

REPREZENTAREA IDENTITĂȚII PSIHOSOCIALE LA MOLDOVENI

Luminița SECRIERU, conferențiar universitar, doctor,
Universitatea de Stat „Alecu Russo” din Bălți, Moldova

Resumé: *Cette investigation utilise la méthode IMIS (l'investigateur multistade de l'identité sociale). Elle permet d'accéder au système identitaire à partir de l'analyse du discours. En d'autres termes, elle permet d'observer concrètement comment des représentations sociales – celles qui touchent au domaine du Soi, d'Alter et de la Société – deviennent des mots identitaires.*

Mots-clés: *L'identité, représentation de soi, représentation sociale.*

Noțiunea de identitate apare atât în limbajul comun, cât și în vocabularul psihologiei, psihanalizei, filozofiei. S-a stabilit în psihologia socială o distincție între identitatea socială și identitatea personală (cf. W. Doise, J.C. Deschamps, G. Mugny, 1999), deosebire evidentă care a pornit inițial de la analiza răspunsurilor la testul „*Cine sunt eu*” [3, p. 68-76]. Tehnica folosită este foarte simplă, se cerea fiecărui subiect să răspundă de 20 de ori la rând întrebării *Cine sunt eu*, fiecare răspuns trebuind să fie diferit. Rezultatele obținute au arătat că, în general, subiecții răspund mai întâi în termeni de categorizare socială care reprezintă un rol, un statut sau o apartenență la un grup (de exemplu, bărbat, student, ortodox...). După epuizarea răspunsurilor care reprezintă poziția socială, subiecții recurg la răspunsuri mai subiective, care țin de existența personală a indivizilor (de exemplu, fericit, inteligent, optimist...).

Acest test ne permite să știm dacă individul se identifică grupurilor de apartenență, dar el nu permite să se cunoască semnificația dată de individ componentelor sociale ale identității sale, valorii pe care un individ o acordă acestor grupuri de apartenență. Aceste limite au făcut-o pe Zavalloni să elaboreze o nouă tehnică de investigare a identității. Pentru

Zavalloni identitatea psihosocială ar trebui concepută „ca o structură cognitivă legată de gândirea reprezentatională”. [4, p. 251].

Prin tehnica IMIS (*Investigarea multistadială a identității sociale*) propusă de Zavalloni (1974) se realizează o analiză structurală a identității psihosociale pe baza căreia pot fi decodificate apoi așteptările generale ale individului și colectivității. IMIS a fost folosit în identificarea diferitelor dimensiuni ale identității subiective. Acest instrument are ca obiectiv explorarea elementelor simbolice și afective ale gândirii sociale și depistarea structurării lor [6].

Prin diversitatea posibilităților de analiză, metoda este incitantă, ceea ce ne-a determinat la aplicarea ei într-o cercetare pe lotul moldovenesc.

Metodologia cercetării

Pentru realizarea studiului nostru am utilizat chestionarul inspirat din metoda lui M. Zavalloni și C. Louis-Guerin (1984) – *Investigatorul multistadial al identității sociale*. Metoda propusă de Zavalloni cuprinde două faze. În cea dintâi fază subiecții trebuiau să spună ce le vine în minte (asociație liberă) atunci când evocă membrii unui grup căruia îi aparțin, gândind fie „NOI...” fie „EI...” (de exemplu: „Noi moldovenii suntem...” sau „Ei moldovenii sunt...”).

Cu ajutorul tehnicii asociației libere am adunat informații privind reprezentarea identității. Pentru fiecare dintre criteriile de identitate interesați – național, de vârstă – s-a cerut subiecților câte două serii de câte cinci răspunsuri provocate de întrebări ce plasează subiectul, pe rând, în interiorul sau exteriorul acestor grupe de apartenență. Cum ar fi: „Dacă vă gândiți la moldoveni în termeni de NOI, ce vă vine imediat în minte?”; Răspuns: „Noi moldovenii suntem...” (cinci răspunsuri). A doua întrebare: „Acum, dacă încercați să vă gândiți la moldoveni în termeni de EI, ce vă vine în minte?”; Răspuns: „Ei moldovenii sunt...” (cinci răspunsuri).

A doua etapă a acestei metode presupunea reluarea de către subiect a tuturor afirmațiilor făcute în prima etapă. Pentru fiecare se preciza sensul (pozitiv, negativ sau neutru) pe care subiectul îl atribuie, cât și gradul în care apreciază că fiecare dintre afirmații i se potrivește sau nu și lui ca persoană. Apoi subiectul examina diferențele apărute între categoriile de apartenență investigate și în special a cauzelor acestor diferențe. Pentru aceasta i se punea subiectului câteva întrebări pentru fiecare categorie de identitate avută în vedere în prima etapă, cum ar fi: a/ „Sunteți conștienți de diferențele care apar în descrierea grupului de apartenență în termeni de NOI și EI, puteți să specificați natura acestor diferențe?” b/ „Vă referiți la grup în general sau la un subgrup particular?” c/ „Răspunsul dvs. este personal sau aveți în vedere judecata altor persoane?” d/ „Judecați fiecare grup de apartenență în sine sau în comparație cu alte grupuri?” [5]

În esență, tehnica IMIS a permis obținerea de informații despre reprezentările pe care o persoană și le face asupra diferitor grupuri cu care se identifică și despre acelea de care se disociază, permite obținerea de informații despre reprezentările vizând propria persoană sau cea la care se raportează.

Ipotezele cercetării

- Caracteristicile exprimate în registrul „Noi moldovenii” vor diferi prin conținut, ca frecvență, ca semnificație de cele invocate în registrul „Ei moldovenii”.
- Variabilele independente vârsta, sexul, vor introduce diferențe semnificative în reprezentările investigate.

Eșantionul cercetării

Pentru a avea o perspectivă mai largă asupra societății de astăzi, la studiul nostru au participat 120 de subiecți, trei categorii de vârstă: 30 de elevi cu vârste între 14-18 ani, 62 de studenți cu vârste cuprinse între 19-25 de ani, 28 maturi cu vârsta de peste 25 de ani. 49 de subiecți au fost bărbați, iar 71 femei.

Prezentarea, analiza și interpretarea datelor

Datele culese au fost supuse unor prelucrări variate, utilizându-se atât metode calitative, cât și metode cantitative.

Pe parcursul analizei rezultatelor am realizat o abordare comparativă în sfera „Noi moldovenii” – „Ei moldovenii” pentru dimensiunile studiate tocmai pentru a evidenția diferențele generate de schimbarea perspectivei.

Prin analiza trăsăturilor, sau în terminologia M. Zavalloni a *unităților reprezentationale*, am obținut o privire de ansamblu asupra imaginilor evocate de subiecți. [5]

Răspunsurile libere oferite de subiecți la întrebările 2 și 3 („Oferiți cinci răspunsuri (cuvinte, propoziții) bazate pe ceea ce vă vine imediat în minte, atunci când vă gândiți că NOI MOLDOVENII suntem...”; „Gândiți acum în termeni de EI MOLDOVENII sunt ... și oferiți alte cinci răspunsuri”) sunt prezentate în tabelul nr. 1 și tabelul nr. 2.

Tabelul nr. 1: Frecvența totală a unităților reprezentationale în funcție de registrul „Noi moldovenii” (la toți subiecții cuprinși în studiu, indiferent de categorie)

№	Asociații	Frecvența	
		Frecvența	Procentul de evocări
1	<i>Ospitalitate</i>	92	76,6%
2	<i>Răbdare</i>	82	68,3%
3	<i>Hărnicie</i>	62	51,6%
4	<i>Competenți</i>	45	37,5%
5	<i>Pasivi</i>	45	37,5%
6	<i>Religioși</i>	44	36,3%
7	<i>Slab dezvoltați economic</i>	41	34,1%
8	<i>Omenie</i>	37	30,8%
9	<i>Generoși</i>	37	30,8%
10	<i>Inteligenți</i>	30	25%
11	<i>Invidioși</i>	29	24,1%
12	<i>Mândri</i>	28	23,3%
13	<i>Agresivi</i>	25	20,8%
14	<i>Săritori la nevoie</i>	22	18,3%
15	<i>Veseli</i>	20	16,6%
16	<i>Imagini negative</i>	15	12,5%
17	<i>Cinste</i>	12	10%
18	<i>Altele</i>	9	7,5%

Analizând tabelul nr. 1, observăm caracteristici care apar cu o frecvență mai mare în registrul „Noi”: *ospitalitate* (92), *răbdare* (82), *hărnicie* (62), *competenți* (45), *pasivi* (45), *religioși* (44), *slab dezvoltați economic* (41), *generoși* (37), *inteligenti* (30). Observăm că aproape toate temele din registrul *Noi* au conotații pozitive, dezirabile.

Tabelul nr. 2: Frecvența totală a unităților reprezentationale în funcție de registrul „Ei moldovenii” (la toți subiecții cuprinși în studiu, indiferent de categorie)

№	Asociații	Frecvența	
		Frecvența	Procentul de evocări
1	<i>Influențabilitate</i>	83	69,1%
2	<i>Naivi</i>	71	59,2%
3	<i>Muncă ieftină</i>	63	52,5%
4	<i>Migratori</i>	60	50%
5	<i>Pasivi</i>	42	35%
6	<i>Imagini negative</i>	39	32,5%
7	<i>Nedreptățiți</i>	32	26,6%
8	<i>Neserioși</i>	30	25%
9	<i>Slab dezvoltați economic</i>	28	23,3%

10	<i>Adaptativi</i>	21	17,5%
11	<i>Competenți</i>	19	15,8%
12	<i>Religioși</i>	19	15,8%
13	<i>Muncitori</i>	16	13,3%
14	<i>Ospitalieri</i>	15	12,5%
15	<i>Neorganizați</i>	10	8,33%
16	<i>Materialiști</i>	8	6,67%
17	<i>Altele</i>	7	5,83%

În registrul *Ei*, conform rezultatelor prezentate în tabelul nr. 2, observăm următoarele caracteristici care apar cu o frecvență mai mare: *influențabili* (83), *naivi* (71), *muncă ieftină* (63), *migratori* (60), *pasivi* (42), *imagini negative* (39) *nedreptățiți* (32). Se constată o schimbare de tonalitate, apar frecvent atributele negative, indezirabile. Aceasta ne-a condus la concluzia că interpretarea sensului pentru „*Ei moldovenii...*” se poate face din două perspective: 1/ „*Ei moldovenii...*” ca subgrup văzut tot de moldoveni; și 2/ „*Ei moldovenii...*” văzuți din exterior, de occidentali.

Analizând rezultatele din tabelul 1 și 2, am observat *teme comune* care apar cu frecvențe mai mari atât la *Noi*, cât și la *Ei*: *pasivi*, *ospitalieri*, *religioși*, *competenți*, *slab dezvoltati economic*, *imagini negative*.

În continuare am analizat diferențele în reprezentările investigate introduse de variabilele independente. După **variabila sex**, am observat că nu apar diferențe semnificative între bărbați și femei.

Atunci când am analizat unitățile reprezentationale în funcție de variabila vârsta, am observat o serie de diferențe. La subiecții cu vârste între 14-18 ani (elevii) am observat următoarele caracteristici care apar cu o frecvență mai mare în registrul „*Noi*”: *ospitalitate*, *răbdare*, *competenți*. Pe când studenții atribuie aceluiași registru următoarele caracteristici: *ospitalitate*, *hărnicie*, *competenți*. Adulții îi caracterizează prin: *răbdare*, *pasivi*, *religioși*, *omenie*. *Ospitalitatea* reprezintă calitatea cea mai frecvent autoatribuită de primele două categorii de vârstă: elevii și studenții. Această caracteristică, *ospitalitatea*, apare pe primul loc cu frecvența cea mai mare la acești subiecți. Analizând „unitățile reprezentationale” pentru registrul *Ei moldovenii* am observat că elevii îi văd ca: *muncă ieftină*, *nedreptățiți*, *migratori*; pe când tinerii îi văd ca fiind: *influențabili*, *pasivi*, *naivi*; iar adulții îi văd ca fiind: *pasivi*, *adaptativi*, *muncă ieftină*.

La întrebările 4-6 ale chestionarului³ s-a urmărit clarificarea semnificației, a gradului de personalizare și a celui de generalitate „unităților reprezentationale”. Atunci când subiecții au reluat răspunsurile pe care le-au dat și au evaluat care dintre ele și în ce măsură li se potrivesc ca persoană⁴, am observat diferențe semnificative între cele două registre doar în cazul temei *slab dezvoltati economic*. În registrul *Ei* această temă este mai puțin asumată personal, subiecții consideră că nu este ceva reprezentativ. Pe când în registrul *Noi* resimțim mai acut și suntem influențați într-o mai mare măsură de sărăcie și de scăderea econo-

³ Întrebarea 4: „*Reluați acum cele zece răspunsuri pe care le-ați dat, pentru a evalua care dintre ele și în ce măsură vi se potrivesc și dumneavoastră ca persoană. Pentru aceasta încercuiți acele aspecte care fac parte din personalitatea dvs. sau care reflectă date legate de viața dvs. zilnică. Tăiați acele aspecte care nu vă caracterizează ca persoană și care nu surprind date legate de viața dvs. zilnică. Reveniți la răspunsurile pe care le-ați încercuit și indicați cât de mult vă caracterizează.*”

Întrebarea 5: *Clasați toate cele zece răspunsuri după semnificația pe care o acordați. Puneți un E în dreptul caracteristicilor cărora dvs. le acordați o valoare esențială în viață.*

Întrebarea 6: *Indicați pentru cele zece răspunsuri frecvența cu care apar în mediul dvs. de viață.*

⁴ Compararea gradului de asumare personală.

mică. O posibilă explicație este plasarea grupului *Ei* în afara granițelor țării (ex. moldovenii care lucrează peste hotare).

Diferențe au apărut între cele două registre și în cazul aprecierii subiective realizate de către subiecți pentru gradul de răspândire a „unităților reprezentationale” în mediul lor de viață. În cazul *imaginilor negative* frecvența reprezentării este considerată mult mai mare în registrul *Ei moldovenii*. În registrul *Noi moldovenii* aceste imagini sunt apreciate ca mai puțin răspândite și apar în răspunsurile subiecților multe elemente justificative.

Din analiza rezultatelor am observat că esențiale⁵ sunt în registrul *Noi* următoarele asociații: *competenți, inteligenți, religioși*, iar în registrul *Ei* doar primele două. Dacă, atunci când este vorba de *Noi moldovenii*, tema *religioși* este asumată într-o măsură destul de mare, este pozitivă, esențială și destul de frecventă pentru subiecți, în registrul *Ei moldovenii*, nu mai obținem aceleași rezultate.

Concluzii

Imaginile din perspectiva „*Noi*” sunt mult mai unitare, coerente, pozitive. Când trecem în registrul „*Ei*”, se constată o schimbare de tonalitate, apar frecvent atributele negative, indezirabile. Reprezentările semnificative pentru „*Noi moldovenii*” sunt: *ospitalitate, răbdare, hărnicie, competenți, pasivi, religioși, generoși, inteligenți*. Reprezentările semnificative pentru „*Ei moldovenii*” sunt: *influențabili, naivi, muncă ieftină, migratori, pasivi, nedreptățiți, neserioși*.

Rezultatele obținute au arătat o diferențiere a răspunsurilor predominant după variabila „vârsta” și mai puțin după variabila „sex”. Adulții reprezintă categoria de vârstă cea mai puternic implicată în problemele actuale. Aceștia împreună cu tinerii sunt preocupați de elementul economic.

Bibliografie:

1. Chelcea, S. *Stereotipurile și reprezentarea socială a identității naționale a romanilor*, în *Psihologia*, nr. 5-6/2000, p. 15-17.
2. Doise, W., Deschamp, J.C., Mugny, G. *Psihologie socială experimentală*. Editura Polirom, Iași, 1996.
3. Kuhn M.H. și McPartland T.S. *An empirical investigation of self-attitudes*, *American Sociological Review*, 1954, 19, p. 68-76.
4. Zavalloni, M., *L'identité psychosociale, un concept à la recherche d'une science*. În S. Moscovici, *Introduction à la psychologie sociale*, Paris, Larousse, 1973, vol. 2, p. 245-265.
5. Zavalloni, M., Louis-Guerin, C. *Identité sociale et conscience. Introduction à l'ego-écologie*, Les Presses de l'Université de Montréal, Canada, 1984.
6. Zavalloni, M. *L'identité sociale subjective et l'étude du caractere nationale*, în *Etnopsychology*, nr. 2-3, 1974.