

NATIONAL IDENTITY AND POLITICAL MEMBERSHIP. TRANSNATIONALITY IN THE CONTEXT OF THE NEW MEDIA OF COMMUNICATION

Paul Kun, Assoc. Prof., PhD, University of the West, Timișoara

Abstract: This essay has to investigate the consequences of the new mass media (especially the Internet) on the political behavior of the Romanian citizen residents in E.U., particularly its participation at the political life from Romania. In this context, is defined the concept of transnationalism and its meaning in describing of this type of political behavior. The central hypothesis of this essay is that geographical distance is counter-balanced by the virtual proximity and the last permit a political attitude more complex and complete both to the political life from the country of origin and to the political life from the country of residence.

Keywords: transnationalism, new mass media, virtual proximity, political behavior.

Acest studiu este împărțit în 3 părți: în prima parte, oferim o scurtă definiție și o discuție a conceptului de transnaționalism; în partea a doua discutăm impactul noilor medii de comunicare și al globalizării asupra identității comunităților umane; în fine, în ultima parte, vom discuta acest impact asupra identității comunităților românești din spațiul U.E. și raportul lor atât cu țara de origine cât și cu cea în care s-au stabilit. Teza noastră este că, spre deosebire de fenomenul aculturării, teoretizat și studiat de antropologia culturală - și care presupune o incompatibilitate (chiar în forma incomensurabilității) între identitățile naționale, transnaționalismul face posibilă coexistența unor astfel de identități, juxtapunerea primând asupra sintezei: transnaționalul nu renunță la vechea identitate pentru una nouă, ci o asumă fără să vadă vreo contradicție în acest fapt. De aceea, cred că pericolul unei omogenizări culturale, în special lingvistice, nu este real, plurilingvismul fiind, mai curând rezultatul acestei situații. Impunerea, mai ales, a limbii engleze ca *lingua franca*, exprimă mai curând, credem, dorința unui idiom care să corespundă mai bine acestui nou "nomadism" și este semnificativă la categoriile profesionale cele mai sus plasate; cu cât coborâm către profesii ce presupun un grad de pregătire mai scăzut cu atât necesitatea cunoașterii limbii engleze este mai puțin semnificativă, chiar și atunci când aceasta este limba oficială a țării de destinație. Numai profesiile care presupun o comunicare globală în exercitarea lor au, tot mai mult, drept condiție fundamentală, cunoașterea acestei limbi. Dar engleza apare mai curând ca fiind un instrument "profesional", ținând mai mult de exercitarea unei profesii (programator, manager, broker etc.) decât de o formă de apartenență culturală sau comunitară. Exigența utilizării acestei limbi este *indiferentă* și *independentă* de spațiul în care trăiește vorbitorul: la București sau la Londra sau la Paris sau la New York, dacă ești programator trebuie să vorbești engleza, indiferent dacă este sau nu limba maternă; ține de profesie, nu de apartenența colectivă. Este o limbă de cunoaștere (eventual), nu de recunoaștere.

Transnaționalismul: definiție și discuție

Dacă conceptul de "naționalism" este unul consacrat și chiar devenit de uz comun, cel de "transnaționalism" este mult mai rar și pare chiar enigmatic. El descrie o realitate socială și culturală multă vreme acoperită și ocultată de mai vechiul concept de naționalism. Procesul despre care vorbim s-a manifestat ca fenomen de masă după cel de-al doilea război mondial, în contextul procesului de migrație masivă a forței de muncă, provocat de globalizare.

Uniformizarea culturală provocată de generalizarea învățământului de masă, de standardizarea proceselor tehnologice a celei de-a doua RTS și de migrația capitalurilor către piețele cu forță de muncă ieftină (Extremul Orient), toate aceste procese au condus la apariția unui strat tot mai important de ”gulere albe” cu o mobilitate geografică impresionantă și cu o identitate tot mai heterogenă: programatori și fizicieni indieni, formați în Marea Britanie și lucrând în Canada sau Statele Unite, matematicieni chinezi care lucrează pentru firme americane în Japonia sau Thailanda, ingineri portughezi care vorbesc engleza și lucrează în Africa de Sud etc.

Termenul poate fi apropiat de cel de ”diaspora”¹ prin care se înțeleg comunitățile constituite de reprezentanții unei etnii în afara spațiului geografic în care s-a format și s-a reprodus aceasta. Termenul a fost asociat în special cu destinul poporului evreu și a presupus, de aceea, referința permanentă la ”țara (paradisul) pierdută”. Termenului a păstrat această tentă nostalgică, a unei origini (teritoriu identitar pierdut) și în cazul altor comunități etnice; astfel, în perioada post-belică s-a vorbit, de exemplu, de o ”diasporă” românească în Occident, mai ales, constituită din cei care au refuzat regimul comunist instaurat în România. Era vorba de o condiție nedorită, indiferent și independent de voința celui supus acesteia, pe care el dorea s-o anuleze prin revenirea ”acasă”. Diaspora este, deci, o stare tranzitorie, un ”blestem”, o ”alungare din paradis”, ea este, în consecință, asociată vechii paradigme antropologice care asociază identitatea comunității de un anumit spațiu geografic, iar această identitate nu poate fi ”recuperată” decât prin recuperarea spațiului în cauză. Căderea comunismului și încheierea războiului rece a schimbat radical datele acestei comunități diasporice: practic, astăzi oricine poate să circule liber între locul de domiciliu și țara de baștină și retur, poate să comunice fără nici un fel de opreliști cu rezidenții din ambele spații și acest lucru este surprins de conceptul de transnaționalism. Cu alte cuvinte, existența comunităților românești din Italia, Franța sau Spania nu (mai) poate fi explicată în termeni de diaspora, ci apelul la transnaționalism este singurul care poate face inteligibilă existența și dinamica acestora. Comunitățile transnaționale sunt dinamice și nu statice, există o circulație permanentă, reală și virtuală între cel puțin doi poli, țara de origine și țara de rezidență. Identitatea este, la rândul ei, rezultatul dinamic și divers al interacțiunilor comunicative dintre membrii comunității și comunitățile cu care intră în contact real și virtual. Deși sunt autori care folosesc în continuare termenul de ”diaspora”² ca sinonim al celui de ”transnaționalism”, voi prefera, din rațiunile prezentate anterior să folosesc în această lucrare numai ultimul termen cu referire la procesele studiate.

Prefixul *trans* face trimitere explicită la caracterul spațial al conceptului, cu alte cuvinte asociază naționalismul cu spațiul. Desigur că încă din secolul al XIX-lea a existat o asociere a specificului cultural (național) cu spațiul geografic ocupat de anumite comunitate etnică, care în cazul poporului român a dus la viziunea blagiană a ”spațiului mioritic”, un fel de matrice geografică a constituirii națiunii române. Spre deosebire de naționalism, transnaționalismul înseamnă mai curând o dislocare, atât teoretică cât și empirică a identității

¹ Termen de origine greacă, *diaspeirein*, ”împrăștierea semințelor”, ”risipire”, metaforă ce traduce sensul oarecum negativ al termenului.

² Vezi, de exemplu, Karim H. Karim (ed.), *The Media of Diaspora*, Routledge, 2003.

colective de spațiul geografic. După cum remarcau, încă de la începutul anilor '90, Gupta și Ferguson: "Oamenii au fost, desigur, mai mobili și identitățile mai puțin statice decât sugerau abordările tipologizante ale antropologiei clasice."³ Dacă ne gândim numai la "mileniul întunecat" al marilor migrații ce au marcat Evul Mediu, la cruciadele creștinilor sau la epoca marilor descoperiri geografice, înțelegem că niciodată grupurile umane nu au fost total atașate de un anumit spațiu geografic. La fel, dacă ținem cont de faptul că oieritul a fost secole de-a rândul ocupația de bază a românilor, ocupație care presupune o permanentă transhumanță, înțelegem de ce încercarea de a asocia constituirea identității colective de un anumit spațiu, mioritic sau nu, poate submina chiar veridicitatea procesului însuși de constituire. Cu atât mai puțin astăzi, când expansiunea rapidă și mobilitatea accelerată a oamenilor se combină cu refuzul produselor culturale și al practicilor de "acasă" pentru a da un sens profund pierderii rădăcinilor teritoriale, eroziunii distinctivității culturale a locurilor și de ferment al teoriei antropologice. Deteritorializarea identității care însoțește aceste procese l-a făcut pe Joseph Clifford să pună două întrebări cheie pentru investigația antropologică actuală: "Ce înseamnă, la sfârșitul secolului al XX-lea, să vorbești...despre "loc de baștină"? Ce procese, mai curând decât esențe, sunt implicate în experiențele actuale ale identității culturale?"⁴ Cu alte cuvinte, transnaționalismul impune nu numai o regândire a raportului dintre spațiul geografic și procesul de formare a identității colective, ci și conținutul și semnificația conceptului de naționalism. Odată ce spațiul geografic nu mai este o condiție de producere și reproducere a identității colective, aceasta trebuie redefinită în raport de alți factori determinanți. Această regândire are, vom vedea în ultima parte a eseului nostru, consecințe importante asupra politicilor promovate de statele naționale, în special cele din Uniunea Europeană (de acum, U.E.) și care vizează comunitățile transnaționale din și din afara teritoriilor lor.

Constituirea unei sfere publice transnaționale a determinat, în mod sigur, ca orice simț strict asociat cu comunitatea sau localizarea să devină obsolet. În același timp, ea a permis crearea unor forme de solidaritate și de identitate care nu se bazează pe apropierea spațiului în care continuumul și contactul direct sunt condiții fundamentale.⁵ Acest spațiu al sferei publice transnaționale este, după cum vom vedea, un spațiu virtual în mare parte, constituit în principal de noile mass media care se bazează pe noile tehnologii de comunicare (telefonie mobilă, Internetul).

Revenind la întrebările lui Clifford, acestea nu sunt absolut noi, dar problemele identității colective astăzi par să îmbrace un caracter special, atunci când tot mai mulți dintre noi trăiesc în ceea ce Edward Said⁶ a numit "o condiție generalizată de dezrădăcinare", o lume în care identitățile devin tot mai mult, dacă nu complet deteritorializate, măcar diferit teritorializate. Această condiție nu mai trebuie văzută neapărat ca fiind una negativă, privativă, ci ca o oportunitate de a amplifica, de a îmbogăți, de a dezvolta identitatea colectivă constituită în "țara de baștină". Migrația masivă în căutare de locuri de muncă mai bine

³ Akhil Gupta, James Ferguson, Beyond "Culture": Space, Identity, and the Politics of Difference, *Cultural Anthropology*, Vol. 7, No. 1, Space, Identity, and the Politics of Difference, (Feb., 1992), p.9.

⁴ *The Predicament of Culture*. Cambridge, Mass., Harvard University, 1988, p.275.

⁵ Akhil Gupta, James Ferguson, op.cit., idem.

⁶ Zionism from the Standpoint of its Victims, în *Social Text* no.1, 1979 p.58.

plătite a unei clase cu o pregătire profesională de înalt nivel (studii superioare), cu un bagaj cultural impresionant și cu un simț puternic al identității de grup, cu alte cuvinte care nu este gata să renunțe la identitatea de origine pentru noua identitate a ”țării țintă”. Dacă înainte de cel de-al doilea război mondial, încercarea de conservare a identității colective ducea, mai devreme sau mai târziu la ”ghetoizarea”, la izolarea culturală (lingvistică, de regulă), dar și la cea spațială, ghetoul fiind o circumscriere spațială mai mult sau mai puțin voluntară a comunității, astăzi, comunitățile migrante caută să realizeze același lucru fără însă să mai apeleze la astfel de tehnici de izolare spațială. În acest punct intervin noile medii de comunicare în masă.

Impactul noilor media asupra identității comunităților în mișcare

Majoritatea autorilor care se ocupă de transnaționalism remarcă legătura acestuia cu apariția și proliferarea noilor medii de comunicare de masă: ”aceste sisteme de legături, de interacțiuni, de schimburi și de mobilitate funcționează în mod intensiv și în timp real fiind totuși răspândite prin lume. Noile tehnologii, în special cele care implică telecomunicațiile, servesc la conectarea acestor rețele cu o viteză și eficiență tot mai mare. Transnaționalismul descrie o condiție în care, în ciuda marilor distanțe și în ciuda prezenței frontierelor internaționale (și a tuturor legilor, reglementărilor și narațiunilor naționale care le reprezintă), anumite tipuri de relații au fost intensificate la nivel global și acum se desfășoară, în mod paradoxal, într-o arenă de activitate la scară - totuși virtuală- planetară.”⁷

Anthony Giddens⁸ sugerează că noile medii au reușit să ”golească” timpul și spațiul, permițând relațiilor sociale să fie ”dezrădăcinate” din locurile lor și să fie mutate la mare distanță. Manuel Castells⁹ diferențiază ”spațiul locurilor” de noul ”spațiu al curentilor” care apare în rețelele globale. Arjun Appadurai¹⁰ vede economia culturală globală ca fiind caracterizată de 5 dimensiuni fundamentale ale ”curentului cultural global: etnoscopică (popoare), mediascopică (conținutul media), tehnoscopică (tehnologia), finanscopică (capitalul) și ideoscopică (ideologiile). Toate aceste descrieri au în comun caracterul dinamic al comunităților actuale și prezența specială a noilor medii de comunicare.

Karim H. Karim¹¹ consideră că apariția mediilor de comunicare transnaționale în secolul al XIX-lea, sub forma agențiilor de știri, a produs prima restructurare mediatică a comunității la nivel global. Aceasta reproducea, prin agențiile Reuters (britanică), Havas (franceză) și Wolff (germană), structura imperiilor coloniale, ele operând exclusiv în spațiul acestora. Telegraful, telefonul și linii de transport legau coloniile de metropolele coloniale. Distanța fizică nu conta: coloniile învecinate care aparțineau unor metropole diferite erau complet izolate, în vreme ce legăturile cu metropolele sfidau distanțele geografice. Conținutul media (știri sau divertisment) era produs și privea aproape exclusiv Nordul (metropola), urmărind consolidarea poziției de dominanță a acestuia asupra Sudului (coloniei). Structurarea colonială a spațiului global a fost, de aceea, asociată cu configurarea și exercițiul

⁷ Steven Vertovec, *Transnationalism*, Routledge, 2003, p.12.

⁸ *The Consequences of Modernity*, Stanford, CA: Stanford University. 1990.

⁹ *The Informational City: Information Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*, Oxford: Blackwell, 1989.

¹⁰ *Modernity at Large: Cultural Dimensions of Globalization*, Minneapolis, MN: University of Minnesota Press, 1996.

¹¹ Mapping diasporic mediascapes, în op.cit., p. 14.

puterii. Mare parte din această spațializare a fost produsă de ceea ce Edward Said numea ”geografia imaginară” a științei orientaliste care a sprijinit acțiunea colonialistă; ea a reprezentat justificarea pentru cucerirea și colonizarea teritoriilor din afara Europei. Apariția cinematografului și, mai târziu, a televiziunii, s-a înscris, în mare, în aceste tipare ale dominației politice și semiotice a Nordului, influențând prin asta și comportamentul și cultura identitară a diasporelor respective: conștiința superiorității la diaspora din colonii, complexe de inferioritate orientalistă la diaspora din metropole. În cazul României nu se poate vorbi de colonizare, dar a existat un anumit sentiment de inferioritate față de Occident și prezența în ideologia românească a ”Răsăritului”, a ”Orientului”, ca și încercarea de a scăpa de imaginea orientalistă prin definirea spațiului românesc drept un spațiu intermediar între Orient și Occident.¹² Diaspora românească din Occident era, prin urmare, supusă acestei presiuni de aculturare, mulți renunțând la a mai asuma această identitate culturală. Este cazul lui Eugen Ionescu, E.M. Cioran, Barbu Fundoianu, Tristan Tzara. Singura excepție notabilă a fost Paul Goma care a continuat să scrie în limba română, deși era interzis, nutrind speranța că, într-o zi, cărțile lui vor fi citite și în România.

Elementul (ingredientul) care a schimbat, în ultimele decenii, profilul acestei noi diaspore internaționale este apariția noilor medii. Până atunci, imigranții aveau de ales între a se ghetoiza, adică a se izola cultural (lingvistic, religios etc.) și a se integra și acultura. Noile medii permit acestei imigrații păstrarea legăturii cu țara de origine, păstrarea limbii materne și a interesului politic, cultural față de aceasta.

Dacă mediile de comunicare clasice au avut această notă generală de dominație a Nordului asupra Sudului, noile medii vin, se pare, cu o logică diferită, mai democratică. Kenneth Laudon a încercat nu numai o clasificare a noilor medii, ci și o interpretare a valențelor lor democratice. Mai întâi, el identifică 3 clase de tehnologii:

1. Tehnologii de prelucrare a datelor, computerul care servește ca ”mediu de stocare, manipulare și căutare a unei cantități imense de informație”.
2. Tehnologii de participare de masă, cum sunt mediile clasice (radioul și televiziunea¹³), ”care funcționează pentru a transmite informația de la o sursă centrală la milioane de alte persoane.”
3. Tehnologiile interactive, ”care permit curente de comunicare pe orizontală între indivizi și grupuri organizate”¹⁴

Laudon susține, apoi, că aceste trei categorii pot fi caracterizate, din punct de vedere politic, prin modul în care acționează sau, mai precis, cine are acces la informație și cine controlează fluxul de comunicare. Ca răspuns, modul de organizare tinde să favorizeze un anumit model de politică. Astfel, tehnologiile de prelucrare a datelor sunt de regulă organizate în jurul experților și conduc la forme manageriale sau tehnocrate de democrație. În privința tehnologiilor de participare de masă, acestea încurajează modurile plebiscitare de organizare care, la rândul lor încurajează populismul. În fine, tehnologiile interactive avantajează

¹² Această definiție este un adevărat loc comun al intelectualității românești interbelice: Nicolae Iorga, Lucian Blaga, Dumitru Stăniloae, Constantin Noica sunt câțiva dintre cei care au teoretizat în jurul acesteia.

¹³ Aici ar trebui să adăugăm și presa scrisă.

¹⁴ K. Laudon, *Communication Technology and Democratic Participation*. New York: Praeger Publishers, 1977, pp.14-16.

subgrupurile organizate și tind să producă un sistem în mod implicit pluralist. Loudon crede că potențialul democratic al noilor medii este condiționat de accesul public și de control sau mai brutal spus, de cine profită și cine pierde influență, cine decide să participe și la ce decizie, când și cum.¹⁵ De aceea, nu prezența lor în cadrul unei societăți contează, ci influența lor asupra procesului politic. Culturi politice diferite pot conduce la diferențe între raporturile dintre tipurile de tehnologie și, prin urmare, la o exploatare diferită a potențialului lor democratic. Un sistem pluralist va încuraja tehnologiile interactive, în timp ce unul tehnocrat se va orienta către tehnologiile de prelucrare a datelor.¹⁶ Ceea ce putem, însă, remarca drept trăsătură generală a acestor noi medii este deschiderea lor către o comunicare nelimitată, în toate sensurile și la toate nivelurile. Toate aceste tehnologii noi permit și presupun interacțiunea, circulația informației în toate sensurile, astfel încât fiecare nod al rețelei (individ, cetățean) este nu numai receptor (consumator de informație) ci și emițător (producător).

Dincolo de aceste procese globale, legate mai mult de avantajele comerciale ale noilor medii (costuri reduse, audiență globală, viteză, interactivitate, acces nerestricționat la informații etc.), există un interes al comunităților transnaționale față de aceste medii. Voi enumera pe scurt câteva dintre motivele pentru care ele sunt atrase de aceste canale de comunicare informațională:

1. Avantajele comerciale mai sus pomenite sunt importante și pentru comunitățile transnaționale, deoarece mediile clasice sunt mai costisitoare atât din punct de vedere temporal cât și material. În cazul noilor medii, comunicarea este cvasi-instantanee și ieftină. Altădată, neputând comunica direct, diaspora era obligată să apeleze la mijloacele comunicării indirecte, de regulă, epistolară.

2. Înlocuirea comunicării reale (directă - *face to face* sau indirectă - în scris) cu *comunicarea virtuală* este un avantaj al noilor medii care nu este deloc de neglijat, deoarece comunicarea virtuală se află undeva între comunicarea directă (persoanele care joacă rolul de emițător, respectiv receptor își schimbă locurile (interacționează) în timp real) și comunicarea indirectă (deoarece avem de-a face cu un simulacru de prezență¹⁷, mediul substituindu-se prezenței reale¹⁸). Utilizarea acestor tehnologii (conturile de email, rețelele de socializare, SMS-urile) asigură o comunicare cvasi-instantanee între membrii comunității transnaționale și conaționaliilor lor, creând senzația unei comuniuni virtuale permanente, prin participarea virtuală la evenimente aflate în plină desfășurare în altă parte¹⁹. Comunicarea virtuală se

¹⁵ K. Loudon, op.cit., p.19.

¹⁶ D. Wring, I. Horrocks, *Virtual Hype? The Transformation of Political Parties?*, din *New Media and Politics*, Barrie Axford, Richard Huggins (ed.), 2001, p.194.

¹⁷ Isaac Asimov, în *Soarele gol*, prezintă destul de intuitiv această diferență: este vorba de o societate compusă din indivizi care nu suportă prezența reală a altei persoane, nici măcar la câteva sute de kilometri(!), dar care în comunicarea virtuală (video) nu au nici un fel de inhibiții.

¹⁸ . Cineva care postează un mesaj pe contul de Facebook al unui politician, de exemplu, poate primi imediat un răspuns, fără însă să aibă certitudinea că cel care îi răspunde este, efectiv, persoana căreia i se adresează. Identitatea este una virtuală (scripturală) și nu reală. La fel ca în cazul comunicării epistolare, receptorul nu poate controla condițiile de adevăr ale producerii mesajului. Chiar și în cazul video-conferințelor nu putem avea certitudinea că asistăm (participăm) la o convorbire reală.

¹⁹ De ex., participarea la un eveniment familial important (căsătorie, botez etc.) se poate realiza prin transmiterea în timp real a ceremoniei pe Internet, ceea ce dă sentimentul participării efective la experiența constitutivă pentru

desfășoară într-un spațiu propriu, virtual, care înseamnă, *de facto*, anularea oricărei distanțe fizice între emițător și receptor, posibilitatea ca același mesaj să fie receptat și decodificat simultan de un număr indefinit de receptori fără ca, prin asta, calitatea comunicării să-și piardă caracterul virtual direct. Caracterul interactiv al acestei forme de prezență dă, în plus, un efect de *real* comunicării, prin capacitatea directă de influențare a contextului comunicării. Transnaționalul poate participa, de exemplu, în direct, la o dezbatere politică (pe Hotnews.ro sau pe alt site de știri care organizează astfel de acțiuni), poate pune întrebări sau poate răspunde la întrebări etc.

3. Absorbția mediilor clasice (televiziune, presa scrisă, cinematograful) de către noile medii este un alt motiv: majoritatea acestor medii au "migrat" pe internet care a devenit mediul oricărei forme de comunicare: orice canal de televiziune poate fi accesat pe internet, orice emisiune este înregistrată și poate fi urmărită de oriunde de pe glob, ultimele producții cinematografice pot fi vizionate prin sistemul "pay per view"; practic, oricine de oriunde poate accesa orice, indiferent de locul în care se află el sau unde se află emițătorul, singura condiție fiind accesul la internet.

4. Un alt motiv de interes este reprezentat de faptul că tinerii sunt cei care utilizează în cea mai mare măsură aceste tehnologii. Aceștia reprezintă, la ora actuală, categoria cu cea mai mare mobilitate, comparativ cu celelalte grupe de vârstă. Indiferent că își continuă studiile sau caută un loc de muncă mai bine plătit, ei migrează, îndeosebi în spațiul european, păstrând însă legătura cu conașionalii lor. Noile medii fac tot mai mult parte din viața lor, în mare măsură chiar această migrație fiind bazată pe informațiile furnizate de mediile la care sunt conectați. Mulți dintre tineri preferă să migreze în zone în care există deja comunități românești, fapt ce le ușurează sensibil adaptarea la noul context de existență.

Identitate și apartenență multiplă - condiția comunităților românești din U.E.

Raportul românilor cu spațiul U.E. este special în primul rând pentru că, spre deosebire de comunitățile de pe alte continente, proximitatea virtuală este completată și de o proximitate geografică: dezvoltarea mijloacelor de transport a făcut ca distanțele dintre România și celelalte țări europene să scadă, practic orice punct al Europei putând fi atins în cel mult 2 ore de mers cu avionul. Dereglementarea transportului aerian a dus la apariția companiilor *low-cost*, fapt care a facilitat accesul unor categorii mai largi de români la aceste mijloace de transport.²⁰ Există și transportul feroviar clasic dar și cel rutier, mai ales. Motivația fiind în principal economică, mobilitatea nu vizează un anumit spațiu geografic, ci depinde de raportul dintre cererea și oferta de forță de muncă, ceea ce înseamnă că restul dimensiunilor rămân descoperite. Spre deosebire de diaspora, transnașionalii nu caută un loc în care să rămână, ci o slujbă bine plătită, fiind gata să plece mai departe dacă nu o găsesc. Chiar dacă rămân, nu renunță la identitatea asumată anterior. Situația lor este diferită de cea a imigranților: venind dintr-o țară europeană, membră U.E., ei se bucură de aceleași drepturi ca

identitatea grupului și întărește sentimentul apartenenței chiar dacă real participantul este la mii de kilometri de locul în care se desfășoară evenimentul. Participantul participă și în sensul că poate interacționa cu cei care sunt la eveniment prin aceea că poate comunica verbal și nonverbal cu aceștia.

²⁰ Astfel, paradoxal se poate ajunge, mai rapid și mai ieftin, în oricare alt colț al Europei decât în anumite colțuri ale României.

și cetățenii țării respective, chiar dacă nu au cetățenia acesteia. Aceasta face ca motivația aculturării, a asimilării, a asumării identității lingvistice a țării de rezidență - condiție a posibilității de a cere cetățenia - să fie destul de redusă, odată ce faptul de a fi cetățean al U.E. este suficient pentru a beneficia de respectivele drepturi. Libertatea de circulație, atât în interiorul acestor țări, cât și între ele, nefiind condiționată de necesitatea obținerii cetățeniei, transnaționali nu vor fi deloc motivați să își asume mai mult decât este nevoie pentru a desfășura activitatea profesională sau educativă pentru care au migrat. În acest fel, ei vor fi motivați să păstreze și să cultive legăturile comunicaționale cu țara de origine. Acest lucru este demonstrat de interesul constant, de prezența și de implicarea transnaționaliilor, îndeosebi în spațiul virtual, în problemele și evenimentele politice. Dacă exilații de altă dată urmăreau desfășurarea evenimentelor din țara de origine cu speranța că o schimbare le va permite reîntoarcerea, dar conștienți că nu de ei depinde această schimbare, că nu pot fi decât spectatori²¹, transnaționali participă activ atât la viața politică cotidiană cât și la evenimentele mai importante: campanii, alegeri etc. Chiar și cei care se stabilesc în alte țări europene și-și întemeiază o familie, nu renunță complet la legăturile cu țara de origine. Noul statut nu mai presupune renunțarea la cetățenia anterioară, cu alte cuvinte nu mai este o formă de presiune în procesul de asimilare culturală. La fel, identitatea ideologică, apartenența politică reprezintă o parte a identității colective, în general, cele două sprijinindu-se reciproc. Experiența transnaționalismului rafinează însă această identitate, introducând note și standarde specifice noului spațiu politic. Un transnațional cu opinii politice de stânga va descoperi atitudini și valori noi, care-l vor ajuta să-și regândească propria opțiune și să caute să o tranferă și în țara de origine. Același lucru se întâmplă și cu cei care împărtășesc atitudini politice de dreapta. Astfel, transnaționali devin un fel de canal de transfer dinspre U.E. spre România a unor conținuturi, valori și standarde ale vieții politice superioare celor uzuale aici, creând astfel condițiile unei dezvoltări a vieții politice românești.

Cu alte cuvinte, intrarea României în U.E. a permis transformarea diasporei românești din Europa într-o comunitate transnațională dinamică, mobilă, care are un impact deloc de neglijat atât asupra stării economice a României, cât și asupra dinamicii societății românești în ansamblu. Este regretabil, desigur, că sute de mii de români au fost și sunt obligați să caute un loc de muncă avantajos în altă parte, dar dacă ținem cont de absența unui capital investițional local, de capacitatea redusă a economiei României de a absorbi forța de muncă, de problemele cu care se confruntă învământul, posibilitatea de a căuta un loc de muncă sau o calificare superioară în Europa este o oportunitate de care, grație transnaționalismului, va profita, într-o zi și propria țară de baștină. Transformarea României dintr-o țară închisă, izolată, cu o "migrație" apropiată de zero într-o țară deschisă, conectată la rețeaua de comunicare europeană reprezintă mai curând o promisiune decât o amenințare pentru dezvoltarea și consolidarea identității colective.

²¹ Sentimentul pe care l-au mărturisit mulți români din diaspora în timpul evenimentelor din decembrie 1989.