

Romii între adaptare și integrare

*Dragoș Argint
Comunicare și relații publice
Universitatea de Vest Timișoara*

1. Premisele cercetării

În societatea contemporană, subculturile întregesc un peisaj clădit pe diversitate. Așa cum s-a apreciat în capitolul rezervat noțiunilor generale, prin definițiile aferente, romii sunt o minoritate unică, fapt ce îi distinge între nenumăratele etnii ale unei lumi, care este pe zi ce trece tot mai globalizată. Cercetarea de mai jos pornește de la premisa că orice nație trebuie studiată și înțeleasă prin mentalitate și fapte, pentru o viitoare *adaptare* în toate sferile existente ale vieții umane.

La momentul prezentei cercetării orice român, indiferent că vorbim despre cei aflați în țară sau despre românii din diaspora, cu toții pot înțelege și explica termenul de rom, om care aparține minorității prezentate în această lucrare. Oricât de mult sau nu putem admite tratarea romilor drept cetățeni europeni, acești oameni constituie o componentă a sistemului multicultural continental.

Astăzi coexistă un amestec de nații, culturi, populații etc. Fapt demonstrat prin intermediul oamenilor întâlniți în călătoriile personale, în urma cărora am putut afirma că europenii pot trăi alături de minoritari atât într-un mod conflictual, cât și pașnic. Astfel, se are la bază considerentul personal că orice individ care este în contact cu persoane din altă țară va dezvolta la un moment dat, raporturi de comparație și similaritate între minorități. Mai exact, individul „stăpân” dezvoltă stereotipuri, prejudecăți, etichete și stigmatizări din prisma experiențelor sau absenței interacțiunii cu minoritarii, în cazul de față, romii.

Fără îndoială, se întâlnesc zilnic circumstanțe în care oamenii sunt întrebați cărei etnii aparțin. Nu de puține ori răspunsul este: „Aaa. Ești țigan...Și țara ta este România?” Pentru a înțelege astfel de opinii, cât și reacțiile oamenilor al căror răspuns este cel menționat, care atunci când rostesc aceste cuvinte pășesc înapoi, se va dezvolta în paginile următoare studiul destinat mentalității existente despre romi.

În același timp, studiul va arăta nenumăratele mijloace ale romilor de a se adapta la comunicarea impusă de majoritari, de la ostilitate până la înțelegere sau toleranță - astăzi cunoscut fiind că aceștia au un comportament în opoziție cu normalitatea (violența sau hoția sunt două cuvinte care descriu modul romilor de a fi), în cea mai mare parte. În același timp, există și romi care s-au integrat și care arată că se poate ajunge la un stil de viață echilibrat.

Privitor la target-ul cercetării, se vor avea în vedere 4 categorii de vârstă: 18-24 de ani, 30-35 de ani, respectiv 35 - 44 de ani și persoanele cu vârsta cuprinsă între 45-55 de ani. Premisa de la care s-a pornit în momentul stabilirii eșantionului a fost surprinderea modului de gândire despre minoritatea studiată, a unui public țintă foarte diferit, pentru a cataloga în final rezultatul veridic asupra evoluției mentalităților de-a lungul timpului.

În prima fază va fi supusă analizei opinia generală a contemporanilor despre înțelesul termenului rom/țigan, pentru ca în a doua etapă să se detalieze modul în care subiecții comunică sau au comunicat în relațiile cu etnia curentă. Ultima parte cuprinde mesajul transmis de membrii acestei minorități prin cultură, stil de viață și înmagazinarea evenimentelor trecut-prezent.

În vederea analizei s-au folosit ca metode de cercetare interviul telefonic și focus grupul (metode principale) și analiza de document (studiu imagologic în baza imaginilor care vizează situații, personalități, momente marcante ale comunităților rome din trecut și până în prezent).

Întrebările de cercetare

Din punct de vedere comunicațional, studiul dorește să identifice raportul prejudecăților oamenilor în momentul stabilirii unui dialog cu membrii comunității rome; elemente care influențează schimbul de informații dintre un rom și un non-rom înainte ca adresarea directă să existe.

Rolul exploratoriu al cercetării urmărește identificarea percepției asupra *brandului* romilor, raportat la segmentul target al tinerilor, respectiv persoanelor de vârstă a doua și a treia, stabilind astfel profilul acestui tip de om, romul contemporan.

Culturalitatea este un element care are o contribuție bazică asupra rezultatului analizei cuprinse în cele ce urmează, drept simbol diferențial care face minoritatea citată, un întreg unic al cutumelor și credințelor.

Nu în ultimul rând, rolul descriptiv provine din imaginea promovată de mass-media despre personalitatea duală a romilor de-a lungul timpului.

Întrebările de cercetare sunt următoarele:

1. Cum influențează stereotipurile, prejudecățile, etichetele și stigmatele procesul comunicării dintre romi și non-romi?
2. Care sunt prejudecățile oamenilor referitoare la etnia romă?
3. În ce constă ideea: țiganul între mit, legendă și realitate?

2. Povestea-legendă reflectată prin comunicarea mijlocită de sursele mass-media

Așa cum deja s-a menționat, legenda romilor provine din vremuri străvechi și încă se mai vehiculează o sumedenie de ipoteze privitoare la apariția acestor oameni. De la curtea regelui Prusiei, Braham Gur, și până la palatele romilor de la Strehaia (comună renumită pentru stilul arhitectural impunător) vom descoperi prin intermediul evenimentelor vehiculate în presa internațională o imagine ce stârnește atât revoltă sau indignare cât și admirație ori neutralitate.

Am ales 7 dintre cele mai importante surse online ale mass-mediei internaționale, pentru a construi panorama completă a unui fenomen ce se propagă în prezent cu frecvență incomensurabilă.

Anul 2011

În presa franceză, cotidianul *Le Figaro* a relatat despre situația romilor din România în anul 2011. Știrea pezintă veridic viața romilor din Bărbulești, care reflectă o imagine a României indirect. În video se specifică indirect că în România există două milioane de „*Tziganes*”, cea mai mare comunitate din întreaga Europă; care trăiește în condiții mizere, de subzistență.

Totodată, se susține ideea, în mod indirect, că Franța nu poate elimina printr-o singură măsură adoptată de către stat, acordarea sumei de 300 de euro, pentru ȣiganii care vor părăsi teritoriul Hexagonului și se vor întoarce în patria-mamă, România. După cum se afirmă chiar în reportaj, „*frontierele rămân deschise*”, fapt ce este confirmat acum, deoarece romii s-au întors după o anumită perioadă de timp în aceleași locații/habitate construite de ei înșiși de-a lungul teritoriului țării, care promovează libertatea, fraternitatea și egalitatea între oameni și culturi; dar, care pare că vrea să se înapoieze României un întreg puzzle, uneori nesușținut de *piloni stabili*.



Imagine 3.2.1 - *Le Figaro*

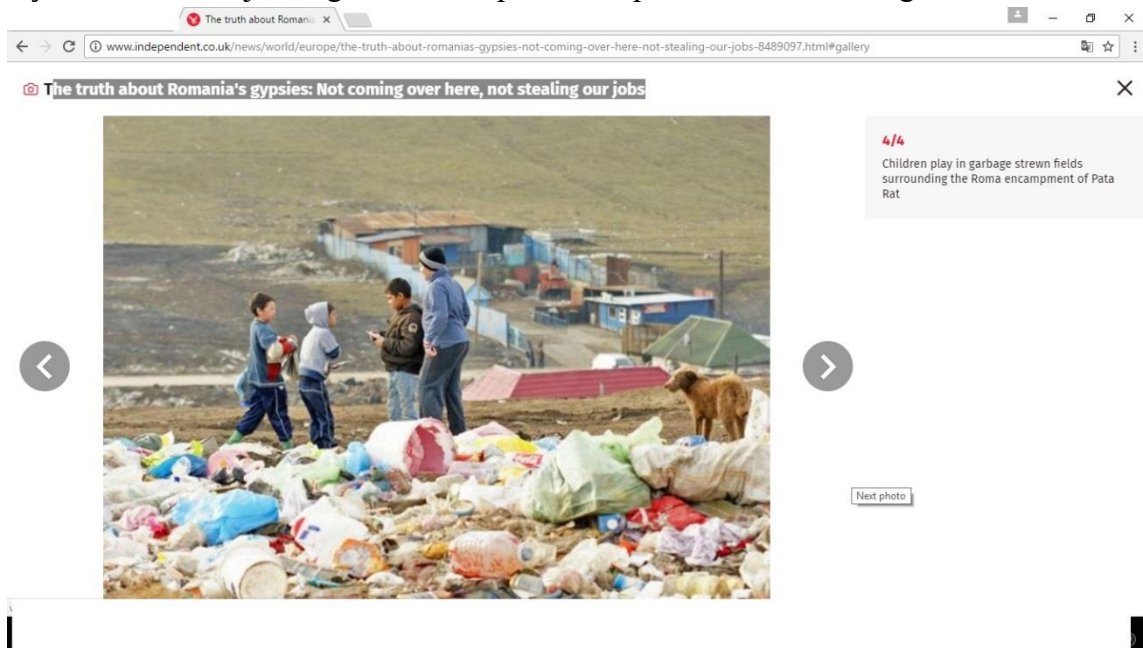
Anul 2013

Versiunea online a cotidianului britanic *The Independent* publică la data menționată un articol referitor la discriminarea adusă romilor și aduce în prim-plan ideea că faptele unor oameni nu pot fi generalizate la nivelul întregii etnii.

¹Le Figaro, Avec les Roms de retour en Roumanie, <http://www.lefigaro.fr/international/2010/08/25/01003-20100825ARTFIG00469-avec-les-roms-de-retour-en-roumanie.php>

În acest context, se vorbește despre șansa acordată de către statul britanic tuturor romilor care demonstrează că trăiesc normal, departe de orice comportament deviant, într-o societate care emană din în ce mai mult sentimentul de xenofobie, nu doar pentru romi ci și pentru toți noii-veniți.

Întregul articol este compus din imagini sensibile, cu o foarte puternică tentă emoțională, copii jucându-se în mijlocul gunoiului, după cum se poate observa în imaginea următoare:



Imagine 3.2.2 – *The Independent*

Anul 2015

Le Parisienne, un alt cotidian francez surprinde printr-un articol, o altă fațetă a etniei. Circul Romilor, reprezentanții care au ca întrebuințare o formă inedită de divertisment, circul.

² The Independent, <http://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-truth-about-romanias-gypsies-not-coming-over-here-not-stealing-our-jobs-8489097.html>



Imagine 3.2.3 – *Le Parisienne*

28.02.2017

Il Giornale, cotidianul național al Italiei, scrie la începutul anului despre situația romilor aflați pe teritoriul italian. Imaginea următoare relevă condițiile precare și nivelul de viață neprielnic:



Imagine 3.2.4 - *Il Giornale*

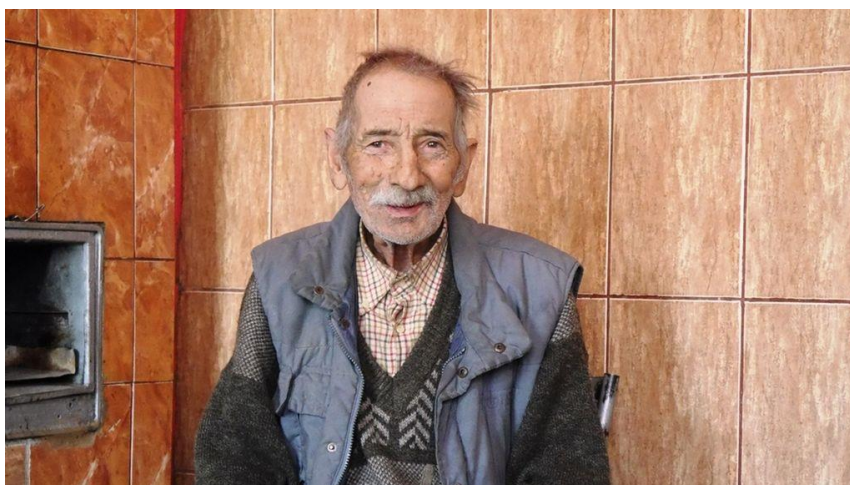
Anul 2017

Ziarul național din Spania, EL ESPANOL, relatează despre indiferența statului român pentru a sprijini oamenii catalogați a fi victime nevinovate ale Holocaustului. Imaginea eroilor-supraviețuitori ai unui eveniment tragic care a provocat decesul unui număr încă neidentificat de romi este redată prin mărturiile celor participanți, în acele momente, la drama unei comunități.

Acum, la numai câteva luni de la prezenta știre, există subvenția de la stat pentru supraviețuitorii deportării din timpul generalului Ion Antonescu, echivalentul a 200 lei (45 de euro) ce se acordă fiecărui supraviețuitor. Dar, așa cum se scrie și în articolul din cotidianul spaniol, încă mai sunt oameni care așteaptă să primească această sumă de bani.

³ Le Parisienne, <http://www.leparisien.fr/paris-75/paris-75016/paris-mais-qui-en-veut-au-cirque-tzigane-romanes-06-10-2015-5160923.php>

⁴ Il Giornale, <http://www.ilgiornale.it/news/cronache/parco-delle-valli-riserva-natura-mano-ai-rom-1368937.html>



Imagine 3.2.5 – *El Espanol*

16 mai 2017

Am putea cataloga momentul, din punctul meu de vedere, stindard al unei lumi mai bune, stindard al oamenilor care demonstrează zilnic că există o societate cu pace, toleranță și dorința de a arăta că se poate trăi și altfel.



*'Where did they learn to hate like that?' ... Billy Smith. Photograph: Graeme Robertson for the Guardian*⁶

Imagine 3.2.6 – *The Guardian*

Articolul din cotidianul britanic *The Guardian*, ilustrează situația romilor care au fost discriminați și care, treptat au arătat prin comportamentul însușit și prin valorile adoptate că romii sunt oamenii cu bun simț ce respectă comunitatea în care trăiesc.

⁵EL ESPAÑOL, http://www.elespanol.com/mundo/europa/20170324/203230126_0.html

⁶ The guardian, <https://www.theguardian.com/world/2017/may/16/gypsy-travellers-discrimination-stigma-poster-campaign>

⁶ Sursa online: <http://news.psu.edu/story/140595/2000/09/01/research/gypsy-life>

În același timp, articolul vorbește despre realitatea socială existentă și discriminarea nu de puține ori fără niciun temei, adusă unor oameni care se angrenează perfect în stilul de viață britanic; dar, care poartă în lume un nume: rom.

Anul 2017

Sursa media online *newspaper.psu.edu* redă o scurtă istorie a etniei, de la tradiții și obiceiuri până la modul de viață al romilor în perioada comunistă. O transpunere liberă a parcursului comunicării dintre oameni, prin prisma culturii și a epocilor care s-au derulat.



Since the end of communism in Romania, the hardships for Roma families have mounted. "It is a struggle to live, to figure out where to get money to buy food," said Hartman.

Imagine 3.2.7 - *newspaper.psu.edu*

Prin urmare, se poate observa că mass-media europeană tratează cu un interes special situația acestei etnii, de la promovarea unei imagini pozitive, chiar de toleranță în procesul de denigrare, până la înverșunare și ironie atunci când se prezintă habitatul romilor din străinătate.

În acest context, chiar dacă pentru unii este greu de recunoscut, minoritatea romă face parte, așa cum deja s-a menționat, din întregul minorităților care trăiesc în Europa, fiind după cum se afirma în video-ul de pe site-ul oficial al publicației franceze *Le Figaro*, în număr de aproximativ 10 milioane, la nivelul întregului continent.

Imaginea pe care presa online o adoptă (în cazul de față), are o contribuție importantă în cadrul procesului de comunicare al romilor între ei și dintre romi și națiile pe care le întâlnesc în drumul lor. Cu cât se promovează mai mult partea negativă, cu atât cresc prejudecățile oamenilor și generalitățile, lucruri care nu sunt tocmai necesare, după cum se redă în *The Independent*.

Fără a ne lăsa înșelați de subiectivisme, problema romilor redată în presă, face parte din cadrul procesului de comunicare integrativă care are impact social asupra target-ului fiecărei surse online.

Prezentarea informației diferite ce îmbrățișează ideea modelului pozitiv de urmat, precum cazul romilor din *Le Parisienne*, constituie un început bine definit spre a elimina anxietatea provocată în timp. Spre o mai bună conviețuire, tratarea obiectivă a faptelor istorice care se scriu astăzi, poate fi un pas concludent și indispensabil pentru funcționarea în limite normale a europenilor din viitor.

4. Metodologia de cercetare

În baza celor două metode de cercetare alese, care sunt considerate a fi principale, interviul telefonic și focus grupul, respectiv studiul imagologic asupra evoluției romilor ales ca metodă secundară; s-au formulat trei întrebări de cercetare potrivit cărora au fost sintetizate și dezvoltate datele ce vor urma a fi redată. În continuare se vor detalia metodele folosite în prezenta cercetare.

Metoda 1 - Interviul telefonic

Pentru a surprinde ce înțeleg oamenii prin termenul *rom* în societatea contemporană și imaginile preconcepuate care sunt proiectate înaintea derulării unui dialog cu un reprezentant al comunității curente, am utilizat ca metodă de cercetare interviul telefonic.

Prima etapă a constat în selecția subiecților: au fost interviewate telefonic, la întâmplare, 60 de persoane din lista de contacte a telefonului mobil personal, dintre care doar 40 au putut fi contactate (22 persoane sex feminin și 18 persoane de sex masculin).

Condițiile interviului telefonic au fost:

- intervalul orar 16:00-22:30;
- durata convorbirii cu fiecare subiect: 10 minute;
- vârsta subiecților: 18 - 55 de ani;

Subiecții interviewați au trebuit să răspundă la un număr de 12 întrebări:

- „1. *Considerați că Țiganii sunt un element „nociv” al societății românești actuale?*
2. *În societatea contemporană, romii sunt o parte integrantă a culturii europene?*
3. *Din punctul dumneavoastră de vedere, romii sunt oameni cu un statut inferior în raport cu toate celelalte etnii și naționalități?*
4. *Dacă ar fi să schimbați un lucru în această comunitate, în momentul actual, care ar fi acesta? Justificați răspunsul!*
5. *Influențează romii imaginea României ca țară, în mod negativ? Justificați răspunsul!*
6. *Are mass-media un rol important în promovarea negativă a romilor, în majoritatea cazurilor vehiculate?*
7. *Considerați că sursele mass-media tratează obiectiv problematica romilor?*
8. *Cultural vorbind, care este elementul prin intermediul căruia identificați o persoană aparținătoare acestei etnii?*
9. *În momentul actual, romii acordă aceeași atenție sporită legilor nescrise după care funcționează comunitatea lor? Justificați!*
10. *Ce măsuri ar putea fi luate, în afara celor de până acum pentru a ajuta la îmbunătățirea procesului de integrare al romilor?*
11. *Cunoașteți romi de succes, care reprezintă cu adevărat modele de urmat?*
12. *Cum vă imaginați viitorul acestei nații în Europa? Justificați!”.*

Întrebările 1, 3, 5, 7 au caracter eliminator, mai exact, în funcție de răspunsul care se va acorda/alege de către participantul la interviu, unele întrebări se vor adresa, altele nu, deoarece se consideră a fi corelate cu răspunsurile deja menționate.

Interviul și alte tipuri de întrebări, precum: întrebări închise (la care subiectul trebuie să răspundă cu NU sau DA) și întrebările deschise (care oferă subiecților posibilitatea de a-și exprima punctul de vedere).

Astfel, primele două întrebări sunt închise pentru a evidenția poziția participanților cu privire la aspecte general-valabile despre etnia romă. Întrebările semi-deschise 3, 5, 6, 7, 9, 11 (cu variante de răspuns: DA, NU, NU ȘTIU/NU RĂSPUND, ALTELE) oferă cadrul destinat modului în care este înțeleasă imaginea romilor influențată prin mijlocitori, în cazul de față sursele mass-media online.

Patru dintre cele douăsprezece întrebări oferă posibilitatea celor implicați de a-și exprima opinia referitor la aspecte din prezent și viitor, referitor la populația de origine romă.

Studiul pe baza interviului telefonic a fost conceput pentru a surprinde: modul în care oamenii din zilele noastre percep comunitatea romilor, modalitatea în care sursele mass-media influențează proiecția imaginii romilor, importanța culturii în ghidarea unei etnii aflate într-un proces de evoluție alambicat, eventuale idei pentru a contribui la creșterea coeziunii sociale în viitor, în interiorul comunității și la îmbunătățirea coexistenței alături de celelalte minorități și națiuni.

Anumite idei și întrebări din interviu sunt reluate în a doua metodă de cercetare, cu scopul de a eficientiza atingerea obiectivelor prezentei lucrări și de a diminua marja de eroare în momentul interpretării rezultatelor finale.

Cea de-a doua etapă a reprezentat-o prelucrarea statistică a datelor.

Metoda 2 - Focus grupul

Focus-grupul sau interviul de grup semistructurat este metoda de cercetare secundară, îmbrăcând forma unei sesiuni de brainstorming cu rol de a afla alte răspunsuri, utilizate mai apoi în cadrul anchetei sociologice și anume conceperea variantelor de răspuns ale întrebărilor chestionarului. Tot acum au fost colectate alte informații cheie referitoare la opiniile celor chestionați asupra *brandului* rom. Condițiile focus-grupului:

- 10 tineri voluntari (cinci fete și cinci băieți);
- vârsta tinerilor: 20-33 ani;
- ocupația: studenți ai UVT Timișoara cu status socio-economic relativ identic;
- locația: apartamentul personal al autorului prezentei cercetări, într-un cadru psihologic confortabil pentru participanți;
- durata: 60 de minute.

Intervievatorul a conceput anterior un ghid de interviu (a se consulta Anexa 1) pe baza căruia a coordonat discuția. Ghidul a cuprins tema dezbătută, importanța culturii romilor în multiculturalismul european existent și întrebările-cheie.

Întrebările constitutive ale focus-grupului sunt structurate în trei categorii.

Seria A de întrebări relevă percepția subiecților despre ce înseamnă să fii rom:

„A1. În opinia dumneavoastră, a fi rom constituie un aspect pozitiv sau negativ în societatea actuală?

A2. Care este primul cuvânt la care vă gândiți atunci când se rostește termenul rom?

A3. Din punctul dumneavoastră de vedere, care este semnificația culorii vestimentației membrilor acestei etnii?

A4. Considerați că sărăcia este un element decisiv care determină eșecul lor în educație?

A5. Căsătoria de la vârste fragede este un obstacol în dezvoltarea copiilor romi? Justificați!

A6. Femeia - om inferior bărbatului, reprezintă o cauză a neintegrării acestei etnii în societate? Justificați răspunsul!

A7. Considerați că muzica tradițională țigănească caracterizează modul de viață al acestor oameni? Justificați! ”

Seria B de întrebări indică aspecte cu referire la viața respondentului în raport cu etnia:

„B1. Aveți prieteni romi?

B2. Cum v-ați cunoscut?

B3. Cum ați caracteriza omul rom în 3 cuvinte?

B4. Care sunt cele mai importante 3 calități ale romilor în opinia dumneavoastră?

B5. Care sunt cele mai importante 3 defecte ale romilor, în opinia dumneavoastră?

B6. Considerați că țiganii aduc un prejudiciu societății în care trăim? Exemplificați!

B7. Dacă v-ați îndrăgosti de un rom, ce părere ar avea familia dumneavoastră?”

Seria C de întrebări presupune un exercițiu de imaginație inedit, în care participanții trebuie să aibă omul rom în minte asemenea unui punct, pe harta globală:

„C1. În ce parte a globului ați localiza acest punct?

C2. Ce culoare ar avea steagul țării punctului respectiv?

C3. De către cine ar fi condusă țara unde ați localizat punctul curent?

C4. Cum s-ar numi această țară?

C5. Cum ar funcționa relațiile interumane în interiorul țării pe care ați denumit-o?

C6. Ce simbol/emblemă general/ă ar avea țara respectivă, în opinia dumneavoastră?

C7. Ce fel de muzică ar asculta oamenii care trăiesc acolo?

C8. S-ar integra acei oameni în societate, dacă ne-am raporta la țările din jur (țări vecine)?”

Menționăm că persoanele chestionate nu au avut la dispoziție nicio sursă de informare și nu au avut posibilitatea de a urmări printuri sau spoturi TV despre romi, în momentul derulării studiului. În același timp, tema nu a fost transmisă anterior, cu scopul de a surprinde opinia sinceră și spontană a unui grup de oameni socializați în medii diferite și care au vârste diferite. Această premisă a constituit un element-cheie, care a contribuit la transparența rezultatelor obținute și nu a oferit posibilitatea subiecților de a fi influențați.

Pentru a crea un context și un climat informal, un spațiu care încurajează libera exprimare, participanților focus-grupului li s-a adus la cunoștință faptul că nu există răspunsuri corecte sau greșite, adevărate sau false. Răspunsurile au reflectat credințele fiecărui individ implicat și modul în care aceștia percep realitatea socială despre situația romilor; realizatorul focus-grupului a cerut doar motivația/justificarea pentru anumite răspunsuri.

Toate aceste răspunsuri au fost revizuite și interpretate. Întrebările din cadrul interviului telefonic sunt regăsite prin reformulări și în cadrul focus-grupului, prin care sunt reluate aspecte de referință, idei principale, pentru a contura liniile generale ale temei, în detaliu.

Astfel, se oferă posibilitatea creării unei viziuni cât mai largi, asupra unei problematici care se dovedește a fi pe zi ce trece, un teritoriu ale cărui granițe nu vor putea fi definite în viitorul apropiat; decât printr-o cunoaștere și înțelegere profundă a romilor și non-romilor, prin: mentalitate, experiență, cultură.

Respondenții au fost informați de la început că datele colectate prin intermediul chestionarului și al focus-grupului urmau a fi analizate doar în scop academic, nefiind comercializate sau distribuite.

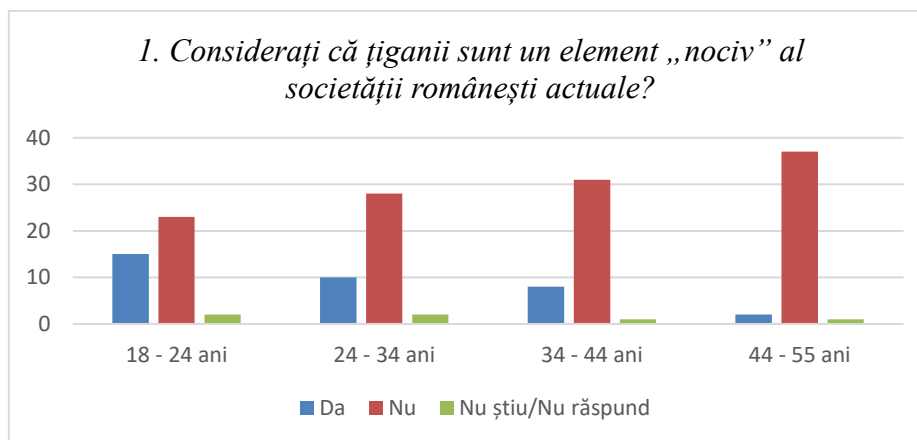
De asemenea, în cazul în care doreau aflarea rezultatelor studiului, subiecții puteau lua legătura cu realizatorul cercetării. Răspunsurile celor chestionați au fost codificate și introduse într-o bază de date în programul Microsoft Excel, acțiune finalizată prin crearea unor diagrame care să ilustreze cât mai bine rezultatele chestionarului. Mai apoi rezultatele obținute au fost analizate și interpretate urmărind obiectivele cercetării.

5 Ilustrarea și interpretarea datelor cercetării

Ilustrarea și interpretarea rezultatelor interviului telefonic arată că în societatea contemporană romii se află într-o situație inedită și au o imagine controversată, care este animată de mass-media, prejucățile și experiențele oamenilor. Se constată faptul că există o îmbunătățire a imaginii romilor și se încearcă un sentiment de toleranță, care este pus în practică prin dorința oamenilor de a reuși să integreze și să adapteze în societate generațiile viitorului.

Cu toate acestea, există prejudecăți adânc înmagazinate care arată că realitatea socială este atât de dispersată încât comportamentul și atitudinea oamenilor animă spre devianță extremă personalitatea comunității rome.

În urma realizării atât a interviului telefonic cât și a focus grupului, targetul final s-a ridicat la un număr de 60 de persoane participante. Dintre acestea, 20 nu au răspuns apelului, astfel încât cifra subiecților studiului curent se ridică la 40. În continuare vom schița analiza a patru întrebări cheie din cadrul interviului și se va prezenta o succintă analiză a datelor statistice.



Grafic 3.5.1 - societății românești actuale?

Din graficul de mai sus se poate observa că generațiile tinere dezvoltă o animozitate față de romi, cu un aport important la această atitudine contribuind presa, prin intermediul mesajelor vehiculate; în același timp, experiența personală a fiecărui individ și părerile împărtășite de către familie, respectiv persoane apropiate au contribuit la afirmarea răspunsului: *da, ȣiganii sunt un element negativ pentru societatea românească*.

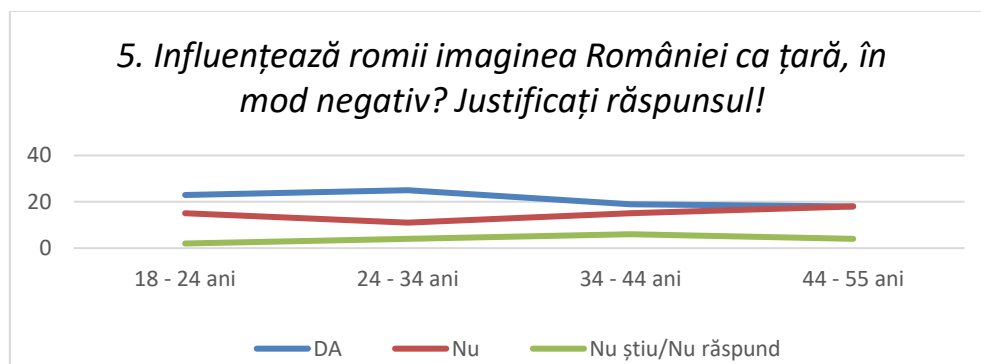
De asemenea, se poate observa că șase din numărul total al celor intervievați telefonic nu consideră tema ca fiind un subiect care să afecteze viața socială a europenilor, la nivelul întregului continent. Odată cu înaintarea în vârstă, se poate observa că există un grad mai mare de toleranță a oamenilor, prin acordarea răspunsului NU, ȣiganii nu sunt un element „*nociv*”.

Aproximativ 62%, (echivalentul a 25 de subiecți), dintre persoanele chestionate sunt de părere că romii nu au un statut inferior în raport cu alte nații și minorități. Comunicarea, în opinia acestui segment al target-ului, funcționează de pe poziții egale. În ce privește procentul de 38% rămas (15 subiecți) sunt de părere că romii au un statut inferior. Printre explicațiile evocate pentru această opinie, se numără: istoria lor deoarece o lungă perioadă de timp au fost sclavi, limba vorbită, stilul de viață, educația, poziția socială, comportament deviant în afara normelor adoptate de majoritari, tendința de autoconșevare și de a se complăce în situația precară în care se află majoritatea, fără dorința de a depăși un mediu care este toxic.

Prin urmare, procentul pozitiv de subiecți care au susținut romii, prin răspunsul NU demonstrează ideea că se dorește ADAPTAREA acestor oameni, iar sentimentul de toleranță spre integrare este într-o creștere vizibilă.

Nu aceeași părere a fost împărtășită de populația target atunci când a fost adresată întrebarea: *influențează romii imaginea României ca țară?* În statistica de mai jos se poate observa opinia persoanelor intervievate care susțin premisa că romii influențează imaginea țării noastre, preponderent în mod negativ. Principalele cauze indentificate de respondenți au fost lipsa de educație, comportamentul deviant al părinților care îi influențează pe copii să imite ceea ce văd, sărăcia sau efectiv „*romii așa sunt de când lumea și pământul și nu se vor schimba.*”, se numără printre cele mai întâlnite justificări la răspunsurile da, adoptate de subiecții chetionați.

Răspunsul NU a avut ca principale justificări faptul că nu pot determina o minoritate acțiunile și atitudinile întreprinse de români în general, alții au considerat sfera politică care sporește ostilitatea statelor europene față de români, în detrimentul etniei menționate; o altă justificare pentru răspunsul NU a fost „*există români mai ȣigani decât ȣiganii.*”, idee ce înseamnă că sunt și alte persoane non-rome care au un comportament cu mult peste cel deviant, adoptat de romi, în anumite cazuri.



Grafic 3.5.2 - Influențează romii imaginea României ca țară, în mod negativ? Justificați răspunsul!

Mass-media ocupă un loc important în ecuația finală a acestui proces. Treptat, în conformitate cu datele statistice identificate, se poate observa că presa tratează mai mult sau mai puțin obiectiv situația romilor; în pofida articolelor „tabu” care au fost analizate până în acest moment.

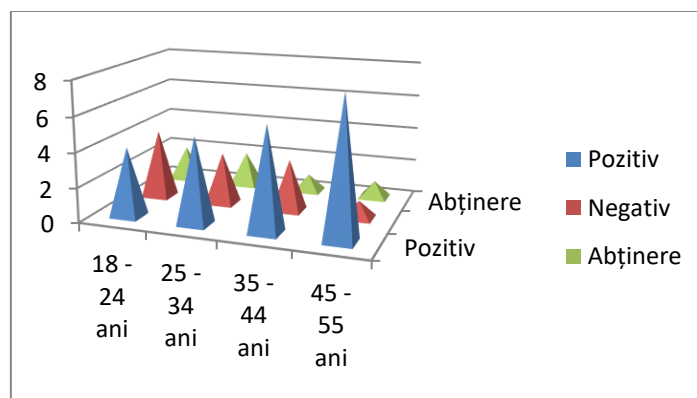
Tinderea spre obiectivitate în spațiul comunicării reflectă transparența relațiilor interumane dintre comunitatea romă și toate celelalte forme umane de existență, pe care primii îi întâlnesc zilnic.

Ilustrarea și interpretarea datelor focus-grupului arată că românii atribuie sensului de rom conotații diferite, în funcție de vârstă și mediul în care au trăit împreună sau alături de ei. Rezultatele au fost transpuse în cadrul a trei grafice. Fiecare grafic reflectă analiza statistică în urma exprimării opiniei oamenilor din cadrul segmentelor-target. Schițarea și interpretarea se va face în ordinea alfabetică a celor trei serii de întrebări: A, B respectiv C.

Contemporaneitatea situației în care au fost subiecții chestionați (nu au fost înștiințați în prealabil despre acest demers), ineditul surprins prin răspunsurile spontane și desprinderea informațiilor elementare pentru a cunoaște în profunzime realitatea socială sunt factorii primordiali fără de care această acțiune nu ar fi putut avea loc și fără de care nu am fi putut ajunge la opinia sinceră a celor implicați.

Seria A din cadrul focus-grupului a cuprins primele 7 întrebări, prin care s-a vizat surprinderea opiniei subiecților despre însemnătatea cuvântului rom. De asemenea, modul în care este văzută și înțeleasă cultura acestor oameni și influența tradițiilor în definirea identității minorității citate au fost redade prin răspunsurile participanților. Un amănunt semnificativ, inclusiv din tonul vocii în timpul derulării conversației a fost remarcat la rostirea ultimei întrebări, din seria A, și anume amănuntul muzică.

Majoritatea au zâmbit, după cum ei au afirmat și au declarat că muzica lăutărească evocă spiritul rom tradițional. O muzică, după cum s-a spus, al cărei mesaj s-a deformat în prezent și este înțeles greșit; dar care se mai păstrează, în comunități restrânse, și care simbolizează adevărata valoare a acestei lumi căreia încercăm să îi deslușim tainele, lumea ȝiganilor simpli, onești, care deși stau bine cu drumul, rămân ancorați în prezent. Putem deduce de aici o prejudecată marcantă, și anume faptul că muzica romilor este un simbol pentru etnie. Însă, așa cum s-a menționat, modul în care este transmisă și înțeleasă, face ca aceasta să devină o „formă fără fond”.



Grafic 3.5.3 - Atitudine

Înainte a ajunge la analiză și interpretarea datelor, un lucru este cert: persoanele chestionate nu au fost influențate. Tonul vocii intervievatorului a fost obiectiv, o atitudine de neutralitate, pentru a capta atenția persoanei aflate la capătul celălalt al telefonul și de a transmite sentimentul de încredere.

În urma răspunsurilor la categoria A se poate deduce că există atât persoane care îmbrățișează o atitudine pozitivă, cu privire la populația de etnie romă și nu într-un număr neînsemnat, persoane care sunt de părere că din cauza romilor apar anumite dezechilibre și disfuncționalități sociale, produse în mod evident prin modul de a trăi al acestora.

În cadrul segmentului target, 18-24 de ani, se poate observa o diversitate de opinii contradictorii ce reflectă și starea de fapt a comunității române: o alambicare de fapte și evenimente, în urma cărora nu se poate ajunge la un numitor comun. Cauzele țin de ordin cultural, social și în special de concepțiile transmise din rândul familiei și al structurilor sociale în care membrii segmentului menționat sunt integrați.

Pe măsură ce vârsta oamenilor care au spus DA inițiativei autorului acestor rânduri continuă să crească se poate identifica o mărire direct proporțională a gradului de toleranță și a sentimentului de înțelegere arătat față de romi.

În ansamblu, spiritul pozitiv, după cum se poate observa din graficul de mai sus, față de romi este în creștere. O numeroasă parte dintre oameni văd romii ca egali, indivizi cu aceleași șanse spre a reuși și a se integra în societatea complexă a zilelor noastre.

Seria a doua de întrebări, seria B, permite interlocutorului să vorbească despre viața sa personală. Se oferă posibilitatea de a povesti experiențe personale amplificate prin coloritul supozitional al întrebărilor B3 – B7. În acest mod, se pot remarca eventuale animozități, judecăți de valoare în opoziție cu demersul de integrare promovat de europeni și stereotipurile ce au sporit sentimentul de xenofobie sau ură față de romi.

Graficul de mai jos arată cu preponderență că există încă un sentiment de respingere în ce privește etnia romă. Răspunsurile la al doilea set de întrebări au fost extrem de variate. O doză importantă de negativism a apărut din prisma răspunsurilor celor încadrați între 18 și 24 ani. Astfel, se poate observa, în linii generale, faptul că 39% din totalul răspunsurilor dovedesc constrângeri în privința conviețuirii cu romii.

O altă cauză a acestui procent însemnat este constituită de întâmplările nu tocmai fericite pe care subiecții le-au întâmpinat în momentul interacțiunii cu membrii ai comunității studiate.

La o distanță de 11% dintre subiecții cu prejudecăți și convingerea că nu se poate trăi alături de acești oameni, se află segmentul-target cu vârstă cuprinsă între 35 și 44 de ani. Motivele pentru răspunsurile lor sunt similare cu cele menționate în paragraful anterior.

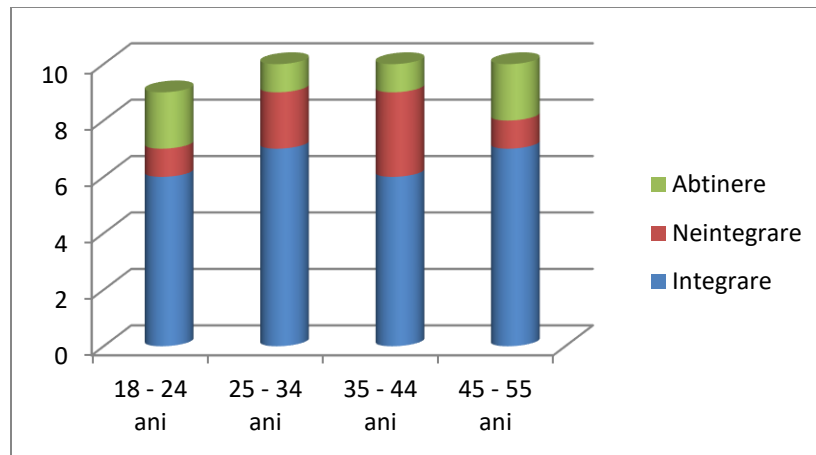


Grafic 3.5.4 – Definirea cuvântului rom

În privința răspunsurilor pozitive, din totalul celor înregistrate, 38% dintre oamenii cu vârsta cuprinsă între 45 și 55 de ani, au susținut că pot trăi fericiți alături de un țigan, în familia lor.

Îndeaproape este categoria 25 – 34 de ani, cu un procent de 27% din totalul răspunsurilor afirmative (calități, atribuire de 3 cuvinte care să definească omul rom și posibila iubire față de o persoană din interiorul acestei comunități), care este de părere că nu rasa, culoarea sau apartenența la o minoritate; ci comportamentul non-deviant, în linii normale, face subiectul să spună *da*.

În cele din urmă, diversitatea de opinii existente despre romi denotă că tema aleasă este de actualitate. Potrivit datelor existente se poate afirma că atitudinile de toleranță și xenofobie sunt împărțite aproximativ egal, fiecare având în parte valoare de adevăr. În acest mod, având o statistică veridică putem începe cu adevărat procesul de adaptare al romilor spre a ușura existența atât a majorității cât și a minorității.



Grafic 3.5.5 - *Exercițiu*

Ultima serie de întrebări componentă a focus-grupului, seria C, presupune un exercițiu de imaginație. În urma analizei, potrivit ultimului grafic se poate preciza cu vehemență ideea că oamenii doresc ca romii să se integreze în societate. După cum se poate observa, în proporție de 65% la sută dintre cei chestionați susțin o lume cu etnia romilor adaptată, unde sunt promovate valorile culturale ca simbol unic.

Această situație vine în contradicție cu informațiile identificate la penultima statistică. Astfel, deducem ideea că integrarea/adaptarea și toleranța sunt promovate, iar schimbarea individuală a fiecăruia este elementul care trebuie îmbunătățit pentru a avea rezultatele dorite cu privire la minoritatea romă.

În concluzie, multitudinea prejudecăților au luat forma stigmatelor astăzi, care împiedică realizarea fluidă a unui fenomen ce acaparează opinia publică în fiecare moment. Drept este că formele cele mai adânci de discriminare, stigmatele, apar în urma unor experiențe care au marcat profund conștiința indivizilor. Se vorbește astfel de identificarea căii de mijloc, având ca scop combaterea promiscuității romilor și învățarea prin educație, susținută de populația majoritară, a normelor, principiilor și valorilor indispensabile pentru a dobândi o viață în parametri normali.

Concluzii

Carelajele relațiilor interculturale rome își au ecourile în modalitățile de comunicare cu națiile care interacționează în permanență cu o subcultură relevantă, pentru contextul european actual. La baza unui iminent nucleu dispersat de stigmate, conservate în abisul gândirii și al unui mod de viață diferit, regăsim opiniile și carențele trecutului, ce amplifică starea de angoasă prin care trece societatea europeană, în special atunci când se aduce în discuție situația minorității rome.

Evoluția formelor de conviețuire a romilor alături de majoritari produce schimbări în mediul de viață al comunităților mari, după cum se poate observa și în imaginea romilor reflectată în presa internațională. Un aspect este acela care nu de puține ori stârnește indignarea societăților dezvoltate și întărește stigmatul potrivit căruia romii sunt o etnie săracă, murdară și având un status social

inferior. Prezența modului agresiv de a gândi nu caută să găsească o soluție, ci împinge fenomenul adaptării și integrării romilor mult mai departe de linia finală.

Clarificarea fenomenului este departe de a fi ajuns la o linie de sosire. Schimbarea individuală atât a romilor din România, cât și a majoritarilor nu se poate realiza în decursul a mai puțin de trei decenii de democrație a țării noastre. Renunțarea la a creiona o imagine despre un om înainte de a relaționa cu individul respectiv este un proces lung, ce necesită timp și îngăduință pentru ambele tabere.

Problematica romă este descrisă în mod negativ, în special situația celor din România care sunt implicit asemuiți nu de puține ori cu imaginea țării. Astfel, presa a influențat și a întărit reacțiile negative despre tema prezentă. Prin urmare, se contribuie prin mesajele adoptate la o denigrare a minorității citate, fapt ce afectează coeziunea socială a Europei.

Depart de a fi victime, acuzațiile sunt în conformitate cu realitatea, însă generalizarea la nivel național, precum romii stindard al României ca nație induce o grandilocvență psiho-socio-culturală, ce nu poate fi sinonimă decât cu sporirea artificialității unui proces de încadrare a unor oameni în parametrii lumii în care trăim.

Realmente se vehiculează o creștere a gradului de toleranță față de romii care prezintă o urmă de schimbare, față de acei romi care sunt păstrați în mentalitatea colectivă drept concetățeni doritori de schimbare; oameni care aspiră spre o viață mai bună, spre normalitate. În acest caz, vorbim despre romii care au avut acces la educația cel puțin elementară (știu să scrie și să citească).

Prin urmare, romii nu trebuie integrați, deoarece și-ar pierde unicitatea culturală, ci adaptați valorilor societale promovate în întreaga lume. Alinierea la cerințele unei vieți normale, unde este eradicat analfabetismul și nu se duce un trai de subzistență sunt componentele care pot contrinui decisiv la îmbunătățirea calității vieții și conduc la afirmarea devizei Uniunii Europene: *unitate în diversitate*⁸.

Bibliografie:

<http://www.lefigaro.fr/international/2010/08/25/01003-20100825ARTFIG00469-avec-les-roms-de-retour-en-roumanie.php> accesat la data de 03.02.2017

<https://www.independent.co.uk/news/world/europe/the-truth-about-romanias-gypsies-not-coming-over-here-not-stealing-our-jobs-8489097.html> accesat la data de 13.02.2017

<http://www.leparisien.fr/paris-75/paris-75016/paris-mais-qui-en-veut-au-cirque-tzigane-romanes-06-10-2015-5160923.php> accesat la data de 15.02.2017

<http://www.ilgiornale.it/news/cronache/parco-delle-valli-riserva-natura-mano-ai-rom-1368937.html> accesat la data de 27.02.2017

http://www.elespanol.com/mundo/europa/20170324/203230126_0.html accesat la data de 28.02.2017

<https://www.theguardian.com/world/2017/may/16/gypsy-travellers-discrimination-stigma-poster-campaign> accesat la data de 3.03.2017

⁸ https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/motto_ro

<http://news.psu.edu/story/140595/2000/09/01/research/gypsy-life> accesat la data de
5.03.2017

https://europa.eu/european-union/about-eu/symbols/motto_ro accesat la data de
21.03.2017