



O TRIADĂ INDESTRUCTIBILĂ: VALORI, LIDERI, REPREZENTĂRI SOCIALE AN INDESTRUCTIBLE TRIAD: VALUES, LEADERS, SOCIAL REPRESENTATIONS

CZU 316.6

Mihai Şleahţiţchi, doctor în psihologie, doctor în pedagogie, conferenţiar universitar

Rezumat

Referindu-ne la valori, în calitatea lor de „principii generale despre dezirabil” sau de „lianţi de coeziune socială”, trebuie să avem în vedere că ele sunt acelea care contribuie în mod decisiv la conturarea şi cristalizarea reprezentărilor sociale. Ar fi greşit să se creadă că pot exista studii aprofundate („exhaustive”) cu referire la oameni, idei şi evenimente în care s-ar face abstracţie de faptul că reprezentările sociale au capacitatea de a fi puternic ancorate în dinamica proceselor relaţionale, în raporturile simbolice specifice unui câmp social dat, în valorile care constituie expresia elocventă a acestei dinamici şi a acestui câmp. Drept exemplu elocvent, în acest sens, ne poate servi modul în care are loc reprezentarea socială a liderilor; or, datele de care dispunem arată că există o armonie între imaginea pe care o au sau o pot avea favoriţii puterii şi dimensiunile axiologice ale grupului care participă la elaborarea unei asemenea imagini.

Cuvinte-cheie: valori, reprezentări sociale, lideri.

Abstract

When referring to values as "general principles of desirability" or "social cohesion binders", we must bear in mind that they are the ones that contribute in a decisive way to the shaping and crystallization of social representations. It would be wrong to believe that there may be in-depth (“exhaustive”) studies of people, ideas and events that would disregard the fact that the social representations have the capacity to be strongly anchored in the dynamics of relational processes, in the symbolic relationships specific to a given social field, in the values that constitute the eloquent expression of this dynamics and this field. An eloquent example, in this sense, is the way in which the social representation of the leaders takes place; data shows that there is harmony between the image of power the leaders have or could have and the axiological dimensions of the group that participates in the elaboration of such an image.

Keywords: values, social representations, leaders.

Valorile, precum s-a menţionat nu o singură dată, ocupă un loc aparte în procesele de apariţie şi evoluţie ale reprezentărilor sociale. În lipsa lor – găsim în lucrările lui S.Moscovici sau D.Jodelet, J.-C. Abrie sau W.Doise, J.-P. Codol sau M.-L.Rouquette -, este inutil să vorbeşti atât despre „reproducerea mentală a obiectelor, oamenilor, evenimentelor sau ideilor”, cât şi despre edificarea unor „ştiinţe colective *sui generis* destinate interpretării lumii înconjurătoare” sau despre crearea unui „corpus de teme sau de principii, care are o anumită unitate şi care se aplică unor zone deosebite de existenţă şi activitate”.

De unde această convicţiune? Ce-i face pe specialiştii iniţiaţi în problematica câmpului social să creadă că „preferinţele sau principiile care definesc principalele orientări şi reguli ale acţiunii



sociale”⁴ contribuie de o manieră semnificativă – sau chiar hotărâtoare - la apariția și dezvoltarea „grilajelor de estimare și construire a realității”. Pe cât de justificată este insistența pe care ei o manifestă raliindu-se unei asemenea optici interpretative? În opinia noastră, afirmațiile prin care este pusă în lumină existența unei legături strânse între ceea ce are înțelesul de valoare și ceea ce înseamnă reprezentare socială țin cu plenitudine de domeniul firescului. Or, dacă cea dintâi construcție exprimă, după cum am menționat deja, „preferințele sau principiile care definesc principalele orientări și reguli ale acțiunii sociale”, atunci este de la sine înțeles că ea, prin felul în care se impune, este perfect susceptibilă să se implice masiv în „biografia” celei de-a doua construcții care, vom reaminti, este tocmai chemată să caracterizeze, expresia lui A. Neculau, „un stil de conduită, un mod de a comunica cu exteriorul, o orientare în lumea obiectelor și faptelor, o operație de clasificare a ei”. Este important să reținem că, în calitatea lor de elemente constituante ale nivelului ideologic⁵, valorile descriu tipul de compoziții psihomente care, după cum precizează P.B. Smith și S.H. Schwartz, doi remarcabili analiști ai problematicii structurilor axiologice [1], servesc drept „standarde de selecție și evaluare a comportamentelor și evenimentelor sociale” sau – într-o altă înșiruire de cuvinte – drept „principii generale despre ce este de prețuit în viață și despre cum trebuie oamenii să se comporte și să aprecieze situațiile, evenimentele, persoanele, obiectele, sociale ori naturale”. Drept consecință, prin tipul de compoziții psihomente la care facem referință, „în universul spiritual-simbolic al societății și în structura personalității indivizilor apare generalitate și centralitate”, iar „pe dimensiunea acțiunilor cu caracter de masă” – un „dictat al criteriilor evaluative”.

În definitiv, valorile sunt acelea care, fiind interiorizate, acționează ca niște vectori motivaționali *sui generis*, fasonând – la nesfârșit – variate stiluri de gândire, de interpretare și de

⁴ Operăm, aici, cu o definiție a valorii preluate dintr-un volum coordonat de G. Ferréol: Ferréol G. (coord.), Cauche Ph., Duprez J.-M., Gadrev N., Simon M. Dicționar de sociologie / Prefață la ediția în limba română: S. Chelcea, A. Neculau. – Iași: Editura Polirom, 1998. – P. 219.

⁵ La acest fapt ne-am referit, într-o anumită măsură, ceva mai devreme, când am evidențiat particularitățile relației existente între ideologie și reprezentările sociale. Pentru a fi și mai convingători, vom menționa că, de-a lungul anilor, un număr impresionant de cercetători au ținut să vorbească în mod special despre valori și statutul lor de parte integrantă a nivelului ideologic. Iată doar câteva exemple:

• **L.R. Brown:** *ideologia poate fi definită prin termenul care subsumează ansamblul a ceea ce psihosociologii numesc cogniții: cunoștințe, credințe, valori sau opinii* (Brown L.R. Ideology. – Harmondsworth: Penguin, 1973. – P. 28);

• **G.S. Jowett, V. O'Donnell:** *ideologia redă un ansamblu de credințe, de valori, de atitudini, de comportamente și de norme* (Jowett G.S., O'Donnell V. Propaganda and Persuasion. – Newbury Park: Sage, 1992. – P. 15);

• **H. Feertchak:** *nivelul ideologic este compus din valori, norme și credințe generale* (Feertchak H. Les motivations et les valeurs en psycho-sociologie. – Paris: Armand Colin, 1996. – P. 34).



conduită. Fie că sunt raportate la un grup, la o clasă, la o națiune sau la omenire în general, ele fac dovada faptului că exprimă „operatori eficienți de autoconservare/autodepășire” susceptibili să servească drept „lianți de coeziune” sau/și „factori mobilizatori pentru diverse categorii de actori ai acțiunilor sociale”. Acest lucru este recunoscut – direct sau mai puțin direct, într-o măsură mai mare sau mai mică – de toți sau aproape toți acei care și-au dedicat cariera studiului sistematic al factorilor care-i fac pe oameni să distingă ce este fundamental și de neglijat în viață. Exemplele de mai jos aduc confirmarea necesară:

- **W. I. Thomas & F. Znaniecki:** prin valoare înțelegem un dat având un conținut empiric, accesibil tuturor membrilor unui grup social, și un sens în funcție de care activitatea este determinată sau nu [2];
- **J. Nuttin:** valorile, concentrate într-o filosofie a vieții, sunt cele care dau unitate și consistență persoanelor umane, făcând posibilă predicția în sfera relațiilor interindividuale și intragrupale [3];
- **A. Mișu:** sedimentate în oameni, valorile înfățișează criterii evaluative în relațiile care apar de zi cu zi între aceștia [4];
- **J.-M. Duprez:** valorile redau preferințe sau principii care definesc principalele orientări ale acțiunii umane, care orientează și legitimează regulile vieții sociale [5];
- **P. Ilut:** valorile redau principii generale despre dezirabil, care orientează și organizează acțiunile și mentalitățile indivizilor, grupurilor și comunităților [6].

Întrucât valorile – în calitatea lor de „standarde evaluative”, „principii generale despre ce este de prețuit în viață”, „lianți de coeziune” sau „factori mobilizatori pentru actorii acțiunilor sociale” – sunt elemente constituante ale nivelului ideologic, iar nivelul ideologic, la rândul său, constituie expresia unui factor care – după cum am arătat ceva mai devreme – stă la baza formării reprezentărilor sociale, este natural și întru totul întemeiat să se țină cont de faptul că *orice reprezentare socială reflectă în cel mai înalt grad profilurile axiologice ale individului sau/și grupului*. Parafrazându-l pe A. Neculau, am putea spune următoarele: reprezentările sociale impregnează întreaga gamă a raporturilor interpersonale, ele „circulă”, se încrucișează, preiau valori din mediu, se alimentează din specificitatea pe care le-o imprimă societatea și cultura noastră; caracterul propriu al acestor reprezentări este acela că nu „operează o ruptură între universul exterior și universul interior al individului sau al grupului”, obiectul de interes impunându-se doar „prin semnificația pe care i-o dau indivizii care îl pun în valoare”.



Așadar, ori de câte ori ne referim la valori, considerându-le „principii generale despre dezirabil”, „standarde de evaluare a comportamentelor și evenimentelor” sau „lianți de coeziune socială”, trebuie să avem în vedere că ele sunt acelea care contribuie în mod decisiv la conturarea și cristalizarea reprezentărilor sociale. Ar fi completamente greșit să se creadă – afirmă, în context, W. Doise [7] - că pot exista studii aprofundate („exhaustive”) cu referire la oameni, idei și evenimente în care s-ar face abstracție de faptul că reprezentările sociale au capacitatea de a fi puternic ancorate în dinamica proceselor relaționale, în raporturile simbolice specifice unui câmp social dat, în valorile care constituie expresia elocventă a acestei dinamici și a acestui câmp. Idei similare întâlnim și la mulți alți psihosociologi de vază:

- **D. Jodelet:** reprezentările sociale se sprijină pe valori care variază de la un grup social la altul [8];
- **J.-C. Abric:** reprezentările sociale sunt determinate de sistemele de valori și de norme care constituie mediul sociologic al momentului și al grupului [9];
- **G. Mugnu & F. Carugati:** reprezentările sociale se structurează și evoluează de o manieră compatibilă cu sistemele de valori determinate social și istoric [10];
- **A. Neculau & M. Curelaru:** reprezentările sociale interpretează și legitimează valorile, având rolul de a menține valorile întemeiate ideologic [11].

În intenția de a oferi un exemplu concludent cu referire la cele menționate mai sus, vom prezenta, în continuare, rezultatele unui studiu pe care l-am organizat și desfășurat, ceva mai devreme, cu scopul identificării particularităților procesului de reprezentare socială a liderilor [12; 13; 14].

Primul lucru pe care l-am făcut, pornind cercetarea, a fost să relevăm cât de semnificativ este impactul valorilor asupra spațiilor în care se răspândesc opinii, atitudini, reprezentări și în care, concomitent, are loc luarea deciziilor. Făcând trimitere la S. Moscovici, W. Doise, A. Palmonari, R. Boudon, F. Bourricaud și S. M. Rădulescu, am ținut să oferim câteva detalii:

O formă de evaluare apreciativă asupra a ceea ce trebuie socotit ca fiind pozitiv sau negativ, funcțional sau disfuncțional pentru viața organizată a unui grup, valorile reprezintă principalul reper critic, în funcție de care se organizează variate idei, reprezentări, sentimente sau/și comportamente. În calitate de surse fundamentale ale motivației activităților cotidiene, ele redau evaluări simbolice de maximă generalitate al actelor și scopurilor sociale, standarde ideale de comportament, resimțite ca obligații individuale de către fiecare din noi.

Asigurând unitatea funcțională a comunității, valorile redau momentul nodal al studiilor axate pe problematica ei. Or, opțiunile valorice pe care un grup le pune în practică sunt, în definitiv, responsabile de orientarea acțiunilor lui. Nu numai pentru sociologi, ci și pentru psihosociologi recursul la conceptul de



valoare trebuie să constituie un *deus ex machina*, adică o pârghie care aduce cea mai favorabilă soluție în rezolvarea multiplelor probleme de ordin uman.

Mai apoi, am arătat că procesul de reprezentare socială a liderilor, înscriindu-se plenar în parametrii unui autentic proces sociocognitiv, nu poate fi conceput decât în strânsă legătură cu sistemele de valori și de norme care formează „mediul sociologic al momentului și al grupului”. Alăturându-ne ideilor expuse în una dintre cele mai cunoscute lucrări ale lui W. Doise – *Reprezentările sociale: definiția unui concept* [15] –, am remarcat că în interiorul oricărui câmp social – fie că este vorba, expresia lui P. Bourdieu, de „înalta croitorie pariziană, domeniul lingvistic sau diplomele produse de sistemul de învățământ” - *miza luptelor* (pentru supremația anumitor idei, opinii, stiluri de receptare și interpretare) decurge din *așezarea ierarhică a valorilor*, și nu din simpla lor afișare „în spațiu și timp”.

Pornind de la această premisă și având convingerea că modul în care circulă valorile este nemijlocit legat de satisfacerea nevoilor⁶, iar liderii, prin felul lor de a fi, se situează, în fond, pe un continuum care leagă autoritarismul și liberalism, am demonstrat, în cele din urmă, că între caracterul reprezentării sociale a liderilor și profilul axiologic al grupului în mediul căruia se produce această reprezentare⁷ se instituie o legătură organică:

a) dacă *zona plexus* din ierarhia orientărilor valorice ale grupului⁸ este dominată, la un anumit moment, de aserțiuni ce redau predilecții pentru autoconservare, securitate sau/și siguranță,

⁶ Noțiunea de valoare, spun specialiștii – N. Sillamy, de exemplu –, este esențialmente subiectivă, variind în funcție de individ ori de situație și fiind legată nemijlocit de satisfacerea nevoilor existente. Dată fiind existența mai multor feluri de nevoi, putem, evident, vorbi și despre existența mai multor tipuri de valori. Astfel, dacă e să respectăm modelul ierarhic maslowian, valorile umane pot fi divizate în: a) valori legate de satisfacerea nevoilor fiziologice ; b) valori legate de satisfacerea nevoilor de siguranță și securitate ; c) valori legate de satisfacerea nevoilor de apartenență și dragoste ; d) valori legate de satisfacerea nevoilor de stimă și apreciere ; e) valori legate de satisfacerea nevoilor de cunoaștere ; f) valori legate de satisfacerea nevoilor estetice și g) valori legate de satisfacerea nevoilor de dezvoltare și autorealizare.

⁷ Eșantionul cercetării a fost constituit din patru grupuri distincte – studenți (358 persoane), adolescenți (375 persoane), deținuți (259 persoane), pensionari (388 persoane).

⁸ Ca și orice alte ierarhii, cele la care s-a recurs în prezentul studiu au înfățișat relații între superior și inferior, sisteme de priorități, clasificări ale unor entități în raport cu importanța ce le-a fost acordată. Purtând un caracter interacționist, și nu unul liniar, ele, evident, s-au axat pe ordinea verticală a dominantelor. În această ordine, credem, se pot distinge trei importante segmente formative : partea de sus [= *zona plexus*], partea de mijloc și partea de jos. În partea de sus [= *zona plexus*], începutul căreia coincide cu vârful aranjamentului ierarhic, evoluarea rangului orientării valorice decurge astfel încât se ajunge la o cotă numerică, care semnifică, vorbind la figurat, parcurgerea unei treimi de drum în descendență de la clasamentul superior la cel inferior. În mod similar, partea de mijloc, urmând după cea de sus, redă spațiul, în limitele căruia evoluarea rangului orientării valorice ajunge până la o cotă numerică ce simbolizează parcurgerea a două treimi din drumul ce duce de la clasamentul superior la cel inferior, iar partea de jos, urmând după cea din mijloc, redă spațiul în limitele căruia evoluarea rangului orientării valorice ajunge până la o cotă numerică ce indică la parcurgerea întregii distanțe dintre punctele extreme ale ordinii ierarhice.

De ce *zona plexus* ? Cum poate fi explicată includerea acestei sintagme în eșafodajul conceptual al studiului ?

Provenind din verbul latinesc *plexere* [= a împleti], cuvântul *plexus* este utilizat, inițial, în domeniul anatomiei și în cel al medicinei pentru a desemna o *rețea de nervi sau de vase constituită prin intermediul anastomozelor și situată*



atunci reprezentările membrilor acestui grup asupra liderilor pe care și-i doresc se organizează în jurul unui nod central, majoritatea elementelor constitutive ale căruia exprimă însușirile unor favoriți ai puterii de tip autoritar;

b) dacă *zona plexus* din ierarhia orientărilor valorice ale grupului este dominată, la un anumit moment, de aserțiuni ce redau predilecții pentru apartenență sau/și dragoste, stimă sau/și apreciere, atunci reprezentările membrilor acestui grup asupra liderilor pe care și-i doresc se organizează în jurul unui nod central, majoritatea elementelor constitutive ale căruia exprimă însușirile unor favoriți ai puterii de tip democrat;

c) dacă *zona plexus* din ierarhia orientărilor valorice ale grupului este dominată, la un anumit moment, de aserțiuni ce redau predilecții pentru cunoaștere, frumos, dezvoltare sau/și autorealizare, atunci reprezentările membrilor acestui grup asupra liderilor pe care și-i doresc se organizează în jurul unui nod central, majoritatea elementelor constitutive ale căruia exprimă însușirile unor favoriți ai puterii de tip liberal sau liberal-democrat.

în diverse puncte ale organismului uman (la nivelul sistemului gastric sau al celui renal, spre exemplu). În mod special, adeseori, este evidențiat *plexus-ul solar*, o „regiune situată în partea de sus a abdomenului unde se află nervii care îl excită”. Acest tip de *plexus*, spun specialiștii, simbolizează un „soare interior” sau – mai exact – *centrul energetic al corpului uman*. Or, prin mijlocirea lui, este activată diafragma – o cupolă fibroasă care, fiind amplasată între torace și abdomen, se mișcă în ritm cu respirația, în sus și în jos, de circa 20.000 ori pe zi, și care, în virtutea faptului că reprezintă un piston *sui generis*, ține restul organelor în stare de tonus. Cu timpul, cuvântul *plexus* se regăsește nu doar în tratatele de anatomie sau în cele care vizau medicina, ci și în alte sfere ale activității umane. În acest sens, scriitori sunt, pare-se, primii care manifestă interes față de el, punându-i în valoare capacitatea de a simboliza *regiuni cu așezare superioară în care se regăsesc nervii cu putere de excitare*. Pentru a oferi un exemplu de rigoare, vom aminti că *Plexus* este denumirea celui de-al doilea roman din trilogia *Răstignirea trandafirilor*, scrisă de H. Miller pe parcursul a mai bine de zece ani (o trilogie interzisă în SUA și publicată la Paris între 1949 și 1960). Ce l-a determinat pe vestitul romancier american – despre care se spune că este cel mai cultivat dintre scriitorii generației pe care a reprezentat-o, că a dat un nou sens genului literar, că s-a impus în calitate de un admirator fervent al vieții în toate aspectele ei sau că a avut un talent de povestitor inegalabil – să se pronunțe în favoarea unei asemenea denumiri? Din câte știm, el s-a condus de următorul raționament: semnificațiile termenului *plexus* sunt de așa natură, încât doar în baza lor se poate ajunge la o *prezentare profundată a unei societăți dezmembrate din punct de vedere moral* (în roman, vom reaminti, este descrierea New Yorkului dinaintea izbucnirii Primului Război Mondial) sau – altfel spus – la *cea mai amplă descriere a valorilor care pot influența în mod hotărâtor lupta pentru supraviețuire*. Mai mult decât un roman, *Plexus*, după cum consideră mai mulți specialiști în materie de critică literară, este confesiunea unui personaj fascinant care ia forma unei avalanșe de emoții, idei, viziuni și coșmaruri cu referire la om și locul său precar în societatea secolului XX. Ideea de valori supreme este cea care-l interesează pe H. Miller cu deosebire. Ce-i poate salva pe oamenii din zilele noastre care „nu mai simt mare lucru, comportându-se ca niște automate – mănâncă, dorm, se joacă, muncesc și chiar fac sex într-un mod mecanic, ca reflex al „haosului nostru interior”? Dragostea, bineînțeles. Acea stare care este singurul lucru susceptibil să se manifeste ca un magnet, unind elemente existențiale cu caracter opus. Din aceleași considerente, H. Miller aruncă în perplexitate spiritele conforme: „niciun grăunte de fățărnicie nu trebuie admis, chiar dacă în destule ocazii bunul-simț este scuza temeinică pentru lașități și complezențe”. Sensurile pe care le comportă termenul *plexus* – de o *regiune cu așezare superioară în care se regăsesc nervii cu putere de excitare*, în anatomie și medicină, sau de o *împietire a valorilor supreme care pot influența în mod hotărâtor lupta pentru supraviețuire*, în creația literară – ne oferă posibilitatea să-i atribuim acestuia și un înțeles psihosociologic, în sensul evidențierii capacității lui de a zugrăvi *partea de sus a ierarhiei orientărilor valorice constituite în cadrul unui grup*. În viziunea noastră, această parte a ierarhiei orientărilor valorice s-ar putea numi *zona plexus* sau – după caz - *plexus*.



Înceind studiul, am constatat că există o armonie între imaginea liderului sau a candidatului la postul de lider și dimensiunile axiologice ale grupului care participă la elaborarea unei asemenea imagini. Ținându-se cont de acest fapt, liderului (sau candidatului la postul de lider) i se vor indica punctele forte și punctele slabe, precum și modalitățile prin intermediul cărora se vor întări primele și se vor atenua ultimele.

Referințe bibliografice:

1. Smith, P. B., Schwartz, S. H. Values. In: W. Berry, M. Segall, C. Kagritcibasi (eds.). *Handbook of Cross-Cultural Psychology*. – Vol. 3. – Boston: Allyn and Bacon, 1997. – P. 80.
2. Thomas, W. I., Znaniecki, F. *The Polish Peasant in Europe and America*. New York: Knopf, 1920/1927.
3. Nuttin, J. *La structure de la personnalité*. Paris: P.U.F., 1968.
4. Mișu, A. *Sociometria, eseu critic*. București: Editura Politică, 1967.
5. Duprez, J.-M. Valorile. În G.Ferréol (coord.). *Dicționar de sociologie*. Iași: Polirom, 1998. – P. 219.
6. Iluș, P. Valori. În: S. Chelcea, P. Iluș (coord.). *Enciclopedie de psihosociologie*. București: Editura Economică, 2003. – P. 367.
7. Doise, W. Ancorarea în studiul reprezentărilor sociale. În: A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale*. Ediția a II-a. Iași: Polirom, 1997. – P. 155
8. Jodelet, D. Reprezentările sociale, un domeniu în expansiune. În: A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale*. Ediția a II-a. Iași: Polirom, 1997. – P. 88.
9. Abric, J.-C. Reprezentările sociale: aspecte teoretice. În: A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale*. Ediția a II-a. Iași: Polirom, 1997. – P. 116.
10. Mugnu, G., Carugati, F. *L'intelligence au pluriel. Les représentations sociales de l'intelligence et son développement*. Cousset: Del Val, 1985.
11. Neculau, A., Curelaru M. Reprezentări sociale. În: A. Neculau (coord.). *Manual de psihologie socială*. Iași: Polirom, 2003. – P. 303.
12. Șleahțișchi, M. *Liderii*. Chişinău: Știința, 1998. – P. 122-169.
13. Șleahțișchi, M. *Eseu asupra reprezentării puterii. Cazul liderilor*. Chişinău: Știința, 1999. – P. 194-240.
14. Șleahțișchi, M. Liderii și reprezentarea lor socială. În: *Analele științifice ale Universității de Stat din Moldova*. – Vol. 3. – Seria: Științe socioumanistice. – Chişinău: CEP USM, 2005. - P. 340-344.
15. Doise, W. Reprezentările sociale: definiția unui concept. În: A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale*. Ediția a II-a. Iași: Polirom, 1997. – P. 79.