

CZU: 325.2:070.1[(478)+(470)(450)(460)]

ATITUDINILE ȘI COMPORTAMENTELE DIASPOREI REDEFINESC SEMNIFICAȚIILE ȘI ROLURILE MASS-MEDIA. CAZUL MOLDOVENILOR DIN AFARA REPUBLICII MOLDOVA STABILIȚI ÎN ITALIA, FEDERAȚIA RUSĂ ȘI SPANIA

*Mihail CREȚU**Universitatea de Stat din Moldova*

Participarea socială, politică, economică și culturală a cetățenilor din comunitățile moldovenești din afara Republicii Moldova capătă relevanță în cadrul relațiilor lor cu țara de origine și cu țara gazdă. Pentru a înțelege mai bine capacitatea moldovenilor de a participa la evenimentele sociale, politice, economice și culturale importante la nivel național și transnațional, o atenție suplimentară trebuie acordată mijloacelor media și formelor de comunicare la care apelează aceștia pentru a-și revendica drepturile, declara necesitățile și expune gândurile. Rezultatele obținute în cadrul studiului denotă că membrii diasporei moldovenești stabiliți în Italia, Federația Rusă și Spania aleg și utilizează mijloace media și forme de comunicare în încercarea de a găsi spații de reprezentare și exprimare, pentru a se manifesta ca cetățeni, ca personalități și ca membri ai diferitelor comunități. În contextele multi-fațetate ale modului în care membrii diasporei moldovenești aleg și utilizează mijloace media și forme de comunicare, am identificat 4 tendințe de bază, și anume: existența a numeroase spații de apartenență; existența și înțelegerea relațiilor naționale și transnaționale; dezvoltarea și manifestarea relațiilor dintre oameni într-un univers interconectat; reevaluarea semnificațiilor conceptelor de „cetățenie” și „apartenență”.

În continuare, am identificat un triplu rol al media care facilitează participarea socială, politică, economică și culturală a moldovenilor de peste hotare: persoana utilizează media pentru a se manifesta ca individualitate; persoana utilizează media pentru a se raporta unui spațiu de apartenență; persoana utilizează media pentru a dobândi un sentiment de siguranță. În acest sens, contribuția studiului este următoarea: sunt identificate și analizate atitudinile și comportamentele moldovenilor din diaspora care duc la alegerea și utilizarea de către aceștia a unor mijloace media și forme de comunicare în defavoarea altora; sunt identificate și analizate modelele de reprezentare și participare socială, politică, economică și culturală a comunităților de moldoveni din afara țării; diaspora moldovenească din Italia, Federația Rusă și Spania este interpretată în corelație cu activismul ei social, politic, economic și cultural, cu scopul de a stabili rezonanța relațiilor moldovenilor din afara țării cu Republica Moldova și țara gazdă.

Cuvinte-cheie: *minorități, diaspora, mass-media, media tradiționale, noile media, rețele de socializare, media transnațională, reprezentare, participare socială, spații de apartenență, atitudini, comportamente, la nivel național și transnațional.*

THE ATTITUDES AND BEHAVIORS OF DIASPORA REDEFINE THE MEANING AND FUNCTION OF MASS MEDIA. THE CASE OF MOLDOVAN DIASPORA IN ITALY, THE RUSSIAN FEDERATION AND SPAIN

The social, political, economic and cultural participation of Moldovan citizens living abroad becomes relevant within their relationships with their country of origin and the host country. In order to better understand the capacity of Moldovans to participate in important social, political, economic and cultural events at national and transnational level, additional attention should be paid to the media and the forms of communication they use to claim their rights, declare their needs and resonate their thoughts. The results of the study show that Moldovan Diaspora members in Italy, the Russian Federation and Spain choose and use media and forms of communication in an attempt to find spaces of representation and expression to manifest themselves as citizens, as individuals and as members of different communities. In the multi-faceted contexts of how members of the Moldovan Diaspora choose and use different media and forms of communication, we have identified 4 basic trends, namely: the existence of multiple places of belonging; the existence and understanding of national and transnational relationships; the development and manifestation of human relationships in an interconnected universe; the re-evaluation of the meaning of the concepts of „citizenship” and „belonging”.

Next we have identified a triple role of the media that facilitates the social, political, economic and cultural participation of Moldovans living abroad: the person uses the media to manifest himself as an individual; the person uses the media to refer to a place of belonging; the person uses the media to gain a sense of security. In this respect, the contribution of the study is as follows: there are identified and analyzed the attitudes and behaviors of Moldovans from diaspora which lead them choosing and using choice and use of certain media and forms of communication to the detriment of others; there are identified and analyzed the models of representation and social, political, economic and cultural participation of Moldovans living abroad; the Moldovan Diaspora in Italy, the Russian Federation and Spain is interpreted through

the means of social, political, economic and cultural activism in order to establish the nature and extent of the Moldovans relationships with the Republic of Moldova and the host country.

Keywords: *minorities, Diaspora, mass media, traditional media, new media, social networks, transnational media, representation, social participation, places of belonging, attitudes, behaviors, national and transnational level.*

Introducere

Deplasarea între locuri dintotdeauna a generat oamenilor dorința puternică de a comunica, de a ține legătura cu cei de acasă sau de a forma noi legături pe parcurs, deși inițial mijloacele de comunicare nu erau atât de sigure ca în prezent. Procesul în sine implică faptul că, odată plecați, aceste persoane își lasă în urmă familia, prietenii și astfel renunță la relațiile sigure cu ei, care s-au consolidat de-a lungul timpului. Pentru a menține aceste relații, pentru a fi la curent cu cele mai importante evenimente din lume și de acasă, inițial au fost scrise multe scrisori și oamenii zăboveau ore întregi lângă radiouri și în fața televizoarelor.

Ziarele au fost și sunt o sursă de informare accesibilă și operativă; cu toate acestea, rubrica de știri internaționale este dedicată doar evenimentelor de mare rezonanță, subiectele de interes regional fiind omise. Dorința de a obține informații despre situația de acasă, corelată fazei de dezvoltare a mijloacelor de comunicare la acea vreme, foarte limitate și lente, au creat premisele necesare dezvoltării noilor mijloace de comunicare. Acestea au facilitat accesul oamenilor la un amalgam de informații. Astfel, ei au obținut cheia la porțile universului informațional, cu acces liber și nelimitat, unde au șansa să vizualizeze și să navigheze între o varietate de conținuturi, după bunul lor plac. Noile tehnologii au facilitat transferul liber și operativ de informații, un avantaj important față de mijloacele tradiționale care suferă la acest capitol. Apariția noilor tehnologii de comunicare le-a permis utilizatorilor să interacționeze direct cu sursele care, la rândul lor, au permis utilizatorilor să interacționeze reciproc.

Noile platforme devin tot mai accesibile. Treptat, intrăm în posesia computerelor personale mai mici, cu capacități de navigare și transmitere a informației mai operative. Progresele tehnologice ating noi culmi odată cu utilizarea largă a laptop-urilor, tabletelor electronice, notebook-urilor și, cel mai recent, a smartphone-urilor. Toate aceste platforme sunt concepute să faciliteze întrunirea și interacționarea între persoane pe arena publică în rețea. Internetul este o resursă datorită căreia oamenii și-au îmbunătățit capacitatea de comunicare. Serviciile disponibile publicului larg, cum ar fi Facebook, Twitter, Skype, Google, YouTube etc., precum și numeroasele aplicații disponibile pe dispozitivele electronice personale au revoluționat modul în care oamenii interacționează astăzi [1]. Noile platforme au dat un nou sens rețelelor și serviciilor informaționale din întreaga lume. Paginile web de știri, televiziune și radio, schimbul de informații și imagini în timp real au redus distanțele dintre oameni. Socializarea în rețea a dus la dezvoltarea și consolidarea unor comunități formate pe bază de interese și necesități comune. A devenit doar o chestiune de timp până când persoanele, cu legături familiale și culturale puternice, să încerce să-și dea întâlnire în cadrul acestor comunități. Comunitățile online oferă o șansă în plus prietenilor și rudelor, care au rupt legătura cu mult timp în urmă, să se regăsească și să comunice.

Potrivit lui Preston Paschal [2], nu mai există dubii că mijloacele media și formele de comunicare sunt tot mai diverse, întrunesc tot mai multe platforme, în cadrul cărora sunt lansate și consumate informații, fără limite. Zilele de hegemonie ale media tradiționale, care prin presa scrisă, televiziune și radio, de-a lungul anilor au promovat idealuri și identități, modele de comportament general acceptate, au apus dacă nu în toate, atunci în majoritatea societăților europene. Dar să nu confundăm lucrurile. Dominația presei scrise și a televiziunii nu a fost înlocuită cu un sistem media nou. În teorie, universul media reprezintă un ansamblu de platforme complexe autonome. În acest sens, media tradiționale continuă să existe și să fie influente, în timp ce noile media își întăresc pozițiile și devin tot mai influente. De exemplu, televiziunea rămâne cea mai populară sursă de informare și accesibilitatea televiziunii pe diferite platforme i-a consolidat statutul de lider în rândul mijloacelor de informare în masă, care continuă să atragă un public larg și variat. În același timp, în pofida faptului că noile media oferă noi oportunități pentru desfășurarea liberului dialog și schimbului de informații, de multe ori acestea adoptă instrumentele utilizate de media tradiționale.

Noile media favorizează libera participare, producerea și evaluarea în comun a conținutului. O echipă de cercetători [3] a Organizației Națiunilor Unite pentru educație, știință și cultură a investigat tendințele actuale în domeniul libertății de exprimare și mass-media și a constatat că media online își extind eforturile și au

ajuns să ocupe un spațiu comunicațional larg, în care mijloacele tradiționale se converg cu cele noi. Eforturile repetate ale instituțiilor în cauză, care de multe ori reprezintă interesele unor actori sociali, politici, culturali și economici puternici, cointeresați să controleze conținutul și fluxul informației, au dat naștere unor dezbateri publice legate de capacitatea noilor media de a asigura utilizatorilor lor un spațiu liber și necompromis. Pe de altă parte, aceste forme sunt contracarate de platformele online incluzive, în cadrul cărora persoane și grupuri de oameni se pot implica într-un schimb liber de informații, pe înțelesul tuturor, conectați împreună prin aceleași interese, limba vorbită și experiențe similare. Spațiile dedicate dialogului și apartenenței au fost dintotdeauna disputate și neliniștite.

Care sunt motivele ce determină oamenii să aleagă și să utilizeze unele mijloace media în defavoarea altora?

Media face parte tot mai activ din viața de zi de zi a oamenilor, îi învață despre viața în familie, în comunitate, le vorbește despre responsabilitățile și drepturile cetățenilor. Media poate stabili locul minorităților într-o societate sau alta, prin frecvența și modul în care sunt reflectate interesele, necesitățile și drepturile acestora în cadrul diferitelor platforme și prin reprezentarea și interpretarea participării minorităților la cele mai importante evenimente sociale, politice și culturale din societate. În același timp, diversitatea mijloacelor media a servit oamenilor în calitate de platformă, în care aceștia nu mai sunt doar receptori, dar participă și în calitate de producători.

Definiția conceptului de „diaspora” ne poate ajuta să răspundem la întrebarea de mai sus. Atitudinile și comportamentele membrilor diasporii ne permit să studiem o serie de tendințe prin care aceștia se raportează la diferite domenii publice la nivel național și transnațional, totodată menținându-și individualitatea.

Camelia Benciu [4] propune o definiție proprie, conform căreia diaspora reprezintă un grup social care există în afara hotarelor unui stat și care a reușit în timp: 1) să-și mențină identitatea națională, culturală sau religioasă de grup datorită unui puternic sentiment de apartenență și legăturilor formale sau informale cu țara de origine; 2) să participe cu succes la evenimentele sociale, politice, economice și culturale importante din țara de origine. Acțiunile cetățenilor din diaspora sunt determinate în mare măsură de motive politice și se evidențiază printr-o implicare emoțională puternică, provocată de dezamăgirea și protestul față de evenimentele de acasă, precum și de statutul lor social în lume. Resursele media în mâinile membrilor unei diaspora reprezintă un instrument în facilitarea relațiilor lor cu țara de origine.

În sens popular, Simona Stănică [5] spune că diaspora se caracterizează prin mobilitatea persoanelor și stabilirea acestora pe tărâmurii noi. Aceste procese sunt determinate de evenimente ce se desfășoară conform principiului cauză-efect. Pentru a înțelege mai bine capacitatea membrilor unei diaspora de a participa la evenimentele sociale, politice, economice și culturale importante la nivel național și transnațional, o atenție suplimentară trebuie acordată mijloacelor media și formelor de comunicare la care apelează aceștia pentru a-și revendica drepturile, declara necesitățile și expune gândurile. Rețelele sociale reprezintă cele mai importante platforme utilizate în acest sens și trebuie studiate minuțios.

Pari Delir Haghghi [6], împreună cu colegii săi de la Universitatea Monash (Australia), a analizat la diferite etape procesele de integrare a media sociale în spațiul mediatic și a stabilit că acestea sunt entități care mobilizează milioane de voci și personalități și, într-o oarecare măsură, sunt instrumente care educă viitoarele generații de cetățeni. Astfel, articolul își are punctul de pornire în obiectivul de a înțelege potențialul și restricțiile comunicării, care are capacitatea de a depăși orice granițe. Aici se impun trei întrebări: Cum se schimbă mass-media? Cum utilizează cetățenii din diaspora mass-media? și Ce rol joacă mass-media în reprezentarea și promovarea dreptului la libera exprimare a acestora?

Reprezentarea corectă și incluzivă a comunităților din diaspora în mass-media este în strânsă legătură cu acțiunile membrilor acestora corelate dorinței lor de a aparține și a se raporta la ceva. Eliezer Ben-Rafael [7] subliniază că membrii comunităților din diaspora, cel mai numeros grup minoritar în Europa, nu sunt considerați cetățeni ai statelor gazdă, deși locuiesc pe teritoriul acestor țări. Aceștia, de cele mai multe ori, sunt parte a unor rețele naționale și transnaționale, care se întrunesc frecvent, inclusiv în spațiul media. Constatările autorului confirmă autenticitatea demersului științific abordat în prezentul articol, prin care dorim să stabilim rezonanța relațiilor la nivel național și transnațional a comunităților din diaspora cu țara de origine și țara gazdă, relații facilitate de mass-media. În acest sens, au fost înregistrate tendințele moldovenilor din afara țării de a alege și utiliza mijloacele media și formele de comunicare, de a se mobiliza și interacționa,

fiind analizată și rezonanța mesajelor lansate de aceștia la nivel național și transnațional. Acest articol scoate în evidență faptul că mass-media sunt și trebuie înțelese în calitate de spații în cadrul cărora comunitățile din diaspora tot mai frecvent discută despre interese și necesități, fac declarații și se mobilizează. Dedicat aspectelor de comportament, articolul analizează în mod special caracterul complex al modelelor de comunicare și mobilizare a moldovenilor de peste hotare și consecințele acestora în vederea exprimării apartenenței lor la diferite entități culturale și politice.

Nando Sigona [8] și alți membri ai echipei de cercetare în cadrul *Oxford Diasporas Programme* au conchis asupra faptului că oamenii din diaspora alcătuiesc în Europa grupul minoritar cel mai activ din punct de vedere social, politic, economic și cultural. Aceștia locuiesc și în dese cazuri sunt cetățeni ai mai multor state europene și, în același timp, sunt inițiatori și participanți la multiple evenimente sociale, politice, economice și culturale de mare amploare care au loc la nivel național și transnațional și fac acest lucru în mare parte prin intermediul mass-media. Aceste persoane utilizează diferitele mijloace media și forme de comunicare în moduri care se alimentează din dorința lor pentru identitate și apartenență. Argumentele solide în favoarea potențialului mijloacelor media și de comunicare de a pune acești oameni în poziția de a-și revendica în mod liber și imediat drepturile și libertățile au fost confirmate mai ales odată cu consolidarea rețelelor sociale online.

Olga Bailey Guedes [9] vorbește despre faptul că rețelele sociale online reușesc să anuleze constrângerile media tradiționale față de minorități, oferind acestora spații de exprimare multiple și accesibile. Prin intermediul platformelor sociale cetățenii din diaspora își declară în mod deschis și vocal insatisfacția față de acțiunile țării gazdă și ale țării de origine. Speranțele și temerile oamenilor dimensionează modul de funcționare a media.

Care este capacitatea de influență a discursurilor virtuale asupra proceselor decizionale la nivel național și transnațional?

Odată cu dezvoltarea și consolidarea internetului și a noilor tehnologii informaționale, rețelele de socializare au devenit indispensabile actului comunicării dintre Moldova și cetățenii săi din străinătate. Rețelele de socializare online pot determina persoanele să fie active și în viață reală, precum și să întărească dorința acestora de a participa la unele evenimente ce au loc în țara de origine sau, mai mult, să revină acasă. Shelley Boulianne [10] evidențiază faptul că prin intermediul rețelelor de socializare persoanele și grupurile de oameni pot accesa, de asemenea, diferite surse de finanțare. De exemplu, proiectele mai mici, locale, cărora le este restricționat accesul la bani și alte resurse organizatorice, în spațiul public virtual devin mai vizibile și astfel implementatorii pot solicita și face rost de acestea. În acest fel, persoane cu inițiativă din diaspora pot participa la diferite evenimente din țara lor de origine, pot contribui direct și investi în proiecte, ceea ce contribuie la consolidarea sentimentului lor de apartenență.

Arena virtuală a reușit să aducă laolaltă un grup care până nu demult era foarte dezbinat. În funcție de necesitățile utilizatorilor, există diverse platforme care asigură accesul lor la rețea, facilitează comunicarea între persoane și grupuri de oameni. De exemplu, ne este cunoscută resursa Google [11] ca motor de căutare în Internet, însă această opțiune este doar una dintre numeroasele servicii pe care le oferă Google. În acest sens, pentru a facilita participarea în rețea a utilizatorilor, sunt disponibile o serie de opțiuni pentru stocarea și transmiterea informațiilor și multe alte opțiuni de utilitate imediată. Documentele și fișierele cu informații pot fi stocate și transmise ușor între grupuri largi de utilizatori ai Google, care pot conține texte, fotografii și imagini video, utilizate atât în scop personal, cât și în alte scopuri. Utilizatorii mai pot posta informații, fotografii, se pot alătura unor grupuri pe bază de interese comune, pot face actualizări și pot primi notificări de la persoanele și grupurile ai căror membri sunt.

O altă resursă este Facebook [12], care în ultimii ani a devenit platformă dominantă în rândul rețelelor de socializare disponibile pe Internet, numărul utilizatorilor activi depășind în 2017 cifra de 1,5 miliarde. Aceștia pot posta statusuri și mesaje de stare și se pot implica în schimburi de mesaje, fotografii și imagini video; pot primi notificări de la alți utilizatori sau alte grupuri. Numai pe Facebook putem găsi următoarele grupuri: asociația emigranților moldoveni din Italia „Assomoldave”; asociația de promovare socioculturală „Doina”; ziarul moldovenilor din Italia „Gazeta Basarabiei”; asociația moldo-italiană pentru colaborare și integrare „A.M.I.C.I.”; Centrul național cultural moldovenesc în Rusia „Luceafărul”; societatea culturii moldovenești în Rusia „Speranța”; organizația obștească național-culturală moldovenească în Rusia „Bucuria”; asociația obștească în Spania „ARBS Basarabia”etc. Toate aceste grupuri iau într-o atenție sporită evenimentele sociale, politice, economice și culturale ce se desfășoară în Moldova.

Unul dintre scopurile principale ale rețelelor de socializare online este promovarea unui sentiment de apartenență comunitară, în cadrul cărora utilizatorii se pot implica în schimburi de informații, mesaje, opinii și, adițional, pot oferi reacții de răspuns acestora. Accesul la tribuna publică virtuală nu este restricționat și nu aparține în mod exclusiv unor grupuri cointeresate. Plasarea diverselor informații și exprimarea liberă a opiniilor corelate acestora încurajează dezvoltarea unui dialog care uneori escaladează în dispute verbale mai aprinse, ceea ce ne amintește un pic de modul de a fi tipic moldovenesc. Spațiul virtual nu este nici diferit, nici identic cu spațiul fizic, dar ambele au aceleași reguli de joc. Datorită calității efemere a informației, subiectele de discuții sunt multiple și diverse, cu tabere de pro și contra și care în timp își pierd din actualitate [13].

Complexitatea actului comunicării în care sunt implicați moldovenii din afara țării și modul în care aceștia participă în cadrul unor procese de comunicare în alimentarea sentimentului lor de apartenență este abordat în cadrul unor interviuri realizate cu membrii diasporei moldovenești stabiliți în Italia, Federația Rusă și Spania, desfășurate în perioada mai-august 2017. Încă de la etapele inițiale am constatat că membrii diasporei moldovenești sunt participanți ai unui univers media aflat la intersecția dintre media tradiționale și noile media, care coexistă, toate având roluri diferite în viața lor. Rezultatele obținute în urma cercetării empirice au arătat că membrii diasporei moldovenești utilizează mijloacele media și formele de comunicare împreună și în mod repetat. Pentru moldoveni, comunicarea în cadrul rețelelor sociale online are loc în mare parte în limba română. Pe unele platforme aceștia interacționează în română și rusă, în timp ce alte platforme sunt disponibile exclusiv în limba rusă. Aceste constatări atestă faptul că diaspora moldovenească continuă să interacționeze în limba maternă și să acționeze în calitate de ambasador al culturii și tradițiilor moldovenești. Răspunsurile respondenților în legătură cu alegerea și utilizarea mijloacelor media, influențate de o dorință puternică de apartenență, ne-au dezvăluit un univers complex, format din numeroase și diverse platforme și căi la care recurg acești oameni în încercarea de a obține o înțelegere despre poziția lor în societate în calitate de minorități naționale.

Rezultatele obținute ne vorbesc și despre rolul sporit pe care îl joacă în viața respondenților televiziunea transnațională, precum și despre diversitatea căilor la care aceștia recurg atunci când utilizează Internetul. Răspunsurile au confirmat de asemenea că majoritatea participanților la studiu (90%) utilizează atât mijloacele media în limba română, cât și pe cele disponibile în limba țării gazdă, fapt ce denotă manifestarea diasporei moldovenești atât în mediul național, cât și în mediul transnațional. Cazurile Italiei, Federației Ruse și Spaniei au fost selectate la etapa de cercetare calitativă deoarece aici găsim cele mai largi comunități de etnici moldoveni. Au fost realizate câte 20 de interviuri cu membri ai diasporei moldovenești pentru fiecare caz în parte. Potrivit datelor raportului publicat de Global Web Index [14], în corelație cu modul diferit în care persoanele cu vârste diferite se manifestă și participă din punct de vedere social și politic, respondenții au fost repartizați după criteriul de vârstă în 3 grupuri, și anume: 15-30 ani, 31-45 ani și 46 și mai mulți ani. Curios este faptul că, deși participanții la studiu se deosebeau după gen, vârstă, loc de trai, nivel de trai, am identificat totuși o serie de tendințe de a utiliza mijloacele media și de a participa la actul comunicării în mod similar.

Un alt aspect important este că moldovenii aleg și utilizează zilnic multiple și diverse mijloace media și căi de comunicare. Diferențele dintre respondenți s-au dovedit a fi mai evidente la nivelul conținutului mesajelor consumate, unde ciocnirea dintre generații putea fi sesizată cu ușurință. Rezultatele obținute în cadrul cercetării denotă și faptul că membrii diasporei moldovenești stabiliți în țările investigate aleg și utilizează mijloace media și forme de comunicare în încercarea de a găsi spații de reprezentare și exprimare, pentru a se manifesta ca cetățeni, ca personalități și ca membri ai diferitelor comunități.

Participarea în spațiul informațional: aspecte de incluziune, libertatea de exprimare și comunicare

Olga Bailey Guedes [15], împreună cu colegii săi, a stabilit că diversitatea mijloacelor media și a formelor de comunicare nu este un subiect asociat în mod exclusiv progresului tehnologic, ci are tangențe și în modul în care noile tehnologii permit și, uneori, restricționează accesul la informație, libera comunicare și exprimare. În contextele multi-fațetate ale modului în care oamenii din diaspora aleg și utilizează mijloacele media și formele de comunicare, autoarea a identificat 4 tendințe de bază, și anume:

- existența a numeroase spații de apartenență (oamenii se deplasează între numeroase și diverse spații de apartenență, fizice sau imaginare);
- existența și înțelegerea relațiilor transnaționale (prestația socială și politică a comunităților din diaspora se extinde dincolo de granițe, la fel și sentimentul de apartenență al membrilor acestora);

– dezvoltarea și manifestarea relațiilor dintre oameni într-un univers interconectat (pentru mulți, comportamentul în rețea stabilește forme de comportament general acceptate);

– reevaluarea semnificațiilor conceptelor de „cetățenie” și „apartenență” (acestea acționează în afara sferei sensului general-acceptat pentru a include numeroasele și diversele evenimente și experiențe care le conferă mai mult sens).

Datele obținute în cadrul studiului atrag atenția asupra mai multor experiențe, interese, necesități și preocupări ale diasporei moldovenești din Italia, Federația Rusă și Spania. În acest sens, am urmărit să identificăm și să analizăm provocările și oportunitățile în spațiul media pentru libera exprimare, comunicarea, apartenența și reprezentarea membrilor acestui grup. Am determinat că pentru a înțelege cât mai bine rolul media în viața de zi cu zi a moldovenilor din afara țării trebuie să acordăm atenție în primul rând atitudinilor și comportamentelor acestora în direcția alegerii și utilizării mijloacelor media și a formelor de comunicare. În acest context, în cadrul studiului am identificat un triplu rol al media care facilitează participarea oamenilor la evenimentele sociale, politice, economice și culturale importante la nivel național și transnațional, și anume:

– persoana utilizează media pentru a se manifesta ca individualitate. Moldovenii aleg și utilizează diverse mijloace media disponibile în limba lor și care le asigură conexiunea cu diferite grupuri la nivel național și transnațional. Acest tip de media pune utilizatorii săi în poziția de a fi în deplin control asupra conținutului și formei mesajului. Într-o oarecare măsură, acestea pot fi numite media specializate, în cadrul cărora se întrunesc grupuri de oameni cu interese și necesități comune, care aparțin aceleiași etnii sau grup minoritar, se manifestă la nivel național și transnațional, au aceleași preocupări și decid singuri asupra regulilor de joc. Protejați de un sentiment de siguranță și incluziune, acționează ca individualități și în același timp ca parte a unei comunități. Aceste media sunt disponibile pe multiple și diverse platforme care creează tuturor utilizatorilor oportunități egale de a-și găsi un loc de refugiu, în care să fie auziți și ascultați. Cu toate acestea, chiar și aici sunt duse lupte aprige pentru control și influență. Totuși, acest model nu poate fi considerat un remediu deplin al problemelor de participare, reprezentare, apartenență și liberă exprimare cu care se confruntă comunitățile din diaspora;

– persoana utilizează media pentru a se raporta unui spațiu de apartenență. Acest tip de media permite moldovenilor ce provin din diferite medii sociale, cu ideologii, vârste, ocupații și venituri diferite să se întunească în spații publice și să-și revendice poziția în cadrul unor comunități alternative în care interacționează și se dezvoltă permanent, provoacă ierarhiile preexistente și care reprezintă o punte de lansare pentru noi lideri de opinie;

– persoana utilizează media pentru a dobândi un sentiment de siguranță. Rezultatele obținute la etapa calitativă a studiului denotă că majoritatea membrilor diasporei moldovenești aflați în cele trei țări investigate apelează la multiple surse media, tradiționale și noi. Media de multe ori funcționează ca liant între oamenii dispersați în diferite țări și orașe și reîntregește comunități separate.

La general, media abordează persoanele și grupurile de oameni ca parte a unei societăți, evidențiind particularitățile comune și deosebiriile dintre aceștia ca parte a mai multor comunități în cadrul unei singure comunități și stabilește oportunitățile și provocările în calea conviețuirii acestora în așa fel încât cu toții să se manifeste ca individualități, fără să îngreuească drepturile și libertățile celorlalți. Triplul rol al media, prezentat mai sus, demonstrează cel mai bine capacitatea media de a reprezenta comunitățile din diaspora și ilustrează căile de participare a membrilor acestora în spațiul respectiv. Totodată, denotă varietatea mijloacelor disponibile, precum și rolurile diferite ale acestora ca elemente ale unui univers media complex și interconectat.

Majoritatea participanților la studiu și-au declarat sentimentul de înstrăinare față de țara gazdă pe motiv de marginalizare și discriminare

Monica Kim [16] a analizat spațiile de apartenență virtuale și a dedus că comunitățile virtuale sunt o expresie a nesiguranței și vulnerabilității, de altfel, două stări pe care mulți moldoveni le resimt în țările gazdă. Analiza acestor comportamente ne poate ajuta să înțelegem cum unii oameni decid să găsească refugiu în comunități îndepărtate în pofida celor din apropiere imediată, ca modalitate de protecție împotriva marginalizării și discriminării la care sunt expuși. Afilierea moldovenilor la aceste comunități îi ajută să depășească cazurile de discriminare și marginalizare împotriva lor.

Media și actul comunicării sunt realități ale vieții de zi cu zi și în cadrul acestora sunt create imagini despre sine și despre mediul înconjurător. Aici, mesajul își are sursa în valorile și credințele personale ale emițătoru-

lui, dar prinde contur în filtrul valorilor și credințelor receptorilor. Alegerea și utilizarea mijloacelor media reprezintă suma valorilor și credințelor unei persoane. Utilizatorii mai versați își mobilizează valorile și concepțiile în așa fel încât să producă tendințe și comportamente generale, inițiind spații de dialog complexe, care organizează inclusiv lumile celorlalți participanți. Internetul în sine facilitează libera alegere sau, cum am menționat anterior, călătoria între diverse surse. Aici, utilizatorul deține un sentiment de putere absolută și control asupra informației, fiind acela care în ultimă instanță decide ce să producă și ce să consume, după bunul lui plac. Nu mai puțin important este faptul că, în timp ce relațiile dintre oameni sunt restricționate de numeroși factori determinați de particularitățile de vârstă, clasă socială, sex, educație, nivel de trai, loc de trai etc. ale acestora, comunicarea online este mereu accesibilă pe platforme și prin mijloace multiple și oferă persoanelor oportunități egale de a se exprima și manifesta liber. Sentimentul de a controla conținutul și fluxul informațiilor și comunicării induce suficientă încredere oamenilor că sunt parte a unei lumi în care părerea lor contează și este luată în considerare.

În cadrul studiului am stabilit că valorile și concepțiile unei persoane prind contur mai ales când aceasta se manifestă pe platforme multiple, în cadrul cărora formează numeroase relații cu oameni și locuri și împreună creează sensuri despre lume. Atât media tradițională, cât și noile media, prin diversitatea conținutului, accesibile în diverse limbi și la nivel transnațional, asigură oamenilor acel sentiment de securitate și apartenență, atât de necesar lor. În Republica Moldova, mai ales în ultima vreme, diaspora moldovenească și-a anunțat disponibilitatea de a participa la soluționarea problemelor de mare rezonanță cu care se confruntă țara pe plan local și internațional. Căile de participare sunt multiple: de la ambasadori, donații, dialog până la tragerea la răspundere a autorităților și desfășurarea de proteste. Pe diferite căi legale, comunitățile din diaspora pot direcționa acasă resurse importante în susținerea unor inițiative pozitive.

La început, în calitate de premisă pentru acest studiu a servit teza că alegerea și utilizarea mijloacelor media și a formelor de comunicare se află în strânsă legătură cu activitățile cotidiene ale oamenilor. Această premisă, de fapt, a avut la bază două motive. Demersul analitic inițial a avut sarcina să ne ajute să înțelegem mai bine modul în care membrii diasporei moldovenești aleg și utilizează diverse mijloace media și forme de comunicare și, în aceeași măsură, să obținem o imagine mai clară a barierelor și oportunităților pe care le oferă media moldovenilor de a se manifesta și exprima liber.

Datorită accesibilității și diversității mass-media, diaspora poate accesa numeroase surse de informare și prin platforme diferite se poate implica în procese de discuție și comparație a informațiilor. Informațiile ajung la receptori în timp real și generează reacții imediate, ceea ce îi transformă în participanți relevanți și implicați direct. Cel puțin opt elemente contribuie la consolidarea acestei relații: menținerea anonimatului; disponibilitatea și accesibilitatea informației; volumul și diversitatea informației disponibile; viteza cu care poate fi accesată și distribuită informația; participarea utilizatorilor pe bază de interese și necesități comune; caracterul subiectiv al informației; accesibilitatea informației în diferite formate; lipsa reglementărilor stricte cu privire la accesarea și participarea utilizatorilor în spațiul public virtual. Controlul exercitat de public asupra informației prin noile media a extins capacitatea oamenilor de a-și revendica dreptul la libera exprimare. În prezent, o persoană deține controlul asupra mijloacelor media și informațiilor pe care dorește să le acceseze și în același timp poate produce și distribui informații personale. Membrii diasporei moldovenești se întrunesc pe arena publică virtuală, lansează idei și participă în dezbateri cu privire la diferite evenimente sociale, politice, economice și culturale importante ce au loc acasă și la nivel internațional. Mass-media împuternicește cetățenii din comunitățile moldovenești din afara Republicii Moldova să se manifeste în mod liber și cu impact important asupra evenimentelor sociale, politice, economice și culturale de mare amploare din viața lor.

Concluzii

Astăzi, mai mult ca niciodată, media reprezintă un produs al multitudinilor de atitudini și comportamente personale, care se spune că s-au dezvoltat în detrimentul relațiilor interpersonale mai tradiționale. Unii autori, la care am făcut referință în acest articol, au confirmat acest lucru, dar majoritatea consideră că media mai degrabă consolidează decât rup formele relaționale tradiționale, cum ar fi familia și comunitatea, pentru a repara în special rupturile provocate de migrație și mobilitate. Cu certitudine, media este un catalizator important al relațiilor informale și poate fi, în anumite circumstanțe, un mijloc primar de relaționare. În prezent, comunitățile din diaspora sunt primii beneficiari ai serviciilor media, multiple și diverse, prin intermediul cărora reușesc să se manifeste și să participe la evenimentele sociale, politice, economice și culturale la nivel național și transnațional, în principal prin intermediul rețelelor de socializare.

Avantajele media sunt multiple și importante pentru viața de zi cu zi a oamenilor din diaspora, dar nu mai puțin important este și faptul că impactul pe care îl au mesajele și relațiile în mediul online de cele mai dese ori nu se transpune în intensitate și offline. Mai exact, chiar dacă ușurința de comunicare în cadrul media sociale aduce beneficii majore comunităților din diaspora, acest lucru poate să nu aibă niciun impact asupra formelor de excluziune, marginalizare sau discriminare cu care se confruntă membrii acestora în viața reală. Moldovenii din diaspora nu sunt o excepție și răspunsurile intervievaților au prezentat foarte elocvent această situație. Totodată, în cadrul studiului am stabilit că media priește în mod special principiilor sociale ca diversitatea și toleranța, în loc să anuleze granițele internaționale. Îndeosebi, media sociale reprezintă o modalitate eficientă de exprimare a diferenței culturale, în cadrul cărora persoane și grupuri de oameni se pot întruni și discuta în limba lor, fără constrângeri.

În realitate, utilizatorii media contribuie cel mai mult la dezvoltarea continuă a diverselor platforme. Atât timp cât oamenii interacționează în spațiul mediatic, prin căi multiple și diverse, platformele media se adaptează formelor de comportament ale utilizatorilor. De exemplu, rețelele sociale, cum ar fi Facebook, sunt considerate mai conservatoare, din simplul motiv că utilizatorii din întreaga lume evită aici postările politice și religioase. Spre deosebire de Facebook, aplicațiile de socializare mai personale, de genul WhatsApp, pot fi aplicate în evenimente importante care pot provoca schimbări sociale sau politice.

Formele de comunicare au evoluat în așa măsură, încât azi, utilizând media, oamenii comunică eficient prin fotografii și imagini, se pot exprima oricând și prin intermediul formelor grafice de comunicare.

Cu toate că media tradiționale continuă să existe și să fie influente, noile media își consolidează pozițiile și devin tot mai influente. Elocvente în acest sens sunt inovațiile propuse de noile media, cum ar fi faptul că acestea au creat un nou gen de comunicare, bazat pe grupuri. Înainte de media sociale, produsul mediatic era consumat exclusiv în intimitate, în fața televizorului sau lângă radio, cu ziarele sau scrisorile în mână ori la telefon. În schimb, media sociale sunt dedicate în principal grupurilor și permit întrunirea unui public de diferite dimensiuni și cu grade de intimitate diferite. Datorită media, diaspora întreține mereu relațiile cu cei apropiați din țara de origine. Pentru multe persoane din diaspora, care trăiesc departe de familiile lor, mediul online este spațiul de apartenență de bază, unde își petrec cea mai mare parte a timpului. Fiind departe de cei dragi, aici sunt capabili să redefinească simțul proximității și să mențină legătura cu apropiații.

În lumina rezultatelor obținute, am constatat că mass-media nu-i face pe oameni mai individualiști. Chiar dacă pe parcursul studiului am atestat atitudini și comportamente ale moldovenilor din diaspora care au dat dovadă de individualism, acestea au fost în minoritate. Pentru a întreține relații și a comunica, pentru a se manifesta și a participa cât mai eficient împreună la diferite evenimente sociale, politice, economice și culturale, oamenii folosesc diverse platforme. Totodată, în dependență de platformele utilizate, viața privată a persoanei poate deveni obiect de discuții în spațiul public, fapt ce transformă procesele de alegere și utilizare a media într-o problemă socială și morală. Contrar criticilor aduse unor autori vizați în acest articol, care susțin că media sociale sunt o amenințare la adresa vieții private, mulți dintre participanții la studiu au vorbit despre faptul că utilizează media pentru a evada din realizarea vieții cotidiene, marcate de agitație și stres pe care-l resimt zilnic. Pentru unii din ei, media poate fi singura nișă unde își pot găsi un loc al lor, unde își pot petrece timpul, singuri sau împreună cu cei apropiați.

Referințe:

1. Raportul *Digital Media and Society: Implications in a Hyperconnected Era*, proiectul *Shaping the future implications of digital media for society*, Forumul Economic Mondial, 2016
http://www3.weforum.org/docs/WEFUSA_DigitalMediaAndSociety_Report2016.pdf
2. PASCHAL, P. *Reshaping communications: technology, information and social change*, 2001, p.240-273.
3. GAGLIARDONE, I., GAL, D., ALVES, P.T. and MARTINEZ, S.G. *World trends in freedom of expression and media development*. UNESCO, 2015, p. 94-108. <http://unesdoc.unesco.org/images/0023/002349/234933e.pdf>
4. BECIU, C. Diaspora și experiența transnațională. Practici de mediatizare în presa românească. În: *Revista Română de Sociologie*, 2012, p.51-53. <http://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr.1-2-2012/03-CBeciu.pdf>
5. STĂNICĂ, S. Diaspora și fenomenul de brain drain. În: *Revista Română de Sociologie*, 2013, p.388-398. <http://www.revistadesociologie.ro/pdf-uri/nr.5-6-2013/04-SStanica.pdf>
6. HAGHIGHI, P.D., BURSTEIN, F., Li H. and WANG, C., *Integrating social media with ontologies for real-time crowd monitoring and decision support in mass gatherings*, Universitatea Monash, 2013.

https://www.researchgate.net/publication/236897641_Integrating_social_media_with_ontologies_for_real-time_crowd_monitoring_and_decision_support_in_mass_gatherings

7. BEN-RAFAEL, E., STERNBERG, Y., BOKSER, L.J. and GORNY, Y. Transnationalism: diasporas and the advent of a new (dis)order. In: *International Comparative Social Studies*, 2009, p.75-101.
8. SIGONA, N., GAMLEN, A., LIBERATORE, G. and KRINGELBACH, H.N. *Diasporas reimaged spaces, practices and belonging*. Oxford Diasporas Programme, 2015, p.32-41.
<http://www.migration.ox.ac.uk/odp/Diasporas%20Reimagined%20full%20book%20low%20res.pdf>
9. GUEDES BAILEY, O. Diasporas in online spaces: practices of self-representation and belonging. In: *Mediating cultural diversity in a globalized public space*, 2012, p.21-33.
10. BOULIANNE, S. *Social Media Use and Participation: A Meta-analysis of Current Research*, Revista Information, Communication and Society, 2015.
11. <https://en.wikipedia.org/wiki/Google>
12. <https://en.wikipedia.org/wiki/Facebook>
13. https://en.wikipedia.org/wiki/Online_community
14. Global Web Index. Raportul *Digital vs Traditional Media Consumption*, 2017.
http://dewina-journal.foutap.com/wp-content/uploads/2017/03/Digital_vs_Traditional_Media_Consumption.pdf.pdf
15. GUEDES BAILEY, O., CAMMAERTS, B. and CARPENTIER, N. Understanding alternative media. In: *Issues in Cultural and Media Studies*, 2007, p.63-72. <https://comunepersoal.files.wordpress.com/2011/02/nderstanding-alternative-media-issues-in-cultural-and-media-studies.pdf>
16. KIM, M. The good and the bad of escaping to virtual reality. In: *The Atlantic*, 2015.
<https://www.theatlantic.com/health/archive/2015/02/the-good-and-the-bad-of-escaping-to-virtual-reality/385134/>

Prezentat la 18.09.2017