



**CPD**

SNSPA  
Center for Civic Participation  
and Democracy

# Atitudini ale publicului românesc față de SUA, UE, NATO și Rusia în vreme de criză



# Disclaimer

Observațiile incluse în acest raport aparțin exclusiv autorilor, echipa CPD SNSPA.  
Ele nu reprezintă poziția oficială a SNSPA.

Raportul interpretează date de sondaj (CPD SNSPA), date disponibile public privind căutările pe Google, precum și date de *social listening* extrase din mai multe surse, inclusiv Crowd Tangle (un instrument Facebook pus la dispoziție mediului academic pentru analiza paginilor și grupurilor publice de Facebook).



# Sinteză

CPD SNSPA a realizat o evaluare comparativă a datelor din mai multe sondaje de opinie realizate în trei momente diferite – înainte de pandemia de Covid-19 (2019), după doi ani de influență a pandemiei, a restricțiilor și a tuturor controverselor media (2021), respectiv, după începerea războiului din Ucraina (2022). Ne-a interesat să vedem cum a evoluat încrederea în Vest (UE, NATO, SUA), respectiv în Est (Rusia). Mai mult, ne-a interesat să vedem structura publicului care are încredere în Vest, respectiv în Est, și să evaluăm care sunt parametrii care influențează această încredere.

Concluziile arată că publicul român este dominat de atitudini pro-occidentale, chiar și după mai mulți ani de narrative anti-occidentale, generate de efectele socio-economice ale pandemiei, de ascensiunea mesajelor populiste și de provocările asociate noilor crize. Peste jumătate dintre români au încredere în Vest, în timp ce încrederea în Rusia s-a prăbușit după începerea războiului. Nu există diferențe majore între publicul de stânga și cel de dreapta – votanții PNL, PSD și USR au încredere în NATO și SUA, peste medie. În același timp, atitudinea populistă și votul pentru AUR devin predictorii pentru încrederea în Rusia.

Educația, urmărirea zilnică de știri, și respingerea atitudinilor populiste corelează cu nivele ridicate de încredere în Vest. În același timp, tinerii inactivi rămân vulnerabili în fața propagandei anti-occidentale, iar discursul populist tinde să inducă un nivel mai mare de încredere în Rusia. Deși România rămâne o societate dominată de încredere în Vest, riscurile legate de lipsa de informare și de deschiderea spre atitudinile populiste (pentru tinerii inactivi, în special) vor continua să se mențină.

# Sinteză

## Publicul cu încredere în Vest

- Atitudinile pro-vestice încă sunt puternice și dominante în rândul publicului românesc (două treimi dintre români au încredere în NATO și UE, jumătate dintre ei au încredere în SUA).
- Segmentul pro-american are în continuare o componentă mai pronunțată de public vârstnic. Și tinerii au mai multă încredere în UE, NATO, SUA comparativ cu media populației.
- Printre predictorii încrederii în actori geopolitici vestici se numără educația superioară, atitudinile non-populiste și consumul ridicat de media. Persoanele active și pensionarii au încredere peste medie în Vest. Votanții PNL, PSD și USR au încredere peste medie în Vest.
- Atunci când se află în fața unei alegeri explicite, românii optează pentru modelul occidental.

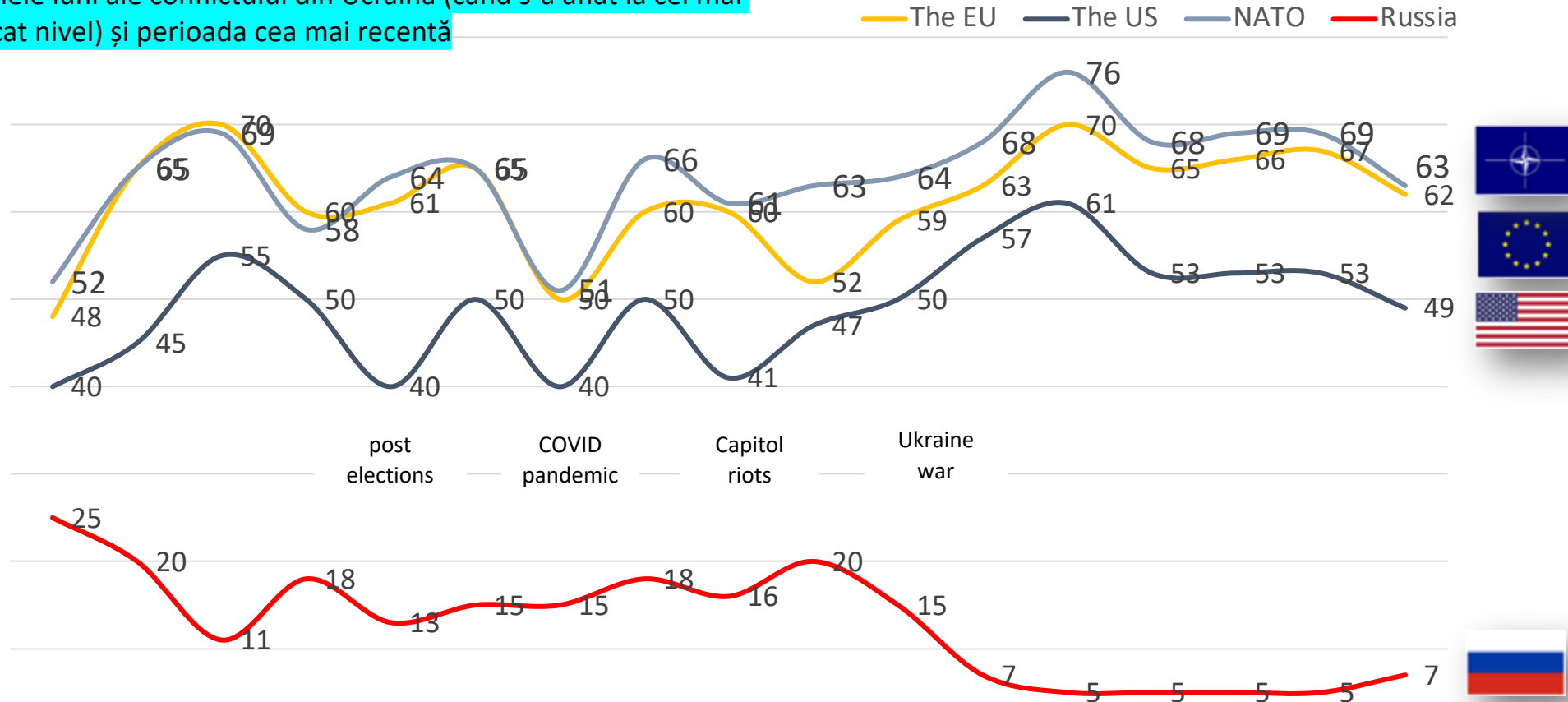
## Publicul cu încredere în Rusia

- Grupul cu atitudini pro-ruse este în continuare mic, cu o reprezentare mai mare a tinerilor inactivi (tinerii fără loc de muncă sau educație superioară), a persoanelor cu atitudini populiste și a votanților partidelor populiste sau minorității maghiare.
- Dacă în 2019 și 2021 segmentul pro-rus avea în componență mai mulți tineri, tendința a dispărut în 2022. Tinerii cu educație superioară nu mai au încredere în Rusia!
- În 2019 în rândul „gulerelor albastre” se înregistra un nivel mai ridicat de încredere în Rusia comparativ cu media populației – în 2022 această încredere a coborât la nivelul mediei.
- Atitudinile populiste și votul pentru AUR devin predictor pentru încrederea în Rusia.



# Nivelul încrederii (evoluție în timp)

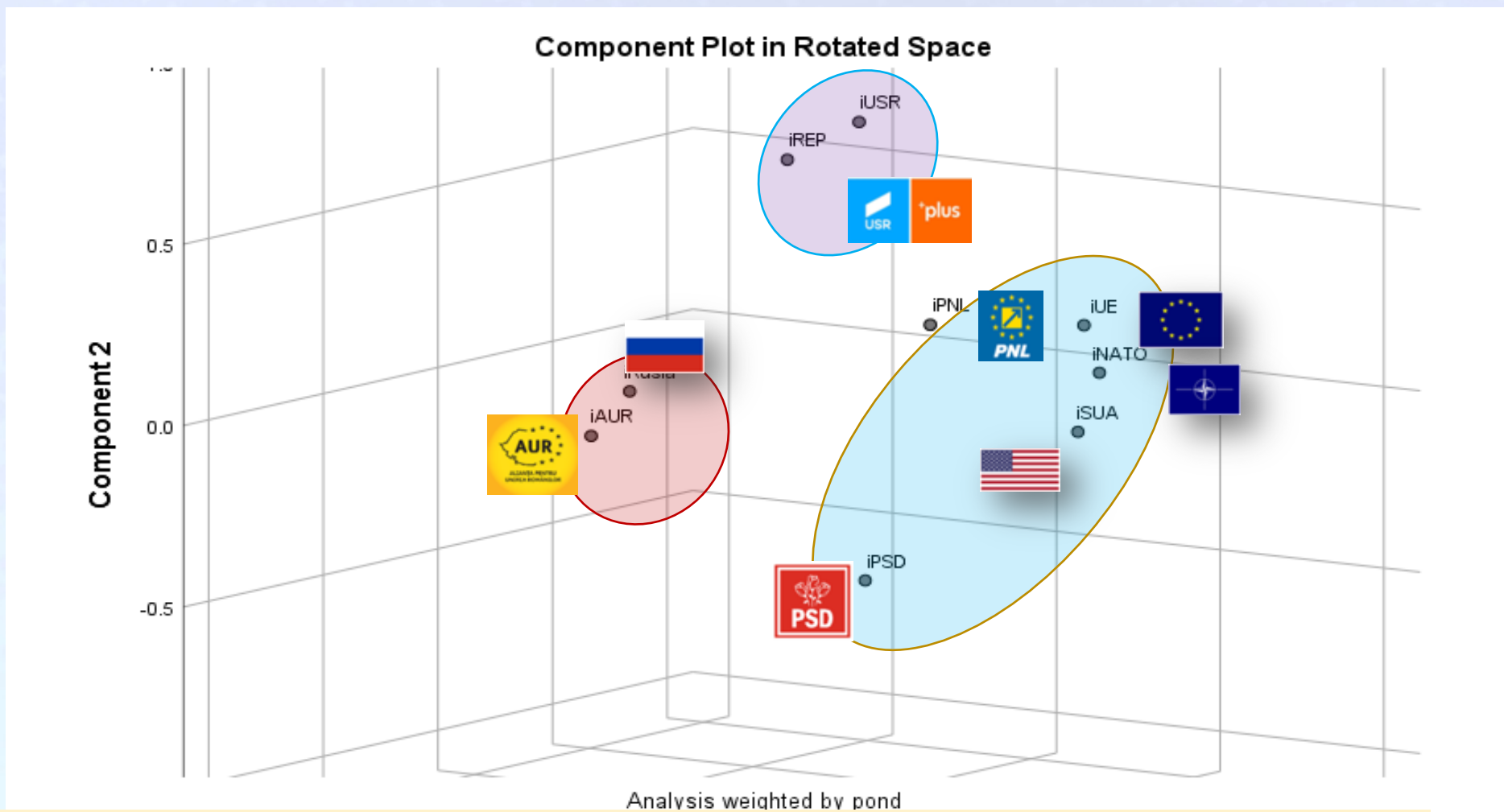
Încrederea în Vest domină, dar putem observa o diferență între primele luni ale conflictului din Ucraina (când s-a aflat la cel mai ridicat nivel) și perioada cea mai recentă



	2012	2014	2015	2016	2017	2018	2020 (1)	2020 (2)	2021 (1)	2021 (2)	2022 (Feb)	2022 (Mar)	2022 (Apr)	2022 (May)	2022 (June)	2022 (July)	2022 (Aug)
The EU	48	65	70	60	61	65	50	60	60	52	59	63	70	65	66	67	62
The US	40	45	55	50	40	50	40	50	41	47	50	57	61	53	53	53	49
NATO	52	65	69	58	64	65	51	66	61	63	64	68	76	68	69	69	63
Russia	25	20	11	18	13	15	15	18	16	20	15	7	5	5	5	5	7

# Segmente de populație bazate pe diversele tipuri de încredere

Votanții partidelor principale (PSD, PNL, USR) sunt majoritar pro-Vest. Doar votanții AUR se situează mai aproape de atitudinile pro-rusești.



Analiza factorială indică distanța clară dintre publicul care are încredere în Rusia și cel care are încredere în statele și instituțiile vestice. Distanța de pe hartă este sugestivă pentru diferențele dintre votanți.



**CPD**

SNSPA  
Center for Civic Participation  
and Democracy

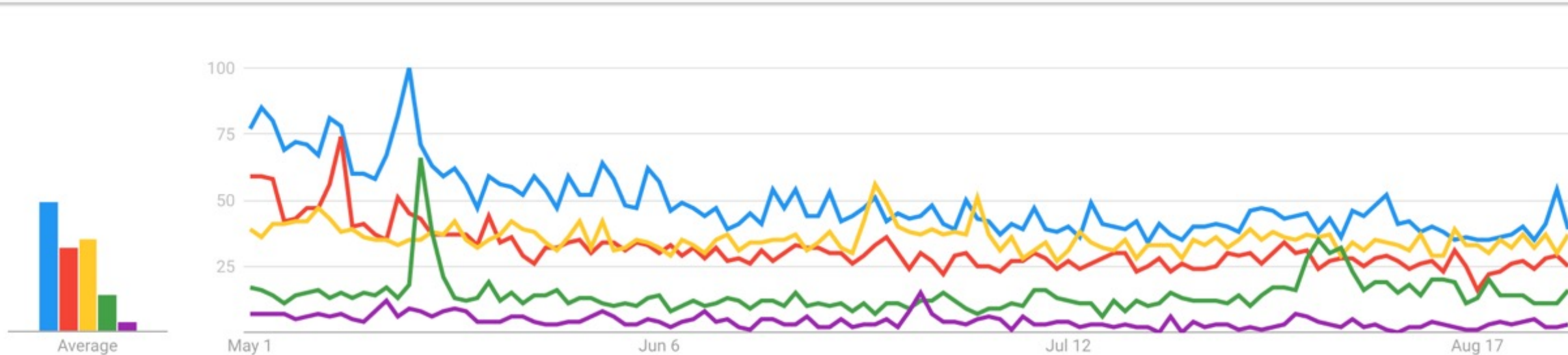
# Interesul publicului, măsurat prin căutările online

Interesul de cautare pentru Ucraina a început să scadă în ultimele luni.  
Interesul pentru SUA l-a depășit pe cel pentru Rusia.  
De remarcat creșterea în intensitate a interesului pentru China în iulie.



● Ukraine ● Russia ● United States ● China ● NATO

Romania, 5/1/22 - 8/29/22



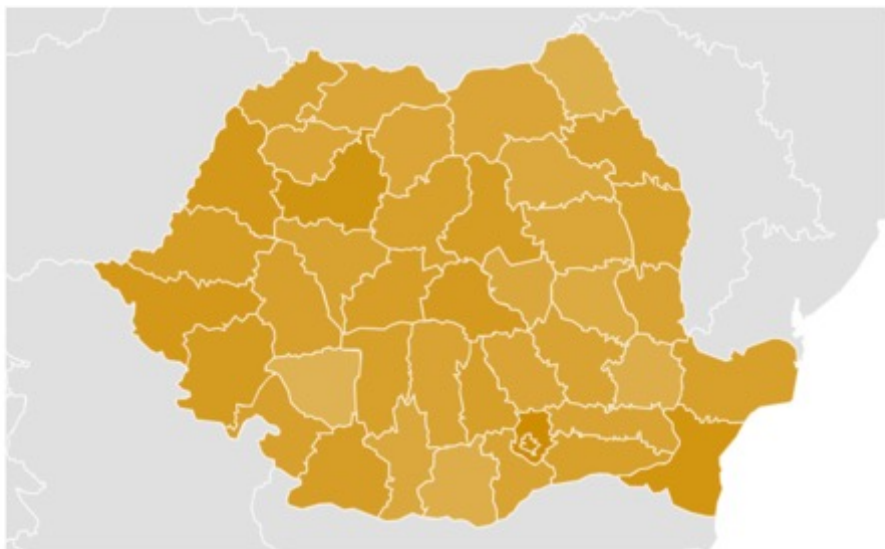
# Interesul de căutare pentru SUA

Se remarcă vizibilitatea căutărilor legate de avort – tema a fost dominantă în rândul căutărilor despre SUA din ultimele luni.

United States

Interest by subregion ?

Subregion ▼



Related queries ?

Rising ▼



1 us abortion

Breakout

2 abortion usa

Breakout

3 glimpse of us

Breakout

4 first president of usa

Breakout

5 case americane

Breakout

< Showing 1-5 of 25 queries >



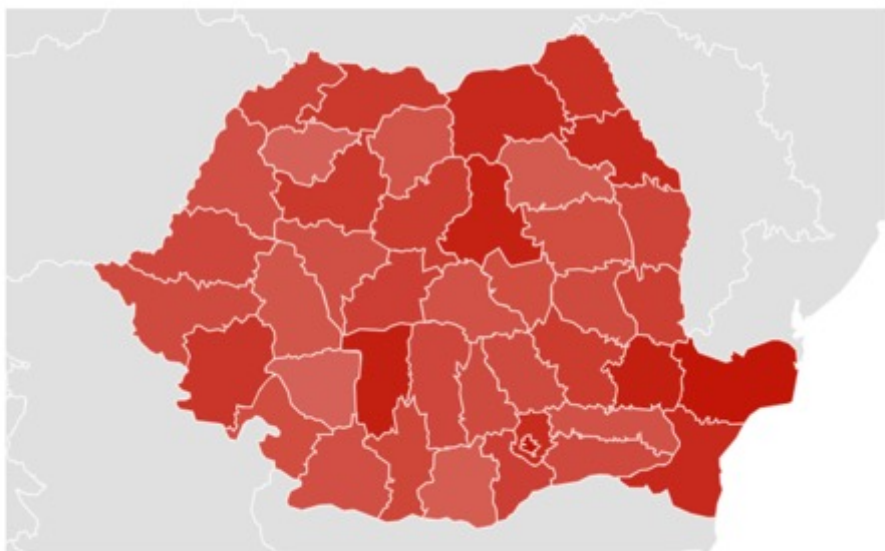
# Interesul de căutare pentru Rusia

Se remarcă vizibilitatea căutărilor legate războiul din Ucraina. Punctual, notam apariția cautarilor legate de noul site de propaganda, vestidinrusia.ro

Russia

Interest by subregion ?

Subregion ▼



Related queries ?

Rising ▼



1 severodonetsk

Breakout

2 meteo ido

Breakout

3 southfront

+900%

4 9 mai rusia

+900%

5 vesti din rusia

+900%

< Showing 1-5 of 25 queries >

# Facebook

Graficele ilustrează ritmul postărilor de Facebook despre războiul din Ucraina, Rusia și Putin, precum și despre SUA, pe pagini și grupuri publice în limba română, în perioada 1 februarie – 2 august 2022.

## Ucraina razboi

Last updated a few seconds ago

Share

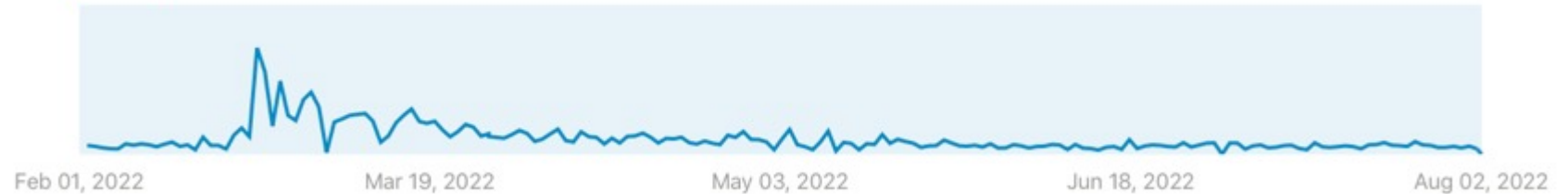
INTERACTIONS **34,158,134** POSTS **325,950**



## Rusia, Putin

Share

INTERACTIONS **45,050,971** POSTS **483,290**



## SUA, America, Biden

Created on June 7, 2022

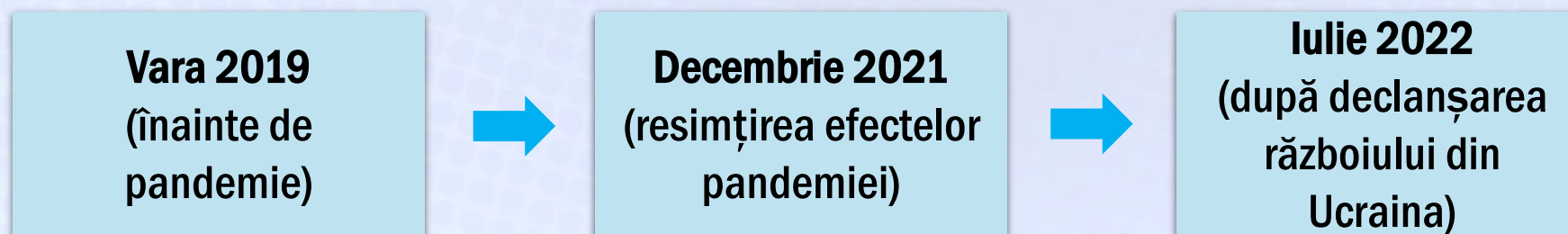
Share

INTERACTIONS **23,811,847** POSTS **259,023**



Atitudini ale publicului românesc față de SUA

# 2019 >>> 2022: evoluții în profilurile segmentelor de public



În paginile următoare evaluăm evoluția segmentelor de public cu încredere în diverși actori geopolitici.

Urmărim să explorăm modul cum s-a modificat compoziția acestor segmente (din perspectiva caracteristicilor socio-demografice) sub influența **pandemiei** - cu impactul său social și economic, și, ulterior, sub influența **războiului** din Ucraina.

Momentele subliniate mai sus reprezintă perioadele culegerii datelor de sondaj.

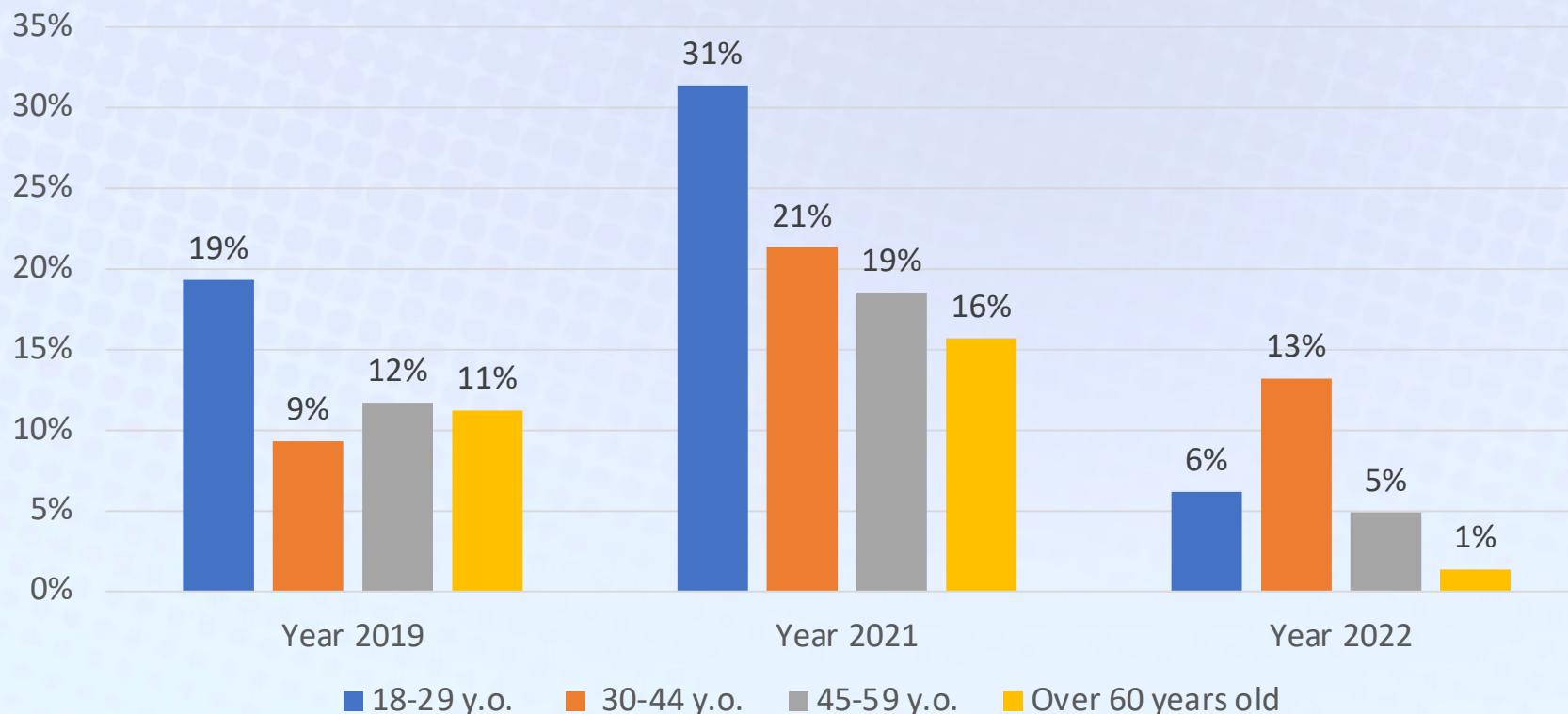


# Încrederea în Rusia

# Categorii de vârstă



Încrederea în Rusia – după categorii de vârstă



Se remarcă scăderea suportului pentru Rusia, comparativ cu 2019, la majoritatea categoriilor de vârstă, cu excepția celei ce include publicul de 30-44 ani.

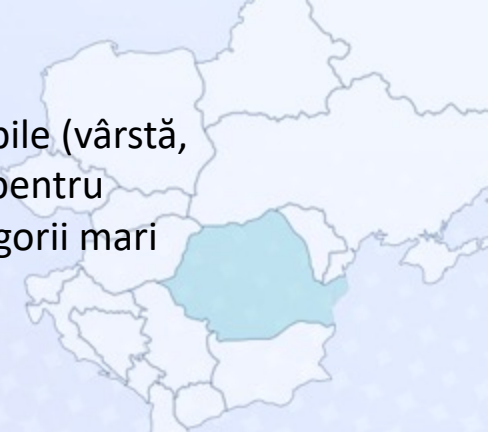
În 2021, încrederea tinerilor în Rusia atingea cele mai înalte niveluri măsurate.

În 2022, acest lucru nu mai este valabil.

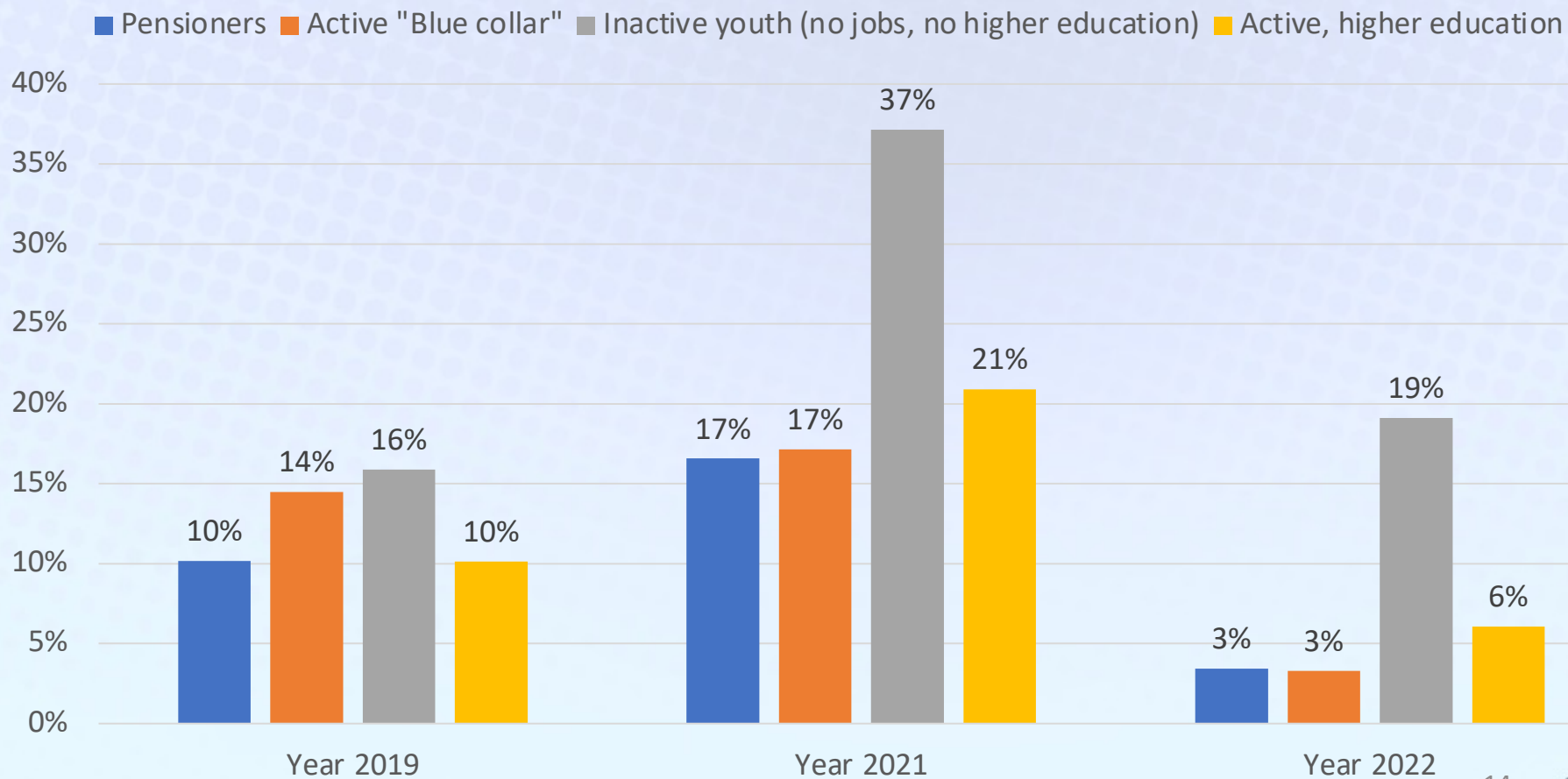
# Categorii ocupaționale



Această segmentare combină 3 variabile (vârstă, educație și ocupație). Este relevantă pentru înțelegerea diferențelor dintre 4 categorii mari de public.



## Încrederea în Rusia – după categorii ocupaționale



Se observă scăderea semnificativă a încrederii în Rusia în rândul majorității segmentelor, cu o singură excepție – **tinerii inactivi** (fără loc de muncă sau educație superioară). Acest grup a fost extrem de relevant în 2021, în contextul creșterii vizibilității teoriilor conspiraționiste și a explicațiilor alternative.



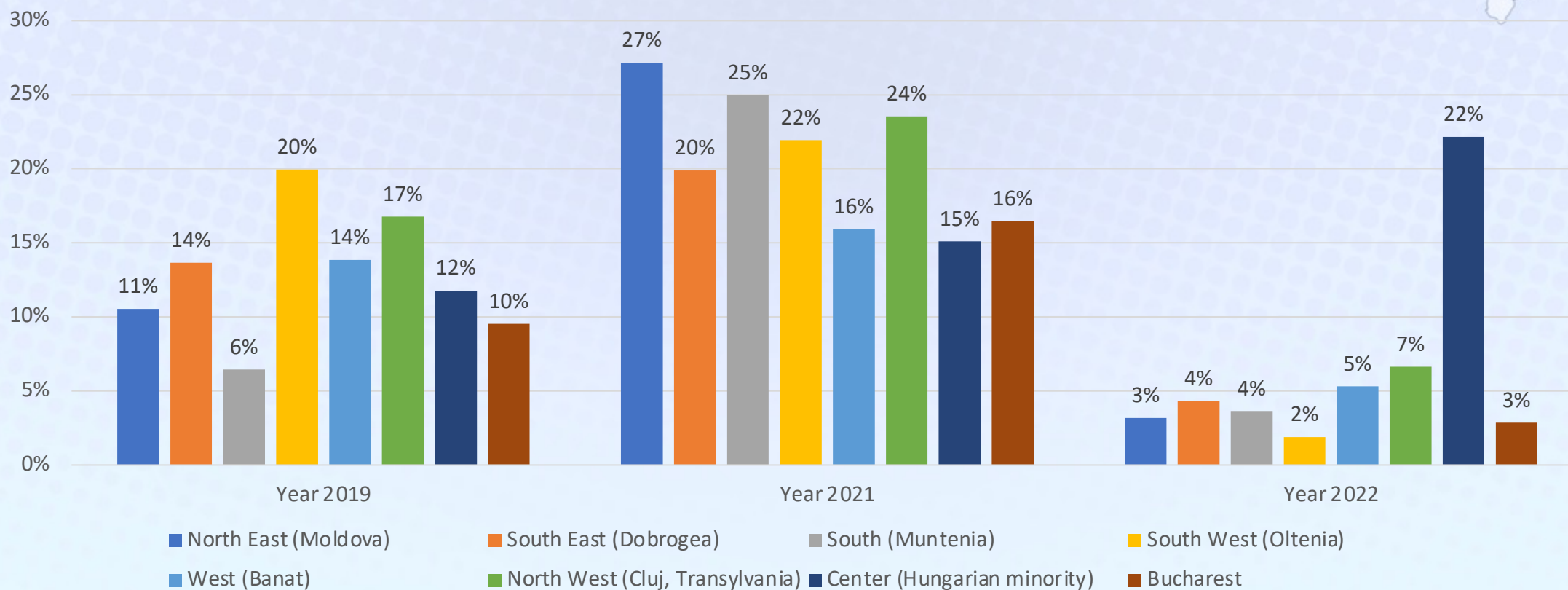
# Regiuni



Se observă un nivel mai ridicat al încrederii în Rusia în regiunea Centru (care include minoritatea maghiară. În toate celelalte regiuni, încrederea este redusă.



Încrederea în Rusia – după regiuni de dezvoltare

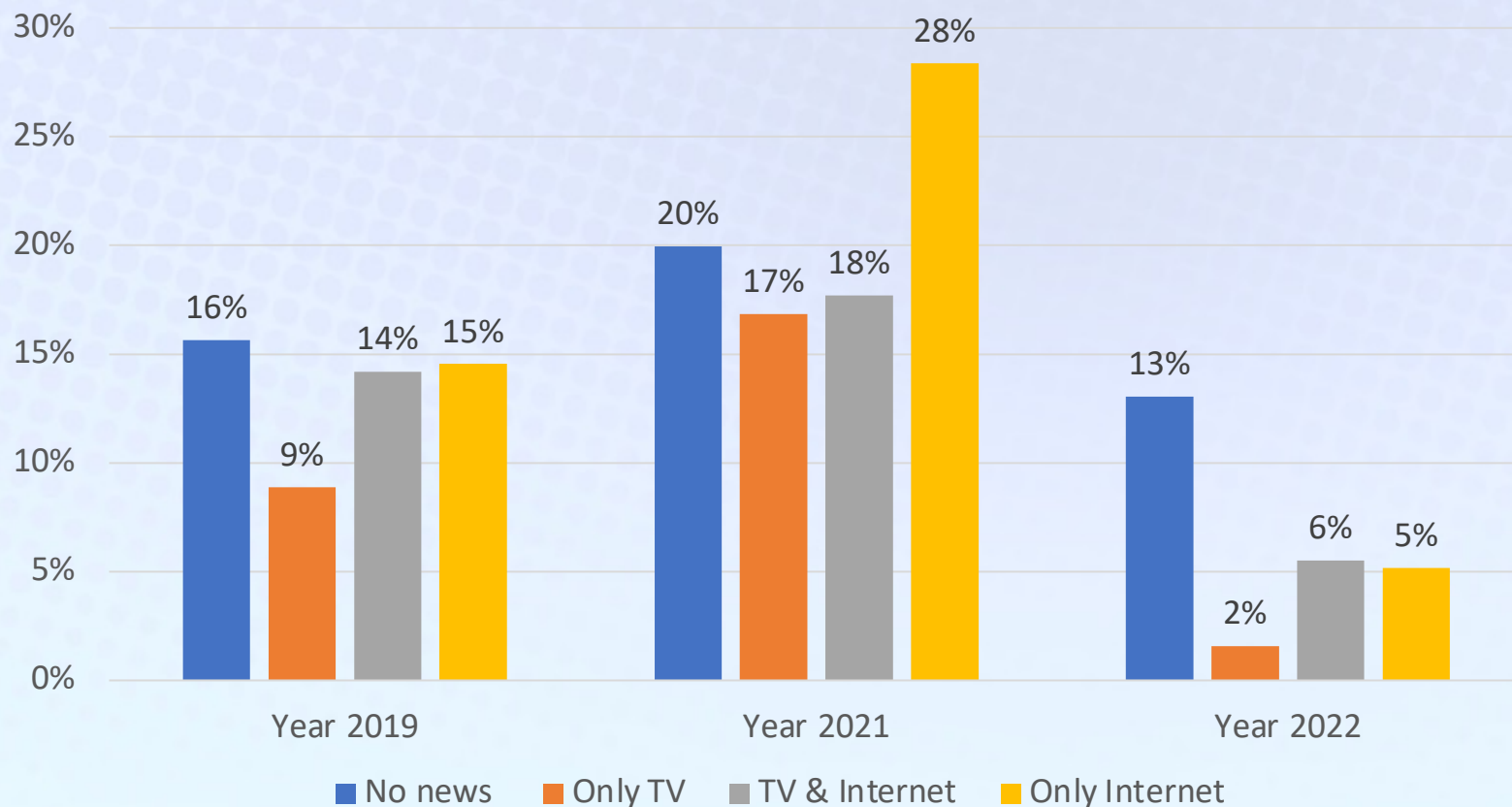


# Consumul de știri



Această segmentare se bazează pe modul în care publicul folosește media ca sursă de ȘTIRI (dacă respondentul își ia informațiile doar de la TV, doar de pe internet, din ambele surse combinat, sau deloc).

Încrederea în Rusia – după sursa de știri



O evoluție importantă s-a înregistrat pe parcursul ultimului an – în contextul impactului pandemiei, publicul care s-a informat exclusiv de pe internet avea cele mai ridicate niveluri de încredere în Rusia.

În prezent, singurul grup cu încredere ceva mai mare în Rusia este cel care nu folosește **deloc** media pentru știri.

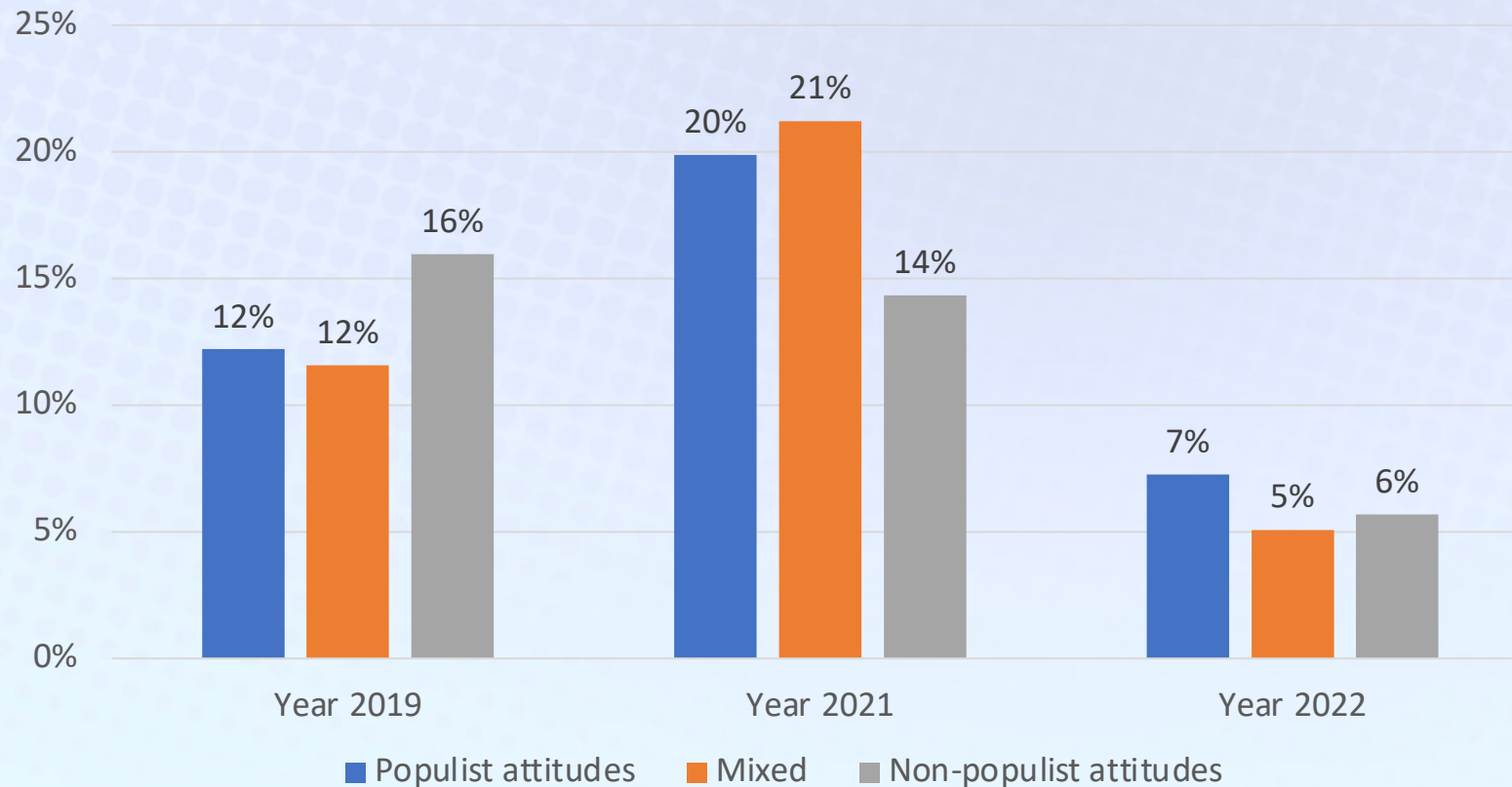


# Atitudini populiste



Această segmentare este bazată pe o selecție de variabile care măsoară gradul de respingere a sistemului politic, a politicianilor, și susținerea pentru discursul populist în general.

## Încrederea în Rusia – după orientarea populistă



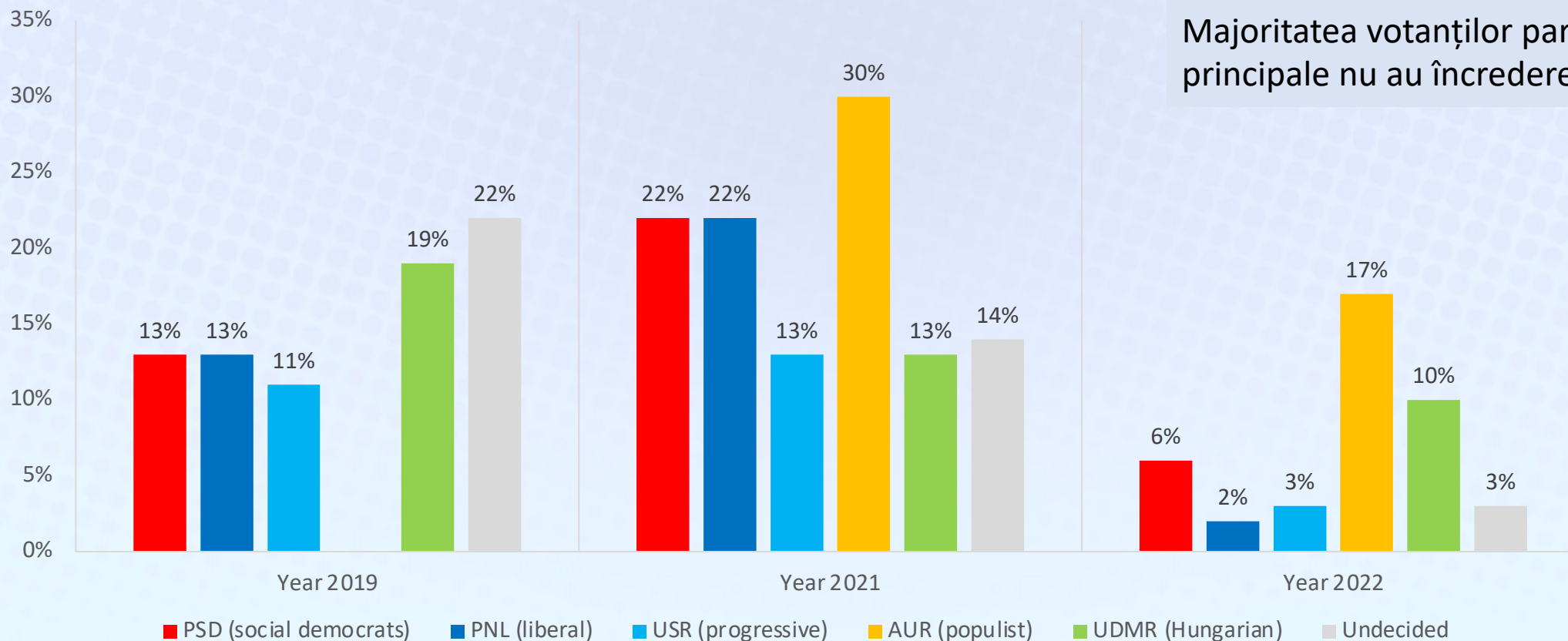
Singura evoluție relevantă observată este aceea că, în perioada dominată de pandemie, atitudinea populistă a devenit un predictor pentru încrederea în Rusia, într-o măsură mai mare decât înainte.

Astăzi, publicul cu atitudini populiste încă are niveluri de încredere în Rusia ceva mai mari comparativ cu publicul non-populist.

# Intenții de vot



## Încrederea în Rusia – după opțiunea politică



Intenția de a vota pentru partidul AUR este un predictor pentru încrederea în Rusia. Însă, inclusiv în rândul acestui grup, suportul pentru Rusia a scăzut semnificativ în ultimul an. Majoritatea votanților partidelor principale nu au încredere în Rusia.

# Rusia - Concluzii



- Publicul favorabil Rusiei includea, în 2019 și 2021, mai mulți tineri, tendință care nu se mai regăsește în 2022. Tinerii cu educație superioară nu mai au încredere în Rusia.
- Cu toate acestea, tinerii inactivi (fără loc de muncă sau lipsiți de educație superioară) au încredere în Rusia în mai mare măsură decât alte segmente. Același lucru este valabil și pentru persoanele mai puțin informate, ca și pentru votanții din regiuni cu reprezentare ridicată a minorității maghiare (regiunea Centru).
- În rândul muncitorilor (*gulere albastre*), în 2019 încrederea în Rusia era mai ridicată decât media la nivelul populației, dar în 2022 este la nivelul acestei medii. Atitudinea populistă și votul pentru AUR devin predictor pentru încrederea în Rusia.

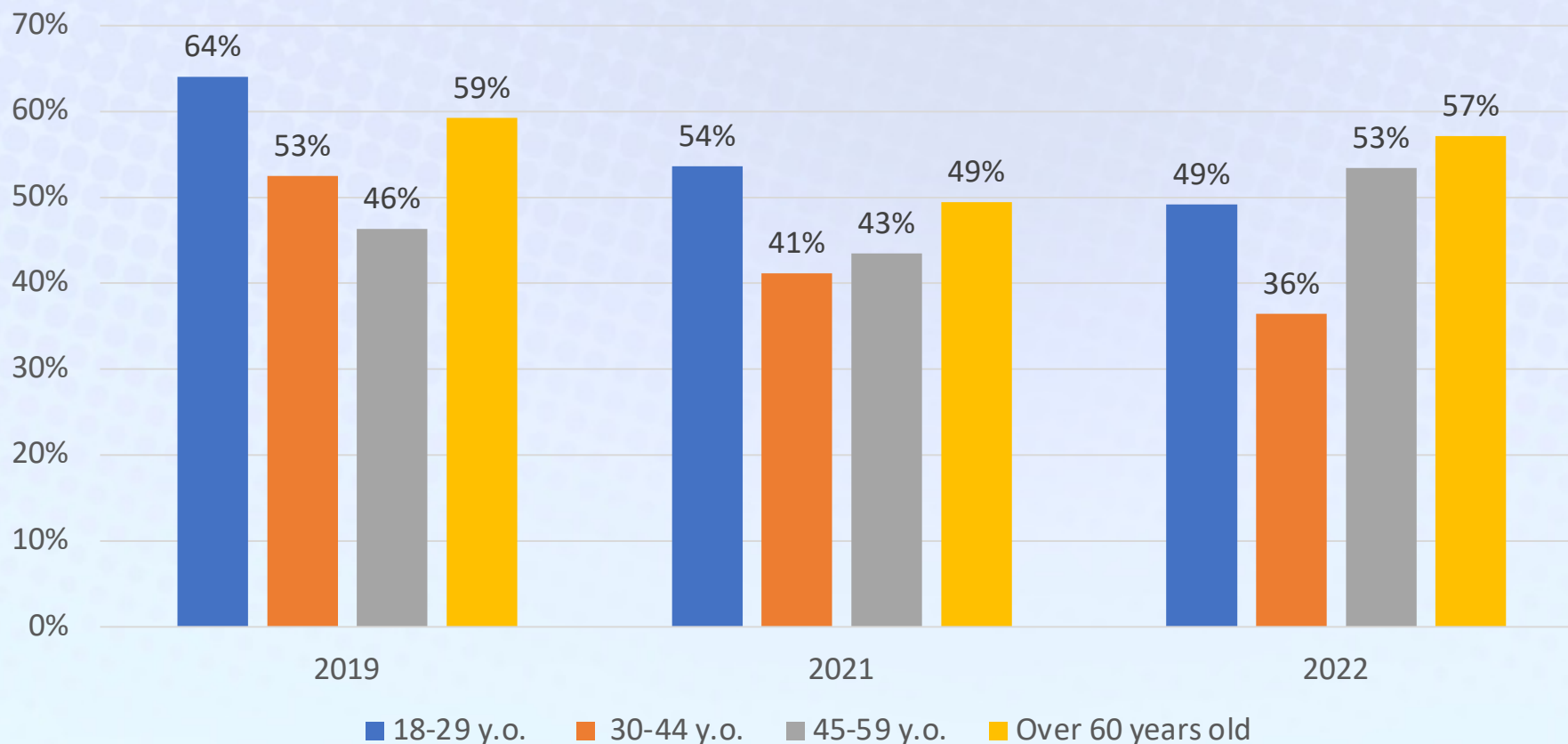


# Încrederea în SUA

# Categorii de vârstă



Încrederea în SUA – după categorii de vârstă



Se observă scăderea de la an la an a încrederii în SUA în rândul segmentului de vârstă 30-44 (cel care are încredere mai ridicată în Rusia comparativ cu restul populației).

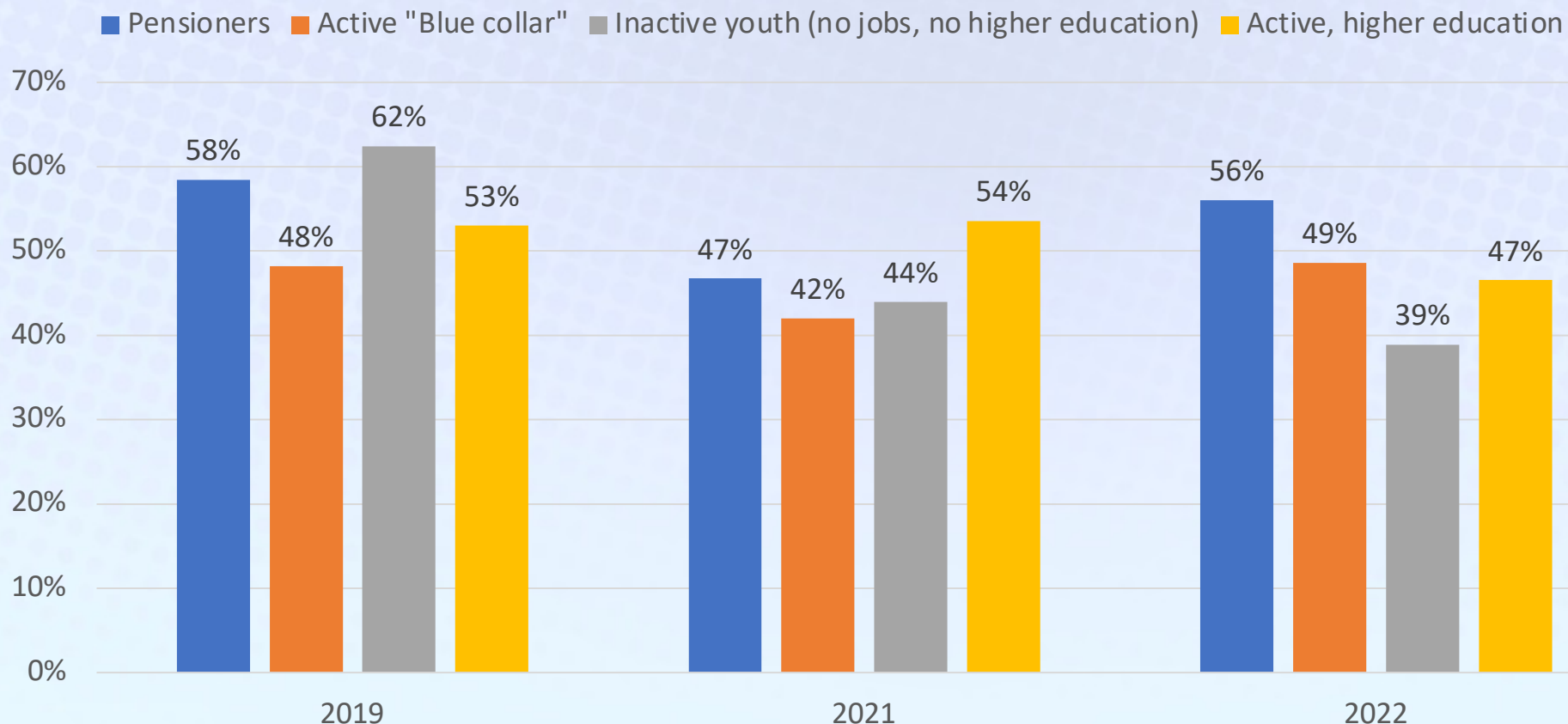
De asemenea, se remarcă susținerea puternică în rândul generațiilor vârstnice (după un an de declin – 2021).

# Categorii ocupaționale



Această segmentare combină 3 variabile (vârstă, educație și ocupație). Este relevantă pentru înțelegerea diferențelor dintre 4 categorii mari de public.

## Încrederea în SUA – după categorii ocupaționale



Se remarcă o scădere a susținerii din partea **tinerilor inactivi** (persoane tinere fără loc de muncă sau educație superioară). Aceasta este categoria cu nivel mai ridicat de încredere în Rusia, comparativ cu restul populației.

Există o ușoară scădere în rândul publicului educat. În schimb, se remarcă susținerea constantă din partea categoriei *gulere albastre*.



# Regiuni



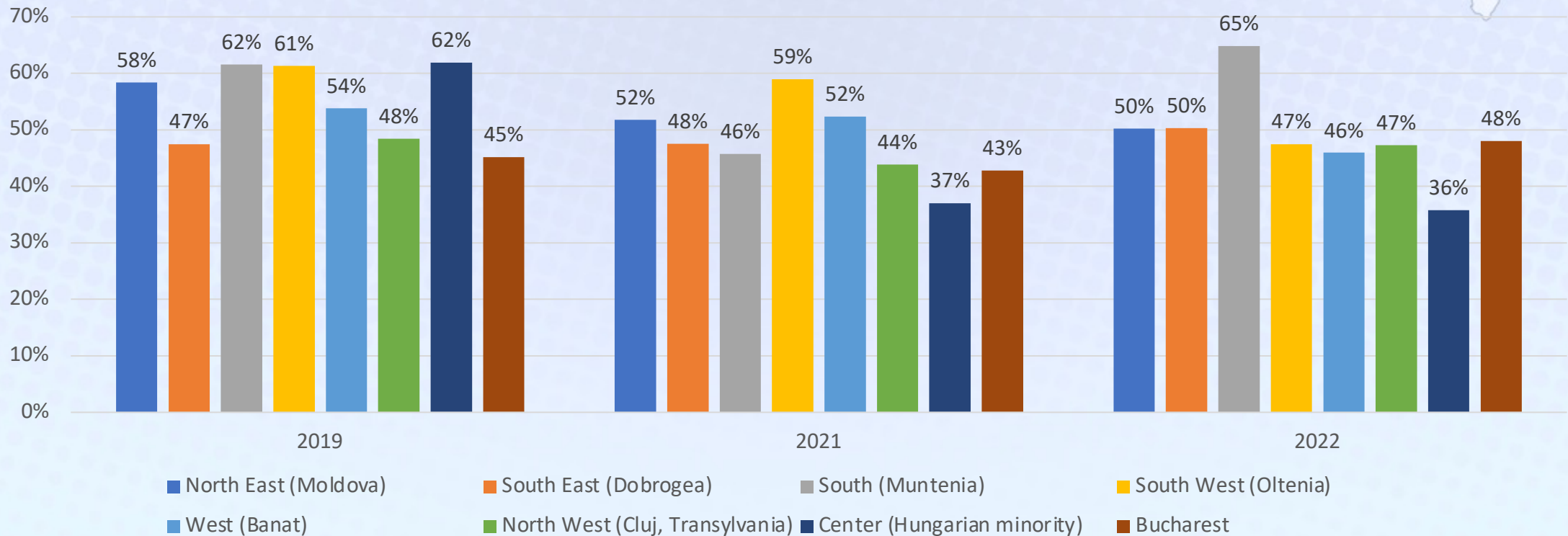
Creștere a încrederii – în Sud și București

Scădere a încrederii – în Oltenia (Deveselu) și Centru (care include minoritatea maghiară)

Notăm o constanță a încrederii – Moldova & Sud-Est



Încrederea în SUA – după regiuni de dezvoltare



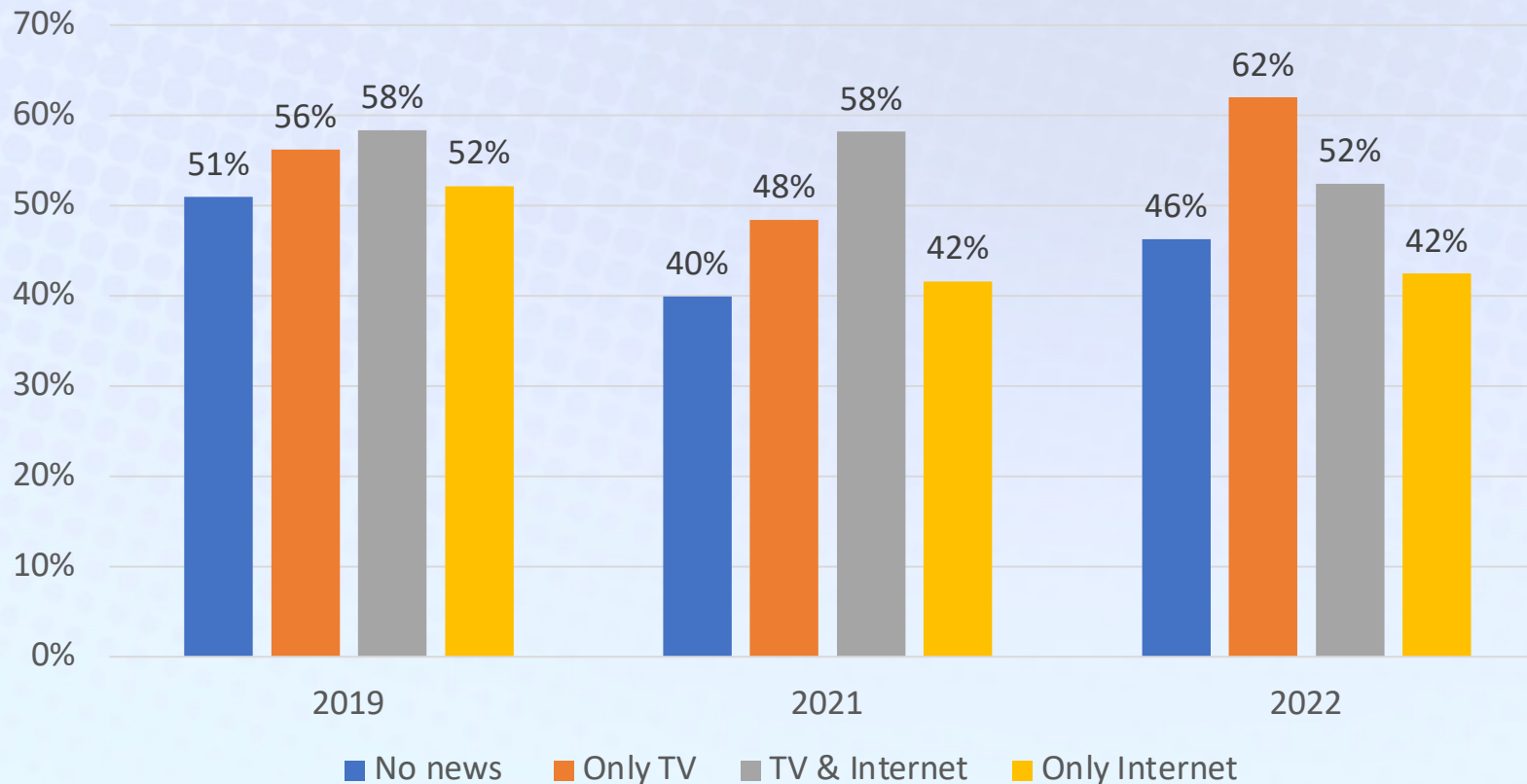
# Consumul de știri



Această segmentare se bazează pe modul în care publicul folosește media ca sursă de ȘTIRI (dacă își ia informațiile doar de la TV, doar de pe internet, din ambele surse combinat, sau deloc).



Încrederea în SUA – după sursa de știri



A existat o scădere a încrederii, din 2019 în 2022, în rândul publicului care folosește exclusiv internetul ca sursă de știri.

S-a înregistrat de asemenea o creștere de încredere la publicul care se informează doar de la TV.



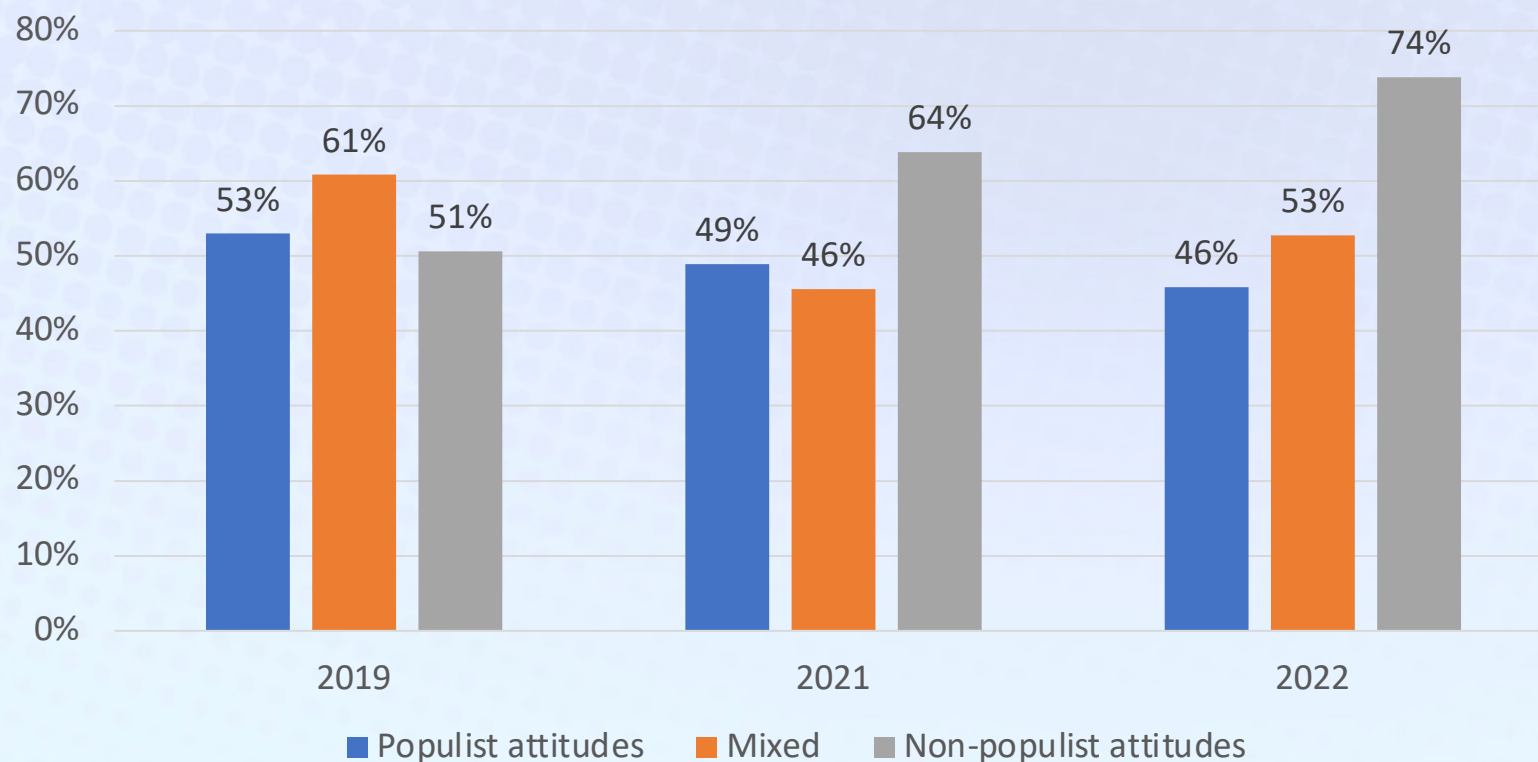
# Atitudini populiste



Această segmentare este bazată pe o selecție de variabile care măsoară gradul de respingere a sistemului politic, a politicienilor, și susținerea pentru discursul populist în general.



Încrederea în SUA - după orientarea populistă



Se înregistrează recent niveluri mai ridicate de încredere la publicul votant non-populist. În ultimii doi ani, orientările populiste au devenit un predictor pentru încrederea scăzută în SUA.

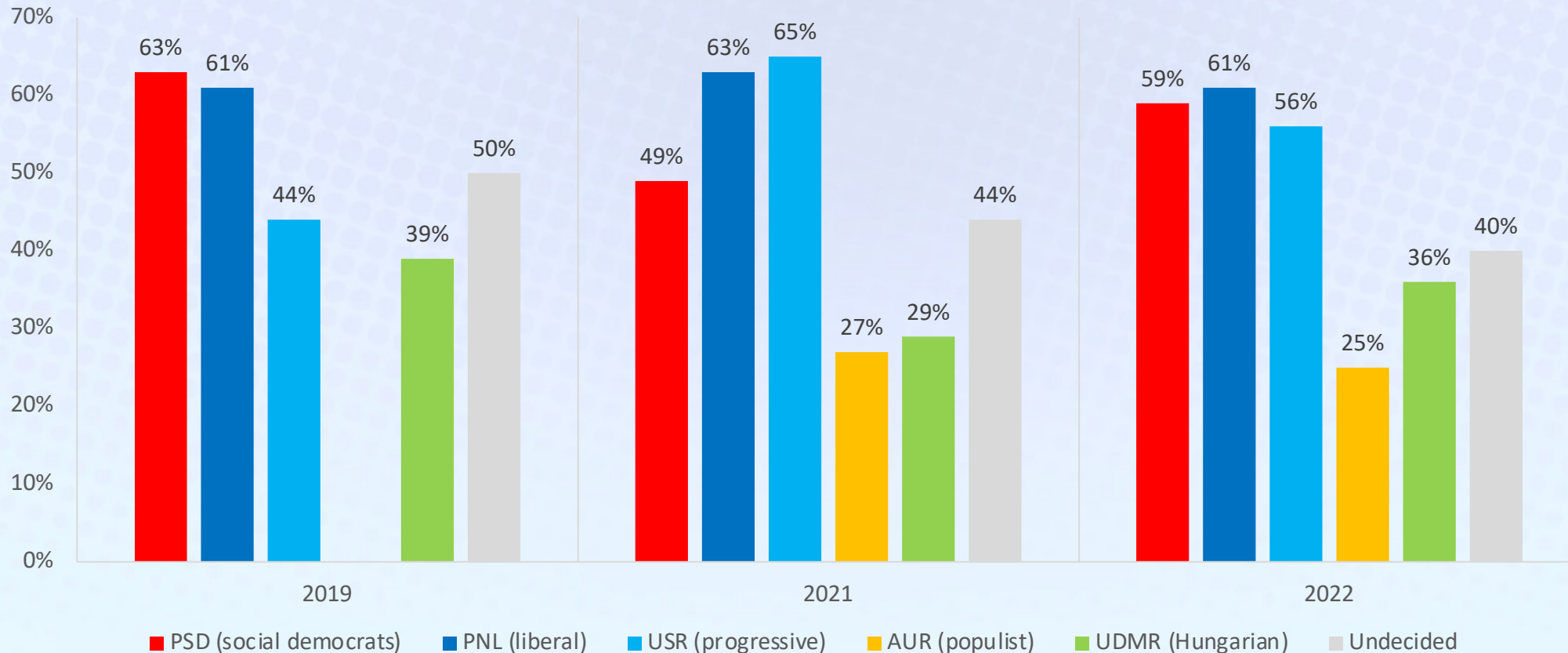
Chiar și în acest condiții, în cifre absolute publicul populist are încredere mult mai mare în SUA decât în Rusia.

# Intenții de vot



Votul pentru partidul AUR este un predictor pentru lipsa de încredere în SUA. Majoritatea votanților partidelor principale au încredere în SUA în acest moment. Votanții maghiari au mai puțină încredere în SUA comparativ cu media populației.

Încrederea în SUA – după opțiunea politică



# SUA - Concluzii



- A existat o scădere de la an la an a încrederii în SUA la categoria de vârstă 30-44 – grupul care susține Rusia mai mult decât media populației – ca și în rândul tinerilor (18-29).
- Segmentul tinerilor inactivi (persoane tinere fără loc de muncă sau fără educație superioară) înregistrează de asemenea o tendință descendentă la nivelul încrederii în SUA, ca și grupul care folosește exclusiv internetul ca sursă de știri.
- Votanții partidului populist AUR au cele mai scăzute niveluri de încredere în SUA.
- Votanții PNL, PSD și USR au încredere foarte mare în SUA, peste media eșantionului.

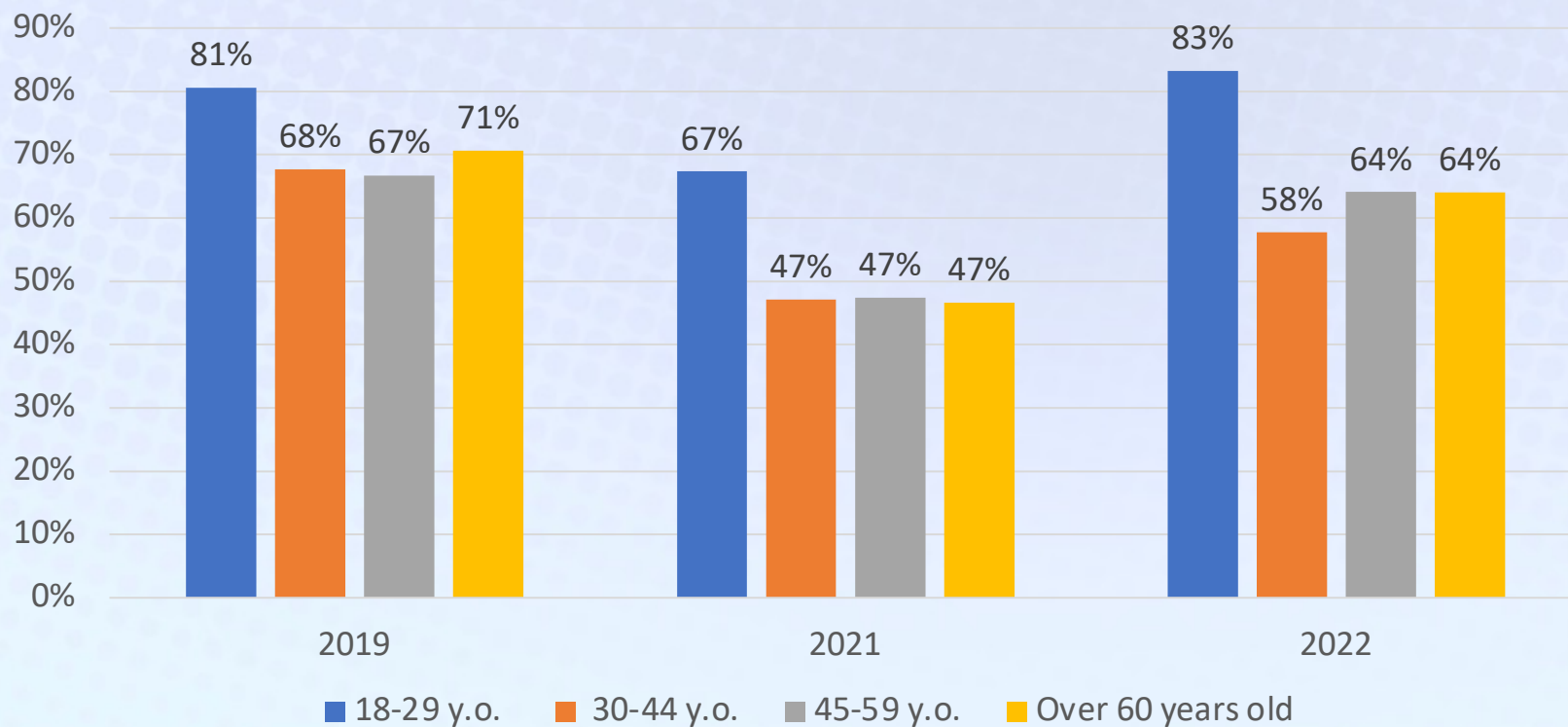


# Încrederea în UE

# Categorii de vârstă



Încrederea în UE – după categorii de vârstă



Pierderea de suport în rândul tinerilor din 2021 a fost recuperată în 2022.

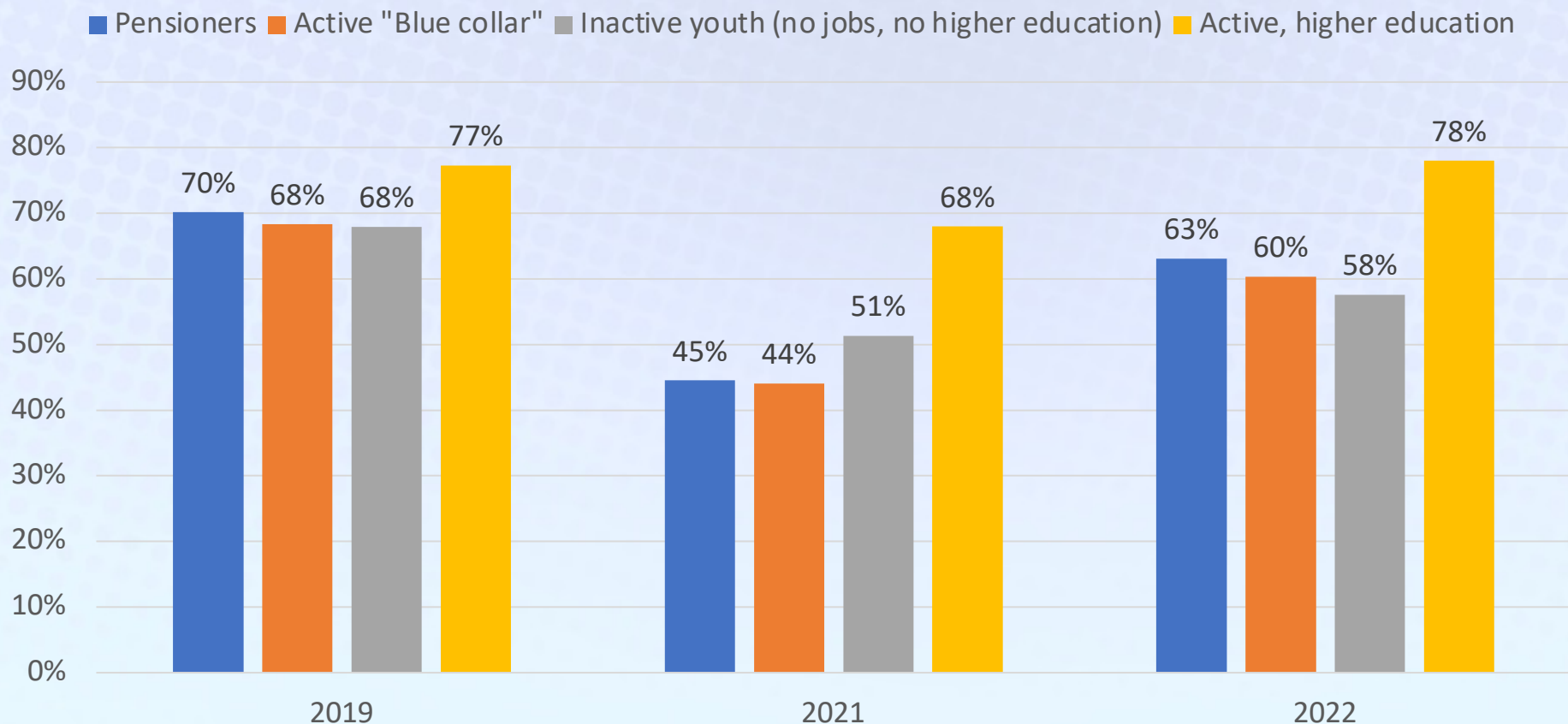
Nivelul încrederii a scăzut, comparativ cu 2019, la persoanele mature (30-44) și vârstnice (60+).

# Categorii ocupaționale

Această segmentare combină 3 variabile (vârstă, educație și ocupație). Este relevantă pentru înțelegerea diferențelor dintre 4 categorii mari de public.



## Încrederea în UE – după categorii ocupaționale



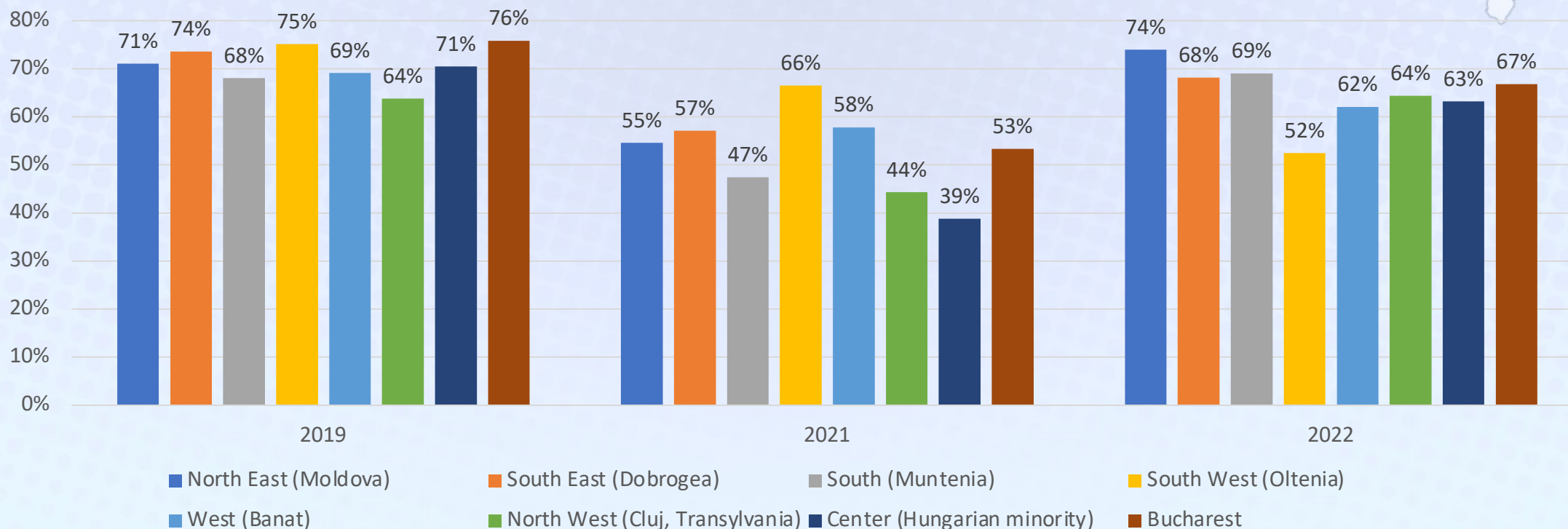
Persoanele active educate își mențin încrederea în UE, dar se observă scăderi la toate celelalte grupuri, în 2022 față de 2019.

# Regiuni

Regional, cea mai mare scădere de încredere în UE s-a înregistrat, în 2021 față de 2019, în regiunile Centru, Sud și București. În prezent aceste scăderi au fost în mare parte recuperate, dar încrederea rămâne ceva mai scăzută comparativ cu 2019.

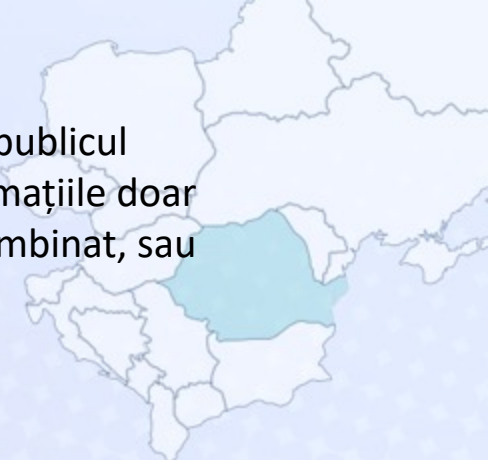


Încrederea în UE – după regiuni de dezvoltare

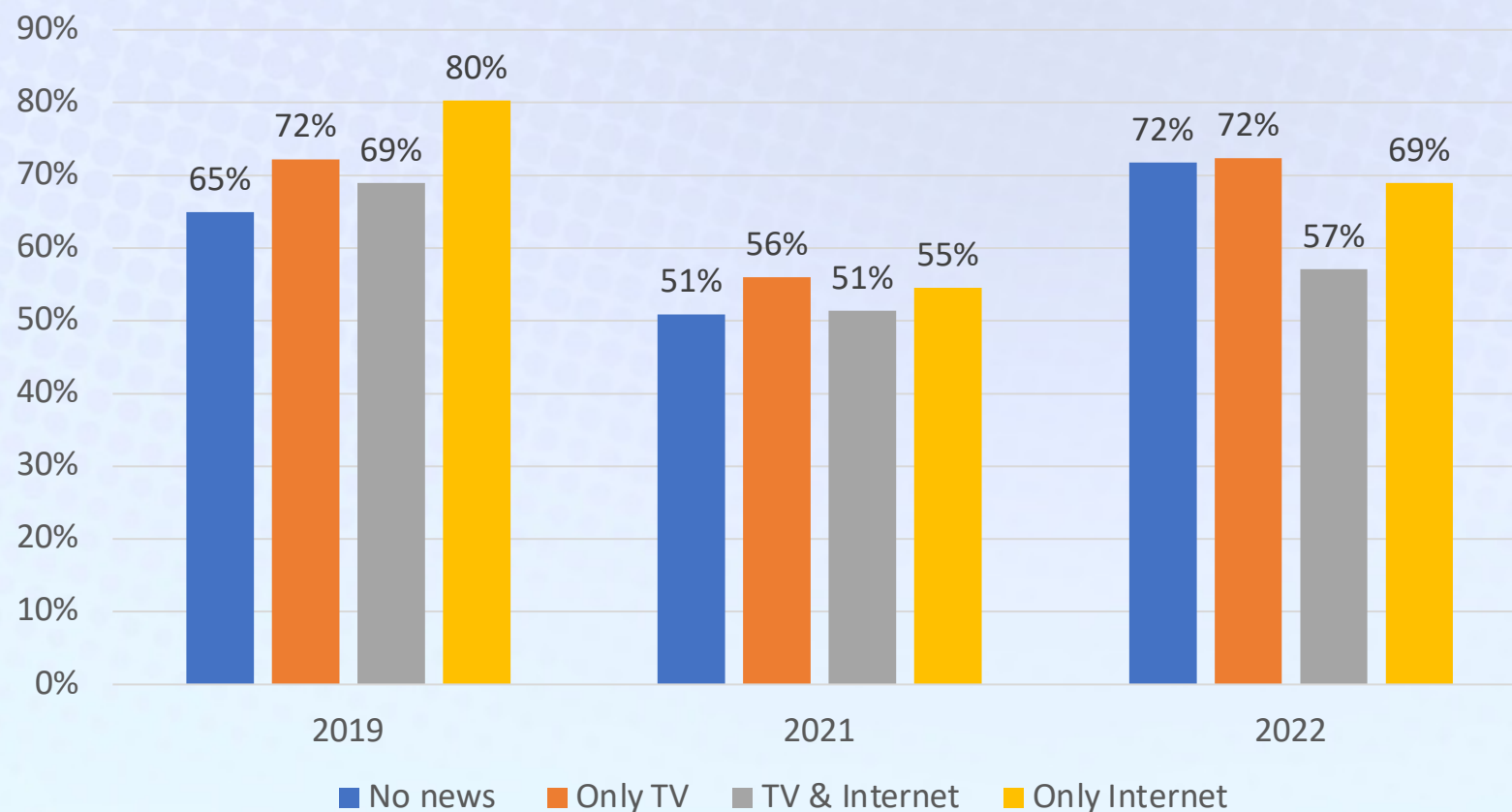


# Consumul de știri

Această segmentare se bazează pe modul în care publicul folosește media ca sursă de ȘTIRI (dacă își ia informațiile doar de la TV, doar de pe internet, din ambele surse combinate, sau deloc).



Încrederea în UE – după sursa de știri



Încrederea în UE a revenit în 2022 la nivel ridicat în rândul publicului care se informează doar de pe internet (deși mai slab comparativ cu 2019), ca și al celui care folosește exclusiv TV ca sursă de știri.

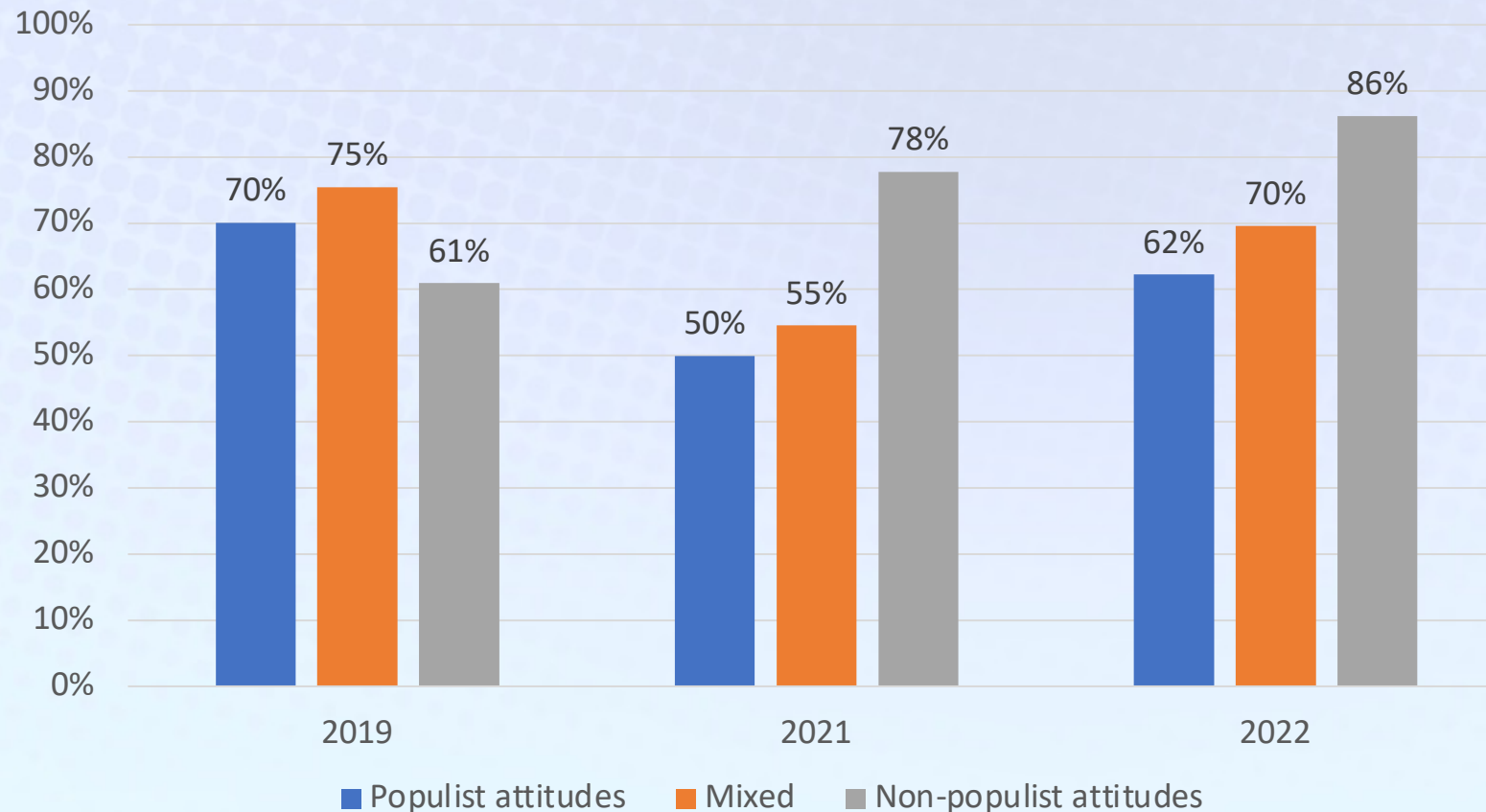


# Atitudini populiste

Această segmentare este bazată pe o selecție de variabile care măsoară gradul de respingere a sistemului politic, a politicienilor, și susținerea pentru discursul populist în general.



Încrederea în UE – după orientarea populistă

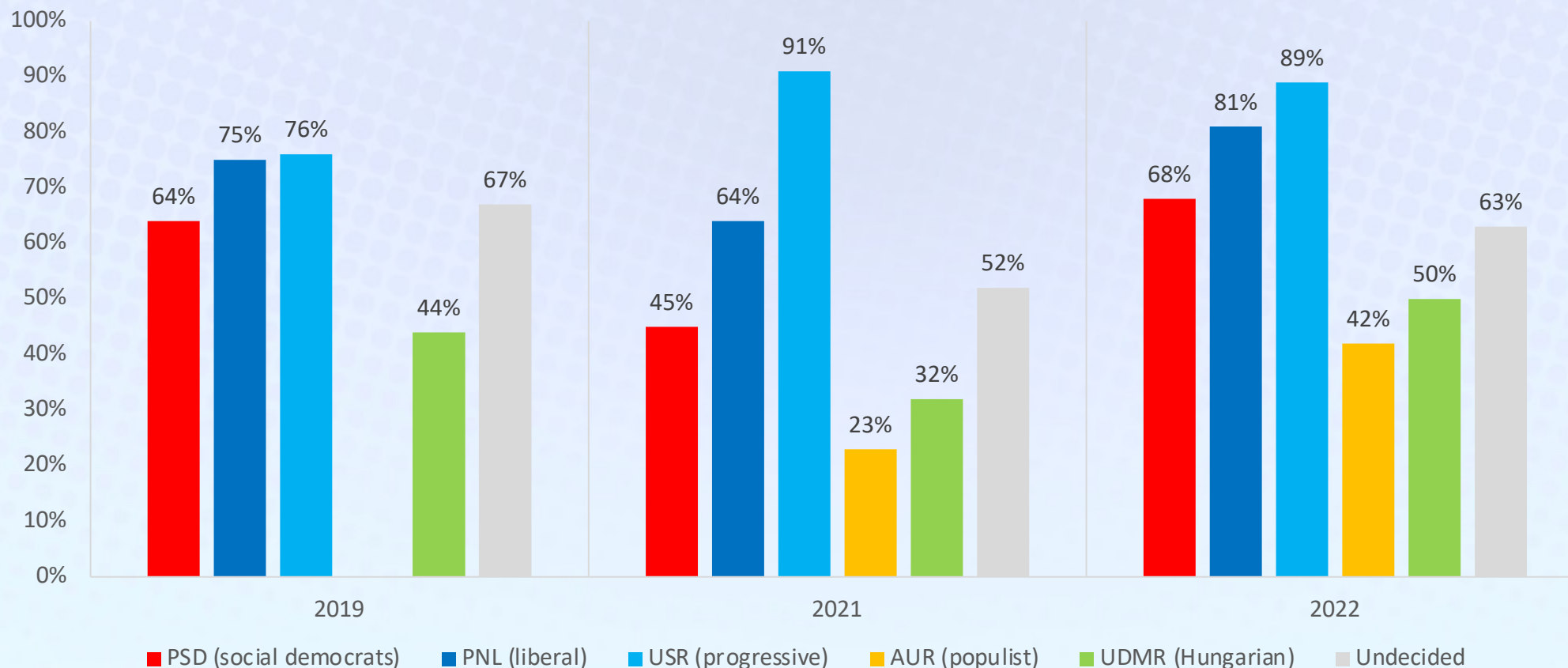


Publicul non-populist are cel mai ridicat nivel de încredere în UE în 2021 și 2022, în creștere semnificativă față de 2019.

# Intenții de vot

Toate partidele principale au proporții mari de votanți care au încredere în UE. Partidul AUR are în schimb cele mai mici procente de votanți cu încredere în UE – 23% în 2021 și 42% în 2022.

Încrederea în UE – după opțiunea politică



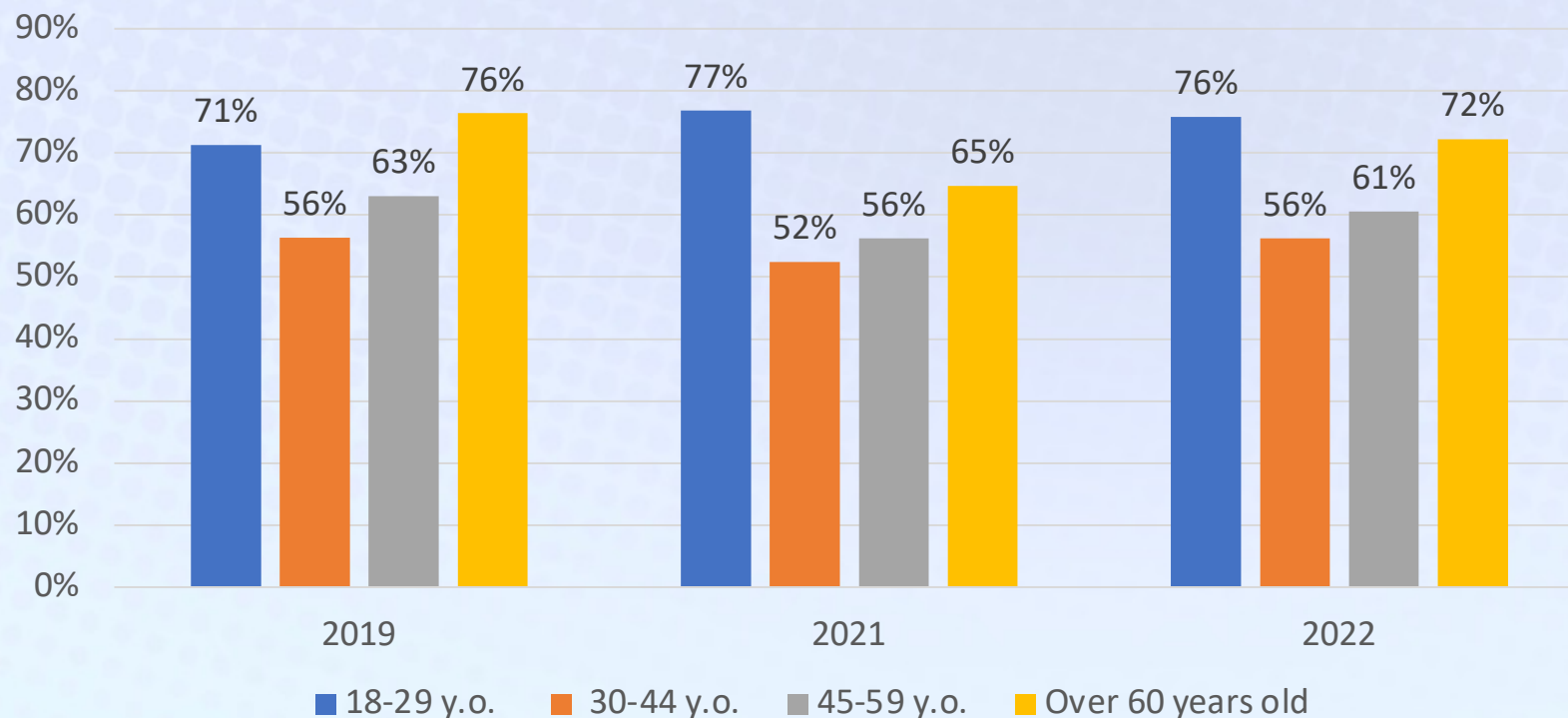


# Încrederea în NATO

# Categorii de vârstă



Încrederea în NATO – după categorii de vârstă



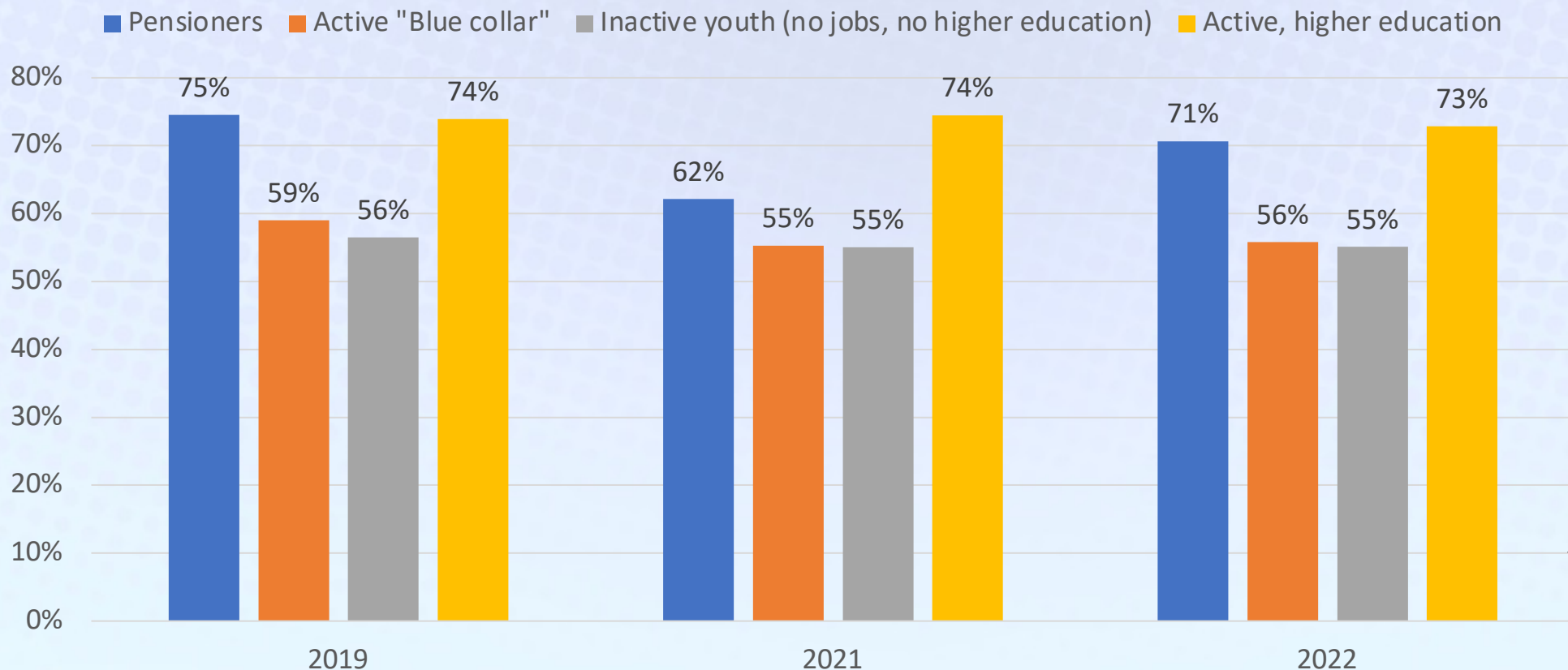
Încrederea în NATO a fost constant ridicată în 2019-2022 în rândul tinerilor, inclusiv în 2021 când înregistra valori în scădere la celelalte categorii de vârstă.

# Categorii ocupaționale

Această segmentare combină 3 variabile (vârstă, educație și ocupație). Este relevantă pentru înțelegerea diferențelor dintre 4 categorii mari de public.



## Încrederea în NATO – după categorii ocupaționale



Nu a existat nicio evoluție semnificativă de-a lungul acestui interval de 3 ani.

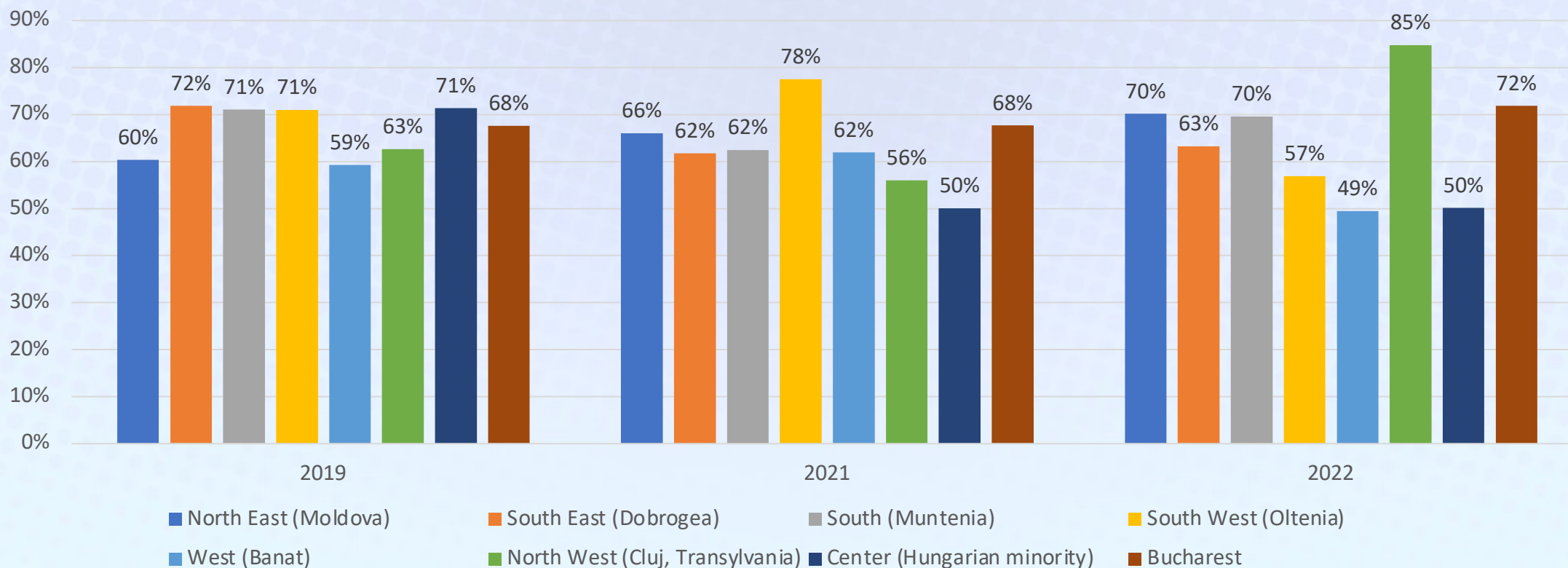
Persoanele active educate și pensionarii au cele mai mari niveluri de încredere în NATO.

# Regiuni

Din perspectivă regională, se observă o erodare abruptă a încrederii în NATO în regiunea Centru în 2021, menținută și în 2022.

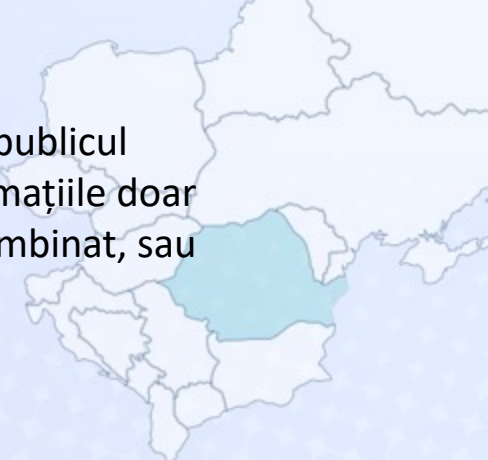


Încrederea în NATO – regiuni de dezvoltare

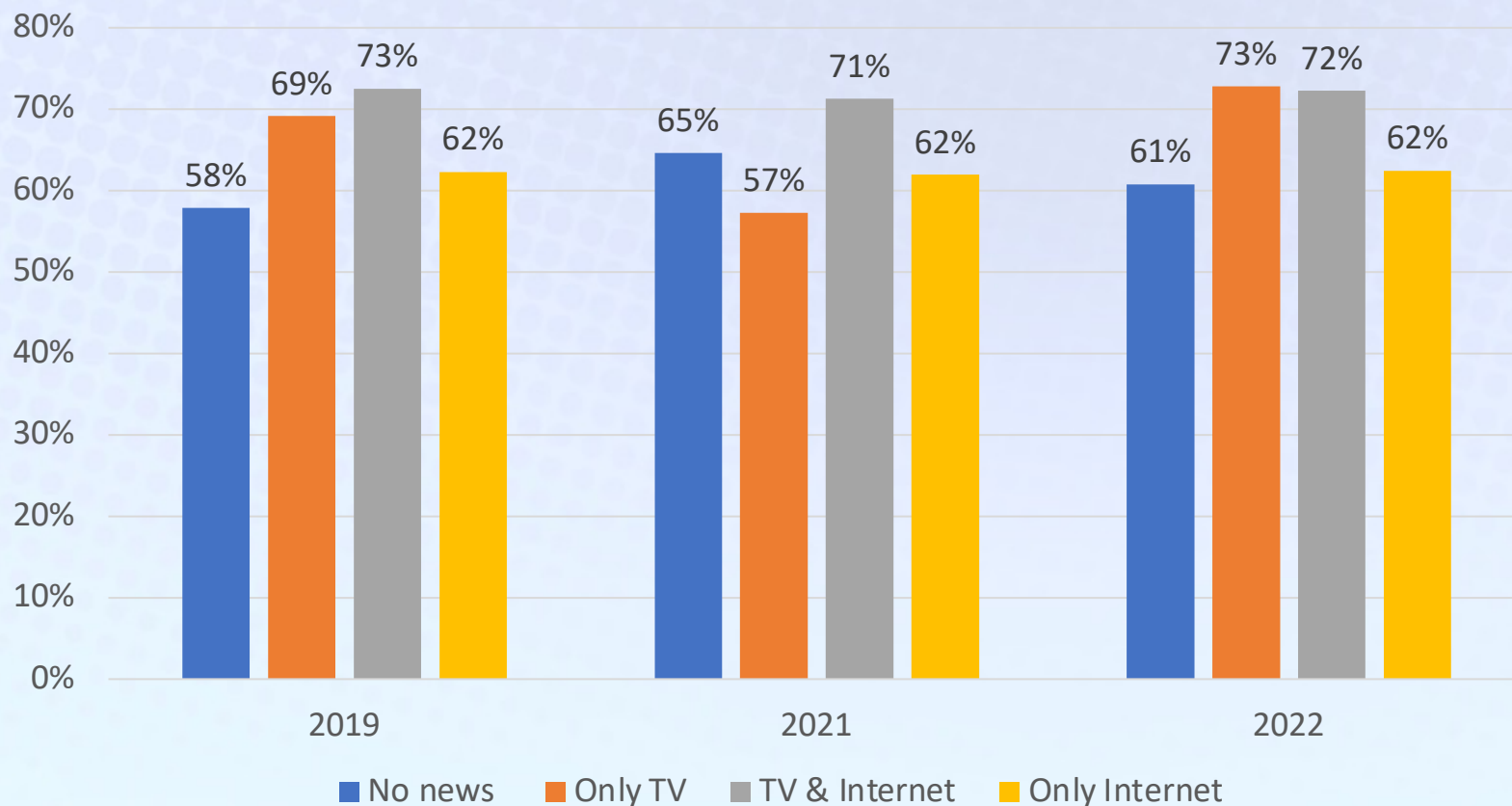


# Consumul de știri

Această segmentare se bazează pe modul în care publicul folosește media ca sursă de ȘTIRI (dacă își ia informațiile doar de la TV, doar de pe internet, din ambele surse combinat, sau deloc).



Încrederea în NATO – după sursa de știri



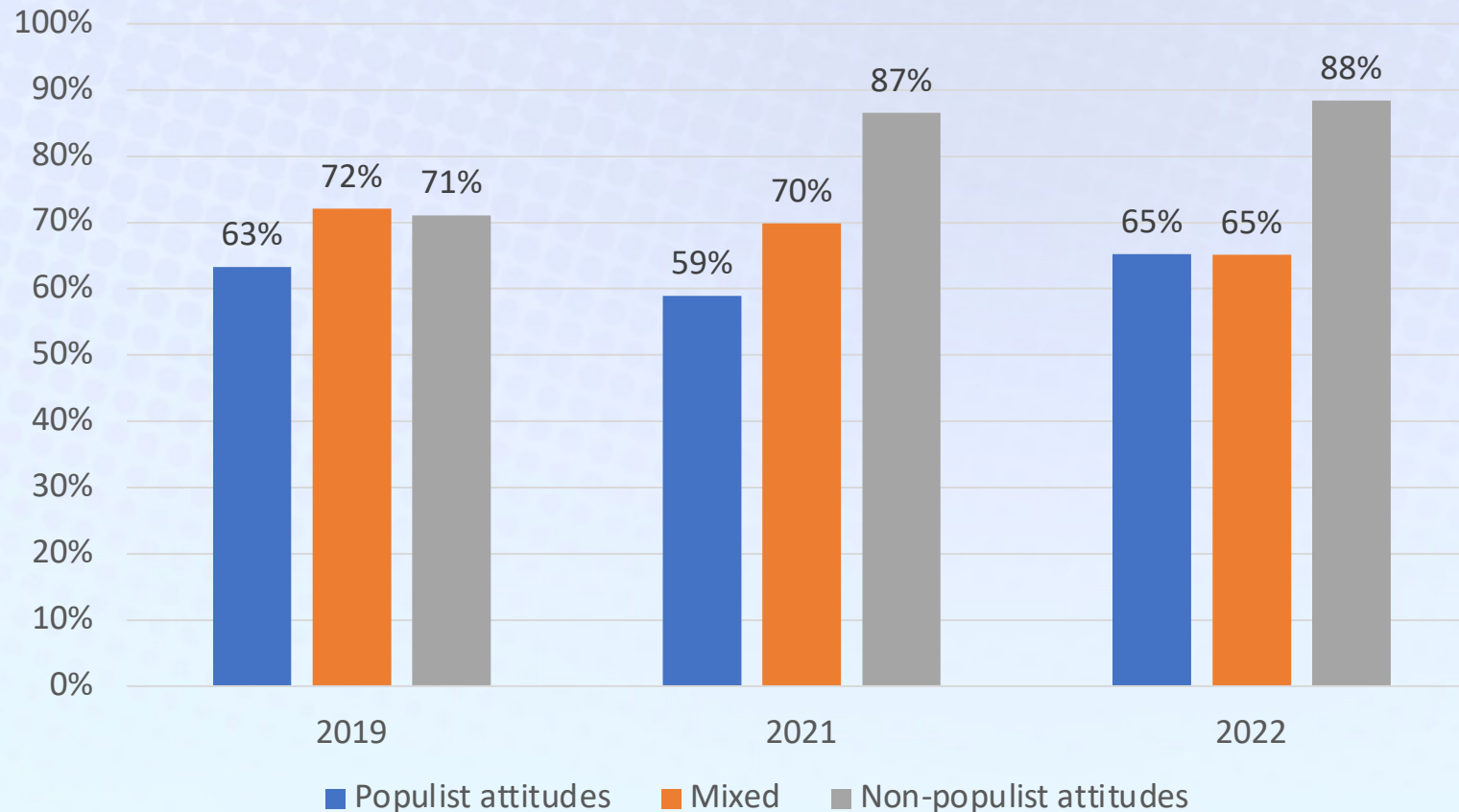
Încrederea în NATO a fluctuat cel mai mult la grupul care se informează exclusiv de la TV (scădere în 2021, revenire/creștere în 2022).

# Atitudini populiste

Această segmentare este bazată pe o selecție de variabile care măsoară gradul de respingere a sistemului politic, a politicienilor, și susținerea pentru discursul populist în general.



Încrederea în NATO – după orientarea populistă



Încrederea în NATO a crescut constant din 2019 până în 2022 la publicul non-populist și a scăzut la cei cu atitudini populiste mixte.

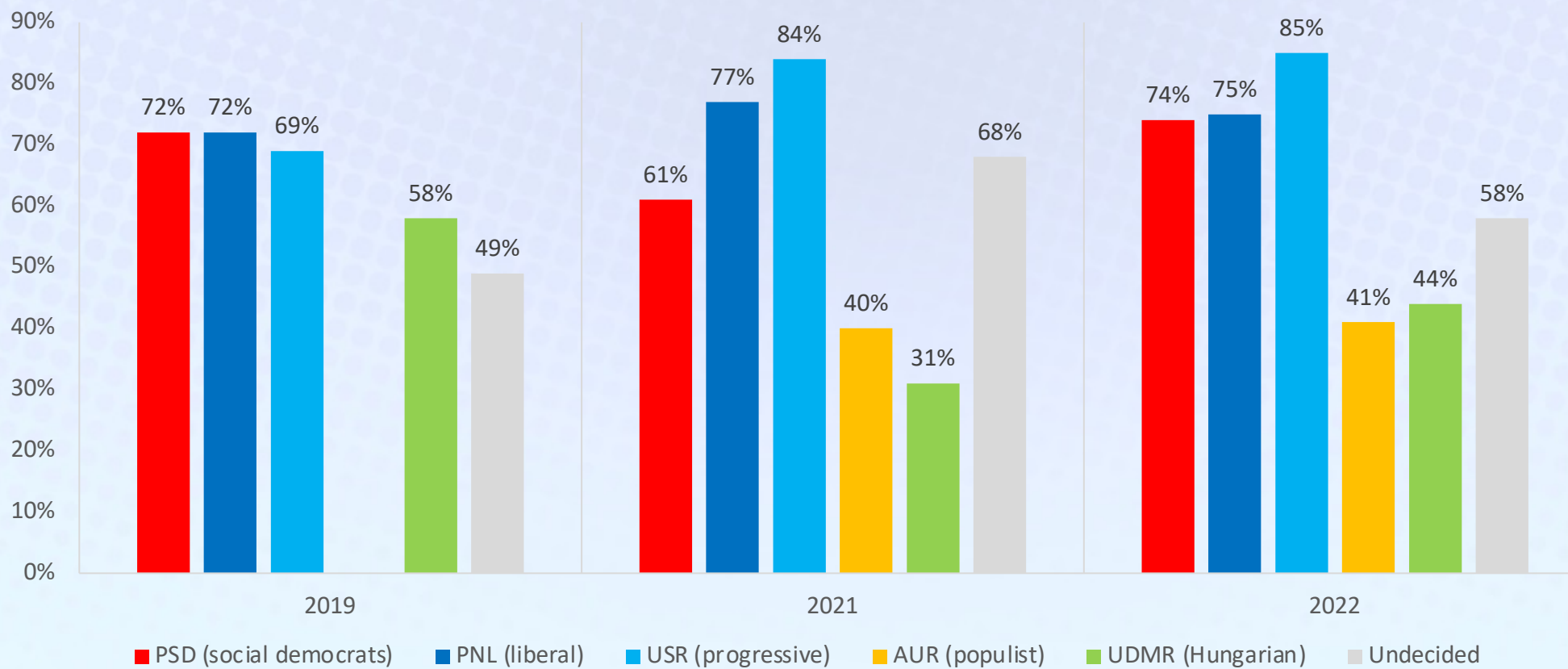


# Intenții de vot

USR și PNL au proporțiile cele mai mari de votanți pro-NATO, iar în 2019 și 2022 și PSD se regăsește la acest nivel. Cea mai mică încredere este la votanții AUR și UDMR.



Încrederea în NATO – după opțiunea politică



# UE și NATO - Concluzii



- Tinerii (18-29) au în general cele mai mari niveluri de încredere în UE și NATO, comparativ cu celelalte categorii de vârstă – în cazul NATO, și vârstnicii (60+) se află în această postură.
- Votanții partidelor principale au încredere în UE și NATO în proporții ridicate (mai pronunțat la USR și PNL, în cazul UE; votanții PSD au pondere ridicată de încredere în NATO), în timp ce la votanții AUR încrederea în UE și NATO este mai scăzută (în jur de 40%). Notăm însă că numărul votanților AUR care au încredere în Vest (NATO, UE, SUA) este superior numărului votanților AUR care au încredere în Rusia.
- Utilizarea internetului ca sursă exclusivă de știri e asociată cu încredere mai mare în UE; în timp ce informarea din surse mixte (TV & internet) pare să favorizeze susținerea pentru NATO.
- Persoanele active educate susțin atât NATO, cât și UE, în timp ce pensionarii au constant foarte mare încredere doar în NATO (încrederea pensionarilor în UE este în scădere).
- Nivelul încrederii în UE s-a deteriorat de-a lungul celor 3 ani în rândul muncitorilor *blue collar* și tinerilor inactivi. Rămâne de văzut dacă această tendință se va menține în viitor.



Mai multe informații despre  
activitățile și studiile noastre pe  
[snspa.ro](http://snspa.ro) | [civicparticipation.ro](http://civicparticipation.ro)