

CAPITOLUL I

PERSONALITATE ȘI CULTURĂ

1.1. Personalitate – societate – cultură

Una din primele definiții ale personalității a fost formulată de Allport în 1937 astfel: „personalitatea este organizarea dinamică la nivel individual a sistemelor psiho-fizice care determină comportamentul și gândirea prin raportare la mediul înconjurător“. Personalitatea reprezintă o configurație unică și stabilă a sistemelor psiho-fizice structurate pe parcursul evoluției individuale și determinante pentru comportament.

Prin „personalitate“ denumim un ansamblu de trăsături corelative unui stil de viață, unui comportament individualizant pentru o persoană. Psihologii personalității, în acord cu psihologii sociali, recunosc rolul factorilor interni în structurarea comportamentului și relativa lor stabilitate în timp. Ceea ce desparte cele două abordări este modul de analiză a individualității. Astfel, dacă psihologii sunt interesați îndeosebi de structura internă a acesteia și de relațiile dintre trăsături, „în psihologia socială efortul de descoperire a factorilor interni este întotdeauna precedat de identificarea unor fenomene sau comportamente sociale importante“(Neculau, Dîrțu, 2003, p. 75).

Tot Allport (1981) propunea trei niveluri de analiză a personalității umane în funcție de gradul de generalitate al regulilor sau normelor care reglează relațiile interpersonale. Personalitatea se poate, analiza prin prisma trăsăturilor universale, de grup și individuale. Astfel, se precizează implicit importanța contextului situațional, a culturii, în structurarea acesteia. Câteva ani mai târziu, Cattell (1963) vine să susțină modelul propus de Allport, afirmând că: „Neluearea în seamă a situației este una din principalele cauze de judecare greșită a personalității. Cadrul contextual solicită întreaga personalitate, implicit secțiuni cum ar fi cogniția sau afectivitatea“ (p. 159).

Personalitatea trebuie privită ca un sistem deschis, care „permite uşoare schimbări în condiţiile situaţionale, pentru a-şi exercita influenţa“, iar „situaţia trebuie conceptualizată ca un domeniu ce are puterea de a influenţa comportamentul individului“. Zlate (1987) ajunge la o concluzie similară, punând însă accentul pe comportament ca modalitate de manifestare a personalităţii în social. „Psihologii, în încercarea de a inventaria cât mai multe elemente componente ale personalităţii (indiferent dacă acestea se numesc însuşiri, trăsături, factori), în strădania de a depista structurile, sistemele şi subsistemele personalităţii(...) pierd cel mai ades din vedere tocmai personalitatea. Or, pentru personalitatea totală, integrală a omului, semnificaţie au nu atât însuşirile, «configuraţiile de trăsături», cât modul particular de integrare şi utilizare comportamentală a acestora“ (p. 4).

Toate aceste definiţii vin să precizeze faptul că diferenţele culturale şi practicile sociale modelează comportamentele unei persoane şi implicit structura personalităţii sale. În psihologia socială aceasta este abordată atât din punctul de vedere al determinantilor interni, cât şi al celor externi. Astfel, comportamente opuse, cum ar fi cooperarea, altruismul, bunătatea *versus* răzburarea, agresiunea, ostilitatea, se relativizează prin raportare la contextul generativ.

Modelul propus de Sarah Hampson (1996) vine să completeze informaţiile referitoare la personalitate. Ea defineşte personalitatea prin prisma psihologiei sociale şi propune trei componente identificabile în structurarea acesteia, şi anume: comportamentul pe care persoana „îl aduce pe scena socială“, semnificaţiile pe care le ataşează acestui comportament el însuşi şi semnificaţiile pe care le acordă acestui comportament ceilalţi (Hampson, 1996). Aşadar *semnificarea* are un dublu sens.

Primul sens se referă la semnificaţia pe care un individ o acordă propriilor comportamente, operaţie care se poate numi „autosemnificare a comportamentelor“. Semnificaţiile ataşate propriilor comportamente sunt dependente de modelele educaţionale şi se răsfrâng în opţiunile pentru viitor, cum ar fi cea profesională. Capacitatea de a acorda semnificaţii se formează prin prisma relaţiilor interpersonale. Mugny şi Perez (1996) precizează: „Diverse experienţe interpersonale şi intergrupale influenţează, mai mult sau mai puţin favorabil, dezvoltarea diverselor activităţi cognitive asociate calităţii de a fi inteligent“ (p. 52). Doise (1996) a demonstrat că reorganizarea cognitivă într-o discuţie colectivă se desfăşoară cu ajutorul unor confruntări

și conflicte socio-cognitive. În fapt, ceea ce se învață în primii ani sunt anumite scenarii, adică indicații detaliate referitoare la cum să ne comportăm în anumite situații, în prezența anumitor persoane și în cadrul unor raporturi sociale determinate.

Al doilea sens se referă la semnificația acordată de ceilalți comportamentelor. Importanța acesteia a fost precizată de Pavelcu (1970): „Paradoxul cunoașterii de sine e următorul: cu cât mai departe de mine, cu atât mai aproape. Este nevoie de o verigă intermediară, de o relație indirectă între mine ca subiect și mine ca obiect. Această verigă este *Altul*. Prin *El* ajungem să ne facem o impresie despre imaginea noastră în conștiința celorlalți. *Altul* reprezintă o sursă crucială de informații despre mine“ (p. 49). Așadar *evaluarea reflectată* reprezintă una din modalitățile de autocunoaștere, personalitatea fiind „un construct deopotrivă privat, personal, și public, social“ (Lungu, 2003, p. 88).

Un alt concept care trebuie avut în vedere atunci când abordăm personalitatea din unghiul psihologiei sociale este acela de *adaptare psihologică*. Dacă evaluarea reflectată este o modalitate de autocunoaștere, acest al doilea concept propus privește relația persoană – situație sau context. Neculau (2003) explică dezvoltarea comportamentelor insistând pe relația situație – comportament. „Cunoașterea situației se desfășoară paralel cu *faptele situaționale* prin diferite tipuri de *tranzacții* care au loc între individ și mediu, cu scopul de a restabili corespondența dintre comportamentul individual și faptele situaționale. Individul dobândește treptat o anumită competență în diagnosticarea situațiilor și evaluarea *eficienței* comportamentului său viitor (p. 77). Așadar, studiul personalității obligă și la o atentă verificare a *proprietăților situaționale* sau *tipurilor de situații*, care sunt utilizate și înglobate în comportamente (p. 77). În acest context, o *taxonomie* a situațiilor devine necesară.

Un scop important al psihologiei personalității este descrierea calităților diferențiale ale indivizilor într-o varietate de contexte situaționale. Endler, printre alții, a spus că ar trebui dezvoltate strategii pentru o investigare sistematică a situațiilor: „deși avem o psihologie diferențială a indivizilor destul de avansată, psihologia diferențială a situațiilor este încă la început“ (Endler, p. 258). Mai recent, Hogan, Harkness și Lubinski (2000), au ajuns la concluzia că „nu există o taxonomie a situațiilor care să fie acceptată de comun acord și asupra căreia să se fi convenit în urma unui studiu descriptiv

al personalității“ (p. 291). Acest demers este necesar chiar dacă trăsăturile de personalitate sunt în general percepute ca fiind constructe ce descriu comportamentul în cadrul situațiilor.

O primă încercare a fost a profesorului Van Heck în 1984, care a selectat 20 de situații cu rată mare de apariție în viața cotidiană, cum sunt: conflictul, conversația, cooperarea, declarația de dragoste, examenul, vizita etc.

O taxonomie mai recentă a situațiilor sociale este rezultatul activității de cercetare a grupului de la Universitatea Groningen. Scopul principal al studiului a fost descrierea structurii situațiilor din perspectiva psihologiei personalității. Aceste structuri, consideră autorii, ar trebui să includă domeniul situațiilor care este folosit pentru a exprima trăsăturile de personalitate. Trăsăturile pot fi exprimate prin comportamente relevante într-un context situațional. Cele două variabile în discuție sunt, așadar, comportamentele și situațiile. Din punctul de vedere al comportamentelor, o taxonomie acceptată și validată pe diferite populații este cea propusă prin Big Five, prin prisma a cinci dimensiuni, sau cinci factori (De Raad, 2000; Wiggins, 1996). Din punctul de vedere al structurii situațiilor, clasificarea propusă a avut drept criteriu capacitățile de adaptare a persoanelor la diferite niveluri de complexitate a contextului (sau a situației sociale).

În acest studiu, participanții au fost rugați să clasifice (cuantifice) măsura în care sunt capabili să facă față unui set diversificat de situații. Ideea de bază a modurilor sistematice de a face față situațiilor corespunde unei forme de *coping* în care acesta este conceput ca o tendință dispozițională (Suls, David și Harvey, 1996; Watson și Hubbard, 1996).

O primă analiză a componentelor principale a clasamentelor personale a scos la iveală patru tipuri de situații:

1. situații agreabile
2. situații de disconfort
3. situații de conflict interpersonal
4. situații care implică normele sociale.

Analiza secundară, de profunzime, a evidențiat, o nouă clasificare în cinci categorii. Acestea sunt:

1. *Situații de disconfort* (a fi internat în spital, a avea un eșec, a fi trist, a face o greșeală, a vedea ceva neplăcut).

2. *Situații agreabile* (a ieși în oraș la o cafea, a participa la o petrecere, a face o glumă, a întâlni o cunoștință, a dori să faci dragoste).

3. *Situații care implică luarea unor decizii* (a participa la o discuție, a-și susține punctul de vedere, a da pe cineva în judecată, a vrea să convingi pe cineva, a vrea ceva diferit decât vor ceilalți).

4. *Situații care implică norme de conduită socială* (a-și cere scuze, a fi martor la un accident ușor, a fi musafir, a observa că un copil s-a rănit, a avea grijă de cineva).

5. *Situații de rutină zilnică* (a merge la culcare, a te întoarce acasă, a lua cina, a fi pierdut în gânduri, a trebui să te trezești).

Considerând această taxonomie a situațiilor ca o bază, studiile antropologice se concentrează pe relația cultură – personalitate sau, altfel spus, pe studiul conceptului de personalitate corelativ unei culturi bine definite. Aceasta fiind o modalitate specifică de abordare a relației individual – social, care se focalizează pe modalitățile în care formarea personalității este determinată social, de valorile culturale. Cultura nu este, din această perspectivă, o entitate socială, ci reprezintă exprimarea socialului într-o situație bine definită. Dimensiunea culturală nu este altceva decât o dimensiune socială, adaptată și adoptată de către membrii unei comunități. Sfera conceptului cuprinde totalitatea cunoștințelor teoretice și practice determinate de normele și valorile împărtășite de grup.

Cultura se exprimă în acest sens prin intermediul unui stil de viață specific unei anumite societăți. Acestei afirmații i se poate atașa definiția dată de Bercovitz (1962): „cultura este un mod de viață al unui popor, în timp ce societatea este o grupare de persoane care respectă un anumit mod de viață“.

Pentru a avea o imagine mai clară, putem considera cultura o matrice socială care determină conduitele membrilor unei societăți, impunându-le modelele de comportament în conformitate cu care se va organiza stilul de viață și relațiile interpersonale.

Această matrice socială corespunde la ceea ce antropologii numesc *personalitate de bază*. Este vorba despre un concept operațional care desemnează efectele produse de modelele culturale și descrie modul în care factorii culturali devin activi la nivelul societății. Personalitatea de bază a fost definită de Kardiner (1939) ca fiind „o configurație psihologică particulară, specifică membrilor unei societăți date, care se manifestă printr-un stil de viață – cadru, care se particularizează la nivel individual“.

Pentru Kardiner personalitatea de bază este formată din „instituțiile primare“, în special familia, cu modul său de funcționare (reguli, sisteme de educație). Instituțiile primare își exercită influența asupra „instituțiilor secundare“, adică asupra sistemelor de valori și norme ale unei societăți. Înțelegem astfel că personalitatea de bază, ca „un loc central“ al sistemelor de interacțiune între indivizi și societate, reprezintă și nivelul la care modelele culturale intervin activ, modelând stilul de viață. Personalitatea de bază ca expresie a conduitelor aprobate social demonstrează importanța învățării sociale.

Valorile și modele culturale au rolul de a asigura integrarea individului în social. Inserția socială se realizează prin încorporarea, interiorizarea acestora. Interiorizarea valorilor culturale, sau socializarea, nu trebuie înțeleasă ca un proces de simplă determinare socială, căci adoptarea modelelor constituie un proces de transformare a valorilor propuse prin prisma valorilor personale.

Definind personalitatea ca o structură dependentă de social și cultural, se impune a delimita o serie de relații, ca și modalitățile în care societatea și cultura participă la structurarea acesteia. În explicarea conduitelor sociale se impune definirea unor concepte și relații de tipul: atitudini și comportamente, socializare, prosocialitate și reciprocitate, învățare socială și culturală, reprezentări, obiceiuri, valori și credințe.

1.2. Atitudini și comportament social

Relația atitudine – comportament a fost definită în psihologie ca o relație de determinare. Atitudinea reprezintă „o dispoziție internă a individului, care subîntinde percepția sa și reacțiile sale față de un obiect sau un stimul. Atitudinile sunt constant prezente în comportament“.

(Boza, 2003, p. 125)

Prin definirea conceptului de atitudine, psihologia socială pune accentul pe importanța interacțiunii persoană – context social și pe modul relativ constant de a reacționa în situații asemănătoare, bazat pe o anumită structură psihică stabilă. În acest sens, Allport (1981) definește atitudinea ca fiind o dispoziție mintală și neurologică organizată în funcție de experiență și exercitând o influență dinamică asupra comportamentului individului. Astfel

privită, atitudinea este o dispoziție orientată spre acțiune. Nenumărați alți autori, preluând această abordare, au considerat că atitudinea este corelată comportamentului și în special rolului social. În acest context se pot descrie trei componente esențiale ale atitudinii, și anume: cea afectivă, cea cognitivă și cea comportamental – conativă.

- *Componenta afectivă a atitudinii* se susține prin existența emoțiilor pozitive sau negative raportate la un obiect. Așadar atitudinea nu este o stare neutră, ci o trăire afectivă care rezonază cu exteriorul.

- *Componenta cognitivă* include opiniile și credințele persoanei raportate la un aspect al realității sociale.

- *Componenta comportamentală sau conativă* se referă la determinanțele unei reacții exterioare, a conduitei.

Această structură este susținută și de rezultatele altor cercetări empirice. În ultimii ani accentul cade mai mult pe latura cognitivă, considerându-se că atitudinea reprezintă un sistem de credințe și valori care se bazează pe evaluări raționale care permit adaptarea socială a persoanei (Petty, Cacioppo, 1986; Rathus, 1981).

În aceste condiții, atitudinile îndeplinesc mai multe funcții și anume: de adaptare, de cunoaștere și acomodare și, în fine, de protecție a Sinelui. Ele intervin în diverse tipuri de relații sociale și permit persoanei să-și mențină constanța imaginii de sine și să facă față factorilor de stres prin mecanisme de adaptare socială (La Piere, 1934).

Analiza predictivă a unui comportament pornind de la atitudini depinde de evaluările cognitive pe care individul le face asupra intențiilor celuilalt, ca și asupra necesității de a se conforma acestor intenții. Prin urmare, într-o situație dată, predicția unui comportament se poate face având în vedere relația dintre atitudinile unei persoane și răspunsul la presiunea socială reprezentată de „Alții“.

1.2.1. Dimensiuni ale comportamentului social

Triandis în 1995 a demonstrat că fiecare comportament social poate fi descris ca un punct din spațiul matematic cvadridimensional prin următoarele patru dimensiuni:

1. asociere și comportament suportiv *versus* disociere, evitare, agresivitate și comportament negativ;

2. nesubordonare, dominare, inițiativă *versus* subordonare, conformism, obediență;

3. formalism, respectarea normelor culturale *versus* intimitate, spontaneitate, relativ nonconformism;

4. deschidere, reacții evidente și vizibile *versus* mascare, comportament fantezist neobservabil, ascuns.

Analiza făcută de Triandis și Lonner (1980) cu privire la aspectul transcultural al comportamentelor susține caracterul universal al primelor două dimensiuni. A treia și a patra dimensiune nu au fost validate prin studii ulterioare ca fiind universale, deși ipotetic ele sunt corecte.

Hogan (1983) preia teoria anterioară și o aplică în studii de personologie asupra sociabilității. El demonstrează că cele mai multe dimensiuni ale personalității, așa cum sunt ele definite de diferite abordări, sunt combinații variate între cele două dimensiuni ale comportamentului social menționate mai sus, asociere – disociere și nesubordonare – subordonare. Spre exemplu, extraversia se regăsește în comportamente asociativ-subordonate, neuroticismul este corelativ comportamentelor de tip nesubordonat-disociativ, anxietatea este în legătură cu comportamentele subordonat-disociative, în fine, originalitatea se asociază cu comportamente asociativ-nesubordonate.

Epstein (1979, 1980) pornind de la teoria lui Hogan, consideră a fi greșită abordarea personalității prin prisma unor comportamente determinate de un cadru specific. El propune o abordare independentă de contextul cultural și stabilirea unor indici care pot permite prognoza comportamentală indiferent de tipul de societate în care trăiește persoana.

Enumerarea acestor direcții de studiu și de abordare a relației personalitate – societate ne permite o întrebare legitimă: Ce tipuri de indici și dimensiuni sunt mai adecvate? Care sunt cei mai corecți și adaptați la un nivel mai larg social?

Un posibil răspuns este cel sugerat de Goldberg (1981) care a analizat exhaustiv tipologii ale personalității și s-a întrebat care anume este cea mai potrivită să fie universală. De asemenea, analizând cele mai frecvente dileme ale relațiilor interpersonale, concluzionează că există câteva întrebări generale, pe care toți oamenii și le pun, mai mult sau mai puțin conștient. Acestea sunt:

- Este X activ și dominator sau pasiv și submisiv? (Pot eu să-l intimidez pe X sau X va încerca să mă intimideze pe mine?)

Cuprins

CAPITOLUL I

PERSONALITATE ȘI CULTURĂ	5
1.1. Personalitate – societate – cultură	5
1.2. Atitudini și comportament social	10
1.2.1. Dimensiuni ale comportamentului social	11
1.3. Socializare, prosocialitate și reciprocitate	17
1.4. Învățare socială – învățare culturală	26
1.5. Stres și adaptare	32

CAPITOLUL II

ADOLESCENȚĂ ȘI IDENTITATE	41
---------------------------------	----

CAPITOLUL III

STUDII DE IDENTIFICARE A STRUCTURILOR DE PERSONALITATE	51
---	----

CAPITOLUL IV

STUDII PRELIMINARE PENTRU DETERMINAREA TRĂSĂTURILOR DE PERSONALITATE ALE ADOLESCENȚILOR ROMÂNI	57
4.1. Studii de adaptare de probe pe populația românească	58
4.2. Adaptare pentru populația românească a chestionarului de axiome sociale (CAS)	66
4.3. Adaptarea la populația românească a inventarului de personalitate <i>Five-Factors</i>	77

4.4. Studii de adaptare la populația românească a Chestionarului Normei Personale de Reciprocitate (PNR)	86
--	----

CAPITOLUL V

MODALITĂȚI DE STRUCTURARE A PERSONALITĂȚII ȘI COMPORTAMENTULUI ADOLESCENȚILOR ÎNTR-O SOCIETATE ÎN SCHIMBARE	91
---	----

BIBLIOGRAFIE	107
--------------------	-----

ANEXE	115
-------------	-----