

Caracteristici ale identității culturale a românilor imigranți din Anglia

Adrian Otovescu*

Universitatea din Craiova

Abstract: *In this study we have presented the results of a research conducted in June, July and August 2011 on the Romanian immigrants from England. The main aim of the research was to see if the Romanians are still keeping their national, social and cultural identity, even if they are living in a foreign country for more than a year. According to statistical data, over 3.5 million Romanians have migrated to other countries, especially to Western Europe, searching for a better life, for better work and living conditions. From the results of our researches we may conclude that the “uprooting drama” and the “homesickness” represent the two main feelings that Romanians experience when they are far away from their native places. In this way, we may consider that is very important to understand the cultural patrimony that they have helped them to integrate in the new societies. In the first part of our study we have defined the main concepts and we have also described the methodology of our research on the immigrants from England. The second part of the article presents the most important conclusions of the quantitative research on the Romanians who are living, studying and working in England.*

Keywords: society of immigration; cultural identity; social identity; types of cultural identity.

Cuvinte-cheie: societate de imigrație; identitate culturală; identitate socială; tipuri de identitate culturală.

Introducere¹

În articolul de față ne-am propus să descifrăm câteva dintre reperele semnificative ale identității culturale a imigranților români care trăiesc, în momentul de față, pe teritoriul Angliei. În prima parte vom face unele delimitări conceptuale necesare, după care, în partea a doua a demersului nostru, vom prezenta principalele concluzii

reieșite din cercetarea de teren întreprinsă în rândul imigranților români din Anglia, cercetare de ordin cantitativ care a constat într-o anchetă de opinie, pe bază de chestionar administrat și autoadministrat.

Problema cercetării schimbărilor care s-au produs în codul sau patrimoniul identitar al cetățenilor români aflați în străinătate prezintă un interes sporit în zilele noastre, datorită numărului impresionant de

* Universitatea din Craiova, Str. Al.I. Cuza, nr. 13, camera 167B, cod poștal 200545. E-mail: adiotovescu@yahoo.com.

persoane care au plecat în ultimii 20 de ani în numeroase țări din Europa și de pe alte continente. Cercetările de teren pe această temă s-au constituit într-un domeniu distinct de reflecție în România, iar cunoașterea efectelor asupra populației de imigranți, care vine în contact cu două sau mai multe culturi, reclamă nu numai o analiză teoretică, dar și empirică.

În ultimul deceniu au fost realizate mai multe anchete de opinie și cercetări de teren cu privire la afirmarea identității românilor plecați în diverse societăți europene și la integrarea lor socioculturală în țările în care au ajuns. Dintre anchetele de opinie, amintim pe cele efectuate, în anul 2007, de către *Metromedia Transilvania*, asupra condițiilor sociale de muncă și de viață ale românilor din Italia, asupra așteptărilor și orientărilor lor valorice (sub coordonarea lui Vasile Dâncu); în anul 2008, de *CURS București*, asupra românilor din Spania și Italia (sub coordonarea lui Dorel Abraham); în anul 2010, de Fundația italiană *Caritas*, asupra imigranților români din Peninsula. Prof. Dumitru Sandu este autorul mai multor studii sociologice despre migrația circulatorie a românilor și, recent (2010), despre „lumile sociale ale migrației românești în străinătate”. Dintr-o perspectivă antropologică, sunt analizate de către Carmen Banța (2009) „reperle identitare culturale ale românilor emigranți din Bruxelles” (Belgia). Profilul identitar al imigranților români din Franța a fost obiectul unei teze de doctorat elaborate de Marius Maticescu (2011). Comunitatea românilor din Italia a fost analizată de către noi, inclusiv sub aspectul identității sociale și culturale, într-o lucrare publicată în anul 2008.

Conceptul de identitate culturală, ca și cel de identitate socială, beneficiază de o istorie îndelungată și de o tratare controversată. În a doua jumătate a secolului al XIX-lea, Wilhelm Wundt și alți gânditori germani au identificat cultura cu „sufletul poporului”, considerând drept note dis-

tinctive ale acesteia originalitatea și individualitatea. Mergând mai departe cu raționamentul, Oswald Spengler va aprecia, la începutul veacului XX, că o cultură nu poate fi transmisă de la un popor la altul decât cu riscul de a se deprecia. Deci menirea culturii este aceea de a legitima o realitate socială specifică și de a o diferenția de alta. De aici și formularea oarecum pleonastică de „identitate culturală”, știut fiind faptul că tocmai cultura este cea care conferă atributul identității ori specificității unei societăți. Totuși, sintagma de „identitate culturală” își poate pierde sensul tautologic atunci când este utilizată pentru a diagnostica, printr-o analiză comparativă, trăsăturile care diferențiază anumite comunități naționale.

De asemenea, respectiva sintagmă nu este lipsită de unele ambiguități, care provin din faptul că identitatea culturală este folosită ca sinonim pentru identitatea națională și identitatea etnică, pentru cultura populară (considerată o sursă perenă de creații originale). În pofida acestor limite, „trebuie remarcat că termenul de identitate culturală se referă la relația pe care un actor social, sau mai degrabă un grup, o are cu elementele culturii specifice grupului respectiv, la identificarea cu acestea. Simțul apartenenței la o cultură comună este dat de o serie de simboluri culturale recunoscute de toți (ritualuri, simboluri vestimentare, tradiții comune etc.). Promovarea acestora are un rol esențial în menținerea vie, în «hrănirea» identității culturale. Identitatea este o modalitate de distincție *noi/ei*, pornind de la diferențele de natură culturală” (Bucur *et al.*, 2005, 12-13). Ne amintim că C.H. Cooley a dezvăluit cum se formează sentimentul de apartenență la un grup primar (de „noi”) și, de aici, prin extensie, de apartenență la o comunitate mai largă, națională. De altfel, fenomenul de integrare a imigranților în SUA și Canada a produs, la jumătatea veacului XX, ample dezbateri pe tema problemicii identității culturale și sociale.

Abordarea identității culturale din perspectivă teoretică a condus la apariția unei literaturi de specialitate deosebit de bogate și variate. Păstrarea interesului cercetării doar la nivelul abstract de interpretare a datelor ne orientează, inevitabil, spre orizontul înșelător al aprecierilor speculative. O examinare a preocupărilor teoretice din punctul de vedere al interesului practic ne arată că e foarte greu să înțelegem în mod concret ce este o „identitate culturală”. Ambiguitățile metodologice nu pot fi ocolite și nici dificultățile de operaționalizare a conceptelor.

Problema identității culturale a imigranților în epoca actuală a fost examinată de mai mulți autori, dintre care menționăm: Stuart Hall (1993), care s-a ocupat de imigranții de origine africană care au populat Arhipelagul Caraibelor; Emilia Lewandowska (2004), care a fost interesată de comunitatea imigranților polonezi din Marea Britanie; Paul Gilbert (2010), care a studiat procesul de adaptare a imigranților musulmani pe teritoriul Franței. Alte lucrări reprezentative, axate pe analiza identității culturale în general au fost elaborate de: Jean François-Bayard, Margaret Llewellyn-Jones, Helga Dittmar, P. Adler ș.a.

Anumiți cercetători, precum Stuart Hall, consideră că putem desluși „cel puțin două perspective de abordare a identității culturale. Prima definește identitatea culturală ca fiind o cultură împărtășită, un fel de «adevăr despre sine» care se ascunde în interiorul altor sine-ități, mai superficiale sau impuse din exterior, pe care oamenii care au aceeași istorie le au în comun. Cu alte cuvinte, identitățile noastre culturale reflectă experiențe istorice comune și coduri culturale împărtășite, care ne oferă cadre perpetue de referință și înțelegere cu privire la istoria noastră actuală. A doua perspectivă de definire promovează ideea că, pe lângă toate similitudinile, există și diferențe semnificative care ne transformă în «ceea ce suntem» sau mai degrabă «ceea ce am devenit». În acest al doilea sens,

identitatea culturală este mai degrabă o problemă de «devenire» decât de «ființare». Ea aparține în aceeași măsură viitorului și trecutului. Ea nu este ceva ce există deja, ceva ce transcende timpul, spațiul, cultura sau istoria. Identitatea culturală are o anumită istorie” (Hall, 1993, 233-235).

Un alt autor, care împărtășește opinia lui StephenBochner, aprecia că „în general, identitatea culturală a unei societăți este definită de către populația sa majoritară, care este destul de diferită de grupurile minoritare, împreună cu care împart același mediu fizico-geografic și teritoriul pe care locuiesc” (Adler, 1977, 24).

Cercetarea sociologică a identității culturale ne poate oferi, în strânsă legătură cu achizițiile antropologiei sociale și culturale, nu doar o delimitare a cadrului de cunoaștere, dar și metodele și tehnicile necesare de cercetare pe teren. Interesul pentru analiza identității culturale dintr-o asemenea perspectivă dublă, sociologică și antropologică, a fost provocat de necesitatea efectuării unei diferențieri între identitatea culturală a cetățeanului emigrant – venit în contact cu alte culturi și civilizații din alte societăți – și aceea a cetățeanului care nu a depășit niciodată propriul cadru socio-cultural de viață și de muncă.

În mod *a priori*, știm că există o deosebire, ilustrată, în primul rând, de faptul că „cel plecat afară” și-a însușit o a doua limbă de comunicare, „a văzut și a auzit mai multe”. Cum s-ar putea constata și măsura, în mod efectiv, respectiva diferență? Iată o întrebare firească, la care nu se poate găsi un răspuns convingător decât printr-o investigație de teren, care să fie însoțită și de o analiză comparativă a datelor recoltate.

În demersul nostru vom încerca, pe de o parte, să descifrăm trăsăturile definitorii ale identității culturale a imigranților români în Insulă (pormind de la examinarea unui lot de 180 de subiecți), iar pe de altă parte să cunoaștem gradul de integrare socio-culturală a acestora în universul de viață al brita-

nicilor și, implicit, să schițăm un portret cultural al imigranțului român din Anglia.

În privința vechimii imigranților români din Anglia, evidențiem faptul că 48% dintre subiecții lotului chestionat se află în Insulă de un an de zile, 44% sunt de 2 sau 3 ani în această țară, 5% de 4-6 ani, iar 3% de 7-9 ani. Circa 18% au mărturisit că, înainte de a ajunge în Anglia, au mai lucrat și în alte țări occidentale, 80% au dat un răspuns negativ în această privință, în timp ce restul de 2% nu au un răspuns.

Desigur, suntem conștienți de faptul că experiențele și problemele imigranților români din Marea Britanie sunt diferite, în funcție de mediul social în care trăiesc și muncesc, de ocupația practică, de vechimea avută pe teritoriul englez. Prin urmare, anumite probleme întâmpinate de unii conaționali de-ai noștri (de exemplu, găsirea unui loc de muncă sau învățarea limbii engleze) nu sunt valabile decât pentru un anumit segment al lotului cercetat (de pildă, pentru cei sosiți de puțin timp în Anglia). Faptul că nu s-a putut lucra cu un eșantion reprezentativ a condus la unele limite în extrapolarea și interpretarea datelor recoltate.

Conținutul, tipurile și componentele identității culturale

Conceptul de identitate culturală a reprezentat obiect de studiu pentru istorici, filosofi, sociologi, antropologi, esteticieni ș.a. În științele sociale, acesta este adesea abordat în legătură cu multiple alte concepte înrudite, cum ar fi: cele de identitate socială, identitate colectivă, identitate individuală, identitate de gen, de tradiție, conștiința istoriei, apartenență etnică, sentiment (spirit) național; de comunicare, migrație etc.

Cultura nu poate să existe în afara unei comunități teritoriale sau a unei societăți determinate. În același timp, pe lângă faptul

că s-a născut o dată cu cadrul social de viață al oamenilor, cultura îi conferă societății un caracter specific la nivel global. Oamenii asimilează prin educație valorile culturale și, astfel, dobândesc o identitate care îi diferențiază de locuitorii altor țări ori de membrii altor societăți și comunități naționale.

Societatea, în general, și grupurile sociale, în particular, reprezintă cadrul de formare, manifestare și perpetuare a unei culturi. De aici rezultă și interacțiunea permanentă între identitatea socială și identitatea culturală. Știm că fiecare om se naște într-un anumit mediu social care, în esența sa, e determinat cultural. În consecință, orice persoană umană poartă amprenta cadrului socio-cultural în care s-a născut și a fost educat. De precizat că identitatea culturală este o calitate distinctivă într-un anumit moment istoric, însă aceasta se află într-o continuă devenire. Bunăoară, societatea românească din ultimele două decenii este cu totul alta decât cea de acum un secol, ceea ce înseamnă că identitatea culturală suportă prefaceri în timp. Desigur, este adevărat că există o serie de valori culturale perene și evenimente unice pentru un popor, care îi conferă specificitate și continuitate în istorie, însă la fel de adevărat este că structura socio-culturală înregistrează și schimbări de la o epocă la alta.

Prin urmare, identitatea culturală și identitatea socială națională se află într-o legătură organică. De asemenea, putem distinge areale culturale mai largi, care depășesc cadrul comunităților naționale, integrând mai multe țări și civilizații. Astfel, întâlnim culturi continentale (cum ar fi, bunăoară, cultura europeană, cultura africană, cultura asiatică) și culturi care au un fond comun de valori predominante (de exemplu, cultura creștină, cultura musulmană).

În literatura de specialitate întâlnim numeroase interpretări și puncte de vedere privind raporturile dintre societate și cultură, dintre cultură și natură, cultura și

personalitatea umană ș.a.m.d. Pentru analiza *identității sociale* pot fi utilizați următorii indicatori:

- a) apartenența familială (fiind cunoscute, îndeosebi din punctul de vedere al stării materiale, cele trei categorii de tipuri de familii: bogată, de condiție medie, săracă);
- b) nivelul de instrucție și educație (înalt, mediu, scăzut);
- c) mediul social de proveniență (rural, urban);
- d) apartenența de clasă (superioară, mijlocie, de jos);
- e) profesia/ocupația (manuală/intelectuală, calificată/necalificată).

De asemenea, limba maternă este un *marker* ce poate fi folosit atât în analiza identității sociale, cât și, în egală măsură, pentru cunoașterea identității culturale.

Dacă *identitatea socială* a unui individ sau grup se exprimă prin indicatori precum nivelul de studii, ocupația și calificarea profesională, starea civilă, apartenența grupală (avem în vedere, în special, grupul de colegi, de prieteni, de vecini), stilul de viață, prestigiul profesional și social, în general, în schimb, *identitatea culturală* se manifestă, în esență, prin specificul cunoștințelor asimilate de oameni, prin acțiunea lor pentru conservarea unor obiceiuri și promovarea anumitor valori spirituale, prin comportamentul de consum al respectivelor creații, unele dintre acestea fiind difuzate și prin sistemul instituțiilor culturale. Identitatea socială și identitatea culturală au un caracter dinamic și între acestea se manifestă relații de condiționare reciprocă. Totuși, se poate afirma că universul cultural înregistrează o rezistență mai ridicată la ritmul schimbărilor decât universul social.

Pentru a caracteriza identitatea culturală este important să stabilim, mai întâi, care sunt tipurile și componentele acesteia. În literatura antropologică și sociologică sunt examinate o multitudine de tipuri de identități culturale. În funcție de aria referen-

țială, putem desprinde următoarele tipuri de identitate culturală, aflate într-o indisolubilă interacțiune și organizare ierarhică:

a) *identitatea culturală individuală* – este aceea care definește profilul cultural al fiecărui om și îi conferă o notă personală în peisajul profesional și social din care face parte (prin aria de cunoștințe, valori, modele de gândire și conduită însușite și promovate);

b) *identitatea culturală de grup* – caracterizează toți membrii unui grup social unitar care împărtășesc aceleași valori, moduri de gândire și modele de comportament, mobiluri de acțiune. Aceasta se perpetuează atâta timp cât durează un grup de oameni, și, uneori, poate să supraviețuiască existenței fizice a acestora. În cazul grupurilor etnice și al minorităților naționale, identitatea culturală poate să beneficieze și de aportul unor instituții proprii (școală, asociații, presă, posturi de radio și televiziune), care susțin și promovează în mod sistematic valorile materiale și spirituale identitare (de la obiectele vestimentare, de exemplu, și până la creațiile artistice);

c) *identitatea culturală regională* – este proprie unei zone geografice și spirituale, caracterizând comunitățile teritoriale și manifestările de viață ale locuitorilor, fapt care le deosebește în mod semnificativ. În unele lucrări de specialitate se apreciază că „identitatea culturală regională crește încrederea și facilitează interacțiunea între membrii nativi” (Schild și Wrede, 2010). În România s-au conturat mai multe zone sau arii geografice și folclorice de-a lungul evoluției istorice, încât diferențele de cultură populară din Banat, Oltenia, Maramureș, Dobrogea ș.a. sunt nu numai evidente, dar și remarcabile. În pofida deosebirilor, se întâlnesc și numeroase elemente valorice comune, care exprimă specificul național românesc în orizontul creației folclorice, de pildă;

d) *identitatea culturală națională* – este aceea care sintetizează ceea ce îi este specific unui popor, unei comunități naționale

și permite să diferențiem, bunăoară, cultura unei societăți ori țări de cultura altor societăți și țări, cultura unui român, bunăoară, de cultura unui spaniol sau a unui francez de cea a unui englez. De menționat că membrii unei societăți nu au toți conștiința nivelatoare, uniformă asupra propriei lor identități. Astfel, întâlnim oameni care trăiesc efectiv propria lor identitate culturală națională și o afirmă în orice împrejurări sociale de viață, în timp ce alții o resping sau o repudiază, manifestând atitudini de negare a conștiinței identitare (Segalen, 2002; Schifirneț, 2001).

Uneori este foarte greu de definit o cultură națională sau identitatea culturală a unei națiuni, mai ales când aceasta este compusă din diferite grupuri etnice, care au o limbă diferită, o rasă, religie sau cultură diferite. „Istoria ne-a arătat că acolo unde există un conglomerat artificial de culturi, o națiune se diferențiază treptat, în termeni de limbă, religie, rasă, cultură” (Dahal, 1996, 38).

Delimitările conceptuale descrise mai sus sunt necesare pentru a evita unele ambiguități polisemantice ale termenului de identitate culturală. În lucrarea sa, *Cultural identity and political ethics*, Paul Gilbert apreciază că „numeroase tipuri de identitate culturală au apărut ca un răspuns la circumstanțe diferite, caracterul acestora fiind marcat de către comportamente superficiale care au un sens persuasiv. Identitățile culturale sunt lipsite de semnificație etică” (Gilbert, 2010, 87).

Cultura națională sau cultura globală a unei societăți integrează o multitudine de opere literare și artistice, de coduri morale și norme ale dreptului, de concepții filosofice despre om, lume și viață, de credințe religioase, de creații științifice, de concepții politice ș.a. Prin urmare, identitatea unei culturi este dată de specificul componentelor sale. Unii autori menționează că din rândul *componentelor* culturii nu pot lipsi valorile, limba, normele, tradițiile și simbolurile. La acestea mai putem adăuga mo-

delele sau pattern-urile culturale, clasele sociale și genurile de activități derulate în sprijinul creației și conservării valorilor materiale și spirituale dintr-o societate. De pildă, oricând se face diferența între cultura rurală și cultura urbană, între valorile spirituale împărtășite de clasa agricultorilor de la sate și cele promovate de lumea muncitorilor ori a intelectualilor.

În spațiul cultural propriu al unei țări se întâlnesc, pe lângă elementele culturale de ansamblu, și altele care aparțin doar unor grupuri sociale, purtând denumirea de *subculturi*. Eterogenitatea structurilor sociale generează și diversitatea identităților culturale. „Cercetări sociologice, antropologice realizate cu deosebire în spațiul anglo-saxon au evidențiat existența subculturilor în anumite medii sociale și culturale. În aceste spații sociale, oamenii trăiesc un mod de viață diferit de cel standard la nivelul societății globale [...]. Ei au atitudini specifice, valori și abilități derivate din poziția și activitățile lor în societate”. Anumiți autori explică existența subculturilor prin rolul lor utilitar, susținând că acestea reprezintă „o cale de soluționare a problemelor specifice unei categorii sociale” (Schifirneț, 2010, 507). În acest context, se poate vorbi și de o *subcultură a imigranților*. Cunoașterea subculturii ne ajută să înțelegem cum și în ce măsură influențează aceasta comportamentul membrilor unui grup social.

Din punctul nostru de vedere, identitatea culturală poate fi înțeleasă ca un ansamblu de cunoștințe și valori, de obiceiuri și mentalități, de modele de gândire și acțiune, de stiluri de viață și tipuri de comportament, de tradiții și simboluri ce caracterizează, într-un anumit context istoric, un grup social, o colectivitate mai largă sau o comunitate națională, și prin intermediul cărora se diferențiază de alte grupuri, colectivități și comunități. Identitatea culturală nu e doar un semn distinctiv, ci și un suport al autoreproducerii și perpetuării grupurilor sociale. Pentru individ, sentimentul de apartenență la o colectivitate

umană este dovada unei conștiințe a propriei identități, văzându-se pe sine ca purtător al unei anumite culturi.

Problema identității naționale a constituit un obiect predilect de studiu în spiritualitatea europeană din veacul al XIX-lea. Definitorii pentru acest secol sunt tocmai apariția și diferențierea națiunilor ori a comunităților umane naționale, datorită progresului impus de ascensiunea forțelor capitaliste. Este deci momentul istoric când s-a desfășurat procesul general de formare, consolidare și afirmare a națiunilor pe continentul nostru, proces care s-a întemeiat pe caracterul unitar al valorilor intelectuale și pe piața economică unică, pe limba comună și pe dezvoltarea tuturor acestora în cadrul aceluiași teritoriu, independent și suveran.

În legătură cu interesul precumpănitor pentru cunoașterea problemei identității culturale, putem remarca, pe scurt, că în tradiția cercetărilor de antropologie socială și culturală se întâlnesc trei direcții principale de cercetare a raporturilor complexe dintre societate, cultură și personalitatea umană (raporturi care au făcut obiectul și al unor studii sociologice):

- *curentul obiectivist* sau culturologic, ilustrat, mai ales, de L. White și A.L. Kroeber, care consideră cultura drept o realitate independentă de indivizi, existând în sine;
- *curentul subiectivist* sau psihologic, reprezentat de concepțiile unor gânditori, precum: Margaret Mead, Ruth Benedict, Ralph Linton, C. Kluckhohn, care examinează cultura așa cum este ea trăită de indivizii umani;
- *curentul obiectivist-subiectivist*, analizat de Melville J. Herscovits în lucrarea sa *Man and his works* (1948), care, așa cum rezultă din denumire, caută să îmbine primele două curente, realizând o sinteză a acestora, de natură a ne ajuta să înțelegem mai bine procesele complexe de inculturare și socializare a oamenilor (Linton, 1968).

În Europa ultimelor două decenii s-a manifestat un interes aparte al specialiștilor în sociologie și antropologie pentru cercetarea identității culturale a imigranților. Acesta se explică prin cerința integrării armonioase a cetățenilor străini în noile societăți de adopție, deoarece aceștia nu au fost primiți peste tot cu brațele deschise. Mai mult, unii dintre ei s-au aflat la originea unor situații conflictuale și acte infracționale, obligând autoritățile să îi repatrieze. O parte a populației și a presei din țările în care au sosit mulți imigranți a perceput cu ostilitate prezența unor străini în propria lor comunitate, aceștia fiind socotiți o amenințare pentru locurile lor de muncă și, în unele împrejurări, ca un factor de tulburare a ordinii sociale. De aici a derivat necesitatea cunoașterii identităților culturale ale noilor veniți, a valorilor după care se conduc în comportamentul lor social, a rolurilor pe care și le-au asumat în noua colectivitate, a nevoilor specifice și a intențiilor lor viitoare.

Premise metodologice ale studierii identității culturale a imigranților români

În ultimele două decenii, societatea românească s-a confruntat cu un proces de amploare, anume acela al migrării masive a propriilor cetățeni în diferite țări de pe glob, în special pentru a munci și a avea condiții de viață mai bune. Actualmente, unele studii și estimări statistice indică faptul că peste 3,5 milioane de români au plecat, temporar sau definitiv, în alte țări, îndeosebi din Europa, ca să-și salveze propria familie și existență individuală. O pondere însemnată în totalul acestora o are populația de etnie rromă, comportamentul deviant al unora dintre membrii acesteia generând acțiuni oficiale de repatriere forțată, inițiate în anii trecuți de guvernul italian, iar mai recent, de președinția Franței.

Din cercetările efectuate de noi până acum, rezultă că „dorul de țară” sau „drama dezrădăcinării” (cum e cunoscută și analizată în exegezele beletristice) constituie sentimentul care îi încearcă pe cei mai mulți dintre imigranții români care trăiesc departe de cei dragi și de locurile natale (Otovescu, 2008, 237). Având în vedere această constatare, socotim că este necesar să cunoaștem în ce măsură codul cultural cu care au plecat i-a ajutat să-și păstreze echilibrul intern și să se integreze în noile societăți de adopție. Întrucât problema vizează un număr impresionant de imigranți români, iar fenomenul de emigrație din țara noastră se păstrează la cote ridicate, în special datorită perpetuării climatului de instabilitate economico-socială intern, care a produs efecte dramatice asupra condițiilor de viață și de muncă a milioane de conaționali (Zamfir, 2011), apreciem că cercetarea identității culturale a imigranților români are o importanță majoră și o finalitate nu doar cognitivă, ci și aplicativă: pentru întemeierea unor politici publice de stopare a emigrației din țara noastră, pe de o parte, iar pe de altă parte de stabilizare și integrare socială a românilor ajunși în alte țări.

Pe continentul european, o serie de țări, precum Italia, Spania, Franța, Germania, Anglia sunt societăți de adopție pentru cei mai mulți români care au ajuns pe teritoriul lor. Cum e și firesc, la primul contact imigranții au de întâmpinat anumite dificultăți de adaptare și integrare socială. Actuala temă de cercetare reprezintă o continuare a unor preocupări începute în anul 2008, când am analizat comunitatea imigranților din Italia (Otovescu, 2008). De asemenea, în Anglia întâlnim o comunitate importantă de români care a crescut an de an, iar integrarea socială a unor concetățeni a ridicat multiple situații problematice, reflectate și de presa britanică. De exemplu, publicarea unui clasament al infracționalității străinilor din Anglia relevă că pe primul loc se află imigranții polonezi, pe locul doi cei români și pe locul trei cei de origine lituaniană.

Semnalarea publică a unor asemenea informații ne-a atras atenția și, o dată în plus, ne-a îndemnat să examinăm procesul de asimilare a imigranților români în societatea engleză.

Analiza societăților actuale din perspectiva fenomenului migratoriu ne conduce la constatarea că există trei tipuri de societăți relativ distincte: *societăți imigraționiste* – caracterizate printr-un aflux permanent de imigranți; *societăți emigraționiste* – în cadrul cărora valul de emigranți este mai puternic decât intrările de cetățeni ai altor state; *societăți de tranziție* – al căror specific este faptul că găzduiesc temporar grupurile de migranți aflate în drumul lor spre alte țări. În general, societățile dezvoltate sunt cele care atrag ca un magnet fluxurile de imigranți. Majoritatea acestora vin, desigur, din țările subdezvoltate ori în curs de dezvoltare. De exemplu, Albania, Bulgaria, România, Republica Moldova etc. sunt, cu siguranță, societăți de emigrație, pe când Italia, Spania, Anglia, Germania etc. sunt societăți cu o cotă ridicată de imigranți.

Examinarea contactului dintre culturi, prin intermediul populației de imigranți, ne conduce la anumite precizări și constatări de principiu:

- a) *cultura societăților complexe*, din zilele noastre, nu mai aparține în întregime tuturor membrilor acesteia (așa cum a putut fi asimilată, probabil, integral în trecut de populațiile societăților primitive). Bogăția, diversitatea și calitatea valorilor științifice, morale, artistice, religioase ș.a. dintr-o cultură națională actuală nu mai poate fi asimilată integral de toți membrii unei societăți, ci numai fragmentar, în funcție de apartenența de clasă, de nivelul de instrucție, de natura profesiei ori a ocupației, în raport de vârsta și sexul indivizilor. În consecință, dacă dorim să cunoaștem, așa cum ne-am propus, identitatea socio-culturală a imigranților români din Anglia, trebuie să stabilim criteriile

în raport de care evaluăm caracteristicile culturii acestora. Știm că valorile culturii populare aparțin tuturor membrilor unei societăți, pe când valorile culturii înalte sunt cunoscute și promovate doar de către cei inițiați. Dacă valorile populare imprimă culturii un conținut specific, în schimb valorile științifice, tehnice sunt universale, putând fi întâlnite în orice societate, mai cu seamă în cercurile specialiștilor;

- b) *imigranții* sunt oameni care vor ori sunt nevoiți să muncească și să trăiască în alte societăți decât în cele în care s-au născut și pentru care au fost pregătiți prin procesul de socializare. Prin urmare, satisfacerea trebuințelor proprii implică și alți factori socio-culturali, care trebuie luați în seamă în noul mediu social de viață.

Ralph Linton (1968) evidențiază că există două categorii de situații care ne ajută să înțelegem mai bine relațiile dintre personalitatea umană și cultură: unele *obișnuite*, familiare, frecvent întâlnite, la care individul răspunde ușor (pentru că posedă deja anumite automatisme, deprinderi), datorită comportamentului cultural deja însușit în societatea în care s-a format; altele *neobișnuite*, nemaîntâlnite, care se ivesc mai rar, implicând o atenție deosebită, un efort mai riguros, o tensiune emoțională, pe scurt, o conștiință lucidă a situației.

Deci în comportamentul imigrantului vom întâlni atât „răspunsuri emergente”, cum le numește Linton, provocate de situațiile noi de viață, cât și „răspunsuri fixate”, provocate de situațiile obișnuite. Pentru a putea răspunde la problemele noi, oamenii recurg la imitație, adică observă cum procedează alți semeni în situații similare și, în felul acesta, se adaptează împrejurărilor necunoscute. Din interviurile avute cu diverși imigranți români a reieșit că, la începuturile ajungerii lor în țara de adopție, prin *conformism* și *imitație* au reușit cel mai bine să se adapteze la noile realități sociale și, astfel,

să găsească un răspuns la nevoia individuală de integrare într-o societate străină.

În ceea ce privește societatea românească din ultimele două decenii, este necesar să observăm că prima generație importantă de emigranți s-a format după anul 1989, când s-a prăbușit regimul comunist în țara noastră și a devenit efectiv dreptul de liberă circulație peste granițe al cetățenilor români (Pascal și Deaconu, 2002; Sandu, 2010). Mulți dintre aceștia s-au încumetat să plece în alte societăți pentru a munci și a trăi. În consecință, nu au existat o tradiție și o educație anterioare, menite să ofere răspunsuri adecvate pentru cei care au plecat din țară în ultimele două decenii. Prima generație de emigranți din România a experimentat adaptarea la condițiile societăților de adopție, iar soluțiile acestui proces vor fi transmise de acum încolo noilor generații de cetățeni, care vor fi nevoiți să alimenteze fluxul migratoriu spre alte societăți mai dezvoltate.

Rezultă că imigrantul trebuie să cunoască foarte bine normele și valorile noii societăți, dacă dorește să se integreze mai ușor în cadrul acesteia și, implicit, să-și satisfacă mai repede propriile trebuințe și așteptări. Știm că între societăți/culturi există nu numai diferențe, dar și asemănări, elemente comune, datorate unor interacțiuni. Unele diferențe sunt atât de marcante încât produc dificultăți efective de adaptare socială pentru anumite categorii de străini. Însușirea limbii engleze, de pildă, reprezintă o problemă reală pentru anumiți imigranți, dar nu este singura. Aceasta s-a dovedit a fi o dificultate inițială în special pentru imigranții vârstnici și cei cu un nivel de instrucție scăzut. La aceasta se mai adaugă și asimilarea unor noi deprinderi tehnice, unele de uz cotidian, cum ar fi, de exemplu, învățarea conducerii unui autovehicul cu volan pe dreapta și respectarea normelor de circulație rutieră într-un atare context (spre deosebire de majoritatea statelor europene, unde autovehiculele sunt dotate cu volan pe stânga).

Există, bineînțeles, și culturi care se află într-o legătură strânsă (relații interculturale), dezvoltate de către societăți aflate în contact o perioadă lungă de timp, care au respectat dreptul la liberă circulație al propriilor cetățeni și al valorilor culturale, favorizând comunicarea la nivel interindividual, intergrup și instituțional. Este cazul societăților din Europa Occidentală, dar nu și cel al României – devenită o închisoare națională pentru cetățenii ei și pentru propriul popor, în cursul deceniilor de conducere comunistă (și fiind deci condamnată la izolare în raport cu celelalte țări europene).

Identitatea culturală a românilor din Anglia.

Date și rezultate preliminare ale unei cercetări de teren

Examinarea identității culturale a imigranților români din Anglia și descifrarea mecanismelor de deculturalizare și reculturalizare a acestora, la nivel individual și de grup, nu au beneficiat, până în prezent, de interesul multor specialiști români și al unor cercetări științifice de anvergură.

Cele mai multe trimiteri, în spațiul public, la comunitatea românilor din această țară aparțin, de regulă, exercitiului jurnalistic, pe teme care vizează frecvent infrafracționalitatea unor conaționali și, implicit, justificarea eventualelor măsuri coercitive de expulzare a acestora. Există însă și aprecieri pozitive, este adevărat, mai puține, relative la hărnicia și comportamentul românilor care muncesc în Anglia, cum ar fi cele apărute în cotidianul *Daily Mail* la începutul lunii iunie 2011. Aflăm, astfel, că românii plecați în Marea Britanie au reușit să facă economii substanțiale, transferând în țară circa 160 milioane de lire sterline pe canale bancare. De notat că, numai în primele luni ale anului 2010, aceștia au expediat zilnic în România câte

500.000 de lire sterline. O astfel de conduită economică ilustrează exact principalul scop al prezenței unora dintre conaționali noștri pe teritoriul englez. Deci și aceste considerente reprezintă un motiv în plus pentru a analiza problema identității culturale a românilor din Anglia, cu referire specială la cei care lucrează și trăiesc în Londra, metropola unde se află cel mai mare număr de conaționali.

Cercetările de teren atestă faptul că imigranții, o dată ajunși într-un alt mediu social și cultural de viață, pot înregistra veritabile șocuri pe plan emoțional și cultural. Asistăm, astfel, la un proces foarte complex și contradictoriu: pe de o parte, de *deculturalizare* – de uitare, îndeosebi în rândul tinerilor, a unor cunoștințe, valori, obiceiuri, modele de acțiune etc., însușite în cadrul social natal, care nu mai sunt de folos în noul cadru de viață; pe de altă parte, are loc un proces de *înnoire culturală* – de asimilare a unor elemente indispensabile pentru a trăi și munci în societatea de adopție, în primul rând de însușire a limbii străine, care constituie nu doar un mijloc de comunicare inerent vieții sociale, ci și o componentă de bază a oricărei culturi naționale (cultură care poate fi permisivă, stimulativă în raport cu așteptările persoanelor imigrante sau, dimpotrivă, adiatică, reactivă). Desigur, analiza concretă a acestui proces reclamă cercetări de amploare și de conjugare a forțelor științifice naționale pentru efectuarea de investigații sistematice pe teritoriul altor țări.

Dintre numeroasele lucrări apărute în publicistica britanică pe tema aculturației imigranților, evidențiem pe aceea a Emiliei Lewandowska: *More Polish or More British?* În acest studiu, autoarea încearcă să arate, pe de o parte, cum este structurată identitatea culturală a celei de-a doua generații de polonezi din Marea Britanie și să verifice, pe de altă parte, modelul de aculturație (Lewandowska, 2004, 213).

În ceea ce ne privește, am efectuat o cercetare de teren asupra imigranților ro-

mâni din Anglia, pentru a vedea în ce măsură identitatea lor culturală s-a păstrat ori a fost influențată de condițiile de viață și de muncă din noua societate în care s-au stabilit. La baza investigației noastre a stat metoda anchetei de opinie, realizată prin intermediul unui chestionar administrat și autoadministrat.

Chestionarul a fost definitivat în urma unor testări succesive și a consultării opiniilor unor specialiști universitari. Acesta a cuprins 77 de întrebări, cu răspunsuri libere și preformulate, fiind aplicat unui lot de 180 de români care au acceptat să fie chestionați, în vârstă de peste 18 ani, care se află pe teritoriul Angliei fie pentru a munci în această țară (au declarat 80,6%), fie pentru a dobândi o calificare profesională prin studii superioare (14%). Populația investigată a fost alcătuită în proporție de 51% din persoane de sex masculin, iar 49% din persoane de sex feminin; 47,5% se încadrau în grupa de vârstă 18-25 de ani, 44% aveau între 26 și 35 de ani, iar 8,5% făceau parte din categoria de vârstă 36-45 de ani.

Mai mult de jumătate (63%) dintre subiecții anchetați erau necăsătoriți, 32% erau căsătoriți, iar restul de 5% aveau statutul de divorțați ori văduvi. În privința structurii lotului, în funcție de nivelul de instrucție al celor chestionați, acesta prezenta următoarea configurație: fără studii – 9,3%; școală primară – 23%, școală generală – 5%; școală profesională – 12%; studii liceale – 31%; studii postliceale și superioare – 19,7%. Dintre cei căsătoriți cu copii, jumătate își aveau copiii în țară, iar 36% se aflau cu soția și copiii în Anglia. În mare măsură, aceștia s-au născut după ce au ajuns în această țară. De îngrijirea lor se ocupă ambii soți, cu schimbul, când unul dintre ei nu lucrează (au declarat 32% dintre cei căsătoriți și cu copii mici), dar și unul dintre bunici, adus din România special pentru acest serviciu (în cazul a 26,3% dintre cei chestionați).

Dispersia aleatoare a românilor din Anglia nu ne-a permis să alcătuim un eșantion reprezentativ, după toate regulile cercetării sociologice și, din această cauză, eșantionul cu care s-a lucrat a fost unul exploratoriu, motiv pentru care informațiile obținute nu au putut fi generalizate. S-au abordat persoane care au acceptat să fie intervievate și care locuiesc în șapte orașe importante din Anglia: Londra, Leeds, Canterbury, Manchester, Birmingham, Totnes și Colchester. Majoritatea își au domiciliul în capitala țării (61,3% din totalul subiecților eșantionului). Perioada de culegere a datelor a fost iunie-august 2011.

Participanții la studiu s-au dovedit cooperanți și încântați să afle că există cineva din România care se interesează de viața lor în Anglia. Principalele concluzii desprinse în urma investigațiilor întreprinse vor fi prezentate în finalul acestui articol. Chestionarele au fost completate atât în Anglia (respondenții fiind contactați prin intermediul unor prieteni, cunoștințe sau rude din România), cât și în țara noastră (pe durata efectuării de către aceștia a concediului de odihnă). Modalitatea de acces la chestionar a subiecților a fost fie directă (în cazul chestionarelor administrate), fie online (în cazul chestionarelor autoadministrate). Intervievatorii au fost persoane absolvente de studii superioare în sociologie.

Obiectivul general, urmărit pe parcursul întregii cercetări, a fost acela de a surprinde elementele definitorii ale unui posibil „portret cultural” al imigranților români, luând în considerație atât valorile însușite în țară, cât și cele cunoscute ori asimilate din societatea engleză. Un alt obiectiv a vizat cunoașterea gradului de valorificare și difuzare a identității culturale românești în străinătate (imigranții, ca indivizi și grupuri, fiind principalii agenți ai acestui proces), dar și a obstacolelor, neajunsurilor întâmpinate de conștienții noștri pentru conservarea propriului sistem de valori (morale, artistice, religioase etc.).

Indicatorii utilizați pentru descifrarea identității culturale a imigranților români din Anglia sunt intim legați de factorii sociali care asigură conservarea și perpetuarea acestei identități. Pentru analiza procesului de conservare a identității culturale românești în rândul imigranților din Anglia, am luat în calcul următorii indicatori:

- vorbirea limbii materne;
- respectarea unor obiceiuri și tradiții românești;
- păstrarea legăturilor cu familia din țară;
- perpetuarea unor practici culinare;
- manifestarea dorului de „acasă”;
- frecventarea bisericii;
- autoevaluarea identității culturale;
- conștiința apartenenței la cultura și istoria națională;
- cunoașterea și consumul unor produse culturale românești (muzică, TV, carte etc.).

Ipotezele de la care am plecat în investigația noastră au fost următoarele:

- I.1:** o parte însemnată a imigranților români cuprinși în lotul cercetat își păstrează și afirmă, în mod statornic, identitatea culturală națională în noul mediu de viață și de muncă;
- I.2:** dacă oamenii trăiesc mai mult timp într-un mediu social nou, dintr-o altă țară, atunci ei asimilează diferite elemente specifice noului mediu cultural, care se combină cu cele ale propriei culturi, și aceștia dobândesc, astfel, o identitate culturală mixtă;

I.3: procesul de integrare a românilor în societatea engleză are un caracter diferențiat, la nivel individual, și depinde de o multitudine de factori specifici, dintre care vârsta și nivelul de instrucție joacă un rol major. Astfel, cu cât vârsta este mai tânără, cu atât și disponibilitățile de integrare sunt mai accentuate;

I.4: imaginea de sine (sau, am putea spune, mândria etnică) a imigranților români din Anglia este influențată de felul în care sunt percepuți aceștia în spațiul public, fiind mai ridicată în rândul celor cu studii superioare.

În continuare vom prezenta pentru prima dată câteva dintre rezultatele desprinse în urma prelucrării informațiilor recoltate cu ajutorul chestionarului. Cea mai mare parte a întrebărilor formulate solicitau subiecților să ofere date, explicații, opinii și aprecieri legate de condiția lor socială și culturală de imigranți români în Anglia.

Pentru început am dorit să cunoaștem, cum e și firesc, care sunt motivele care i-au determinat pe conaționali noștri să aleagă Anglia drept țară a destinației lor în străinătate. Așa cum reiese din răspunsurile înregistrate, principalele motive ale venirii acestora în diferite orașe din Insulă au fost fie pentru a munci și a obține câștiguri ridicate în această țară (80,6%), fie pentru formare și împlinire în cariera profesională (25%). În detaliu, ponderea opțiunilor se structurează astfel:

Tabel 1: Motivele venirii în Anglia (%)

1	Câștigurile financiare	52,8
2	Dobândirea unui job (bine plătit)	16,7
3	Efectuarea de studii superioare	13,9
4	Valorificarea experienței profesionale	11,1
5	Alte motive	1,3
6	Nu pot aprecia	4,2
	Total	100,0

Este important și demn de reținut și faptul că, în genere, românii au ales să

merge în Anglia fiindcă au avut o părere foarte bună despre această țară și, în

proporție de 89%, au reușit să găsească aici ceea ce și-au dorit: „un job bine plătit” (31%), „mai mulți bani” (22%), „o lume civilizată” (18,2%), „profesionalism”, „seriozitate” și „împlinire profesională” (14,5%). Cei mai mulți subiecți din lotul chestionat de noi au o vechime în Anglia de până la trei ani (91,5%). Puțini au între patru și șase ani (5%), iar între șapte și nouă ani sunt și mai puțini (3,2%). Peste 80% dintre cei chestionați se află în Anglia pentru prima dată, dar 18% ne-au declarat că „știu traiul” și din alte țări prin care au mai trecut.

Pentru a verifica prima ipoteză, s-au formulat mai multe întrebări, derivate din indicatorii menționați mai sus.

În principiu, suntem cu toții de acord că vorbirea limbii materne într-o societate străină este un indicator grăitor de respectare a identității naționale. Desigur, familia și relațiile cu cei de aceeași naționalitate reprezintă un cadru propice de comunicare în limba natală. În acest sens, subiecților din lotul cercetat li s-a pus întrebarea: *Ce limbă vorbiți în familia dvs. și în relațiile cu alți români?*, la care s-au obținut următoarele categorii de răspunsuri:

Tabel 2: *Limba vorbită în familie și în relațiile cu alți români (%)*

Limba română	59,2
Limba engleză	8,2
Și una, și alta	21,3
NR	11,5
Total	100,0

Se constată că, într-un cadru social restrâns, limba română este singurul mijloc de comunicare pentru mai mult de jumătate dintre imigranții cuprinși în lot, iar dacă la aceștia îi adăugăm și pe cei care vorbesc atât limba română, cât și limba engleză în viața familială și în relațiile cu alți români, rezultă că 80,3% își întrebuințează limba maternă. Categoria celor care utilizează

doar limba engleză face parte din grupul social al imigranților cu studii superioare (care activează în instituțiile oficiale și trăiesc în cercuri relativ elevate) și al celor cu mai mare vechime de ședere în Anglia. Cei care au o vechime mai mică pe teritoriul englez sunt aceia care și-au manifestat, într-o măsură mai mare, intenția „de a rămâne români printre englezi”.

Tabel 3: *Structura intențiilor de integrare în funcție de vechimea șederii pe teritoriul englez (%)*

Răspunsuri	Intenția și preocupările dvs. sunt...		
	De a deveni ca toți englezii	De a rămâne un român printre englezi	NR
Vechimea			
Sub un an	10	55,2	25,0
Unu-trei ani	0	34,2	62,5
Patru-șase ani	60	5,3	12,5
Șapte-nouă ani	30	5,3	0,0
Total	100	100,0	100,0

Din tabelul următor se poate observa că majoritatea celor din grupele de vârstă

tinere manifestă intenția de a „deveni ca toți englezii”.

Tabel 4: *Structura intențiilor de integrare pe grupe de vârstă (%)*

Răspunsuri	Intenția și preocupările dvs. sunt...		
	De a deveni ca toți englezii	De a rămâne un român printre englezi	NR
Vârsta			
18-25 ani	80	40,0	25
26-35 ani	20	8,6	50
36-45 ani	0	51,4	25
Total	100	100,0	100

Păstrarea tradițiilor însușite de oameni în societatea lor de naștere este o dovadă peremptorie de conservare a identității naționale și se află la îndemâna oricărui cetățean. Peste 21% dintre conașionarii noștri din Anglia au mărturisit că „respectă obiceiuri tradiționale românești”, indicând în special colindul, împodobirea bradului de Crăciun și încondeiatul ouălor de Paște. Un procent semnificativ însă, de 40%, au declarat că nu le mai respectă, deoarece nici în România nu au avut preocupări deosebite în acest sens. De subliniat că peste 70% dintre cei chestionați au recunoscut că nu cunosc sărbători specifice Angliei, în timp ce 26% au putut să indice o serie de sărbători respectate în societatea engleză.

Conservarea identității românești este ilustrată și de faptul că aproape jumătate dintre cei anchetați consumă „aceleași alimente ca în România” și obișnuiesc să servească prânzul acasă (în proporție de 78,7%), în timp ce 21,3% îl servesc în oraș, ceea ce demonstrează că își păstrează obiceiurile gastronomice din țară, unde majoritatea populației urbane și întreaga populație rurală pregătește și servește masa în propria familie. Peste trei sferturi dintre subiecții chestionați au arătat că și-au păstrat credința religioasă pe care au avut-o în România; alți 17,2% au declarat că și-au pierdut-o, iar 7% au mărturisit că nu au fost și nu sunt nici acum credincioși.

Subiecții anchetați au dovedit că știu marile evenimente din istoria poporului român (jumătate indicând Revoluția din 1989, alți 26% subliniind Marea Unire din 1918 ș.a.), dar foarte puțini (sub 3%) au

demonstrat că ar cunoaște câte ceva din istoria poporului englez. Când se gândesc la România, majoritatea celor intervievați se raportează la familie (peste 60%), la rude (8,2%), la prieteni (3,3%), foști colegi de muncă (8,2%) și la locuri dragi (3,3%). În gândurile lor predomină „amintirile plăcute din România” (62,3%), „amintirile plăcute din Anglia” (11,5%), dar și cele „urâte” de acasă (10%), „durerea” (7%), „teama” (5%), „îngrijorarea” (3,3%).

Imigranții români din Anglia știu, în proporție de 38,3%, că unul dintre cei mai mari scriitori români a fost Mihai Eminescu, 9,3% l-au indicat pe George Coșbuc, iar 5,6% pe Mircea Eliade și, în aceeași măsură, pe Marin Preda ori pe Tudor Arghezi, ceea ce denotă că în ființa lor culturală sunt conservate unele dintre valorile reprezentative ale culturii literare din România. De asemenea, atunci când au fost rugați să spună care cred ei că sunt cei mai mari scriitori englezi, 39% l-au indicat în mod corect pe William Shakespeare, circa 10% pe Charles Dickens, însă la aceștia au mai adăugat, eronat firește, pe Mark Twain, Honoré de Balzac ori pe Edgar Allan Poe, ceea ce demonstrează caracterul restrictiv, eronat și selectiv al cunoștințelor dobândite pe planul valorilor literare din țara gazdă, fapt, de altfel, probat și de răspunsurile la alte întrebări. Observăm, totodată, că această îmbinare de cunoștințe (referitoare la scriitorii români și englezi) este ilustrativă și pentru procesul de formare a unei identități culturale mixte (când valorilor naționale se adaugă cele din noua societate, de adopție).

Aproape 60% dintre imigranții români ascultă muzică ușoară, fapt explicabil prin apartenența lor la generațiile tinere. Aceștia li se adaugă 27% care au dezvăluit că le place muzica populară, iar alți 3,2% agreează muzica de factură clasică. Dintre interpreții români de muzică populară preferați, pe primul loc se situează Maria Ciobanu. Sub 3% au preferințe muzicale pentru interpreți englezi. În cea mai mare parte a timpului este ascultată muzica românească (au declarat 67% dintre subiecții chestionați), ceea ce confirmă, o dată în plus, prima ipoteză a cercetării noastre, anume că procesul de conservare a identității culturale a imigranților români în societatea engleză este unul viu și puternic. Peste jumătate (52%) urmăresc frecvent posturi TV din Anglia și România, iar 28% doar posturi englezești. Internet-ul (pentru 64%) și telefonul mobil (pentru 33%) sunt cele mai folosite mijloace de comunicare, 60% dintre imigranți comunicând acasă în primul rând cu părinții (ceea ce atestă că familia rămâne cel mai important element de conexiune cu țara de origine).

Solicitați să își exprime opinia despre ceilalți români din Anglia, cu care au venit în contact, dacă știu că aceștia își mai păstrează identitatea românească, subiecții anchetați s-au împărțit în patru categorii:

a) categoria celor care au apreciat, pe baza propriilor percepții, că există o conservare a identității românești la ceilalți conaționali cu care au venit în contact (22%);

b) categoria celor care cred că imigranții români au dobândit o identitate socio-culturală mixtă (12%);

c) categoria celor care consideră că aceștia și-au pierdut identitatea (8,5%);

d) categoria celor care socotesc că, o dată ajunși în Anglia, conaționali lor au dobândit mai degrabă o identitate socio-culturală predominant engleză (referindu-se, în special, la cei veniți de mai multă vreme) – au considerat 3,4% dintre cei chestionați.

Din datele prezentate rezultă că opiniile celor intervievați nu sunt omogene, ci sunt structurate, fiind surprinse, în esență, trei tipuri de identitate românească manifestate de conaționali lor din Anglia: identitate maximală, identitate medie, identitate minimală. Datele rezultate confirmă cea de-a doua ipoteză a studiului nostru.

Deși răspunsurile indicate de către persoanele anchetate poartă amprenta unor aprecieri subiective, totuși, acestea reflectă nu doar o diversitate de percepții individuale, ci și o realitate de fapt. După felul în care gândesc, simt și vorbesc imigranții români din lotul chestionat se autoapreciază „mai degrabă englezi decât români”, în proporție de 40%, această pondere înglobând, indubitabil, și un sentiment exacerbat de mândrie, de reușită socială în noua țară. Alți 31% se consideră „mai degrabă români decât englezi”, iar 16% susțin că ei se consideră a fi „deopotrivă atât români, cât și englezi”, încercând un sentiment de dublă apartenență culturală. Acesta este alimentat nu numai de faptul că au exercițiul vorbirii curente a limbii engleze, dar și de stilul de viață britanic îmbrățișat, îndeosebi, de cei cu ocupații intelectuale și de cei angajați în domeniul serviciilor publice.

În tabelul de mai jos, prezentăm structura pe grupe de vârstă a răspunsurilor la întrebarea *Prin felul în care trăiți, gândiți și simțiți, cum vă considerați?*:

Tabel 5: *Percepția identității în funcție de grupa de vârstă (%)*

Răspunsuri	Prin felul în care trăiți, gândiți și simțiți, cum vă considerați?			
	Mai degrabă român decât englez	Deopotrivă român și englez	Mai degrabă englez decât român	NR
Vârsta				
18-25 ani	7,3	50,0	56,0	46,7
26-35 ani	45,5	37,5	44,0	46,7
36-45 ani	47,2	12,5	0,0	6,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Datele de mai sus confirmă cea de-a treia ipoteză a studiului nostru, anume că cei care fac parte din generațiile tinere își asumă și o deschidere mai mare spre asimilarea unor elemente ale identității culturale din țara gazdă, pentru că se adaptează mult mai ușor la noile condiții întâlnite. Dintre cei care s-au descris ca fiind mai degrabă englezi decât români, mai mult de jumătate (56%) fac parte din categoria respondenților cu vârsta cuprinsă între 18 și 25 de ani, în timp ce restul de 44% fac parte din grupa de vârstă cuprinsă între 26 și 35 de ani.

În schimb, la o altă întrebare adresată, pe aceeași temă, întregului lot de persoane intervievate, peste jumătate (55,7%) dintre imigranții chestionați apreciază că „nu au pierdut nimic din identitatea culturală românească” cu care au venit în Anglia, ceea ce probează, încă o dată, prima ipoteză de la care am plecat în efectuarea acestui studiu. Aproape 20% indică o pierdere cumulată a celor care au evaluat-o a fi „în mare” și „în mică măsură”, iar 5% consideră că identitatea culturală românească s-a combinat cu identitatea culturală engleză.

Când se referă la „pierderi”, aceștia au în vedere în special „obiceiurile pitorești” din comunitatea natală, evident din cauza ruperii lor de cadrul social natal, în care datinile, tradițiile dau farmec zilelor de sărbătoare (colindul, plugușorul, sorcova, încondeiatul ouălelor etc.). Pierderea „obiceiurilor pitorești” natale poate fi explicată și prin faptul că imigranții români trăiesc într-o țară în care predomină religia catolică sau protestantă, iar valorile culturale și religioase, obiceiurile sunt diferite de cele promovate de Biserica ortodoxă.

Din cele prezentate reiese că o proporție însemnată a imigranților români din Anglia și-a asumat și recunoscut o identitate culturală predominant românească. Acest fapt este confirmat și de datele din tabelul de mai jos, care prezintă structura pe grupe de vârstă a răspunsurilor la întrebarea *Ce s-a întâmplat cu identitatea culturală românească cu care ați venit în Anglia?* Deși răspunsurile primite aparțin doar unei jumătăți din lotul anchetat, totuși acestea ne indică o corelație evidentă între vechimea redusă a șederii în Anglia și păstrarea „constantă” a identității culturale românești.

Tabel 6: Evaluarea identității culturale în raport de vechimea pe teritoriul englez (%)

Răspunsuri	Identitatea culturală cu care ați venit în Anglia...			
	S-a păstrat constantă	S-a pierdut în mică măsură	S-a combinat cu identitatea culturală engleză	NR
Vechimea				
Sub un an	55,9	8,0	13,4	50,0
Unu-trei ani	21,2	32,0	13	50,0
Patru-șase ani	20,0	40,0	30,3	0,0
Șapte-nouă ani	2,9	20,0	43,3	0,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Din unele convorbiri a reieșit că imigranții au chiar un capital cultural mai viu sau actual decât cel al conaționalilor rămași acasă, deoarece vin în contact nu doar cu potențialul cultural al societății de adopție, dar și cu valorile diferitelor grupuri sociale de imigranți. De altfel, conștiința religioasă

și respectarea unor sărbători populare au un rol major în conservarea identității culturale a grupurilor de imigranți.

Faptul că imigranții români din Anglia au o identitate culturală puternică ne face să credem că, cel puțin în raport cu lotul analizat, procesul de asimilare a acestora în so-

cietatea britanică va fi unul lent și de durată. În același timp, procesul de integrare nu se derulează în mod unitar și armonios. Pe plan profesional, acest proces este mai accentuat și vizibil. Astfel, oamenii sunt preocupați în primul rând de îndeplinirea datoriei la locul de muncă (pentru a-și asigura veniturile preconizate și stabilitatea serviciului), iar exercitarea acestei responsabilități trebuie înțeleasă ca o cale firească, socialmente dezirabilă, de integrare în societatea britanică. Dacă, în privința consumului de activități spirituale, imigranții au libertate deplină a opțiunilor, în ceea ce privește integrarea în muncă sau în viața socială ei trebuie să se supună anumitor norme profesionale și de educație civică, care reglementează comportamentul tuturor cetățenilor, indiferent că aceștia sunt autohtoni sau imigranți. Se poate vorbi despre o *dedublare* a imigrantului, care acasă și în familie își păstrează identitatea originară, iar la serviciu și în viața publică gândește și se comportă după regulile noului cadru social de viață.

Principalele probleme cu care s-au confruntat imigranții români la venirea în noul mediu social de viață au fost legate de:

- adaptarea la clima specifică Angliei (care este una temperat oceanică, având ploii din abundență, față de România unde clima este temperat continentală) – 25,5%;
- acceptarea schimbărilor care priveau tipul de hrană – 21,8%;
- integrarea în societate – 14,5%;
- necunoașterea limbii engleze – 11%;
- absența prietenilor – 9,1%.

Chiria ridicată și atitudinea peiorativă manifestată de către unii englezi față de români au constituit, de asemenea, motive de îngrijorare pentru mulți dintre subiecții chestionați.

Interesant este că, sub aspect emoțional, peste 90% dintre cei intervievați se simt sufletește în Anglia „mai liniștiți”, „mai

împliniți” și „mai echilibrați” decât au fost în România. Sensul acestor aprecieri trebuie înțeles în conexiune cu noua lor situație ocupațională și financiară, cu stabilitatea locurilor de muncă dobândite. Dacă în țara natală erau permanent amenințați de pierderea serviciului și copleșiți de grijile materiale zilnice, în Anglia au rezolvat aceste chestiuni, și-au găsit un rost în viață, dar a apărut și o nouă problemă de ordin afectiv: lipsa celor dragi, a familiei, a prietenilor, a relațiilor sociale. De notat că peste 84% dintre cei intervievați s-au destăinuit că le este „dor de acasă”. Atunci când au plecat din România, peste jumătate dintre ei aveau gândul de a se întoarce în țară, în timp ce 26% și-au dorit să rămână definitiv în Anglia, iar 5% și-au propus să plece într-o altă țară occidentală (fiind motivați de dorința obținerii unor câștiguri mai mari și a unor condiții de muncă și de locuit mai bune). Alți 14% au plecat din România cu intenția să facă studiile în Anglia și apoi să revină în țară.

Imaginea despre sine a imigranților români nu este pozitivă în cazul tuturor. Doar 18% încearcă „un sentiment de mândrie”, în timp ce 30% au mărturisit că a fi român printre englezi le produce „un sentiment de rușine”, cu deosebire în spațiul public, iar alți 21% socotesc că le face „viața mai grea”. Această situație se explică, în bună parte, prin mediatizarea cazurilor unor conaționali implicați în acte infracționale. Cei care au un nivel de instrucție superior sunt cei care au o stimă de sine ridicată, dar, totodată, și cei care conștientizează că imaginea lor socială este afectată de faptele deviate ale unor conaționali. Prin urmare, avem o confirmare și a celei de-a patra ipoteze a studiului de față, confirmare rezultată și din analiza datelor din tabelul de mai jos, în care se poate observa că stima de sine a imigranților este diferită în funcție de nivelul de instrucție al acestora:

Tabel 7: Percepția imaginii de sine în funcție de nivelul de studii (%)

Răspunsuri	Cum vă simțiți ca român printre străini?		
	Vă dă un sentiment de mândrie	Vă dă un sentiment de rușine	NR
Ultima școală absolvită			
Fără studii	0	0,0	83,3
Școală primară	8	33,3	6,7
Școală generală	12	0,0	0,0
Școală profesională	10	20,0	10,0
Liceu	20	16,7	0,0
Școală postliceală și facultate	50	30,0	0,0
Total	100	100,0	100,0

Englezii sunt percepuți de ansamblul imigranților români investigați atât prin prisma unor trăsături pozitive (apreciindu-i ca fiind „civilizați”, „cu nivel ridicat de trai” – 16%; „harnici” – 10%; „corecți” – 7%; „inteligenti” – 5%; „serioși” – 5%), cât și negative (caracterizându-i drept „reci” – 23% și „arogați” – 5%). Concetățenii noștri apreciază că au învățat mai multe din cultura, obiceiurile și viața socială a englezilor, dar, în primul rând, și-au interiorizat o valoare morală și profesională – corectitudinea (52,5%) și și-au apropiat „un alt stil de viață” (8,2%). Șederea lor pe teritoriul britanic și, implicit, experiențele de viață și de muncă acumulate i-au ajutat să gândească mai bine și să aprecieze ceea ce au întâlnit aici prin comparație cu ceea ce au trăit în România.

Subiecții intervievați i-au descoperit României calități specifice în privința formelor de relief și a climei, a oportunităților de turism. Au remarcat, de asemenea, „ospitalitatea locuitorilor” din România, „cultura și tradițiile”. Nu au ocolit însă, prin contrast, nici aspectele negative, fiind observate „starea de mizerie și sărăcie” (evidențiată de circa 30% dintre ei), „corupția” (22%), „economia subdezvoltată” (13,3%), „lipsa dezvoltării pe plan profesional” (13,3%), „dezorganizarea” (11%), „nechibzuința” (5%), „serviciile medicale slabe” (4%).

Concluzii

Identitatea culturală se află într-o strânsă legătură cu identitatea socială și împreună determină configurația, specificul identității naționale a unei societăți. Rezultă că identitatea națională poate fi examinată ținând cont de mai multe dimensiuni ale conceptului: socială, culturală, etnică ș.a. Demersul nostru a urmărit cunoașterea identității culturale, în general, și a identității grupului de imigranți români din Anglia, în particular.

Dacă organizarea activității de cercetare a identității culturale a românilor aflați în țară este o operație relativ ușoară pentru derularea cercetării de teren, în schimb, gestionarea procesului de studiere a identității culturale a cetățenilor români aflați în alte țări implică o multitudine de dificultăți. În primul rând, este de subliniat că imigranții români trăiesc în mod dispersat în diferite comunități teritoriale de pe teritoriul altor țări. Ei nu sunt concentrați într-un anumit cartier sau într-un anumit oraș. Din această cauză este dificilă construirea unor eșantioane reprezentative și, în consecință, datele obținute nu ne permit formularea unor judecăți de valoare cu caracter generalizator și nici extrapolarea unor concluzii sau interpretări. Totuși, informațiile recoltate sunt grăitoare pentru amplitudinea schimbărilor care se produc în zestrea culturală, cu care au plecat de acasă. De asemenea, datele prelucrate ne ajută să des-cifram anumite categorii sau tipuri de pro-

bleme, opinii, atitudini, aprecieri etc. ale celor chestionați (care au fost expuse în paginile anterioare).

Cercetarea întreprinsă asupra imigranților români din Anglia a scos la iveală faptul că putem clasifica mai multe tipuri de conaționali, în funcție de sfera și conținutul propriei lor identități culturale. Există, astfel, o categorie de imigranți cu o *identitate culturală românească puternică*, manifestată prin aprecierile că ei respectă valorile tradiționale naționale (afirmată de peste 21% dintre cei chestionați), că „nu au pierdut nimic din identitatea culturală românească” cu care au venit în Anglia (susținută de 40% dintre subiecții investigați) și că și-au păstrat în țara de adopție credința religioasă pe care au avut-o în România (peste 75% dintre subiecții grupului cercetat). Un argument suplimentar pentru existența acestei categorii de români, care își conservă propria identitate culturală pe meleagurile Angliei, îl reprezintă și decizia acestora de întoarcere în România, după acumularea veniturilor preconizate, decizie mărturisită de jumătate dintre subiecții chestionați. De asemenea, aproape 60% dintre ei vorbesc numai limba română în viața familială din Anglia și în relațiile cu alți conaționali aflați în această țară, iar 31% se consideră „mai degrabă români decât englezi”. Cei mai mulți dintre cei care declară că vorbesc limba română în Anglia (54,7%) fac parte din categoria 18-25 de ani și au o vechime medie pe teritoriul englez de până la 3 ani. Legăturile lor cu familia din România sunt statornice și se derulează îndeosebi prin intermediul telefonului mobil și al internet-ului.

Din cercetare a reieșit că există și alte două tipuri sau categorii de imigranți români: una a celor cu o *identitate culturală mixtă* și alta a celor cu o *identitate culturală în care precumpănesc elementele de factură identitară engleză*. Informațiile culese pe baza acelorași indicatori și descriptori analitici atestă că ponderea subiecților de ambele tipuri este mai redusă. Din prima

categorie fac parte, de pildă, cei care ne-au spus că vorbesc atât limba română, cât și limba engleză (21,3%), iar în cea de-a doua categorie se situează imigranții români care s-au pronunțat că vorbesc numai limba engleză (8,2%). Desigur, limba vorbită este doar unul dintre cei mai importanți descriptori ai identității culturale, dar nu și singurul. Respectarea unor sărbători și tradiții după tipicul celor românești, relațiile de comunicare cu cei de acasă, ascultarea muzicii românești, perpetuarea credinței ortodoxe, sentimentul apartenenței la neamul românesc ș.a. sunt la fel de edificatoare pentru creionarea portretului identitar al imigrantului român din Anglia.

O privire de ansamblu asupra populației din lotul analizat de imigranți români – format din persoane care trăiesc, muncesc și studiază în anumite orașe din Insulă – ne arată că aceasta are următoarele caracteristici socio-demografice:

1) este un lot predominant tânăr, necăsătorit și echilibrat pe sexe (51% sunt persoane de sex masculin);

2) este alcătuit din persoane în vârstă de până la 50 de ani, ponderea cea mai ridicată având-o cei cu vârsta cuprinsă între 18 și 35 de ani (peste 90%);

3) din punct de vedere al nivelului de instrucție este format din persoane care posedă studii profesionale, liceale, postliceale și superioare (peste 62% din totalul celor investigați);

4) status-ul de „muncitor” este defini-toriu pentru cele mai multe persoane, atât înainte de a pleca din România, cât și după ce au ajuns în Anglia. Mulți absolvenți de studii superioare de la noi din țară au fost nevoiți să accepte în Anglia anumite ocupații inferioare ca nivel de pregătire profesională. De exemplu, din totalul celor care au declarat că în România aveau profesia de medic, inginer, profesor (aproximativ 16%), doar o mică parte a acestora (4,3%) au reușit să-și găsească în Anglia un loc de muncă pe măsura calificării.

În finalul acestui studiu reamintim că datele recoltate prin intermediul chestionarului au relevanță îndeosebi în raport cu lotul subiecților care și-au exprimat disponibilitatea de a răspunde la întrebările adresate. Dacă investigația întreprinsă ar fi avut la bază un eșantion reprezentativ pentru comunitatea imigranților români din societatea engleză, atunci ar fi fost pe deplin întemeiată formularea unor aprecieri generalizatoare și a unor concluzii de ansamblu. Logica oricărei cercetări exploratorii, ca și cea pe care am întreprins-o noi, are și limite care sunt inerente unui asemenea gen de cunoaștere.

Societatea engleză este o societate tipică de imigrație, iar fluxurile de cetățeni români care aleg să muncească, să studieze și să trăiască în această țară se află într-o continuă creștere. Politica britanică referitoare la imigranți se circumscrie cadrului legislativ și normelor stipulate de instituțiile Uniunii Europene. Aceasta are un rol pozitiv în raport cu procesul de asimilare și integrare a imigranților în societatea engleză, în primul rând prin asigurarea

dreptului la muncă al cetățenilor comunitari.

Problema conservării identității culturale a imigranților români din Europa, în general, și din Anglia, în particular, nu a constituit, până acum, obiectul unor îndelungi cercetări sistematice și explicite. O dată cu sporirea numărului de emigranți din țara noastră devine necesară nu doar conștientizarea respectivei probleme, ci și instituționalizarea ei, deoarece contează cetățeanul român atât de aici, cât și de pe teritoriul altor state. Promovarea interesului pentru *conservarea identității culturale a românilor de peste granițe* poate deveni o componentă statornică și efectivă a politicii statului nostru. Rezultatele studiului asumat de noi relevă necesitatea extinderii preocupărilor pentru cercetarea identității culturale și a românilor din alte țări: Italia, Franța, Spania, Germania, Grecia, Statele Unite ale Americii ș.a. Datele recoltate din multiple cercetări viitoare pe aceeași temă ne-ar oferi posibilitatea unor analize comparative, cu finalitate euristică.

Notă

¹ Această lucrare a fost realizată în cadrul proiectului *Valorificarea identităților culturale în procesele globale*, cofinanțat de Uniunea Europeană și Guvernul României

din Fondul Social European, prin Programul Operațional Sectorial Dezvoltarea Resurselor Umane 2007-2013, contractul de finanțare nr. POSDRU/89/1.5/9/ 59758.

Bibliografie

Adler, P. (1977) *Beyond Cultural Identity: Reflections on Multiculturalism*, în R. Brislin (ed.), *Culture Learning: Concepts, Applications and Research*, Hawaii: East-West Center Press, 24-41.

Alexander, J. C. și Gao, R. (2010) Șocul cultural și identitatea chineză, în D. Otovescu (coord.), *Tratat de sociologie generală*, Craiova: Beladi, 538-557.

Banța, C. (2009) *Sensurile unei identități. Repere identitare culturale ale românilor emigranți din Bruxelles*. Craiova: Aius.

Bayard, J. F. (1996) *L'illusion identitaire*. Paris: Fayard, Collection L'Espace du politique.

Bucur, C., Popa, A. și Rusu, H. (2005) Identitatea etno-culturală la români în

contextul procesului de integrare europeană. Studiu de caz comparativ rural-urban în județul Sibiu. *Revista de Politică Științei și Științometrie*, număr special 2005, 4-40.

Caritas (2010) *Românii din Italia: între acceptare și respingere*. Italia: Caritas.

Centrul de Sociologie Urbană și Regională (2008) *Studiu privind afirmarea identității și integrarea socio-culturală ale emigranților conaționali pentru muncă în zonele metropolitane din Spania și Italia*. București: Centrul de Sociologie Urbană și Regională.

Dahal, D. (1996) *Cultural Pluralism and National Cultural Identity. The case of Nepal*, în B. Sarasawati (ed.), *Interface of Cultural Identity and Development*,

- NewDelhi: Indira Gandhi National Center for the Arts, 228-249.
- Dittmar, H. (2008) *Consumer culture, identity and well-being*. London: Routledge.
- Gilbert, P. (2010) *Cultural identity and political ethics*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Hall, S. (1993) Cultural identity and diaspora, în W. Patrick și L. Chrisman (eds.), *Colonial Discourse & Postcolonial Theory: A Reader*, London: Harvester Wheatsheaf.
- Herskovits, M. J. (1948) *Man and His Works*. New York: A.A. Knopf.
- Institutul Social Oltenia al Universității din Craiova (2011) *Identitatea socio-culturală a imigranților români din Anglia. Studiu sociologic*. Raport de cercetare, Institutul Social Oltenia al Universității din Craiova.
- Kroeber, A. L. și Kluckhohn, C. (1952) *Culture: A Critical Review of Concepts and Definition*. Cambridge: Mass The Museum.
- Lewandowska, E. (2004) More Polish Or More British? Identity Of The Second Generation Of Poles Born, în G. Zheng, K. Leung, și J. G. Adair (eds.), *Great Britain in Perspectives And Progress In Contemporary Cross-Cultural Psychology*, Beijing: Industry Press, 211-224.
- Linton, R. (1968) *Fundamentul cultural al personalității*. București: Științifică.
- Llewellyn-Jones, M. (2002) *Contemporary Irish Drama&Cultural Identity*. London: Intellect Books.
- Matichescu, M. (2011) *Integrarea socială a emigranților români în Franța. Profilul identitar al migraților români*. Teză de doctorat, Universitatea de Vest din Timișoara.
- Metromedia Transilvania (2007) *Comunitatea românească din Italia. Condiții sociale, valori, așteptări*. Cluj-Napoca: Metromedia Transilvania.
- Mihu, A. (1999) *Antropologie culturală*. Cluj-Napoca: Dacia.
- Otovescu, A. (2008) *Românii din Italia*. București: Didactică și Pedagogică.
- Pascal, I. Deaconu, S. (2002) *Libera circulație a persoanelor*. București: Centrul de Resurse Juridice.
- Rusu, H. (2008) *Schimbare socială și identitate socioculturală*. Iași: Institutul European.
- Sandu, D. (2010) *Lumile sociale ale migrației românești în străinătate*. Iași: Polirom.
- Schifirneț, C. (2001) *Geneza modernă a identității naționale. Psihologie etnică și identitate românească*. București: Albatros.
- Schifirneț, C. (2010) Societate și cultură, în D. Otovescu (coord.), *Tratat de sociologie generală*, Craiova: Beladi, 490-519.
- Schild, C.-J. și Wrede, M. (2010) Cultural Identity, Mobility, and Decentralization. *University of Marburg Journal*, 16/2010. Disponibil la http://www.uni-marburg.de/fb02/makro/forschung/magkspapers/16-2010_schild.pdf. Accesat în 15 ianuarie 2012.
- Segalen, M. (2002) *Etnologie. Concepte și arii culturale*. Timișoara: Amarcord.
- Sorokin, P. (1957) *Social and Cultural Dynamics*. Boston: Porter Sargent Publisher.
- Valade, B. (1997) Cultura, în R. Boudon (coord.), *Tratat de sociologie*, București: Humanitas, 521-554.
- Zamfir, C. (coord.) (2011) *România: răspunsuri la criză*. Raport social al Institutului de Cercetare a Calității Vieții, București: Academia Română.
- Zbucnea, Gh. și Dobre, C. (2003) *Diaspora românească. Pagini de istorie*, 2 vol. Iași: Lucman.

Primit la redacție: octombrie, 2011