

Cercetări ulterioare asupra valorilor (2)

Chinese Culture Connection (CCC), M. H. Bond (1987)

Premisa de la care a pornit acest demers metodologic recunoștea că studiile lui G. Hofstede ar putea fi influențate de valorile occidentale, din simplul motiv că instrumentul pe baza căruia s-au construit inferențele ulterioare deriva dintr-un chestionar destinat inițial eșantionului occidental.

G. Hofstede (1991) însuși sublinia în ediția cărții sale că nu există studiu care poate fi deplin neutral valoric, motiv pentru care a descris chiar în două pagini distincte propriile sale valori culturale.

CCC pornea o strategie inversă, de jos în sus, dinspre cultura de apartenență a subiecților investigați înspre generalizările occidentalilor, solicitând "informatorii" asiatici să ierarhizeze valorile sociale chineze de importanță fundamentală. Astfel, s-a constituit o grila valorică, ce s-a administrat mai apoi la 100 de studenți din 23 de culturi naționale diferite din zona Asiei Orientale.

S-au identificat 4 factori-sinteză care și-au probat "universalitatea", prin aceea că ordonarea lor îngăduia o echivalență directă cu factorii propuși de G. Hofstede, așa cum reiese din tabelul nr. 1.

Tabelul nr. 1 Echivalența CCC - Hofstede

<i>CCC</i>	<i>Hofstede</i>
Integrare (<i>Integration</i>)	Colectivism
Omenie (<i>Human heartedness</i>)	Feminitate
Dinamism confucianist în muncă (<i>Confucian work dynamism</i>)	-
Disciplină morală (<i>Moral discipline</i>)	Distanță mare față de putere
-	Evitarea incertitudinii

Prin urmare, rezultă o suprapunere considerabilă între dimensiunile propuse în cele două cercetări, în pofida faptului că subiecții provin din culturi cu *patternuri* valorice semnificativ diferite, iar datele au fost colectate în perioade și pe eșantioane distincte. Se poate concluziona că dimensiunile *individualism / colectivism, feminitate / masculinitate,*

distanță față de putere prezintă o validitate sporită și pot fi considerate convențional „universale”. În egală măsură, *evitarea incertitudinii* și *disciplina confucianistă în muncă* pot fi catalogate ca fiind „mai puțin universale”, deși au importanța lor.

Asociind cele două studii, s-a remarcat că ar trebui adăugat modelului inițial gândit de G. Hofstede o dimensiune, și anume dinamismul confucianist în muncă, care exprimă ideea prevalenței stabilității, a ordinii sociale și simbolice a lumii, și, în consecință, a ierarhiei, în dauna schimbării și mobilității sociale. O asemenea reorientare conceptuală l-a determinat pe psihologul social olandez să preia această dimensiune într-un volum sintetic ulterior, *Culture and Organizations: Software of the Mind*, publicat în 1991, și să o integreze modelului propriu sub un nume diferit, care pune accentul pe înclinația subiectului de a adopta o *perspectiva pe termen lung*, spre deosebire de perspectiva centrată pe prezent (*perspectiva pe termen scurt*), care favorizează opțiunea pentru „acum și aici”, întreținând totodată puternice remanente regresive.

Modelul valorilor sociale propus de S. Schwartz

Psihologul social israelian a lansat la mijlocul ultimului deceniu al secolului al XX-lea un proiect laborios de studiere a valorilor sociale, valorificând modelele anterioare dominante (Rokeach, 1977; Hofstede, 1983, 1991) și realizând un bilanț al acestora. Astfel, S. Schwartz a identificat 56 de valori și a construit un chestionar în care respondenții indicau „în ce măsură fiecare *item* (care reprezintă o valoare particularizată) constituie un principiu călăuzitor (*guiding principle*)” în viața lor.

Răspunsurile obținute inițial au cuprins 25 de țări (Schwartz, 1994), iar cele mai frecvente eșantioane au fost alcătuite din studenți, profesori de școală secundară și cadre didactice din mediul universitar. Procedura statistică propusă a fost analiza spațială ponderată (*smallest space analysis*), care indică media fiecărui *item* într-un spațiu multidimensional, prin evidențierea „gradului reciproc de apropiere”. Astfel, o asemenea procedură urmărește *afinitățile de asociere dintre valori*, sau altfel spus, *care itemi din chestionar „merg împreună” (cluster together)*, cât de apropiat e fiecare *item* de un altul și nu vizează semnalarea ierarhiilor valorice din fiecare cultură. Acest demers s-a finalizat prin comparații inter-țări și sinteze transnaționale. Până în 2004 s-au colectat numeroase alte date utilizând aceeași metodologie, numărul țărilor investigate ajungând la 69. (Schwartz, 1998, 1999, 2000a, 2000b, 2001, 2002, 2003, 2004). Rezultatele sunt foarte consistente la

nivel transnațional, iar modelul evidențiat de autor se dovedește viabil pentru marea majoritate a culturilor naționale incluse, cu două excepții moderate, China și Zimbabwe.

Reprezentarea spațială a mediilor într-un spațiu bidimensional este reunită în 10 regiuni valorice distincte, așa cum reiese din figura nr. 1. Fiecare regiune este desemnată printr-o orientare valorică dominantă, în care se regăsesc valorile particulare ce în mod tipic cad în interiorul lor.

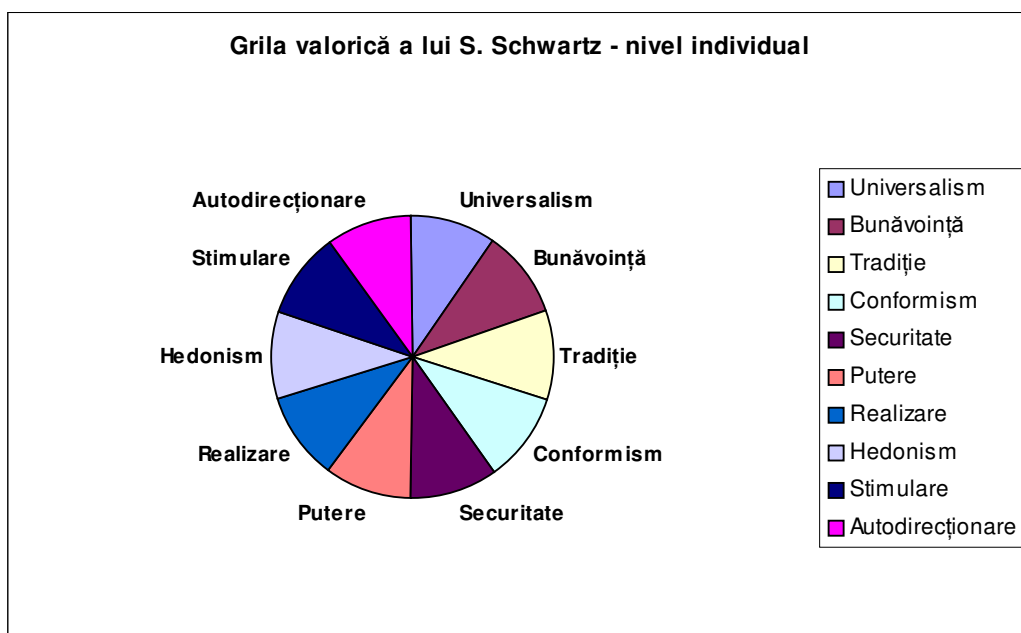


Fig. nr. 1 Grila valorică a lui S. Schwartz

Tabelul nr. 2 Echivalențe între modelele Schwartz-Hofstede

<i>Nr. crt.</i>	<i>Arie valorică în grila lui S. Schwartz</i>	<i>Dimensiunile propuse de G. Hofstede</i>
1.	Universalism	Feminitate
2.	Bunăvoință	Distanță mică față de putere
3.	Tradiție	Colectivism
4.	Conformism	Colectivism
5.	Securitate	Colectivism
6.	Putere	Distanță mare față de putere
7.	Realizare	Masculinitate
8.	Hedonism	Individualism
9.	Stimulare	Individualism
10.	Auto-direcționare	Individualism

Semnificația acestor alăturări exprimă o corelație puternică interregională (între ariile valorice învecinate). Astfel, de exemplu, se observă că securitatea (5) și conformismul (4), prin faptul că sunt vecine spațial, sunt și puternic corelate intercategorial.

Datele sistematizate de S. Schwartz și de colaboratorii săi din întreaga lume sunt colectate de „jos în sus”, dinspre nivelul individual și reunesc un ansamblu considerabil de valori, mult mai larg decât cel aflat în schemele valorice prestabilite din studiile anterioare. Astfel, multe din omisiunile valorice ale modelelor Rokeach sau Hofstede sunt suplinite. Datele prelucrate și asamblate în cele zece mari arii valorice constituie mai degrabă o rafinare a modelelor precedente, decât o sinteză de date contradictorii cu acestea. Oricum, principala noutate a demersului său o reprezintă nivelul de colectare a datelor, căci pentru S. Schwartz unitatea principală de analiză, cel puțin în primele studii, îl constituie subiectul individual și nu cel colectiv (ca în versiunile *Chinese Culture Connection* sau G. Hofstede)

Un asemenea demers a fost însoțit, însă, și de câteva dileme:

1. Putem să căutăm aspecte universale ale comportamentelor sociale care transcend valorilor naționale ?
2. Există căi prin care evaluăm raportul de „cauzalitate” cultură - comportament (cultură națională vs. comportament social) ?
3. Ne oferă valorile sociale o bază mai temeinică pentru clasificarea culturilor naționale ?

J. Looner (1980) afirma că antropologii sociali caută să identifice „universalul” (ceea ce e general uman, dincolo de determinările sociale, culturale și istorice), prin studierea sistematică a *diferitului cultural*, articulat tocmai ca urmare a influenței reunite a acestor determinări. Totodată psihologii se bizuie frecvent pe presupuziția care afirmă că procesele pe care le studiază sunt universale, deși ei sunt inserați cel mai adesea în culturi individualiste și cu o distanță mică față de putere, iar inferențele lor se articulează pe baza principiului „ceea ce este local adevărat este adevărat pretutindeni”.

Trebuie angajată, așadar, distincția dintre *emic* și *etic* (Berry, 1969, 1989, 1992). Astfel o perspectivă etică evidențiază existența unor specii de comportament universal - de exemplu, toți mîncăm, avem relații intime, ne salutăm cu străinii -, dar formele expresive prin care aceste comportamente activează sunt puternic modelate cultural, și trebuie citite printr-o grilă emică. Cercetări esențial etice sunt, în fond, și cele realizate de către G. Hofstede și S. Schwartz.

Realizarea unor clasificări etice ale valorilor predominante în societăți distincte au devenit o sursă de eșec majoră și constantă în refacerea în alte culturi a experimentelor

originare nord-americane, iar perspectiva generalizărilor etice (*derived-etic generalizations*) se cuvine abandonată. Multe studiile din SUA promovate printr-o strategie etică (*imposed etics*) furnizează, însă, înțelesuri și concepte vide de sens, care nu pot fi operaționale în alte culturi. De exemplu, scala F a inventarului California, care măsoară intoleranța în diferite grade față de minorități (Adorno *et al.*, 1950), aplicată în Turcia (Kagitcibasi, 1970/1998), oferă răspunsuri la *itemi* inițiali traduși din limba engleză care nu au corelat reciproc ca în versiunea originală. La fel, în Africa de Sud (Pettigrew, 1958/1997) s-a remarcat faptul că scorurile scalei F nu corelează pentru subiecții albi cu prejudecățile la adresa negrilor (cum se întâmplă și în SUA).

Clasificarea diferitelor dimensiuni ale comportamentului social care se desfășoară în fiecare grup particular necesită, așadar, combinarea perspectivei etice cu cea emică.

Modelul antropologic realizat de S. Fiske

Într-un demers sintetic de amploare, S. Fiske (1994) a realizat o sinteză a studiilor antropologice și sociologice privitoare la dimensiunile culturale și la relaționările interpersonale și grupale care derivă din acestea, evidențind *patru forme elementare ale relațiilor sociale*:

- împărtășirea cu „celălalt” (*communal sharing*), care descrie relațiile cu familia, cu rudele de sânge;
- ierarhizarea autorității (*authority ranking*), care înfățișează relațiile cu șeful de la serviciu, în particular, sau cu supraordonatul simbolic într-o organizație;
- compatibilizarea cu „celălalt” (*equality matching*), care evidențiază raporturile cu „egalii” (precum prietenii, membrii in-grupului în relațiile cu co-vîrstnicii);
- relaționarea tranzacțională (*market pricing*), ce subîntinde relațiile cu concurentul profesional, în particular, sau cu cel social, în general.

Subiectul se poate confrunta așadar, deopotrivă cu relații în care părțile sunt separate, dar în care se raportează reciproc pe baza unei contribuții egale; sau în relații de pe urma cărora oamenii caută să obțină un profit.

Important este că fiecare subiect poate simultan să activeze un *pattern* relațional într-un mediu (precum în grupurile de covîrstnici, în relațiile informale; sau în relațiile formale, ierarhizate de la locul de muncă). În tabelul nr. 3 sunt rezumate posibilele asocieri între variabilele studiate în cele mai influente modele alternative.

Tabelul nr. 3 Relații posibile - inter-modele

<i>Hofstede</i>	<i>Fiske</i>	<i>Schwartz</i>
Individualism	împărtășirea cu „celălalt” ↓	Individualism afectiv
Colectivism	împărtășirea cu „celălalt” ↑	Colectivism
Distanța față de putere ↑	↑ ierarhizarea autorității	Ierarhie
Distanța față de putere ↓	↓ ierarhizarea autorității	Preocupare socială
Evitarea incertitudinii ↓	-	Individualism intelectual
Masculinitate	relaționarea tranzacțională	Autoritate, putere, stăpânire
Feminitate	compatibilizarea cu „celălalt”	Armonie

Nivele de analiză sunt diferite: fie cel al culturilor naționale, fie cel al subiecților individuali, iar cauzalitatea de la un nivel nu se poate transfera la un alt nivel, și, în consecință, inferențele trebuie articulate la același nivel de generalitate.

Triandis *et al.*, (1985/1995) au propus pentru a evita confuziile între nivelurile de analiză folosirea unor concepte corelate (individual / colectiv). Astfel, membrii care aparțin culturii colectiviste sunt individual *alocentrici* („*allocentric*”), iar cei care aparțin culturii individualiste, devin *idiocentrici* („*idiocentric*”) și împărtășesc valorile individuale.

Bilsky, 1987, Schwartz (1992, 1999, 2000, 2004) au realizat medii standardizate pentru fiecare valoare în interiorul fiecărei țări (ca unitate de analiză) → fertile pentru recomandările modelului lui Hofstede, care deveneau mai nuanțate: de exemplu, individualism lui Hofstede se diviza în individualism afectiv și individualism individual, fiecare alcătuit din valori specifice corespondente, așa cum reiese din figura nr. 2.

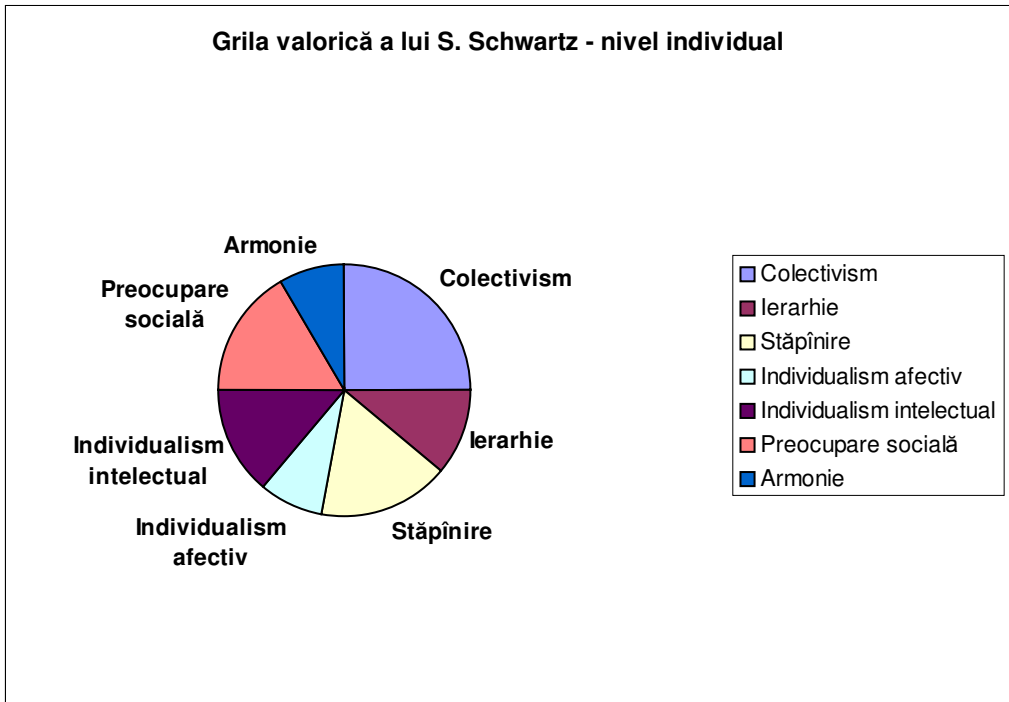


Fig. nr. 2 Nivelul individual al grilei valorice a lui S. Schwartz

Ilustrînd o dinamică istorică a valorilor sociale, ultimele studii ale lui S. Schwartz (2001, 2002, 2004) atestă că cei mai individualiști devin europenii occidentali, care îi întrec pe cei care dețineau la Hofstede această înțîietate simbolică, nord-americanii, aceștia din urmă impunîndu-se însă în registrul axiologic al ierarhiei și stăpînirii.