publicul prin accentuarea importanței protejării sănătății lor și a familiei lor, dar şi a protejării sănătăţii la nivel colectiv.

*Colaborare și Angajament Comunitar*: Mesajele ar trebui să sublinieze importanța colaborării și implicării comunității în abordarea problemei radonului, creând un sentiment de responsabilitate colectivă. Comunicarea implicării și susținerii comunitară, va ridica presiunea responsabilităţii exclusiv individuale, promovată până în prezent, şi va stimula o responsabilitate colectivă.

Prin abordarea acestor puncte cheie în elaborarea mesajelor, Strategia Națională de Comunicare pentru Radon poate avea un impact semnificativ și poate motiva publicul să acționeze în vederea protejării sănătății lor și a comunității în fața riscului radonului.

*Exemple de mesaje*[[4]](#footnote-4)care pun accent pe importanța protejării sănătății și a acțiunii proactive în fața riscurilor asociate cu expunerea pe termen lung la concentraţii mari de radon din locuinţe sau de la locul de muncă. Ele abordează preocupările specifice ale diferitelor grupuri țintă și încurajează implicarea activă a fiecărui segment de audienţă.

**Mesaje pentru publicul larg:**

***Sănătatea Contează***! Radonul este un gaz natural, dar poate fi un risc pentru sănătate. Testează nivelul de radon din casa ta pentru a te proteja și a-ți proteja familia de riscurile asociate cancerului pulmonar. Acționează acum pentru un viitor sănătos!"

***Protejează Viitorul*!** "Prin informare, conștientizare și acțiune, putem contribui la protejarea sănătății noastre și a generațiilor viitoare. Reducerea expunerii la radon este un pas important în această direcție."

**Mesaje pentru proprietarii de clădiri:**

"Ca proprietar, ai puterea să protejezi sănătatea locatarilor tăi. Testează nivelul de radon în proprietăţile tale și ia măsuri preventive pentru a reduce expunerea. Fii parte din soluția pentru sănătatea publică!"

"Acționează acum pentru sănătatea familiei tale! Testează nivelul de radon din casa ta și ia măsuri pentru a reduce expunerea.O investiţie în sănătate cu un minim de efort!"

**Mesaje pentru tineri și familiile tinere:**

"Viitorul tău începe cu sănătatea ta. Testează nivelul de radon din casa ta și ia măsuri pentru a reduce expunerea. Fii un model de sănătate pentru cei dragi!"

**Mesaj pentru familiile cu copii:**

"Copiii sunt cea mai de preț comoară. Asigură-te de faptul că ei cresc într-un mediu sigur, şi sănătos! Testează nivelul de radon din locuința ta și ia măsuri pentru a asigura calitatea aerului din interior. Respiraţi sănătate, nu radon!"

**Mesaj pentru locuitorii din zonele cu risc crescut de radon:**

"Locuiești într-o zonă cu risc crescut de radon? Nu ignora acest pericol! Testează nivelul de radon din casa ta și protejează-ți sănătatea. Acțiunea ta contează pentru sănătatea întregii comunități!"

"Nicio locuință şi nici un loc de muncă nu ar trebui să fie un pericol pentru sănătatea ta! Testează nivelul de radon din locuința ta și, dacă este necesar, limitează expunerea. Respiră sănătate!”

**Mesaj pentru fumători:**

"Radonul și fumatul - o combinație periculoasă! Dacă ai fumat în trecut sau încă fumezi, riscul de cancer pulmonar crește cu expunerea la concentraţii mari de radon. Testează nivelul de radon din locuința ta și renunță la fumat pentru a-ți proteja sănătatea."

**Mesaj pentru persoanele în căutarea unui cămin nou:**

"Înainte de a te muta, testează pentru radon noua ta locuință! Fii proactiv și asigură-te că te protejezi și pe cei dragi de riscurile expunerii pe termen lung la concentraţii mari de radon. Investește într-un mediu sănătos pentru noul tău cămin!"

**Mesaj pentru managerii/directorii instituțiilorde învăţământ:**

"Elevii și profesorii merită un mediu de învățare sănătos! Testează nivelul de radon din locuința ta din clădirile școlare și ia măsuri pentru a asigura calitatea aerului interior. Investiți în sănătatea viitorului!"

**Mesaj pentru comunități:**

"Uniți puterile pentru sănătatea comunității! Testează nivelul de radon din locuința ta din locuințele și clădirile din comunitatea în care locuiţi. Acțiunea noastră colectivă va face diferența în protejarea sănătății noastre și a viitorului nostru!"

### Identificarea canalelor de comunicare principale

Implementarea unei strategii naționale de comunicare pentru radon necesită o varietate de canale de comunicare pentru a ajunge la diversele audiențe țintă și pentru a transmite mesajele cheie într-un mod eficient. Iată câteva dintre principalele canale de comunicare necesare, împreună cu justificările lor:

*Mass-media:* Televiziunea, radio-ul și publicațiile tipărite (ziare, reviste) pot ajunge la o gamă largă de public și pot furniza informații esențiale cu privire la riscurile radonului și măsurile de protecție. Aceste canale au o acoperire extinsă și pot contribui la creșterea conștientizării în rândul publicului larg.

*Platforme online:* Website-uri guvernamentale, pagini de social media și alte platforme online sunt excelente pentru a furniza informații detaliate, resurse și materiale informative. Acestea permit, de asemenea, interacțiunea directă cu publicul și posibilitatea de a răspunde la întrebări.

*Seminarii și workshop-uri:* Organizarea de seminarii, ateliere și prezentări în fața publicului poate oferi oportunități de interacțiune directă și schimb de informații. Astfel de evenimente pot atrage angajatori, administratori de clădiri și alte părți interesate pentru a învăța mai multe despre riscurile radonului și măsurile de prevenție.

*Materiale tipărite și broșuri:* Realizarea și distribuirea de materiale tipărite, cum ar fi broșuri, pliante și postere, poate ajuta la furnizarea informațiilor esențiale în locații cu trafic mare, precum instituții publice, spitale, școli și altele.

*Comunicate de presă:* Furnizarea de comunicate de presă presei locale și naționale poate ajuta la atragerea atenției mass-media și la informarea publicului cu privire la inițiativele și acțiunile legate de radon.

*Cooperare cu organizații relevante:* Colaborarea cu organizații non-guvernamentale, organizații de sănătate publică și alte entități relevante poate extinde raza de acțiune și poate asigura un parteneriat solid pentru promovarea conștientizării și implementarea măsurilor de protecție.

*Campanii de conștientizare online:* Utilizarea campaniilor de conștientizare online, cum ar fi campanii de publicitate pe platformele de social media și motoarele de căutare, poate ajunge la publicuri specifice și poate direcționa utilizatorii către resursele și informațiile relevante.

*Evenimente comunitare și târguri:* Participarea la evenimente locale, târguri sau expoziții poate oferi o oportunitate de interacțiune directă cu publicul țintă și poate permite distribuirea de materiale informative.

*Comunicare cu autoritățile locale și regionale*: Colaborarea și comunicarea cu autoritățile locale și regionale este crucială pentru implementarea politicilor și reglementărilor legate de radon. Prin intermediul întâlnirilor și comunicării constante, se pot coordona eforturile pentru o conștientizare și aplicare mai eficientă.

Alegerea acestor canale de comunicare se bazează pe diversitatea audiențelor țintă și pe potențialul fiecărui canal de a transmite mesajele cheie în mod eficient. Utilizarea unei combinații corespunzătoare de canale va ajuta la atingerea obiectivelor strategiei naționale de comunicare pentru radon.

## 6.4. Finalizarea abordărilor strategice

În dezvoltarea există abordări creative care pot contribui la implementarea Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon, asigurând astfel o conștientizare a riscului expunerii la radon și pentru a încuraja măsurile de prevenție şi limitare a expunerii.

Au fost identificate o serie de considerente creative care pot fi utilizate în activităţile de comunicare privitoare la radon:

*Utilizarea de Mesaje Clar și Convingătoare.*

Exemplu: Utilizarea unor sloganuri simple și memorabile, cum ar fi „*Eu respir un aer sănătos, fără radon acasă/la locul de muncă. Dar tu?*”.

Detaliu: Mesajele ar trebui să fie clare și ușor de înțeles, evitând jargonul tehnic. Accentul ar trebui să fie pus pe protejarea sănătății și pe pașii simpli pe care oamenii îi pot urma pentru limitarea expunerii.

*Materiale Vizuale Impactante*

Exemplu: Infografice care ilustrează riscul expunerii la radon și beneficiile testării și limitării expunerii.

Detaliu: Folosirea de imagini și grafice pentru a comunica informații complexe într-un mod accesibil și atrăgător. De exemplu, o diagramă a procesului de testare.

*Campanii de Conștientizare prin Social-Media*

Exemplu: Postări pe rețele de socializare (Facebook, Instagram, etc.) care includ testimoniale video de la persoane care au testat și au redus nivelul de radon în casele lor.

Detaliu: Utilizarea platformelor de social media pentru a ajunge la un public țintă. Crearea de conținut partajabil, cum ar fi videoclipuri scurte, meme-uri și postări interactive care să încurajeze discuțiile și distribuirea de informații.

*Colaborarea cu Influenceri și Lideri de Opinie*

Exemplu: Influenceri de lifestyle și sănătate promovând importanța testării pentru radon în locuințele lor.

Detaliu: Identificarea și colaborarea cu persoane influente care pot răspândi mesajele campaniei către un public mai larg și diversificat. Influencerii pot crea conținut autentic și credibil care să rezoneze cu urmăritorii lor.

*Evenimente Comunitare și Educaționale*

Exemplu: Organizarea de seminarii și workshop-uri locale unde experți în radon oferă informații și demonstrează, de exemplu, cum se efectuează testarea.

Detaliu: Participarea la târguri de sănătate, evenimente școlare și alte adunări comunitare pentru a distribui materiale informative.

*Campanii de Informare în Mass-Media Tradițională*

Exemplu: Spoturi radio și TV care explică riscurile radonului și beneficiile testării periodice.

Detaliu: Utilizarea de anunțuri publicitare în ziare, reviste și pe panouri publicitare pentru a atinge un public larg și divers. Mesajele trebuie să fie concise și să includă informații practice; de exemplu despre locurile unde se pot obține kituri de testare gratuite sau la preț redus.

*Resurse Educative pentru Școli și Organizații*

Exemplu: Kituri educaționale pentru profesori care să includă lecții despre radon și siguranța locuinței.

Detaliu: Dezvoltarea de materiale educaționale pentru elevi și studenți care să includă activități interactive și informații despre cum să-și protejeze locuințele de radon.

*Parteneriate cu sectorul privat și organizațiile non-guvernamentale*:

Exemplu: pot fi organizate evenimente comune sau sponsorizări pentru a promova mesajul într-un mod original și creativ.

Detaliu: Colaborarea cu companii, asociații și organizații non-guvernamentale poate aduce noi idei și resurse pentru o campanie de informare/conștientizare.

*Inițiative de responsabilitate socială*:

Asocierea strategiei de comunicare cu inițiative de responsabilitate socială pentru a atrage sprijin din partea companiilor și organizațiilor.

Prin abordarea unor astfel de considerente creative, SNCR poate atrage atenția și implica publicul în mod activ, contribuind la reducerea riscului de expunere la acest gaz radioactiv. Este important să găsim modalități inovatoare de a transmite mesajul astfel încât acesta să ajungă la o audiență cât mai largă și să determine o acțiune colectivă pentru sănătatea publică.

# Plan de implementare

Planul de implementare al Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon a fost structurat, cu obiective clare și acțiuni specifice.

Acesta are următoarea structură:

|  |
| --- |
| 1. ***Etapa de pregătire și planificare***
 |

a. *Stabilirea obiectivelor*: Definirea obiectivelor strategiei, cum ar fi conștientizarea publicului despre riscurile radonului, creșterea testării nivelului de radon și promovarea măsurilor preventive.

b. *Analiza publicului țintă*: Identificarea grupurilor de public țintă, cum ar fi proprietari de locuințe, angajați și angajatori, profesioniști din domeniul medical, comunități locale etc., pentru a adapta mesajele și canalele de comunicare.

c. *Definirea mesajelor cheie*: Elaborarea mesajelor principale care să comunice pericolul radonului, importanța testării și măsurilor preventive.

d. *Identificarea canalelor de comunicare*: Selectarea canalelor potrivite pentru a ajunge la fiecare public țintă, inclusiv mass-media, platforme online, evenimente comunitare și colaborări cu organizații relevante.

|  |
| --- |
| 1. ***Etapa de comunicare și promovare***
 |

a. *Crearea materialelor de comunicare*: Dezvoltarea de materiale vizuale, audio și scrise, cum ar fi afișe, videoclipuri, broșuri și comunicate de presă, pentru a transmite mesajele cheie.

b. *Campanii de conștientizare*: Lansarea de campanii de comunicare în diferite medii, pentru a atrage atenția publicului asupra riscurilor radonului și pentru a-i educa în privința măsurilor preventive.

c. *Evenimente comunitare și prezentări*: Organizarea de evenimente și prezentări în comunități locale, școli și locuri de muncă pentru a implica direct publicul și a răspunde întrebărilor acestuia.

d. *Promovarea prin intermediul mass-mediei*: Colaborarea cu mass-media pentru a difuza știri și articole relevante despre radon și importanța prevenirii expunerii.

|  |
| --- |
| 1. ***Etapa de implicare și colaborare***
 |

a. *Parteneriate cu organizații relevante*: Colaborarea cu organizații guvernamentale, ONG-uri și alte organizații relevante pentru a crește impactul și eficiența strategiei.

b. *Implicarea autorităților locale și regionale*: Colaborarea cu autoritățile locale și regionale pentru a asigura sprijinul în implementarea strategiei la nivel local.

c. *Instruire și formare*: Ofertarea de instruiri și sesiuni de formare pentru profesioniștii din domeniul medical și pentru alți specialiști pentru a-i educa cu privire la expunerea la radon.

|  |
| --- |
| 1. ***Etapa de monitorizare și evaluare***
 |

a. *Evaluarea şi monitorizarea* indicatorilor specifici pentru fiecare obiectiv în parte

b. *Ajustări și îmbunătățiri:* Bazat pe rezultatele monitorizării și evaluării, efectuarea de ajustări și îmbunătățiri pentru a îmbunătăți eficiența strategiei.

|  |
| --- |
| 1. ***Etapa de sustenabilitate și extindere***
 |

a*. Continuarea eforturilor*: Asigurarea că eforturile de comunicare continuă în timp și că strategia devine parte integrantă a politicii de sănătate publică.

b. *Extinderea acoperirii:* Extinderea strategiei către noi regiuni și comunități pentru a atinge un număr mai mare de persoane.

c. *Colaborare internațională:* Implicarea în inițiative internaționale și colaborarea cu alte țări pentru a schimba experiențe și bune practici în prevenirea radonului.

## Evaluarea și Monitorizarea SNCR

Planul de evaluare și monitorizare al SNCR are **rolul** de a asigura implementarea eficientă a strategiei şi în măsurarea rezultatelor și impactului său. Planul de monitorizare și evaluare asigură o abordare sistematică și coerentă pentru a urmări progresul în implementarea strategiei. Acesta include obiective specifice legate de informarea și educarea publicului, cooperarea cu autoritățile locale și regionale, dezvoltarea de materiale informative și ghiduri practice, organizarea de evenimente de conștientizare și altele. Pentru fiecare obiectiv, planul va stabili indicatori măsurabili și termene pentru a urmări îndeplinirea acestora.

Evaluarea regulată a implementării strategiei și a rezultatelor obținute este crucială pentru identificarea componentelor care funcționează eficient și ce aspecte necesită ajustări. Planul de evaluare şi monitorizare include metode pentru colectarea datelor relevante, cum ar fi sondaje de conștientizare în rândul populației, analize ale expunerii la radon în clădiri, feedback de la autorități locale și alte surse. Aceste date vor fi utilizate pentru a evalua în ce măsură obiectivele au fost atinse și pentru a identifica eventualele lacune sau probleme în implementare.

Pe baza rezultatelor evaluării, planul poate recomanda ajustări ale strategiei sau a planului de acțiune, pentru a asigura o abordare mai eficientă în viitor. Astfel, planul de monitorizare și evaluare nu numai că asigură responsabilitate și transparență în implementarea strategiei, dar oferă și informații prețioase pentru îmbunătățirea continuă a abordării și pentru asigurarea unei protecții mai bune a sănătății populației în fața expunerii la radon.

Obiectivele SNCR:

1. Creșterea nivelului de conștientizare a populației , angajatorilor şi managerilor/ proprietărilor clădirilor cu acces public cu privire la riscurile pentru sănătate asociate cu expunerea pe termen lung la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referinţă de 300 Bq/m3 și importanța măsurilor de limitare a expunerii.
2. Conştientizarea, implementarea şi reaspectarea legislației și politicilor existente privind radonul.
3. Motivarea angajatorilor şi a managerilor/administratorilor de clădiri cu acces public să efectueze teste de radon și să implementeze măsuri preventive/corective de reducere a expunerii.
4. Conștientizarea și implicarea Profesioniștilor din Sănătate, Construcții/Renovări şi
5. Integrarea informațiilor despre radon în programele educaționale, de formare şi informare, cu accent pe sensibilizarea tinerilor și a profesioniștilor din sistemul medical şi industria construcțiilor.
6. Motivarea proprietarilor de locuințe și a administratorilor de clădiri rezidenţiale să efectueze teste pentru nivelurile de radon și să implementeze măsuri preventive/corective de reducere a expunerii.
7. Promovarea colaborării dintre autorități, organizații non-guvernamentale și mass-media pentru a susţine şi extinde acoperirea temelor legate radonul .

## Indicatori de evaluare şi monitorizare

Evaluarea și monitorizarea implementării SNCR sunt elemente esențiale pentru a urmări în mod coerent și obiectiv progresul și impactul inițiativelor strategiei. Acești indicatori au fost selectați pe baza unei abordări atent planificate și înțelegerea profundă a obiectivelor strategiei, respectiv, abilitatea de a măsura eficacitatea comunicării. Prin intermediul acestor indicatori, se vor putea evalua, deasemenea, calitatea conștientizării și a educației furnizate profesioniștilor și publicului larg.

În vederea evaluării și monitorizării implementării *Strategiei Naţionale de Comunicare pentru Radon* SNCR au fost identificaţi indicatoripentru a monitoriza şi evalua strategia pentru fiecare obiectiv:

## (I 1) Indicatori pentru Evaluarea și Monitorizarea Obiectivului 1 al SNCR

**Obiectiv 1:** Creșterea nivelului de conștientizare a populației, angajatorilor și managerilor/proprietarilor clădirilor cu acces public cu privire la riscul pentru sănătate asociat cu expunerea pe termen lung la concentrații de radon care depășesc nivelul de referință de 300 Bq/m3 și modalități de limitare a expunerii.

În vederea evaluării şi monitorizării acestui obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### I 1.1. Indicatori de Conștientizare

1. *Nivelul de cunoștințe al publicului:*

Definiție: Procentul de persoane din populația generală care pot identifica corect riscurile asociate expunerii la radon și măsurile de testare/prevenție/remediere disponibile.

Sursă de date: Sondaje de opinie.

1. *Nivelul de cunoștințe al angajatorilor și managerilor/proprietarilor de clădiri cu acces public:*

Definiție: Procentul de angajatori și manageri/proprietari care înțeleg riscurile pentru sănătate asociate cu expunerea la radon și măsuri disponibile delimitare a expunerii.

Sursă de date: Chestionare și interviuri specializate.

### I 1.2. Indicatori de Participare

1. *Rata de participare la evenimente informative:*

Definiție: Număr de evenimente/participanți la seminarii, workshop-uri și alte evenimente de informare privind radonul.

Sursă de date: rapoarte de eveniment.

1. *Utilizarea resurselor educaționale:*

Definiție: Numărul de vizualizări și descărcări ale materialelor educaționale de pe site-uri de profil sau al altor platforme.

Sursă de date: Analitice web și rapoarte de distribuție.

### I 1.3. Indicatori de atitudine și percepție

1. *Schimbarea percepției asupra riscului asociat cu expunerea la radon:*

Definiție: Procentul de persoane care raportează o schimbare în percepția lor asupra importanței gestionării riscurlui asociat cu expunerea la radon.

Sursă de date: Sondaje de opinie și/sau focus grupuri.

1. *Schimbarea atitudinii privind testarea şi limitarea expunerii la radon:*

Definiție: Procentul de persoane care raportează o schimbare atitudinea privind *testarea şi limitarea expunerii la radon*.

Sursă de date: Sondaje de opinie și/sau focus grupuri.

### I 1.4. Intenția de a acționa:

Definiție: Procentul de manageri/proprietari care planifică să efectueze teste de măsurare a concentrației de radon în clădiri şi/sau să implementeze măsuri de limitare a expunerii.

Sursă de date: Chestionare și interviuri.

## (I 2) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 2 al SNCR

**Obiectivul 2:** *Gradul de transparenţă, informarea şi conştientizare a legislației și al politicilor existente privind radonul din interiorul locuinţelor, a locurilor de muncă şi a clădirilor cu acces public.*

În vederea evaluării şi monitorizării acestui obiectiv, au fost identificați următorii indicatori (indicator general de guvernanță)

### I 2.1. Gradul de informare cunoaștere şi conştientizare privind existenţa legislației și

### politicilor privind radonul

Definiție: Procentul membrilor grupupui ţintă (prioritar) din cadrul instituțiilor responsabile cu implementarea PNAR, care este conștient de existența și conținutul legislației și politicilor legate de radon

Sursă de date: Chestionare distribuite instituțiilor implicate în implementarea PNAR;

### I 2.2. Gradul de transparență a informațiilor legate de legislația și politicile privind

### radonul/managementul problematicii radonului

Definiție: Accesabilitatea privind informațiile despre legislația și politicile privind radonul/ managementul problematicii radonului;

Sursă de date: Sondaje de opinie; Evaluări ale vizibilității şi accesibilității resurselor online și offline;

### I 2.3. Frecvența și eficacitatea campaniilor/sesiunilor de informare

Definiție: Numărul campaniilor de informare despre legislația și politicile privind radonul desfășurate și eficacitatea acestora în termeni de acoperire și impact.

Sursă de date: Rapoarte de activitate; Machete specifice de evaluare a impactului campaniilor/sesiunilor de informare

### I 2.4. Colaborări și parteneriate

Definiție: Parteneriate încheiate cu organizații relevante/asociaţii/grupuri de lucru, etc. pentru promovarea strategiei de comunicare pentru radon. b) Gradul de implicare și contribuția partenerilor în implementarea strategiei

Sursă de date: Sondaje de opinie; Machete de evaluare specifice

## (I 3) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 3 al SNCR

**Obiectivul 3:** Motivarea angajatorilor şi a managerilor/administratorilor de clădiri cu acces public să efectueze teste pentru determinarea concentraţiei de radon din interiorul clădirilor și de la locul de muncă, și să implementeze măsuri preventive/corective de reducere a expunerii.

Pentru monitorizarea și evaluarea progresului acestui obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### **I** **3.1 Gradul de conștientizare al angajatorilor și** **proprietarilor/administratorilor clădirilor cu acces** public de necesitatea măsurătorilor concentrației de radon la locul de muncă şi în clădirile cu acces public

Definiție: Numărul angajatorilor și administratorilor care sunt conștienți de necesitatea măsurătorilor concentrației de radon la locul de muncă şi în clădirile cu acces public

Sursă de date: Sondaje de opinie; Chestionare distribuite angajatorilor și proprietarilor/administratorilor clădirilor cu acces public;

### I 3.2 Rata de conformare cu legislația/recomandările privind expunerea la radon la locul de muncă şi în clădirile cu acces public

Definiție: Procentul clădirilor care au respectat recomandările de testare și au implementat măsurile necesare după identificarea nivelurilor de radon peste limita de referință.

Sursă de date: Rapoarte de la autoritățile de reglementare;

## (I 4) Indicatori de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 4 al SNCR

**Obiectiv 4:** *Motivarea proprietarilor de locuințe și a administratorilor de clădiri rezidențiale să efectueze teste pentru determinarea concentrației de radon din interiorul clădirilor și să implementeze măsuri preventive/corective de reducere a expunerii.*

Pentru monitorizarea și evaluarea progresului acestui obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### I 4.1. Gradul de conștientizare a riscurilor expunerii la radon în rândul proprietarilor de locuințe/chiriaşilor și administratorilor de clădiri rezidențiale:

Definiție: Procentul de proprietari de locuințe și administratori care sunt conștienți de riscurile radonului și de necesitatea testării și reducerii acestuia.

Sursă de date: Sondaje de opinie; Chestionare distribuite proprietari de locuințe și administratori clădirilor rezidențiale;

### I 4.2. Numărul de sesiuni de informare și conştientizare organizate:

Definiție: Totalul sesiunilor de informare și educare desfășurate pentru a motiva testarea și reducerea expunerii la radon.

Sursă de date: rapoarte de eveniment.

### I 4.3. Rata de participare la sesiunile de informare și educare:

Definiție: Proporția proprietarilor de locuințe și administratorilor de clădiri rezidențiale care au participat la sesiunile de informare din totalul participanților.

Sursă de date: rapoarte de eveniment.

## (I 5) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 5 al SNCR

**Obiectivul 5:** Conștientizarea și implicarea profesioniștilor din sistemul de sănătate și industria construcțiilor

Pentru a monitoriza și evalua progresul față de acest obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### I 5.1. Gradul de conștientizare al profesioniștilor din sistemul de sănătate și industria construcțiilor despre riscurile asociate cu expunerea pe termen lung la concentrații de radon ce depăşesc nivelul de expunere,

Definiție: Procentul profesioniștilor din sistemul de sănătate și industria construcțiilor care sunt conștienți de riscurile pentru sănătate asociate expunerii la radon.

Sursă de date: Sondaje de opinie; chestionare aplicate profesioniștilor

### I 5.2. Gradul de informare/cunoaștere a măsurilor preventive și corective ce pot fi implementate pentru limitarea expunerii

Definiție: Procentul profesioniștilor care cunosc măsurile preventive și corective pentru reducerea expunerii la radon în clădiri și locuri de muncă.

Sursă de date: Sondaje de opinie; sesiuni de instruire, număr ghiduri, etc.

### I 5.3. Nivelul de integrare a informațiilor despre radon în programele de formare profesională

Definiție: Procentul programelor de formare profesională în sistemul de sănătate și industria construcțiilor care includ informații despre radon.

Sursă de date: Evaluări ale programelor de formare profesională

### I5.4. Gradul de participare la programe de instruire despre radon

Definiție: Numărul de profesioniști din sistemul de sănătate și industria construcțiilor care au participat la programe de instruire/formare sau cursuri despre radon.

Sursă de date: Rapoarte de participare la programe de instruire/conferințe/seminarii; rapoarte de la organizațiile profesionale

## (I6) Indicatori pentru Evaluarea și Monitorizarea Obiectivului 6 al SNCR

**Obiectivul 6:** *Integrarea informațiilor despre radon în programele educaționale, de formare și informare, cu accent pe sensibilizarea tinerilor și a profesioniștilor din sistemul medical și industria construcțiilor*

Pentru a monitoriza și evalua progresul față de acest obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### I 6.1. Integrarea informațiilor despre radon în curricula educațională

Definiție: Număr instituțiilor de învățământ (liceu și universitar) care au/au inclus module sau cursuri despre radon în curricula.

Sursă de date: Ministerul Educației; Alte instituții de formare;

### I 6.2. Participarea la programe de informare și formare privind radonul

Definiție: Numărul și procentul profesioniștilor din sistemul medical, industria construcțiilor, etc. care au participat la programe de formare sau sesiuni de informare despre radon.

Sursă de date: Participare la instruiri/programele de formare; (rezultate) chestionare pre- și post-formare;

### I 6.3. Gradul de difuzare a materialelor educaționale despre radon în instituții de învățământ/formare

Definiție: Numărul și procentul de materiale educaționale distribuite tinerilor/studenților și profesioniștilor.

Sursă de date: Raportări de la instituțiile de învățământ și formatori; Raportări de distribuție a materialelor;

### I 6.4. Feedback-ul despre utilitatea programelor educaționale și de formare despre radon

Definiție: Evaluările și feedback-ul primit de la participanții la programele educaționale și de formare, măsurate prin chestionare de satisfacție.

Sursă de date: Chestionare de satisfacție post-eveniment; evaluări calitative;

## (I7) Indicatorii de Evaluare și Monitorizare pentru Obiectivul 7 al SNCR

**Obiectivului 7:** Promovarea colaborării dintre autorități, organizații non-guvernamentale și mass-media pentru a susţine şi extinde acoperirea temelor legate de managementul radonului

Pentru a monitoriza și evalua progresul față de acest obiectiv, au fost identificați următorii indicatori:

### I 7.1. Numărul de inițiative comune între autoritățile cu responsabilități în implementarea PNAR, ONG-uri, mass-media, etc. pe tema radonului

Definiție: Numărul total de proiecte, campanii sau evenimente organizate în colaborare între autorități, organizații non-guvernamentale (ONG-uri) și mass-media, având ca temă managementul radonului.

Sursă de date: Rapoarte de activitate ale autorităților, ONG-urilor, etc.; Comunicate de presă

### I 7.2. Gradul de acoperire mass-media a subiectelor legate de radon

**Definiție:** Numărul de articole, reportaje, emisiuni sau alte forme de acoperire mediatică pe tema radonului în mass-media (presă scrisă, online, radio, TV).

**Sursă de date:** Monitorizarea media; Analize de conținut media

### I 7.3. Gradul de implicare a ONG-urilor sau a altor organizații private, inclusiv laboratoare de radon, în campanii de informare şi conștientizare privind expunerea la radon

Definiție: Număr organizații relevante care se implică în campanii de informare şi conștientizare privind expunerea la radon.

Sursă de date: Rapoarte de activitate, monitorizare media; Informații din rețelele de ONG-uri

### I 7.4. Satisfacția partenerilor cu privire la colaborarea pe tema radonului

Definiție: Nivelul de satisfacție al partenerilor implicați (autorități, ONG-uri, inclusiv laboratoare de radon, mass-media, etc.) cu privire la eficacitatea colaborării pe tema radonului.

Sursă de date: Chestionare de feedback; Interviuri cu partenerii

### I 7.5. Diversitatea Formelor de Colaborare între Autorități, ONG-uri, inclusiv laboratoare de radon, Mass-Media, etc.

Definiție: Numărul și tipurile de forme de colaborare (e.g., conferințe, proiecte educaționale, campanii de informare) între autorități, ONG-uri, și mass-media pe tema radonului.

Sursă de date: Rapoarte de proiecte și evenimente; Documentație campanii

## Metodologie de Evaluare și Monitorizare a Indicatorilor

Pentru evaluarea şi monitorizarea indicatorilor SNCR au fost identificate următoarele surse de date, metode de colectare a acestora şi un plan de colectare şi analiză:

### Surse Primare și Secundare de Date

* **Surse Primare de Date:**
1. *Chestionare și Sondaje:*
* Chestionare distribuite publicului pentru a evalua nivelul de conștientizare și cunoștințele despre expunerea la radon şi riscul pentru sănătate asociat;
* Sondaje adresate profesioniștilor din domeniul sănătății și construcțiilor pentru a evalua conștientizarea și aplicarea măsurilor preventive.
1. *Interviuri și Grupuri de Discuții:*
* Interviuri semi-structurate cu experți din domeniul sănătății publice și mediului pentru a obține perspective asupra implementării și eficacității strategiei.
* Grupuri de discuții cu membri ai comunității pentru a identifica barierele și facilitățile percepute în înțelegerea și gestionarea riscului expunerii la radonul din locuințe, locuri de muncă şi clădirile cu acces public.
1. *Măsurători de Radon:*
* Date din campanii de măsurare a concentrațiilor de radon efectuate în locuințe, locuri de muncă și clădiri publice, efectuate după derularea campaniilor/programelor specifice;
1. *Date de la Programele Educaționale și de Informare:*
* Evaluări ale programelor de educație și formare privind radonul, inclusiv prezența și implicarea în evenimente, cursuri, și distribuirea materialelor informative.
* **Surse Secundare de Date:**
1. *Studii și Rapoarte Publicate:*
* Studii și rapoarte guvernamentale despre radon, riscuri asociate și eficacitatea strategiilor de comunicare.
1. *Rapoarte Anterioare de Evaluare și Monitorizare:*
* Rapoarte de evaluare a campaniilor de conștientizare și educație despre radon (naționale şi internaționale).

### Plan de Colectare a Datelor

**Colectarea Datelor Primare:**

1. *Chestionare și Sondaje:*
* Designul chestionarelor, includerea întrebărilor relevante și validarea acestora prin teste pilot.
* Distribuirea chestionarelor online și offline pentru a asigura o acoperire cât mai largă.
* Utilizarea platformelor online pentru colectarea răspunsurilor și asigurarea anonimității respondenților.
1. *Interviuri și Grupuri de Discuții:*
* Selectarea participanților pe baza diversității geografice și demografice.
* Conducerea interviurilor și grupurilor de discuții într-un cadru neutru, înregistrarea și transcrierea acestora pentru analiză detaliată.
1. *Programe Educaționale și de Informare:*
* Monitorizarea participării și evaluarea feedback-ului de la participanți pentru a măsura eficacitatea programelor.

**Colectarea Datelor Secundare:**

1. *Studii și Rapoarte:*
* Identificarea literaturii de specialitate relevante
* Extracția și sintetizarea datelor din studii și rapoarte.
1. *Rapoarte Anterioare:*
* Analiza rapoartelor existente pentru identificarea lecțiilor învățate și aplicarea acestora la noua strategie.

### Metode de Colectare și Analiză a Datelor

1. *Online și Offline:*
* Utilizarea platformelor de sondaje online pentru colectarea rapidă și eficientă a datelor.
* Distribuirea de chestionare fizice în comunități cu acces limitat la internetțintit, pentru diferite grupuri țintă
1. *Directă și Indirectă:*
* Colectarea indirectă de date prin feedback din interviuri și sondaje.
* Colectarea rapoartelor de activitate anuale de la autorități și ONG-uri, detaliind inițiativele comune, campaniile și evenimentele organizate.
1. *Observație și Interviuri:*
* Observație participativă în programele educaționale.
* Interviuri detaliate cu experți și membri ai comunității.

### Metode de Analiză:

1. *Analiză Statistică:*
* Utilizarea metodelor descriptive și inferențiale pentru a analiza datele din chestionare și sondaje.
* Analiza trendurilor și corelațiilor între variabilele de interes.
1. *Analiză Calitativă:*
* Analiza tematică a transcrierilor din interviuri și grupuri de discuții.
* Monitorizare/analiza media: număra articolele, reportajele și alte forme de acoperire mediatică pe tema expunerii la radon.
* Utilizarea software-urilor specializate (e.g., NVivo) pentru codificarea și identificarea temelor emergente.
1. *Analiză Geografică:*
* Utilizarea Sistemelor de Informații Geografice (GIS) pentru a vizualiza și analiza distribuția măsurătorilor de radon și a altor date relevante.
1. *Analiza Comparativă:*
* Compararea datelor colectate cu obiectivele stabilite în strategie pentru a evalua succesul acesteia
* Realizarea trendului indicatorilor definiți pentru fiecare obiectiv în parte;

### Raportarea și Feedback-ul

1. *Rapoarte:*

Destinatari: Comitetul interministerial de radon al PNAR

Conținut: Date de proces și progres, evaluarea performanței față de obiectiv, constatări detaliate, recomandări de ajustare;

1. *Workshop-uri și Întâlniri de Feedback:*

Frecvență: După fiecare raport anual.

Scop: Discuții asupra progresului, ajustarea planurilor pe baza feedback-ului.

Participanți: parteneri, alte părți interesate.

1. *Raportarea și Feedback*

Rapoarte Periodice: Elaborarea de rapoarte anuale care să includă analiza indicatorilor, tendințele observate și recomandările pentru îmbunătățire.

Diseminarea Rezultatelor: Prezentarea rezultatelor către părțile interesate și publicul larg pentru a asigura transparența și implicarea acestora.

Sesiuni de Feedback: Organizarea de sesiuni de feedback cu reprezentanții institițiilor responsabile pentru implementarea PNAR şi a altor părți interesate pentru a discuta despre rezultate și ajustări necesare în strategiile de comunicare.

### Implementare și Revizuire

1. *Re-calibrarea Indicatorilor:*

Reevaluarea și recalibrarea indicatorilor, în cazul în care se consideră a fi necesar, pentru a reflecta corespunzător implementarea obiectivelor SNCR.

1. *Ajustarea obiectivelor SNCR:*

Revizuirea și ajustarea obiectivelor strategiei de comunicare pe baza rezultatelor evaluărilor și feedback-ului primit.

1. *Îmbunătățirea Continua:*

Integrarea rezultatelor în strategia de comunicare pentru a îmbunătăți continuu transparența, informarea și conștientizarea legislației și politicilor privind radonul.

### Ajustarea Strategiei

1. *Planificarea ajustărilor:*

Metodă: Analiza rapoartelor și a feedback-ului pentru identificarea domeniilor care necesită îmbunătățiri.

Frecvență: Anual.

Responsabili: INSP, echipa de management a SNCR.

1. *Implementarea îmbunătățirilor:*

Activități: Actualizarea mesajelor de comunicare, revizuirea materialelor educaționale, ajustarea canalelor de comunicare.

Frecvență: Continuă, pe baza necesităților identificate.

*Revizuirea și Adaptarea Strategiei*

1. *Revizuirea Anuală:*
* Evaluarea progresului și a impactului măsurilor implementate.
* Ajustarea mesajelor, canalelor de comunicare și intervențiilor pe baza rezultatelor evaluării și a feedback-ului.
1. *Planuri de Contingență:*
* Dezvoltarea de Planuri Alternative: Pentru a aborda barierele și provocările întâlnite în procesul de implementare.

# Concluzii

Strategia Națională de Comunicare privind Radonul a fost concepută pentru a aborda provocările multiple legate de conștientizarea și gestionarea riscurilor asociate expunerii la radon în România şi reprezintă o abordare importantă și bine întemeiată în gestionarea unei probleme de sănătate publică. Această strategie a fost dezvoltată cu un accent clar pe conștientizare, educație și acțiune pentru a contracara riscurile asociate expunerii la radon. Prin identificarea obiectivelor clare, punerea în aplicare a unui plan de acțiune detaliat și alegerea unor indicatori adecvați de monitorizare și evaluare, strategia își propune să aducă beneficii semnificative sănătății populației.

*Importanța evaluării strategiei*

Evaluarea eficienței strategiei este deosebit de importantă pentru asigurarea atingerii obiectivelor stabilite și pentru adaptarea la nevoile emergente și contextul național specific. Aceasta oferă o bază pentru luarea deciziilor informate și îmbunătățirea continuă a politicilor și măsurilor implementate. Utilizarea indicatorilor de evaluare permite monitorizarea progresului și impactului strategiei prin:

**Măsurarea rezultatelor** (de exemplu, nivelul de conștientizare publică, numărul de teste de radon efectuate, acțiunile de remediere aplicate).

**Evaluarea eficacității intervențiilor** și a campaniilor de informare.

**Identificarea zonelor de îmbunătățire** și ajustarea resurselor și abordărilor.

Implementarea Strategiei Naționale de Comunicare privind Radonul reprezintă un pas esențial pentru protejarea sănătății publice și reducerea expunerii la radon în România. Pentru succesul continuu al acestei strategii, se recomandă:

**Monitorizarea constantă și ajustarea planurilor de comunicare** în funcție de evoluția contextului și de feedback-ul primit de la public și de la specialiști.

**Colaborarea inter-instituțională** pentru a asigura resursele și suportul necesar pentru implementarea măsurilor eficiente.

**Promovarea activă a participării comunităților locale** și implicarea lor în acțiuni de testare și remediere.

**Actualizarea periodică a indicatorilor de evaluare** pentru a reflecta cele mai recente date și tendințe în domeniul radonului.

Prin utilizarea eficientă a indicatorilor de evaluare, strategia poate fi rafinată și îmbunătățită continuu, asigurând astfel un impact pozitiv și durabil asupra sănătății publice și a siguranței populației în fața riscurilor radonului. Acest proces de evaluare și ajustare este vital pentru a răspunde în mod adecvat provocărilor emergente și pentru prevenție şi protejarea sănătății.

Obiectivele strategiei, precum creșterea conștientizării publicului, implementarea și respectarea legislației și politicilor existente privind radonul, și promovarea măsurilor de prevenire și reducere a expunerii la radon, reflectă o abordare holistică în gestionarea acestei probleme. Prin eforturi concentrate de comunicare și educație, strategia urmărește să transforme conștientizarea în acțiune, să încurajeze implicarea activă a comunității și să asigure respectarea reglementărilor existente.

Unul dintre aspectele cheie ale strategiei constă în identificarea indicatorilor corespunzători pentru monitorizarea și evaluarea fiecărui obiectiv. Acești indicatori vor furniza date concrete și obiective cu privire la progresul realizat în implementarea strategiei. Monitorizarea continuă a acestor indicatori va permite adaptarea și optimizarea eforturilor în timp real, asigurând că strategia rămâne relevantă și eficace pe măsură ce situația și nevoile evoluează.

În final, succesul acestei Strategii Naționale de Comunicare pentru Radon depinde de angajamentul și colaborarea tuturor părților implicate, de la autorități guvernamentale la organizații non-guvernamentale, profesioniști în domeniul sănătății, industria construcțiilor și, nu în ultimul rând, populația în general. Prin eforturi concertate și continue, putem spera că strategia va contribui semnificativ la reducerea impactului radonului asupra sănătății publice și la crearea unui mediu mai sigur și sănătos pentru populaţie.

#  ANEXE

## Profile de audienţă pentru grupurile prioritare

### A 1.1 Profilul Audienței: Părinți și îngrijitori / Familii

**Descriere generală:** Acest segment de audienţă cuprinde părinți, îngrijitori și membrii familiilor care doresc să asigure un mediu sănătos și sigur pentru cei dragi. Acești indivizi au o grijă deosebită față de sănătatea și bunăstarea familiilor lor și caută informații pentru a lua decizii informate în legătură cu mediul lor de viață.

**Caracteristici demografice:**

Vârsta: Diverse grupe de vârstă, de la tineri părinți la părinți în vârstă.

Gen: Ambele genuri sunt incluse.

Statut familial: Părinți, îngrijitori, membrii familiilor extinse.

**Caracteristici psiho-sociale:**

Interese: Sănătatea familiei, siguranța locuinței, educație și dezvoltarea copiilor.

Valori: Protecția copiilor și a celor dragi, investiția într-un mediu sigur și sănătos.

Stil de viață: Familii active și implicate în creșterea sănătoasă a copiilor lor.

**Comportament vizat:**

Căutare de informații: Caută informații despre siguranța locuinței și sănătatea familiei, inclusiv potențialele riscuri pentru sănătate (precum radonul).

Acțiuni preventive: Iau măsuri pentru a proteja sănătatea copiilor și a celor dragi, inclusiv prin alegerea materialelor de construcție și ventilației adecvate.

Conștientizare crescută: Sunt interesați să afle despre riscurile pentru sănătatea familiei lor și să descopere soluții.

**Nevoi și motivații:**

Sănătatea copiilor: Principala motivație este să asigure un mediu sănătos pentru copiii lor și a minimiza riscurile de sănătate.

Educație: Dornici să învețe despre factorii de risc, inclusiv radonul, pentru a lua decizii informate.

Tranziția la o viață sănătoasă: Căutarea de modalități de a îmbunătăți calitatea vieții familiei prin alegeri sănătoase și informate.

**Obiective de comunicare:**

Conștientizare: A informa despre riscurile radonului și importanța testării nivelurilor de radon în locuință.

Educație: A furniza informații clare și ușor de înțeles despre radon, efectele sale și măsurile de protecție.

Acțiune: A încuraja părinții să testeze nivelurile de radon în locuință și să ia măsuri pentru a reduce expunerea.

**Canale de comunicare preferate:**

Campanii în grădiniţe/şcoli/instituţii de învăţământ

Site-uri web specializate: Căutarea de informații pe site-uri de sănătate și siguranță.

Bloguri și articole online: Citirea de articole informative despre sănătatea familiei și soluții de protecție.

Grupuri de părinți online: Participarea la discuții și schimburi de informații cu alte familii.

Evenimente comunitare: Participarea la seminarii și ateliere legate de siguranță și sănătate.

Broșuri și materiale informative: Distribuția de informații tangibile în locuri publice și școli.

Social media: Interacțiune și împărtășirea de informații cu alți părinți.

### A 1.2. Profilul Audienței: Angajatori din Industriile cu Expunere Potențială la Radon

**Demografie:**

Vârstă: Între 35 și 60 de ani.

Gen: Ambele genuri.

Educație: Majoritatea au studii superioare sau tehnice.

Ocupație: Manageri, proprietari de afaceri, directori de resurse umane.

**Caracteristici și Comportament:**

Sunt persoane orientate către afaceri și gestionarea organizațională.

Sunt deschiși la adopția tehnologiei și inovației în cadrul afacerilor.

Înțeleg importanța siguranței angajaților și respectă reglementările de sănătate și siguranță la locul de muncă.

Sunt interesați de strategii care pot aduce avantaje competitive și îmbunătățiri în cadrul organizației.

Au o perspectivă pe termen lung și caută soluții care să aducă beneficii pe termen lung pentru afacerea lor și angajați.

**Nevoi și Motivații:**

Reducerea riscurilor de sănătate și securitate pentru angajați.

Respectarea standardelor legale și reglementărilor în domeniul sănătății și siguranței la locul de muncă.

Crearea unui mediu de lucru sigur și sănătos pentru a menține moralul și productivitatea angajaților.

Adoptarea soluțiilor care pot contribui la imaginea pozitivă a companiei și, eventual, la creșterea loialității angajaților.

**Obiecții și Provocări:**

Poate exista o lipsă de conștientizare cu privire la riscurile expunerii pe termen lunga la concentrații mari de radon în industria lor specifică.

Pot fi reticenți în adoptarea unor măsuri de prevenire/remediere care pot necesita cheltuieli sau schimbări operaționale.

Pot avea preocupări cu privire la posibile perturbări ale activităților specifice în timpul implementării măsurilor de prevenire.

**Modalități de Comunicare:**

Materialele de comunicare trebuie să fie orientate către beneficiile tangibile pentru companie/loc de muncă lor și pentru angajați;

Mesajele trebuie să fie concise, bine structurate și să ofere dovezi clare ale necesităţii legale, dar şi beneficiile testării, a impactului măsurilor preventive/corective, dacă este cazul.

Utilizarea datelor statistice și a studiilor de caz relevante pentru a sublinia importanța protejării împotriva radonului, ghiduri pentru planificarea activităţilor privind managementul radonului la locul de muncă;

Utilizarea de exemple concrete și testimoniale de la alte companii din aceeași industrie care au implementat cu succes măsuri de protecție.

**Canale de Comunicare:**

Conferințe și seminarii pentru manageri și lideri de afaceri, în cadrul cărora pot fi prezentate studii de caz și informații detaliate despre riscurile radonului, sau webinarii interactive

Materiale de informare și ghiduri personalizate trimise prin e-mail sau distribuite în cadrul unor evenimentelor relevante.

Colaborare cu asociații profesionale din industrie pentru a ajunge la un număr mai mare de angajatori.

### A 1.3 Profilul Audienței: Angajaţi/Lucrători din Industrii cu Expunere Potențială la Radon

**Descriere generală:** Acest grup prioritar de audienţă cuprinde lucrători din industrii cu potențial de expunere la radon, cum ar fi stațiile de tratare a apei potabile, mineritul, extracția și prelucrarea materialelor. Acești lucrători îşi desfășoară activități în medii care pot avea concentrații mai mari de radon și pot avea un risc crescut pentru sănătate, în cazul în care concentrația de radon depăşeşte nivelul de referință. Segmentul este format dintr-o gamă variată de profesii și niveluri de experiență.

**Caracteristici demografice:**

Vârstă: Diferite grupe de vârstă, de la tineri începători la profesioniști cu experiență.

Gen: Ambele genuri sunt incluse.

Educație: Diverse niveluri educaționale, de la învățământ primar la învățământ superior tehnic sau tehnic-profesional.

Experiență în domeniu: De la novice la lucrători cu experiență.

**Caracteristici psihografice:**

Atitudine față de siguranță: Interesați de siguranța personală și a colegilor lor de muncă.

Stil de lucru: Lucrători dedicați, care înțeleg riscurile asociate cu mediul lor de lucru și caută modalități de a se proteja.

Conștientizare: Deschiși la informații relevante pentru sănătatea lor și la măsuri de prevenire.

**Comportament:**

Respectarea regulilor: Urmează instrucțiunile și reglementările de siguranță în mediul lor de lucru.

Participare la formare: Interesați de instruirea și formarea în domeniul siguranței în mediu profesional.

Echipamente de protecție: Utilizează echipamente de protecție adecvate în conformitate cu normele de siguranță.

**Nevoi și motivații:**

Sănătatea personală: Dorința de a-și proteja sănătatea într-un mediu de lucru potențial periculos.

Protecția colegilor: Motivația de a contribui la siguranța generală a echipei lor și a colegilor.

Cunoaștere și informare: Interesați de informații relevante despre riscurile radonului și modurile de protecție.

**Obiective de comunicare:**

Conștientizare: Creșterea nivelului de conștientizare asupra riscurilor radonului în mediul de lucru.

Educație: Furnizarea de informații corecte și detaliate despre riscurile radonului și măsurile de prevenire.

Acțiune: Încurajarea adoptării măsurilor preventive, cum ar fi testarea nivelurilor de radon și utilizarea echipamentelor de protecție.

**Canale de comunicare preferate:**

Sesiuni de formare și workshop-uri: Participarea la evenimente de formare în siguranță și sănătate în mediul profesional.

Pliante și broșuri informative: Furnizarea de materiale informative la locul de muncă.

Comunicare internă: Utilizarea canalelor de comunicare ale companiilor pentru a transmite mesajele de siguranță.

Seminarii online: Participarea la sesiuni de informare și instruire online.

Asociații profesionale și grupuri de discuții: Participarea la discuții și schimb de informații în cadrul comunității profesionale.

Acest grup prioritar de audienţă joacă un rol important în adoptarea de practici sigure de lucru și în promovarea conștientizării asupra riscului pentru sănătate ca urmare a expunerii pe termen lunga la concentrații mari de radon la locul de muncă. Comunicarea cu acest segment trebuie să fie informativă, relevantă și să ofere soluții practice pentru protejarea sănătății.

### A 2.4. Profilul Audienței: Autorități de Reglementare și Control

**Descriere:** Aceasta este o grupare de organizații și instituții guvernamentale responsabile pentru dezvoltarea, implementarea și monitorizarea politicilor și reglementărilor legate de expunerea la radon. Aceste autorități joacă un rol esenţial în promovarea şi susţinerea aplicării măsurilor preventive și de protecție împotriva expunerii pe termen lung a populaţiei la concentraţii de radon care depăşesc nivelul de referintă şi pentru a reduce impactul asupra sănătății publice.

**Rol și Responsabilități:**

Dezvoltarea și implementarea legislației și regulamentelor referitoare la gestionarea radonului în clădiri și spații de lucru.

Supravegherea și controlul conformității cu reglementările privind radonul.

Furnizarea de îndrumări și resurse pentru testarea concentrației de radon şi limitarea expunerii.

Implicarea în campanii de informare și conștientizare publică legate de pericolul expunerii pe termen lunga la concentrații mari de radonului.

**Preocupări Specifice:**

Eficacitatea reglementărilor: Autoritățile vor fi interesate de faptul că reglementările și ghidurile dezvoltate sunt eficiente în prevenirea și gestionarea expunerii la radon.

Implementarea: Asigurarea că proprietarii de clădiri și administratorii respectă regulile și că măsurile de protecție sunt implementate corespunzător.

Comunicarea și conștientizarea: Autoritățile vor avea un interes în asigurarea că mesajele de comunicare pentru radon sunt transmise eficient și că proprietarii de clădiri, precum și profesioniștii din domeniul construcțiilor, au acces la informațiile necesare.

**Motivații pentru Implicare:**

Sănătate Publică: Autoritățile au un interes direct în protejarea sănătății publice și în reducerea riscului de boli respiratorii legate de radon.

Legalitate și Reglementare: Implicarea lor asigură respectarea legilor și reglementărilor în domeniul construcțiilor și al sănătății publice.

Credibilitate: în general, autoritățile vor să demonstreze că sunt proactive în gestionarea riscurilor pentru populație și că se bazează pe informații științifice și reglementări solide.

**Comunicare eficientă cu acest segment:**

Dezvoltarea de materiale specifice pentru autoritățile de reglementare, care să includă informații detaliate despre reglementări, proceduri de monitorizare și responsabilitățile lor.

Furnizarea de date actualizate și evidențe științifice pentru a susține luarea deciziilor și elaborarea de reglementări.

Organizarea de sesiuni de instruire și seminarii pentru autorități în ceea ce privește actualizările în domeniul radonului și tehnicile de monitorizare.

Invitarea reprezentanților acestor autorități la evenimente și conferințe relevante privind radonul pentru a împărtăși experiențe și cunoștințe.

Asigurarea unei linii de comunicare deschise pentru întrebări și preocupări specifice legate de implementarea strategiei.

**Rol și Responsabilități:**

Dezvoltarea și implementarea legislației și regulamentelor referitoare la gestionarea radonului în clădiri și spații de lucru.

Supravegherea și controlul conformității cu reglementările privind radonul.

Furnizarea de îndrumări și resurse pentru testarea și remedierea radonului.

Monitorizarea și raportarea nivelurilor de radon în diferite locații.

Implicarea în campanii de informare și conștientizare publică legate de pericolele radonului.

**Preocupări și Interese:**

Siguranța publică și sănătatea populației.

Respectarea standardelor și reglementărilor legale.

Informații precise și detaliate pentru luarea deciziilor.

Colaborare cu alte instituții și organizații relevante pentru abordarea integrată a problemei radonului.

**Nivel de Expertiză:**

Expertiză tehnică în domeniul radonului, sănătății publice și reglementării.

Cunoștințe avansate despre riscurile radonului și modalități de testare și remediere.

**Canale de Comunicare Preferate:**

Comunicare scrisă oficială: rapoarte, directive, reglementări.

Seminarii și conferințe tehnice în domeniul sănătății și mediu.

Consultări cu experți și instituții relevante.

**Mesaje Cheie:**

Importanța implementării și respectării regulamentelor privind radonul pentru sănătatea publică.

Rolul lor esențial în asigurarea unui mediu sigur și sănătos pentru locuitori și angajați.

Disponibilitatea de resurse și îndrumări pentru testarea și remedierea radonului.

Implicarea lor în furnizarea de informații precise și actualizate publicului și autorităților locale.

**Motivații:**

Asigurarea siguranței și sănătății publice.

Implementarea eficientă a reglementărilor și standardelor relevante.

Contribuția pozitivă la prevenirea bolilor legate de expunerea la radon.

**Obiective pentru Comunicarea cu Acest Segment:**

Asigurarea că sunt la curent cu cele mai recente descoperiri și ghiduri în domeniul radonului.

Motivarea pentru implicarea activă în promovarea măsurilor preventive împotriva radonului.

Furnizarea de informații clare și actualizate pentru a sprijini reglementarea și controlul eficient.

**Mijloace de Monitorizare și Evaluare:**

Feedback-ul și întrebările primite în urma sesiunilor de informare și consultări cu partenerii din cadrul PNAR;

Gradul de conştientizare/informare privind reglementările şi politicile privind managementul radonului;

Gradul de cooperare și colaborare cu alte instituții relevante;

**Observație finală:** Comunicarea şi de către autoritățile de reglementare și control trebuie să fie bine structurată, bazată pe informații științifice și să ofere sprijin în eforturile lor de a proteja sănătatea publică în ceea ce privește expunerea la radon.

### A 2.5. Profilul Audienței: Angajatorii Companiilor care Oferă Locuințe de Serviciu pentru Angajați

**Descriere:**

Tip de Companii: Companii din diverse industrii care furnizează locuințe de serviciu pentru angajați, cum ar fi, dar fără a se limita la, companii miniere, de construcții, energetice sau din domeniul sănătății.

Mărimea Companiilor: De la mici întreprinderi la corporații mari, cu un număr variabil de angajați și locuințe de serviciu.

**Caracteristici Cheie:**

Companiile din acest segment oferă locuințe de serviciu angajaților, fie în apropierea locului de muncă, fie în zone rezidențiale speciale.

Angajatorii se preocupă de bunăstarea angajaților lor, asigurându-se că aceștia au un loc de trai adecvat și sigur.

Companiile pot avea diferite grade de control asupra condițiilor de locuit, de la gestionarea completă a locuințelor până la oferirea de facilități închiriate.

**Motivații și Nevoi:**

Asigurarea unui mediu de locuit sigur și sănătos pentru angajații lor.

Nevoia de a proteja sănătatea angajaților și de a evita riscurile legate de radon.

Deseori, companiile pot avea politici și programe de sănătate și siguranță pentru angajați, iar radonul poate fi integrat în aceste eforturi.

**Obiective de Comunicare:**

Conștientizarea asupra riscurilor radonului în locuințele de serviciu și impactul sănătății angajaților.

Educația angajatorilor cu privire la măsurile de testare a nivelurilor de radon și de protecție a angajaților în locuințele de serviciu.

Promovarea implementării unor măsuri simple și eficiente pentru reducerea expunerii la radon în aceste locuințe.

**Canale de Comunicare Potrivite:**

Comunicări interne ale companiilor: Newslettere, platforme online pentru angajați etc.

Workshop-uri și sesiuni de instruire dedicate angajatorilor pentru a împărtăși informații și soluții practice.

Colaborarea cu asociații profesionale și organizații de sănătate pentru a ajunge la angajatori prin evenimente relevante.

Platforme de social media pentru a disemina informații și sfaturi relevante.

**Ton și Stil de Comunicare:** Profesional, informativ și responsabil. Mesajele trebuie să sublinieze angajamentul companiilor față de sănătatea angajaților și să ofere soluții concrete.

### A 2.6. Profilul Audienței: Administrația Publică Locală

**Descriere:** Segmentul "Administrația Publică Locală" cuprinde reprezentanții administrațiilor locale responsabili de gestionarea și menținerea clădirilor și spațiilor publice din comunități. Aceștia includ primari, consilieri locali, responsabili de clădiri publice și infrastructură. Au un rol crucial în asigurarea siguranței și sănătății cetățenilor prin gestionarea riscurilor asociate expunerii la radon în clădirile publice.

**Caracteristici Demografice:**

Varstă: Diverse, de la tineri consilieri la primari cu experiență.

Gen: Atât bărbați, cât și femei.

Educație: Diverse niveluri de educație și expertiză în administrație publică.

**Roluri și Responsabilități:**

Planificarea și administrarea clădirilor publice, cum ar fi școli, birouri, centre comunitare.

Asigurarea că spațiile publice sunt sigure și sănătoase pentru cetățeni și angajați.

Implementarea măsurilor de prevenire a riscului de expunere la radon în clădirile publice.

Colaborarea cu autoritățile de sănătate publică și alte agenții pentru a asigura conformitatea cu reglementările de siguranță.

**Nevoi și Motivații:**

Informații complete și precise despre riscurile radonului și măsurile de prevenire.

Ghidare în ceea ce privește testarea radonului și implementarea măsurilor de protecție.

Acces la resurse și materiale educaționale pentru a informa comunitatea și angajații despre radon.

Metode eficiente de comunicare pentru a împărtăși informații cu cetățenii și de a promova conștientizarea.

**Obiective de Comunicare:**

Educație despre riscurile radonului și impactul său asupra sănătății publice.

Încurajarea testării nivelului de radon în clădirile cu acces public.

Promovarea măsurilor de protecție și soluții pentru reducerea expunerii la radon.

Construirea unei colaborări strânse cu autoritățile de sănătate publică pentru reglementări mai stricte.

**Canale de Comunicare Preferate:**

Sesiuni de instruire și seminarii locale.

Evenimente și întâlniri comunitare.

Comunicare directă prin e-mail și materiale tipărite.

Platforme online de comunicație a administrației publice.

**Mesaj Central:** "Protejați comunitatea dumneavoastră: Testați nivelul de radon, asigurați siguranța clădirilor publice și îmbunătățiți sănătatea cetățenilor."

**Ton și Stil de Comunicare:** Profesional, informativ, practic, conștientizare, colaborare, îngrijorare pentru sănătatea cetățenilor.

**Obiective de Comunicare Specifice:**

Asigurarea că administrația publică locală înțelege riscurile legate de radon.

Încurajarea implementării testelor de radon în clădirile publice.

Furnizarea de resurse și ghiduri pentru măsurile de prevenire și protecție.

Construirea unui parteneriat strâns între administrația publică locală și autoritățile de sănătate publică pentru măsuri reglementare mai eficiente.

Acest profil de audiență ajută la înțelegerea nevoilor, motivațiilor și preferințelor administrației publice locale în ceea ce privește comunicarea despre radon. Prin adaptarea mesajelor și strategiilor de comunicare la caracteristicile acestui segment, se poate asigura o abordare mai eficientă și relevantă în cadrul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon.

### A 2.7. Profilul Audienței: Directorii/Managerii Instituțiilor care Oferă Rezidență Temporară Grupurilor din Populație (Cămine pentru Copii/Persoane Vârstnice, Centre de Detenție, etc.)

**Demografie:**

Vârstă: Variază, dar în general sunt adulți cu experiență în conducerea instituțiilor.

Gen: Bărbați și femei.

Educație: Predominant educație superioară sau experiență semnificativă în domeniu.

**Rol și Responsabilități:**

Sunt directori sau manageri ai instituțiilor care oferă locuință temporară grupurilor vulnerabile precum copii, persoane vârstnice sau detinuți.

Au autoritate în luarea deciziilor privind politicile, procedurile și măsurile de siguranță ale instituției.

**Experiență Profesională:**

Au o experiență variabilă în domeniul administrării și gestionării instituțiilor de rezidență temporară.

Pot avea cunoștințe în domenii precum gestionarea resurselor umane, sănătatea și siguranța ocupatională, norme de construcție și reglementări.

**Interese și Motivații:**

Asigurarea unui mediu sigur și sănătos pentru rezidenții instituției.

Respectarea standardelor de siguranță și legislației relevante.

Îmbunătățirea calității vieții și bunăstării rezidenților.

**Cunoștințe și Percepții Preliminare:**

Pot avea o înțelegere limitată sau nesigură cu privire la radon și riscurile asociate expunerii pe termen lung la radon.

S-ar putea să nu fie conștienți de măsurile specifice de prevenire și control a radonului.

**Canale de Comunicare Preferate:**

Conferințe, seminarii și workshop-uri relevante pentru industria lor.

Materiale informative și ghiduri practice pe teme de sănătate și siguranță.

**Posibile Bariere în Comunicare:**

Timp limitat disponibil din cauza responsabilităților de gestionare a instituțiilor.

Potențială lipsă de conștientizare sau interes inițial în privința radonului și a riscurilor sale.

**Obiective ale Comunicării:**

Creșterea conștientizării cu privire la riscurile radonului și importanța măsurilor de prevenire.

Informarea cu privire la regulamentele și ghidurile relevante referitoare la gestionarea radonului.

Conducerea acestora spre adoptarea de măsuri concrete de testare și reducere a radonului în instituțiile pe care le gestionează.

**Mesaje cheie:**

Riscurile legate de expunerea la radon și efectele sale asupra sănătății umane.

Importanța testării regulate a nivelurilor de radon și implementarea măsurilor de prevenire și control.

Legătura dintre radon și standardele de siguranță pentru rezidenții temporari și alegerea materialelor și tehnologiilor de construcție adecvate.

**Acțiuni Specifice de Comunicare:**

Organizarea seminariilor și workshop-urilor specializate pentru directori și manageri.

Furnizarea de ghiduri practice și materiale informative pentru implementarea măsurilor de limitare și control a expunerii.

Colaborarea cu organizații relevante pentru promovarea și implementarea politicilor de sănătate și siguranță privind managementul radonului.Top of Form

### A 2.8.Profilul Audienței: Proprietari și administratori de clădiri cu acces public

**Descriere generală:**

Acest segment cuprinde proprietari și administratori de clădiri cu acces public, cum ar fi școli, universități, spitale, centre comerciale, clădiri de birouri și orice alte spații frecventate de public.

**Caracteristici demografice:**

Vârsta: Variază în funcție de tipul de clădire și de proprietar, de la tineri profesioniști până la persoane mai în vârstă.

Gen: Ambele genuri sunt incluse.

Ocupație: Proprietari de clădiri, administratori de proprietăți, manageri de facilități etc.

**Caracteristici psihografice:**

Interese: Managementul clădirilor, calitatea aerului interior, siguranța și sănătatea ocupantilor.

Valori: Responsabilitate socială, bunăstarea comunității, creșterea sustenabilă.

Stil de viață: Implicați în gestionarea clădirilor și în asigurarea unui mediu sănătos pentru cei care le folosesc.

**Comportament:**

Gestionarea clădirilor: Această audiență este responsabilă de întreținerea și gestionarea clădirilor, inclusiv a sistemelor de ventilație și a infrastructurii.

Luarea deciziilor: Iau decizii legate de întreținere, modernizare și îmbunătățirea clădirilor.

Colaborare cu experți: Pot colabora cu specialiști în domeniul calității aerului și al sănătății pentru a asigura un mediu interior sănătos.

**Nevoi și motivații:**

Sănătatea ocupanților: Înțeleg importanța calității aerului interior și doresc să creeze un mediu sigur și sănătos pentru vizitatori și angajați.

Respectarea reglementărilor: Dorința de a se conforma normelor și reglementărilor de siguranță și sănătate.

Imagina publică pozitivă: Interesul pentru a asigura o experiență de calitate pentru cei care folosesc clădirile lor și pentru a-și îmbunătăți reputația.

**Obiective de comunicare:**

Conștientizarea: A înțelege riscurile radonului în clădiri și impactul asupra sănătății umane.

Educația: A învăța despre măsurile de testare a nivelurilor de radon și de reducere a expunerii în clădiri cu acces public.

Acțiune: A lua măsuri concrete pentru a testa și a reduce nivelurile de radon în clădirile gestionate.

**Canale de comunicare preferate:**

Seminarii și workshop-uri: Participarea la evenimente de conștientizare și educație.

Webinarii și prezentări online: Participarea la sesiuni de instruire și informare online.

Materiale informative tipărite și digitale: Broșuri, pliante, infografice etc.

Site-uri web specializate: Accesarea informațiilor relevante pe site-uri dedicate.

Social media: Interacțiune și primirea de informații prin platformele de socializare.

Colaborare cu asociații și organizații: Implicarea în programe de conștientizare și acțiuni comunitare.

Acest segment joacă un rol deosebit de important în promovarea conștientizării și în luarea de măsuri pentru reducerea expunerii la radon în clădirile cu acces public. Comunicarea cu acest segment ar trebui să se concentreze pe educație, responsabilitate socială și acțiune practică pentru a asigura un mediu interior sănătos și sigur pentru toți ocupanții.

###  A 2.9. Profilul Audienței: Proprietari și Administratori de Instituții de Învățământ

**Numele Grupului Țintă:** Manageri și Administratori ai Instituțiilor de Învățământ

**Descrierea Demografică:**

Vârstă: 30-65 ani (variază în funcție de nivelul de educație și poziția ocupată)

Gen: Ambele genuri

Nivel de Educație: Majoritatea au studii superioare sau post-universitare

Poziție Ocupațională: Directori, directori adjuncți, administratori de clădiri, responsabili cu infrastructura, membri ai consiliilor școlare

**Caracteristici Socio-Economice:**

Ocupație: Angajați în domeniul educației sau administrării instituțiilor de învățământ

Starea Economică: În general, situație financiară medie sau deasupra mediei

**Atitudini și Comportamente:**

Importanța Sănătății: Înțeleg importanța sănătății și se preocupă de bunăstarea angajaților și a elevilor.

Responsabilitate Socială: Sunt preocupați de securitatea și siguranța în instituția lor de învățământ, manifestând responsabilitate socială.

Deschidere către Informații: Sunt interesați să obțină informații relevante pentru a lua decizii informate legate de sănătate și siguranță.

Educație și Informare: Sunt deschiși să învețe și să se informeze în mod continuu pentru a-și îndeplini responsabilitățile în mod eficient.

**Canale de Comunicare Preferate:**

Email-uri și comunicare online pentru informații oficiale și detaliate.

Participarea la întâlniri și seminarii educaționale organizate în cadrul comunității educaționale.

Participarea la conferințe, evenimente sau webinarii legate de sănătate și siguranță în școli și instituții de învățământ.

Comunicarea directă cu reprezentanți ai autorităților locale sau regionale din domeniul educației.

**Motivații și Așteptări:**

Să asigure un mediu de învățare sigur și sănătos pentru elevi și personalul instituției.

Să fie la curent cu ultimele informații și ghiduri în ceea ce privește siguranța în școli și să aplice cele mai bune practici.

Să colaboreze cu autoritățile pentru a implementa măsuri de protecție eficiente împotriva radonului.

**Obiective în Cadrul Strategiei de Comunicare:**

Să conștientizeze riscurile expunerii la radon în instituția lor de învățământ.

Să înțeleagă importanța măsurătorilor de radon și să ia măsuri de limitare a expunerii, dacă este necesar.

Să se implice activ în eforturile de comunicare și educație legate de radon în cadrul comunității educaționale.

Acest profil de audiență oferă o imagine detaliată a caracteristicilor, atitudinilor, comportamentelor și așteptărilor proprietarilor și administratorilor de instituții de învățământ. Înțelegerea acestor aspecte este esențială pentru a dezvolta mesaje și strategii de comunicare relevante și eficiente în cadrul Strategiei Naționale de Comunicare pentru Radon, cu scopul de a crește conștientizarea și de a promova măsurile de protecție împotriva radonului în școli și instituții de învățământ.

1. În România, *Planului Naţional de Acțiune la Radon* (PNAR) a fost aprobat prin HG nr. 526 din 12 iulie 2018. [↑](#footnote-ref-1)
2. Conform HG nr. 526 din 12 iulie 2018 pentru aprobarea PNAR, aceste instituţii sunt: Ministerul Sănătății, Ministerul Dezvoltării Regionale și Administrației Publice, Ministerul Cercetării și Inovării, Ministerul Mediului, autoritățile administrației publice locale, Comisia Națională pentru Controlul Activităților Nucleare, asociații profesionale de arhitecți și constructori și structurile asociative ale autorităților administrației publice locale din România. [↑](#footnote-ref-2)
3. Ordinul preşedintelui CNCAN nr.185/2019 privind Metodologia pentru determinarea concentraţiei de radon în aerul din interiorul clădirilor şi de la locurile de muncă. [↑](#footnote-ref-3)
4. Aceste mesaje nu au fost pre-testate pentru un grup grup de relevat de persoane. Ele reprezintă doar exemple elaborate pentru faza iniţială a acestei strategii. Pretestarea mesajelor este un proces esențial pentru a asigura eficiența SNCR și pentru a adresa preocupările specifice ale publicului țintă. Prin pretestarea mesajelor se asigură faptul că, comunicarea este eficientă, relevantă și adecvată pentru publicul țintă, contribuind astfel la succesul activităţilor de comunicare. [↑](#footnote-ref-4)