

Păstrarea identității naționale. Comunicarea prin Internet

Mirela Zelca

Sfârșitul comunismului a dus la instaurarea unei noi ordini democratice, aruncând aproape toate țările fost comuniste într-o criză economică, socială și morală. În afară de problemele de acest gen, statele naționale se confruntă azi cu problemele generate de proiectul integrării în Uniunea Europeană. Tranziția de la totalitarism și centralizare la democrația pluripartidă a determinat o puternică recrudescență a naționalismului, astfel încât, deși Europa se îndreaptă spre o unificare totală, ea trăiește tensiunea divizării sale la nivel de identități naționale.

În lumea latinității, identitatea – *identitas* – provine din *id* și *ens*, adică dintr-un pronume și un substantiv care, ca noțiune, desemnează însăși esența (*ens* = ceea ce *este în sine* și se manifestă *existând*). Identitatea individului se construiește prin interacțiunea cu alții – ne referim aici la identitatea socială, definită ca fiind „conștiința individului că face parte dintr-un anumit grup social, împreună cu o anumită semnificație axiologică și emoțională legată de faptul că este membru al grupului”¹. Considerând acest grup ca fiind națiunea, apare conceptul de identitate națională. Identitatea națională este o sinteză a caracteristicilor specifice unor structuri sociale și economice, lingvistice, culturale și politice ale națiunii respective. Ea se reconstruiește permanent, îmbinând trecutul cu prezentul și fiind strâns legată de conștiința națională.

În ultimul timp s-au accentuat particularitățile etnice, a renăscut naționalismul, s-a intensificat etnocentrismul. Popoarele simt nevoia din ce în ce mai acută de a revalorifica propriile particularități culturale, însă, în același timp, este recunoscută și nevoia dialogului și a schimbului de valori la nivel internațional. Grigore Georgiu numește acest fapt „tensiune între logica integrării și logica diferențierii”², în sensul că, la nivel național, se simte atât nevoia de comunicare în plan intercultural, cât și de afirmare a propriei identități și a propriilor particularități.

Obiectivele Uniunii Europene par realizabile, dar ducerea lor până la capăt întâmpină un obstacol greu: acela al identității naționale. Chiar dacă tendința generală este de a se desființa granițele teritoriale (cum s-a întâmplat, de exemplu, între Germania și Franța), totuși, este greu de crezut că se va putea realiza vreodată desființarea granițelor lingvistice, a „sistemului de izoglose”³,

¹ Tajfel, Turner 1979: 33-47. Tajfel enumeră și câteva funcții ale identității sociale: mijloc al auto-definirii, mijloc al interacțiunii cu cei care împărtășesc aceleași valori, mijloc de a te autodefini, prin contrast, cu alții care sunt membri ai altui grup.

² Georgiu 1997: 46.

³ Coșeriu 1999: 33.

deoarece conceptul de limbă națională s-a dovedit destul de rezistent în timp. Ideea de „națiune” conține „efectiv un component lingvistic, dat fiind faptul că o națiune se delimitează, de asemenea, prin limba sa”⁴.

„Poartă-te cum îți e portul și vorbește cum ți-e vorba” este o veche vorbă românească, de care ar trebui să ținem seama mai ales azi, când, agresați de modele culturale și lingvistice importate, mai ales prin intermediul mass-media, ne remodelăm comportamentul și ne stâlcim limba.

Acest fenomen a apărut o dată cu transformările sociale, economice și culturale ale secolului al XX-lea, atunci când viața modernă a impus și noi mijloace de comunicare – ne referim la o serie de mijloace de comunicare în masă. Acestea sunt denumite tot mai frecvent *multimedia*⁵. O amplă definiție a noțiunii de „multimedia” este dată și de Tay Vaughan⁶. Ele au apărut ca urmare a combinării industriilor mass-media cu industriile calculatoarelor și cu sistemele de telecomunicații, având la bază ideea convergenței⁷. Datorită acestor convergențe au ieșit pe piață sistemele „on-line” – de la poșta electronică (e-mailul), prin care se transmit mesaje personale unor receptori cunoscuți sau necunoscuți, la World Wide Web (www), prin care mase enorme de oameni au acces la bănci de date strânse în diverse situri.

Trăim, deci, într-o cultură electronică, audio-vizuală (era Marconi), în care „lumea tinde să devină o mare familie, un stat global”⁸. Cu siguranță că Internetul își are partea sa de „vină” la formarea acestei „familii”, fiind cea mai facilă și cea mai rapidă modalitate de comunicare. Cu ajutorul lui se poate stabili oricând o legătură, se pot transmite, într-un timp record, informații în toate colțurile lumii, iar prețurile sunt minime sau sunt suportate de instituțiile în care oamenii își desfășoară activitatea.

Ce este Internetul⁹?

⁴ Coșeriu 1999: 69.

⁵ Monet 1998: 9

⁶ Vaughan 2002: 1: „multimedia reprezintă orice combinație de text, elemente de grafică, sunete, animație și secvențe video, care ajunge la dumneavoastră prin intermediul calculatorului sau al altor mijloace electronice. Stimulează ochiul, urechea, degetele și, cel mai important, creierul”.

⁷ Ideea convergenței a fost teoretizată de Nicholas Negroponte, încă din 1978, cercetător la Institute of Technology, Massachusetts.

⁸ Stoiciu 1981: 31-32

⁹ Cf. Vaughan 2002: 256, care afirmă că: „Internetul a fost la început o rețea pentru cercetare, creată de Advanced Research Project Agency (ARPA) din Departamentul de Apărare al Statelor Unite, primul nod al rețelei fiind instalat la University of California din Los Angeles, în septembrie 1969. În 1989, responsabilitățile și administrarea ARPANET au trecut oficial din mediul militar în cel academic, iar institutele de cercetare și universitățile au devenit, treptat, utilizatorii de bază”. Pe 24 octombrie 1995, Consiliul Federal al Rețelelor a adoptat o rezoluție privind definirea termenului de „Internet”, v. http://www.itrd.gov/fnc/Internet_res.html.

Din punctul de vedere al teoriei comunicării, este clasificat ca fiind o comunicare mediată tehnologic, deci indirectă, poate fi catalogat drept „many-to-many” (dacă ne referim la paginile web). Emițătorul poate fi un grup de persoane sau o singură persoană, receptorul poate fi oricare dintre noi. Conținuturile transmise pot fi elaborate de specialiști, dar și de persoane particulare. Atinge audiențe mari, eterogene, depărtate geografic, oferă facilități de dialog personal (fiecare sit are și o adresă de e-mail sau o persoană de contact), dar și de comunicare între vizitatorii sitului respectiv, prin organizare de forumuri, în care fiecare își exprimă părerea față de o temă în discuție, sau față de prezentarea vizuală a sitului respectiv. Mai important este faptul că în acest tip de comunicare, nu există bariere sociale, politice, rasiale, accesul la informație fiind democratizat – așa se explică de ce Internetul are astăzi atât de mulți utilizatori, mai ales din rândul celor tineri. Computerul (pe care îl identificăm ca fiind canalul de transmitere) a universalizat ideea de dialog, fiind „eroul comunicării”¹⁰.

Dar care este legătura dintre păstrarea identității naționale și comunicarea prin Internet?

Răspunsul este dat de prezența tot mai mare a paginilor web românești din alte țări. Pentru a păstra legătura cu patria-mamă, dar și pentru a consolida relațiile din interiorul diasporei, comunitățile de români din afara granițelor au apelat, (pe lângă alte surse mass-media: publicații, posturi de radio și TV proprii) și la acest mijloc de comunicare.

Comunitățile s-au format datorită conștiinței naționale, spiritului apartenenței la o anumită cultură, la o anumită limbă. Acesta este și motivul pentru care paginile web sunt realizate în limba română (uneori și cu versiunea în limba engleză), ca simbol apare întotdeauna steagul românesc alături de cel al țării respective sau alte simboluri tipic românești: Brâncuși, oale de lut, etc. Apar pe Internet pagini web ale românilor din SUA – cele mai multe din Canada, din Australia, Danemarca, Irlanda, Italia, Olanda, Portugalia, Germania, Franța, Anglia și chiar din Liban, Japonia și Noua Zeelandă. Ce își propun aceste situri? Foarte multe își declară scopul și obiectivele în pagina de început: „contribuie la revirimentul moral și spiritual al românilor; contribuie la integrarea spirituală, rededeptarea conștiinței naționale (...)”¹¹, „promovează programe culturale românești”¹², fac cunoscute „aspecte ale culturii românești (...)”, creează un „spațiu unde se pot discuta probleme românești”¹³, doresc „să continue tradiția, să fie uniți și să crească împreună”, „să promoveze valorile culturii române”¹⁴, „păstrarea, creșterea și promovarea valorilor culturale și spirituale ale românilor

¹⁰ Bârliba 1987: 205.

¹¹ http://www.netside.net/uniunea_romanescă/principii.html

¹² <http://www.romanianculturecentre.org.uk>.

¹³ http://www2.uiuc.edu.ro/RomClub/rom/despre_f.html.

¹⁴ <http://grove.ufl.edu/~romanian/RSA/rsa/about/constit.html>.

canadieni și transmiterea lor către noua generație”¹⁵, „păstrarea tradițiilor și a limbii române”¹⁶.

După cum se poate observa, aceste scopuri coincid în mare parte, putând fi reduse la unul singur: păstrarea identității naționale, mai ales când această identitate încearcă să se manifeste sau să se exprime într-un cadru geografic străin. O analiză asupra Internetului românesc a relevat faptul că numărul utilizatorilor care folosesc ca limbă principală de comunicare limba lor maternă este tot mai mare, existând posibilitatea ca, în următorii cinci ani, limba engleză să fie „detronată” din poziția sa de cea mai folosită limbă (va fi folosită doar de utilizatorii care au limbi materne diferite).

Din dorința de a promova cultura, de a păstra limba română și în afara granițelor țării de origine, comunitățile românești din diaspora organizează numeroase evenimente cu caracter cultural, cursuri în limba română, accesibile și pe Internet, construiesc pagini web care oferă informații despre România, despre români sau despre structura limbii române¹⁷. S-au născut, de asemenea, centre de studii românești: *The Center for Romanian Studies*, *The Society for Romanian Studies*, *Studii românești* la Indiana University, în cadrul *Russian and East-European Institute* (în SUA), *The School of Slavonic and East European Studies* la Universitatea din Londra.

În Anglia există și funcționează „Școala românească de sâmbătă”¹⁸, care are două secțiuni: lecții de limbă română pentru copii și pentru adulți, românii din Ungaria au un săptămânal „Foaia românească”¹⁹, redactat în limba română, cei din Iugoslavia au un ziar, „Libertatea” și o revistă, „Lumina – revistă de literatură, artă și cultură”²⁰, tot în limba română. Toate publicațiile sunt publicate pe Internet, pot fi citite în limba maternă, se menține un contact direct atât cu românii din România, cât și cu cei din diaspora.

Sunt remarcabile și eforturile specialiștilor români informaticieni care au realizat foarte multe situri care promovează cultura și limba română. Azi se poate învăța româna și de pe Internet, direct sau prin procurarea unor CD-uri. Realizatorii paginilor de web invită utilizatorii la o comunicare deschisă, așteaptă sugestii și propuneri, oferă link-uri (legături) ale altor situri care au aceeași tematică. S-au realizat dicționare ale limbii române accesibile „on-line”, iar ca reacție la „stâlcirea” limbii despre care am amintit mai sus, au apărut pagini care inventariază greșelile frecvent întâlnite în limba română, dau forma corectă și chiar comentarii sau explicații.

¹⁵ <http://www.ARCweb.ca>.

¹⁶ <http://arawww.virtualave.net/htmls/obiect.html>.

¹⁷ <http://www2.uiuc.edu/ro/romClub/rolang/>.

¹⁸ <http://www.radur.demon.co.uk/RCCschool.html>.

¹⁹ <http://www.foaia.hu>.

²⁰ <http://www.libertatea.co.yu/lumina.htm>.

Varietatea de informații conținute, de la difuzarea muzicii românești până la organizarea de întruniri, simpozioane, se datorează, pe de-o parte, necesității de a comunica, deoarece omul și sistemul social nu ar exista fără comunicare, și, pe de altă parte, dorinței de afirmare a conștiinței naționale, a ceea ce este caracteristic unui anumit grup de vorbitori, care, de multe ori sunt priviți ca „outsideri” de către structurile străine în care încearcă să se integreze. Mai mult, existența acestei comunicări demonstrează o reacție de apărare, de păstrare a identității în contextul actual al globalizării. Fără identitate națională n-am mai fi ce suntem și nici nu am mai ști ce suntem. Matricea identității naționale este cultura, limba.

Bibliografie

- Bârliba, Maria Cornelia, *Paradigmele comunicării*, București, 1987.
 Coșeriu, Eugenio, *Introducere în lingvistică*, Cluj, 1999.
 Georgiu, Grigore, *Națiune, cultură, identitate*, București, 1997.
 Henry Tajfel, John C. Turner, *An integrative Theory of Intergroup Conflict*, în „The Social Psychology of Intergroup Relations”, Monterey, 1979.
 Monet, Dominique, *Multimédia*, Paris, 1998.
 Stoiciu, Gina, *Orientări operaționale în cercetarea comunicării de masă*, București, 1981.
 Vaughan, Tay, *Multimedia: ghid practic*, București, 2002.

Le maintien de l'identité nationale. La communication par l'Internet

L'article se propose de souligner le fait que la communication par l'Internet est une modalité de garder l'identité nationale, dans le contexte actuel de la globalization. On peut remarquer les efforts des informaticiens roumains qui ont réalisé beaucoup de sites qui promouvent la culture et la langue roumaines. Aujourd'hui on peut étudier le roumain par l'Internet.