

FIȘĂ DE COMUNITATE

Turci

DATE GENERALE ȘI ISTORIE SOCIALĂ

Istoria migrației turcești înspre București începe în anii '90, odată cu apariția primelor autogări din care plecau autocare spre bazarele din Istanbul pentru a aduce marfa pentru micul comerț de butic și tarabă care a marcat peisajul urban post-socialist autohton. În preajma acestor autogări au apărut și primele restaurante etnice, de dimensiuni reduse și cu un meniu care conținea o listă restrânsă de produse. Unii dintre clienții acestor restaurante erau șoferii de autocar, uneori atât de atașați de acestea încât își aduceau clienții la acestea chiar dacă sediul autogării se schimba într-un alt cartier. Cea mai mare parte a comercianților și oamenilor de afaceri turci au legat relații de afaceri și s-au împrietenit cu locuitorii ai Bucureștiului pentru că aceștia îi puteau ajuta în depășirea barierelor birocratice inițiale. Deși inițial minoritatea turcă era dispersată pe întreg teritoriul capitalei, se observă în ultimul deceniu o tendință de concentrare locativă în zonele Colentina și Fundeni/Pantelimon, unde există și două moschei, dintre care una deține și un centru cultural musulman.

- **Descrierea generală a comunității**

Din ce lasă să traspară către exterior, comunitatea turcă pare împărțită în două categorii, anume: turcii conservatori, care păstrează relații strânse cu ceilalți membri ai comunității, participă la evenimente specifice (care, deși au circuit deschis, sunt adresate în special lor) și conservă obiceiurile din țara mama și a doua categorie, alcătuită din turci "moderni", care sunt mai puțini preocupați de apartenență la o comunitate locală turcă, ci mai degrabă de absorbția în cea românească. Din câte se observă, împărțirea nu are musai legătură cu vârsta. Turcii care au emigrat sunt în marea majoritate bărbați, care fie și-au adus familiile aici, fie s-au căsătorit în România (cu românce, turcoalice, rusoalice etc). Demografic vorbind, raportul tineri – adulți înclină numeric preponderent către a doua categorie.

În ceea ce privește activitățile pe care le desfășoară în București, adulții tind să fie antreprenori în domeniul serviciilor (restaurante, cluburi) și al comerțului (magazine cu specific etnic sau magazine de haine).

- **Date demografice**

Turcii veniți în București au în majoritatea lor vârste de peste 18 ani. Cei mai mici sunt veniți cu familia. Proveniența lor nu este una specifică, vin de pe întreg teritoriul Turciei. Veniturile lor sunt variabile, nu există o anumită clasă socială care să încline balanța în favoarea ei.

În ceea ce privește vârsta, turcii din București pot fi împărțiți în 2 categorii: studenții (+18 ani) și persoanele mature (+30) care vin în București cu scopul de a-și deschide un business sau a lucra alături de alți conaționali.

- **Dimensiunea comunității – date oficiale și neoficiale**

[Conform datelor de la Recensământul din 2011](#), în București erau 2041 de cetățeni care au declarat drept limbă maternă turca.

Cei mai mulți locuiau în sectorul 3 al capitalei, 661, respectiv 2 cu 522.

- **Factori structurali ai migrației ('pull' și 'push')**

În privința factorilor structurali ai migrației se remarcă mai multe etape:

- PUSH: Perioada 1990 – 2005 în care turcii au venit în România în căutarea unor condiții mai bune de business decât în țara natală
- PULL: perioada 2006 – 2011 în care turcii deja așezați în București au simțit relaxarea economiei și și-au adus familiile
- PUSH: perioada 2012 în care turcii nemulțumiți de condițiile locale migrează spre București
- PULL: +1990 valabil pentru o categorie socială, cea a studenților care caută să studieze în capitală datorită condițiilor favorabile și permissive ale mediului academic.

- **Rețele de migrație**

Datele din teren arată 2 tipuri de rețele.

Studenții sunt reprezentanții primului tip de rețea. Ei ajung în București pentru a studia. Condițiile academice locale favorizează migrația datorită faptului că sistemul nu impune standarde atât de ridicate la admitere, așa cum se întâmplă în Turcia. Totodată, costul educației superioare este mai redus în România, spre deosebire de Turcia și alte țări din Europa. Studenții turci consideră că sistemul de educație din România le oferă o bună pregătire.

Un alt tip de rețea de migrație este cea care se constituie în jurul micro-grupurilor. Fie că vorbim de familie sau prieteni, turcii care vor să migreze o pot face mereu prin aceste pârgii. Pe

de altă parte aceștia pot veni și pentru a-și ajuta rudele care desfășoară activități în București. Ei sunt mai degrabă persoane mature. Aceștia din urmă sunt mai înclinați ca la rândul lor să-și aducă familiile aici, spre deosebire de studenții care sunt aici pe o perioadă determinată și ale căror planuri sunt încă incerte.

- **Temporalitatea migrației (temporară sau stabilă)**

Cu excepția studenților care nu sunt decizi în privința a ceea ce vor să facă, turcii sunt stabiliți aici și desfășoară activități economice în sectorul servicii, imobiliare și comerț care le asigură continuitatea șederii lor pe teritoriul capitalei. Perioada de ședere în România depinde de foarte multe ori de obținerea dreptului de muncă.

- **Amplasarea/distribuția geografică a membrilor comunității pe teritoriul Bucureștiului**

Distribuția minoritarilor turci este oarecum uniformă pe teritoriul Bucureștiului, dar există și grupuri etnice concentrate în zone ca: Pantelimon, Colentina, zona de sud a capitalei: șoseaua Giurgiului, precum și în zona bulevardului Decebal. În câteva dintre aceste zone concentrarea de grupuri etnice este dublată și de instituții de cult (geamii și moschei și chiar un centru cultural).

- **Istoria socială a configurării grupului de migrant**

Condițiile socio-economice apărute după 1989 au favorizat venirea turcilor în București. Principala ocupație în acea perioadă era comerțul. Cererea pentru noutate în sfera produselor de consum era așa de mare încât aproape tot ce aduceau de acasă era vandabil: „După ce am vizitat România de câteva ori înainte, după 1989 am privit schimbarea sistemului ca o oportunitate de afaceri, așa că am vândut ce dețineam în Turcia și am venit în București cu câțiva bani și o pereche de blugi. După 1989 purtând o pereche de blugi puteai să faci avere.” – om de afaceri de origine turcă stabilit în București

Un alt val de migrație a apărut în perioada boom-ului economic când etnicii turci au început să întreprindă afaceri în domeniul imobiliar. Totodată relaxarea economică a permis ca turcii existenți în București să-și aducă familiile în România.

- **Interacțiuni cu instituții publice**

Interacțiunea unui nou venit cu instituțiile publice din România este facilitată de turcii rezidenți în București. Deși nu se cunosc foarte bine se ajută între ei, chiar dacă singura legătură este apartenența la aceeași etnie.

În jurul birocrăției se remarcă cea mai puternică agregare etnică, dacă sărbătorile le petrec în mod discret sau chiar deloc, dificultățile birocratice sunt un puternic liant. Colaborează între ei și se ajută când vine vorba de avize, permise sau orice formă de interacțiune cu statul.

De asemenea sistemul birocratic este cel mai des menționat când vine vorba de dezavantaje ale șederii în București. Obținerea permisului de muncă presupune un proces foarte greoi care nu are o rată de succes foarte mare. Faptul că este vorba de cetățeni din afara Uniunii Europene reprezintă un impediment în plus în acest proces în care trebuie demonstrat că locul de muncă pentru care este cerut permisul nu este dorit de un cetățean român, apoi nici de către un cetățean al UE. În aceste condiții numai creativitatea, prin scoaterea la concurs a unui post de nișă foarte îngustă poate asigura succesul, așa cum rezultă din discuțiile cu interlocutorii noștri. În perioada cercetării obișnuiam să frecventăm un mic restaurant turcesc din cartierul Domenii și care s-a închis temporar la mai puțin de trei luni de la inaugurare pentru că bucătarii turci nu reușiseră să obțină permisul de muncă. În cazul tinerilor, nici măcar marile corporații nu vor să facă actele, ci preferă să îi aibă în calitate de freelanceri cu VPN instalat pe laptop și lucru de acasă.

MINORITATEA ÎN OGLINDĂ

- **Imaginarul media cu privire la comunitate – pattern-uri descriptive, forme de stereotipizare**

Imaginea comunității turce a fost menționată din ce în ce mai des din cauza subiectului *Cea mai mare moschee din Europa la București*, despre care s-a afirmat că se va construi pe un teren oferit de guvernul român. Kanal D este un trust media (cu acționariat turcesc) care contribuie la construirea unei anumite imagini despre această comunitate, fiind prezentate evenimente importante pentru comunitate pe acest canal. De cele mai multe ori este vorba pe [petrecri](#) somptuoase ale oamenilor de afaceri turci sau de alte tipuri de petreceri cum ar fi [Bayramul](#). În afară acestui proces de exotizare prin petreceri, românii au o imagine formată despre *turci* ca urmare a relațiilor economice și a practicilor turistice românești care au făcut din Turcia una din principalele destinații de vacanță. Pe de altă parte turcii nou veniți sunt asimilați cu „turcii vechi” cu care românii s-au obișnuit și cu care au bune relații de conviețuire.

Din punctul nostru de vedere, turcii pe care i-am întâlnit par să aibă câteva interese clare: fotbalul, afacerile și pozele cu Atatürk. Sunt galanți prin educație, iar patternul descriptiv migrează odată cu vârsta: cei trecuți de 40 ani sunt ”unși cu toate alifile”, ”descurcăreți”, ”șmecheri”, dar cei tineri sunt ca orice *earthling* de până în 25 ani: dezorientați, curioși, temerari.

EXPERIENȚA URBANĂ

- **Forme de mobilitate în interiorul și exteriorul orașului**

În ceea ce privește studenții, aceștia locuiesc de regulă în chirie alături de alți colegi. În ceea ce privește mobilitatea în exteriorul orașului, studenții obișnuiesc să facă excursii din weekend în orașe mai mari ale țării sau în puncte turistice de interes: Predeal, Mamaia. Ieșirile din București ale turcilor musulmani sunt condiționate de regimul alimentar pe care trebuie să îl respecte. În afara Bucureștiului chiar și în zonele turistice localurile cu specific turcesc sunt foarte rare sau nu respectă ingredientele și practicile după care se prepară această mâncare. Astfel că programul turistic este făcut în funcție „de câtă mâncare încapă în portbagaj”.

Membrii comunității turce nu-și aleg locuința pe principiul de etnicitate, pentru a locui în proximitatea altor turci, însă aglomerarea etnică există în anumite cartiere datorită faptului că își facilitează unii altora acomodarea în București. Turcii mai în vârstă locuiesc cu familiile în cartiere rezidențiale. Se deplasează preponderent cu mașinile proprii și ocazional cu bicicleta. Călătoriile le fac cu avionul pentru că acest mijloc de transport a devenit accesibil ca preț și a înlocuit pentru mulți varianta autocarului. Mobilitatea către Turcia este determinată de legăturile de rudenie cu cei de acolo. Cei care au familie apropiată (copii soț/soție) în Turcia călătoresc chiar și bilunar, cei care au rude mai îndepărtate (părinții, frații și surorile) pot ajunge la călătorii o dată sau de două ori pe an. Într-una dintre cele mai mari comunități închise din București, Cosmopolis, împotriva mitului urban consacrat că ar fi un *turkish town*, locuiesc foarte puțini turci și nu poate fi considerat o agregare locativă etnică.

- **Nivelul de satisfacție privind locuirea în București**

Sunt mulțumiți de oraș și de interacțiunea cu locuitorii. Se plâng de sistemul birocratic, în special ce ține de obținerea permisului de ședere și de sistemul medical public. Viza de muncă sau așteptarea cetățeniei sunt alte două subiecte sensibile. Turcii mai în vârstă sunt extrem de mulțumiți cu orașul, mai ales că își găsesc toate cele necesare, de la mâncare specifică până la distracție sau lăcașe de cult.

- **Interacțiunea cu ceilalți locuitori ai Bucureștiului**

Interacționează intens cu locuitorii orașului. Nu se închid în comunitate, dimpotrivă. Datorită stilului antreprenorial, interacționează cu bucureștenii. Tind să facă afaceri între ei pentru că știu ce așteptări să aibă unii de la alții. Sunt curioși să nu se sufoce printre ai lor, unii sunt preocupați de comunitatea etnică, alții deloc.

- **Consum cultural și mediatic local**

Consumă media locale și prea rar ziare dedicate de genul *Zaman*. Unii din ei și-au creat mici căi de informare (precum Sabit Daniș, care a fondat ziarul *Replica*). Cultural vorbind, unii sunt activi în cluburi de turci axate pe câte un subiect (de pildă, fan club Fenerbahce), alții sunt implicați în evenimente organizate de Centrul Cultural Yunus Emre.

În ceea ce privește mâncarea, mai ales în ceea ce-i privește pe turcii musulmani, merg în locuri în care mâncarea este specifică. Ies în cluburi: Bamboo, Princess și în cafenele locale din Centrul Vechi.

LOCUIRE ȘI STIL DE VIAȚĂ ÎN BUCUREȘTI

Nu există un ansamblu rezidențial turcesc așa cum indicam mai devreme, deși centrul Cosmpolis este perceput în acest fel. Acolo majoritatea este alcătuită din români, proprietarul este turc și a refuzat participarea la interviu. Pantelimon și Colentina sunt cartiere în care obișnuiesc să se așeze pentru că există alți reprezentanți ai comunității care le facilitează accesul în zona din cauza cunoștințelor pe care le au. În același timp schimbarea zonei de locuire este puțin probabilă pentru că își creează o dependență semnificativă de infrastructură din imediata apropiere: magazine cu produse cu specific, școala copiilor, moschee. Nu există un stil de locuit caracteristic. Studenții preferă să locuiască alături de colegi de școală în chirie, iar familiile pot locui atât în chirie, cât și în locuița pe care o dețin.

- **Cultura materială domestică**

Nu aduc obiecte de acasă. Fiind aproape de țara natală preferă să călătorească atunci când li se face dor decât să-și aducă obiecte care să le aducă aminte de casă. Lucrurile care le sunt de folos pentru perpetuarea unor obiceiuri (condimente, narghilea) le găsesc ușor în București. Unii dintre ei dezvoltă totuși atașamente față de obiecte pe care le aduc aici din fetișism sau neștiind că le pot găsi și aici – un exemplu este un caz de pasiune pentru ceaiul negru specific turcesc, pentru care unul dintre turcii intervievați a adus un ceainic din porțelan și varietăți de ceai, urmând să descopere că își poate achiziționa ceva asemănător și de aici. Turcii mai vârstnici au importat diverse elemente specifice culturii materiale domestice, până au început să se găsească și aici. Primele importuri se vehiculau drept șpagă pentru diverse servicii negociate.

- **Forme de sociabilitate și petrecerea timpului liber**

Petrec timpul atât cu localnici cât și cu alți membri ai comunității. De sărbătorile importante, cum ar fi Bayramul preferă să meargă acasă să petreacă cu familia extinsă. Ies în cluburi în Regie, Centrul Vechi și frecventează cafenele din această zonă. O altă variantă de petrecere a

timpului liber este în general, pentru cei care au familie, în apropierea Bucureștiului, în zonele verzi de tipul pădurii din comuna Pantelimon.

EDUCAȚIE, LIMBĂ ȘI PRACTICI CULTURALE

Studentii veniți aici aleg să studieze la universitățile de stat, deși există și Universitatea Lumina cu predare în limba turcă. Aici studiază Medicină, Politică sau Arhitectură. Tinerii din familiile așezate preferă să facă școala în limba română pentru a se integra mai bine. Unii aleg master aici pentru că provin din orașe mai mici din Turcia, pentru că s-au plictisit, pentru că se leagă de câte un motiv și se așează aici. Vârstnicii și-au dat copiii la studiu în română, dând naștere la poligloți care în unele cazuri stăpânesc două limbi native (româna și turca, rezultat al cuplurilor mixte) și una străină (engleză, franceză). Au relații cu colegii români, se ajută, comunică și petrec timpul liber împreună.

Turcii care locuiesc în București de mai mult de doi-trei ani vorbesc limba română foarte bine. Limba turcă o folosesc pentru a comunica cu familia și cu alți turci.

- **Valoarea și convertibilitatea capitalului educațional/cultural**

Școala românească este mai ușoară decât școala turcă, după cum afirmă ei. De asemenea, pretențiile academice sunt mai ușoare iar sistemul de notare mai permisiv. Taxele sunt mai mici decât în alte locuri din Europa. De asemenea informațiile dobândite li se par de folos și consideră că școala românească e o școală bună mai ales când vine vorba de teorie. Turcii în etate afirmă că în România există mulți intelectuali. Turcii tineri nu par a fi impresionați de vreo ofertă anume din punct de vedere educațional, ci mai degrabă fascinați de oraș, ospitalitate etc.

- **Forme de distincție prin practici culturale**

Restricțiile alimentare impuse de religia musulmană și practicile acesteia sunt elementele principale care îi diferențiază. Astfel că pe parcursul zilei, rutinele de muncă sunt condiționate de pauzele de rugăciune potrivit calendarului religios. Din discursul celor intervievați de etnie turcă și a românilor care lucrează cu aceștia reiese că sunt foarte dedicați muncii pe care o fac, fiind dispuși să lucreze peste program sau să suplinească alte roluri atunci când colegii lor nu fac față.

- **Universul religios**

Practica religioasă este formalizată în interiorul moscheilor, însă persoanele interviuate sunt credincioși practicanți care să frecventeze aceste locuri. Unii turci aleg în mod specific

anumite moschei (de pildă, cea din Fundeni), ca să nu se întâlnească cu arabi. Unii din ei, de cele mai multe până în 50 de ani nu sunt adepții niciunui cult religios.

MUNCĂ ȘI PROFESIE

- **Muncă și antreprenoriale; dinamica ocupatională**

Turcii care aleg Bucureștiul ca destinație migratorie sunt mai degrabă mici antreprenori care dețin un magazin, o măcelărie, shaormerie sau un mic restaurant, de regulă cu specific. Cei care sunt angajați fie în aceste microîntreprinderi fie în companii mai mari, lucrează în posturi cu același profil cu care au lurat și în Turcia. Activează și pe piața imobiliară sau comerț. Câțiva dețin sau lucrează în frizerii.

În cele mai multe dintre restaurantele vizitate în perioada cercetării ne-a fost subliniată pricepera specifică a bucătarilor turci care o face esențială pentru fidelizarea publicului acestora. Într-unul dintre acestea am asistat întâmplător la o prezentare a unor mostre de cremă de iaurt pe care o firmă, prin reprezentantul ei, le propunea unuia dintre bucătarii turci din restaurant. Acesta a gustat și a sugerat politicos că nu poate cumpăra acel produs pentru că unul dintre colegii săi turci reușea să producă o cremă apreciată în mod special de clienții localului.

AGREGAREA COMUNITĂȚII

- **Forme de asociativitate formală și informală:** Fan-cluburi sportive, asociații sportive, asociații ale oamenilor de afaceri, centru cultural.
- **Evenimente cu potential de agregare a comunității**

Nu există un eveniment al comunității în jurul căruia să se adune. Festivalul Turcesc care se ține în fiecare an în parcul Herăstrău este mai degrabă ofertant pentru români. În afară de cele două bayramuri, când unii din turci se retrag la rudele din Turcia, iar cei care rămân în România se duc la festivitățile de la Constanța, nu menționează nimeni nimic despre alte evenimente.

La bayramul din luna iulie s-a organizat o mare festivitate în dana militară din portul industrial Constanța. Acolo se puteau vizita o fregată turcească și un submarin. Deși evenimentul a fost comunicat pe canale media de anvergură (radio și TV), plus promovat în cadrul TIAD, de pildă, nimeni din cadrul autorităților locale nu părea să aibă habar ce se întâmplă. Festivitatea deschisă, adică vizitarea fregatei, viza publicul român. Festivitatea închisă, rezervată pentru elite, consta într-o cină cu circuit închis pe submarin.

- **Manifestări comunitare (religioase, culturale, sportive, divertisment)**
Rugăciunile de vineri din Ramadan. Organizarea de grupuri de sprijin pentru echipe de fotbal.

- **Spații de socializare**

Restaurantele turcești, domiciliile, birourile proprii.

- **Inventar de asociații**

Uniunea Democrată Turcă

<http://www.rdtb.ro/ro> <https://ro-ro.facebook.com/UniuneaTurca>

<https://www.facebook.com/UDTRBucurest>

Asociația Oamenilor de Afaceri Turci din România, <http://www.tiad.ro/>

- **Forme de antreprenoriat etno-cultural**

Restaurantele turcești, măcelăriile.

RELAȚII CU ȚARA DE ORIGINE

Tinerii comunică în mare măsură cu familiile din care provin și cu prietenii. Vizitele implică țara de baștină, din interviuri nu reiese și invers. Turcii mai înstăriți preferă să investească în călătorii, nu spre țara de origine. Pachetele nu par a fi un obicei pentru nicio categorie.

- **Interacțiuni mediate digital**

Obişnuiesc să comunice cu familia online prin rețele ca Skype, Viber, Whatapp, Tango. Unul din ce intervievați afirmă că frecvența cu care comunică cu familia face ca *dorul* față de ea să se diminueze considerabil. Interacțiunea cea rămași acasă prin intermediul digitalului apare la toate categoriile sociale. Cei mai întăriți își permit să-și viziteze rudele chiar și o dată la 2 săptămâni.

„Românizarea lor” se vede după limba pe care o folosesc în postările pe facebook. Din persoanele intervievate am întâlnit persoane care comunică bilingv sau doar în turcește. Cei care comunică bilingv fie scriu doar în turcă, fie doar în română. În acest mod își restricționează audiența în funcție de limbă, comunicând doar cu un anumit grup.

Sursele întocmirii fișei:

Datele din interviuri

Desk research