

# LIDERII ÎN DINAMICA REPREZENTĂRII SOCIALE: PREMISE

Doctor în psihologie, doctor în pedagogie, conferențiar universitar

**Mihai ȘLEAHTIȚCHI**

Academia de Administrare Publică pe lângă Guvernul Republicii Moldova

## LEADERS IN THE DYNAMICS OF SOCIAL REPRESENTATION: PREMISES

**Summary.** Leadership implies that leaders can be validated without reservation as an object of social representations. The main argument lies in the fact that leaders fit entirely with the best known criteria for recognizing what could produce the emergence of certain “common visions of the world” or of certain “position generating principles”, through the ways they emerge and substantiate their behavioral strategies. However leaders first of all “appear in society in different forms”. Then they also prove that they always have on their side a social group that “can build, develop and bear a social representation with reference to them” and which, by displaying this type of attachment, *de facto* ensures “the preservation of their identity and internal cohesion”. And finally, in leaders’ case, “we are faced with a social representation”, because it is characteristic for them to fully maintain “close ties with other social instances in interaction with the group they belong to” and, at the same time, not fall under the domination of “regulating or controlling instances that would forbid them to exist in the consciousness of the others”.

**Keywords:** social representation, object of social representation, the specificity of the object of social representation, leaders.

**Rezumat.** Felul de a fi al liderilor denotă că aceștia pot fi validați fără nicio rezervă în calitate de obiect al reprezentărilor sociale. Argumentul de bază rezidă în faptul că lor, prin procedeele în care își fac apariția și își fundamentează strategiile comportamentale, le este dat să corespundă întru totul celor mai cunoscute criterii de recunoaștere a ceea ce poate suscita emergența unor „viziuni comune asupra lumii” sau a unor „principii generatoare de luări de poziție”. Or, mai întâi de toate, liderii „apar în societate sub diferite forme”. Apoi, tot ei fac dovada faptului că au întotdeauna de partea sa un grup social care „poate construi, dezvolta și purta o reprezentare socială cu referire la ei” și care, afișând un asemenea gen de atașament, își asigură *de facto* „menținerea identității și coeziunii interne”. Și, în sfârșit, cu aceiași lideri „ne aflăm în fața unei reprezentări sociale”, deoarece lor le este caracteristic să întrețină în deplină măsură „relații strânse cu alte instanțe sociale aflate în interacțiune cu grupul din care face parte” și, totodată, să nu se afle sub dominația unor „instanțe reglatoare sau de control care le-ar interzice să existe în conștiința celorlalți”.

**Cuvinte-cheie:** reprezentare socială, obiect al reprezentării sociale, specificitatea obiectului reprezentării sociale, lideri.

## INTERIORIZAREA REALITĂȚII

Intervenind, la 1961, în *La psychanalyse, son image et son publique*, cu prima definiție a reprezentărilor sociale, S. Moscovici arată că acestea constituie expresia unui „sistem de valori, de noțiuni și de practici relative la obiectele mediului social” [1]. Construcția determinativă „relative la obiectele mediului social”, purtând însemnele unui autentic *punctum saliens*, nu apare, bineînțeles, de dragul formei sau în intenția de a produce „o idee în plus”. Sensul includerii ei este de o cu totul altă natură: de a pune în evidență faptul că orice reprezentare socială înfățișează esențialmente un proces prin care indivizii interiorizează realitatea, descifrând-o, reconstruind-o, încercând-o cu semnificații și integrând-o plenar în sistemul axiologic existent. Acest punct de vedere este pentru S. Moscovici atât de important, încât, după ce îl lansează în *La psychanalyse, son image et son publique*, el se vede obligat să se raporteze la el și cu alte ocazii:

- **anul 1969** (*Préface* la studiul *Santé et Maladie* realizat de C. Herzlich): „reprezentările sociale nu fac o ruptură între universul interior și universul exterior al individului” [2];

- **anul 1984** (*The Phenomenon of Social Representations*): „un lucru este sigur: formele principale ale ambientului nostru psihic și social sunt fixate în reprezentările sociale, iar noi înșine suntem modelați în funcție de acestea” [3];

- **anul 1986** (*L'ère des représentations sociales*): „reprezentările sociale sunt sociale prin natura raportului întreținut de indivizi cu obiectul reprezentat” [4].

Cu timpul, afirmațiile lui S. Moscovici devin un lucru de netăgăduit și pentru mulți alți cercetători din domeniul psihologiei sociale. Vom enumera, succint, doar câteva cazuri:

- **N. Fischer:** „reprezentarea socială este un proces de elaborare perceptivă și mentală a realității care transformă obiectele sociale (persoane, contexte, situ-

ații) în categorii simbolice (valori, credințe, ideologii) și le conferă un statut cognitiv, permițând înțelegerea aspectelor vieții obișnuite printr-o racordare a propriei noastre conduite la interiorul interacțiunilor sociale” [5];

▪ **J.-C. Abric:** „specificul unei reprezentări sociale rezidă în a constitui un sistem coerent în limitele căruia dimensiunile sociale produc o stare cognitivă specifică, adaptată la obiectele care se regăsesc în aceste dimensiuni” [6];

▪ **D. Jodelet:** „reprezentarea socială este o formă practică de cunoaștere care leagă un subiect de un obiect, un proces de elaborare a realului care «acționează simultan asupra stimulului și asupra răspunsului»” [7];

▪ **A. Neculau:** „reprezentările sociale desemnează un stil de conduită, un mod de a comunica cu exteriorul, o orientare în lumea obiectelor și o operație de clasificare a acesteia” [8];

▪ **N. Roussiau & C. Bonardi:** „reprezentările sociale redau organizări complexe de opinii socialmente construite, referitoare la un obiect social, rezultând dintr-un ansamblu de comunicări care permit stăpânirea mediului în funcție de elementele simbolice proprii sau ale grupului de apartenență” [9];

▪ **P. Moliner, P. Rateau & V. Cohen-Scali:** „reprezentările sociale trebuie privite ca niște ansambluri organizate de elemente cognitive (opinii, informații, credințe) referitoare la un obiect social” [10];

▪ **I. Marková:** „orice obiect sau fenomen, fie el fizic (de exemplu, o bucătărie), interpersonal (de exemplu, o prietenie), imaginar (de exemplu, monstrul de la Loch Ness) sau sociopolitic (de exemplu, o democrație), poate deveni obiectul unei reprezentări sociale” [11];

▪ **J.-M. Seca:** „putem considera reprezentările sociale în generalitatea lor, făcând din ele *asamblări, asocieri, aranjamente, articulații* sau «combinații de ansambluri de semne» mai mult sau mai puțin ierarhizate, calificate drept «siplexuri» (...) extrase din «universurile» obiectelor ce compun lumea” [12].

### REPREZENTAREA SOCIALĂ CA FORMĂ DE CUNOAȘTERE SPECIFICĂ

Procesul de reprezentare socială, așadar, desemnează o formă de cunoaștere specifică, care, „acționând simultan asupra stimulului și asupra răspunsului”, leagă un subiect de un obiect. În cazul lui, avem de-a face, în fond, cu „un mod de a comunica cu exteriorul”, cu o „orientare în lumea fenomenelor și a faptelor”, cu o „articulare a personalității la contextul social”, cu un „mecanism prin care se construiesc

teorii despre mediul social”, cu un „stil de conduită orientat spre exterior” sau, în sfârșit, cu o „refacere, o reconstrucție a ambientului prin prisma filosofiei noastre de viață”<sup>1</sup>. Operând cu noțiunea de „reprezentare socială”, noi, de fapt, ne referim la o „*modalizare* a unui obiect în și prin raporturi lingvistice, comportamentale și materiale”. Cu acest obiect, după cum susțin unii autori – M. Curelaru, de pildă [13] –, tipul vizat de reprezentare „se află într-un raport de simbolizare” (îi ține locul) și de „interpretare” (îi acordă semnificații), constituindu-se într-o *formă de expresie a subiectului*”.

Pornind de la constatarea că „o caracteristică principală a reprezentării sociale este aceea că ea *re-prezintă* întotdeauna un obiect, că se raportează la un loc, o situație, un fapt, o persoană, un eveniment sau o idee”<sup>2</sup>, să vedem în continuare cum se prezintă specificitatea obiectului avut în vedere sau – mai exact – ce premise trebuie să existe pentru ca un anume element al mediului social (o persoană, o situație, un eveniment, un fapt, un fenomen sau o idee) să suscite emergența unei reprezentări sociale, a unei „rețele de idei, metafore și imagini” susceptibile să dezvolte „o viziune comună asupra lumii”, un „sistem de înțelegere și interpretare a realității”, o „strategie de integrare comunitară a indivizilor sau grupurilor”.

Primul care oferă claritate în acest sens este chiar S. Moscovici. În aceeași inegalabilă *La psychanalyse, son image et son publique* [14], el observă că se poate vorbi despre cel puțin *trei criterii* de identificare a ceea ce poate fi luat drept obiect reprezentational. Mai întâi de toate, este important să existe condiții optime pentru *dispersia* informației cu referire la obiectul reprezentational, o „libertate de circulație a acesteia și accesul tuturor la ea” (într-un asemenea context, „obiectul va determina opinii pestrițe și poziționări dintre cele mai felurite ale grupurilor sau indivizilor”). Apoi, contează dacă obiectul avut în vedere este în stare să producă efectul de *focalizare*, generând un proces prin care „unele trăsături ale lui se accentuează, iar altele se ocultează” (celor din urmă revenindu-le statutul de „elemente neadaptate sistemului de valori al actorilor sociali”). Ultimul criteriu, care vine în completarea primelor două abordări, vizează *presiunea la inferen-*

<sup>1</sup> Expresiile sunt preluate de la A. Neculau. Vezi, în acest sens, [15, p. 9] sau/și Neculau A. Prefață. În: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale. București: Societatea Știință & Tehnică S.A. 1995, p. XVII.

<sup>2</sup> Formularea îi aparține, și de această dată, lui A. Neculau. Pentru confirmare, vezi [15, p. 9] sau/și Neculau A. Prefață. În: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale. București: Societatea Știință & Tehnică S.A. 1995, p. XVII.

ță, o stare care se traduce prin *necesitatea de a ajunge la o explicație consensualizată și la un cod comun* în raport cu „elementele mediului social” (fenomenul se concretizează prin „conversații, descrieri și evaluări ale obiectului în scopul de a obține un acord asupra conținutului respectivei reprezentări sociale”).

Exigențele formulate de către S. Moscovici contribuie, pe parcurs, la apariția unor noi interpretări cu referire la maniera în care trebuie să decurgă validarea obiectului reprezentational. Afirmând acest lucru, ne referim, cu precădere, la ceea ce reușesc să întreprindă, de la 1993 încoace, P. Moliner, C. Flament și M. L. Rouquette (cel dintâi remarcându-se, în mod special, prin *Cinq questions à propos des représentations sociales* [15] sau *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations à l'étude des images sociales* [16], iar ultimii – prin *L'anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales* [17]).

Contribuția lui P. Moliner rezidă în emiterea și demonstrarea punctului de vedere potrivit căruia ar trebui întrunite cel puțin *cinci condiții* pentru ca un anume element al mediului social să poată intra în posesia calificativului de obiect reprezentational. *In brevi*, condițiile la care face trimitere cunoscutul profesor de psihologie socială de la Universitatea Paris 13 Nord (*Sorbonne Paris Cité*) arată astfel:

- **polimorfismul** [= obiectul reprezentării trebuie să dispună de mai multe fațete, de o anumită diversitate în câmpul social; or, reprezentarea obiectului urmează să capete conotații particulare/coloraturi specifice determinate de respectivele particularități ale populației sau/și ale mediului];

- **raportarea la grupul social** [= cercetătorul trebuie să surprindă legătura existentă între un grup social și obiectul reprezentării; or, „reprezentările sunt construite, dezvoltate și purtate de grupurile sociale”];

- **identitate și coeziune** [= cercetătorul trebuie să se încredințeze că obiectul reprezentării se află în raport cu anumite mize sociale, în mod special cu cele care vizează identitatea și coeziunea grupului; or, membrii unui grup tind să ia în considerare obiectul care îi face să-și vadă specificitatea și să se simtă solidari];

- **raportarea la „altul social”** [= cercetătorul trebuie să constate existența unei relații strânse între obiect și alte instanțe sociale aflate în interacțiune reală sau imaginară cu grupul care produce respectiva reprezentare; or, „dacă nu ar exista un „altul social” la care grupul să se raporteze, reprezentarea nu ar avea sens și nici nu ar exista”];

- **inexistența ortodoxiei** [= obiectul reprezentării nu trebuie să se raporteze la grupuri care se supun unor instanțe reglatoare sau de control; or, în cazul reprezentărilor sociale, „procesele de organizare și

structurare decurg natural, fără presiuni sau imixtiuni externe”].

Cât privește aportul lui C. Flament și M. L. Rouquette, se poate spune că acestora le revine meritul de a acredita ideea potrivit căreia procedura de profilare a obiectului reprezentării sociale poate fi una „minimalistă”, ea incluzând doar două criterii – *saliența sociocognitivă și practicile sociale*. De ce *saliența sociocognitivă*? Pentru că, logic gândind, un anume obiect poate suscita emergența curentilor reprezentationali doar atunci când este „înzestrat” cu *funcția de concept* (se are în vedere proprietatea obiectului „de a se constitui într-o abstracție, de a trimite la o clasă de obiecte, de a se înscrie într-o etichetare generică”) și când tot lui îi este caracteristică o *prezență masivă în comunicarea socială* (frecvența cu care el apare în circulația curentă a informației – pe dimensiunea comunicării interpersonale, a celei intergrupale sau a celei localizate în mass-media – trebuie să fie ridicată). Și în cazul *practicilor sociale* argumentele sunt la fel de concludente: un anume obiect poate provoca apariția curentilor reprezentationali doar dacă între el și activitățile de zi cu zi ale indivizilor sau/și grupurilor există o legătură de necontestat (în intenția de a stabili această legătură, cercetătorul poate pune în evidență mai multe aspecte: „absența sau prezența practicii, recurența practicii, modul particular de realizare a unei practici, precum și acțiunile subsumate planificării și materializării scopului”).

## LIDERII – OBIECT AL REPREZENTĂRILOR SOCIALE

Constatând că de la începutul anilor '60 și până în prezent s-a lucrat cu mult interes asupra aspectelor legate de problema obiectului reprezentării sociale, tuturor celor interesați oferindu-li-se mai multe căi de soluționare a acesteia, ne vedem în drept să afirmăm că *nu tot ce există în câmpul social poate dezlănțui apariția unor „teorii ale simțului comun orientate spre înțelegerea și stăpânirea realității”*. Este important, deci, să avem în vedere că înainte de a începe un studiu în domeniul reprezentărilor sociale trebuie să fie stabilit, în mod obligatoriu, dacă obiectele supuse investigației nu fac „o ruptură între universul exterior și universul interior al individului”, corespunzând criteriilor avansate de S. Moscovici sau P. Moliner, C. Flament sau M. L. Rouquette.

Acestea fiind spuse, să recurgem, în continuare, la un exercițiu sau, mai bine zis, la un studiu de caz prin mijlocirea căruia se va urmări dacă liderii, în calitatea lor de „forțe susceptibile să mobilizeze, organizeze și ghideze orice tip de societate”, fie ea democratică și

pluralistă sau totalitară și despotică<sup>3</sup>, pot sau nu pot fi luați drept obiect al reprezentării sociale. Din lipsă de spațiu, nu vom avea libertatea să punem în aplicare toate modelele de validare a obiectului unei reprezentări sociale, ci doar unul din ele. Alegerea va cădea, în cele din urmă, pe modelul inventat de P. Moliner, dată fiind „anvergura” lui (cu cinci criterii de identificare, el este, indubitabil, cu cea mai mare întindere), dar și indicatorii de prezență în sursele de specialitate (se are în vedere atât frecvența de apariție, cât și numărul cuventelor rezervate pentru prezentare<sup>4</sup>).

Să înfățișeze, așadar, liderii un obiect al reprezentării sociale?

Pentru început, întrebându-ne dacă liderii, indiferent de spațiul în care se produc, sunt la fel (= identici,

<sup>3</sup> Vezi, în acest sens, Bass B. M. *Leadership. Psychology and Organizational Behaviour*. New York: Harper and Brothers, 1960; [22]; Burns J. M. *Leadership*. New York: Harper & Row, 1978; Hollander E.P. *Leadership dynamics*. New York: The Free Press, 1978; Vlăsceanu M. *Psihologia organizațiilor și conducerii*. București: Paideia, 1993; Șleahțișchi M. *Liderii*. Chișinău: Știința, 1998; Șleahțișchi M. *Eseu asupra reprezentării puterii. Cazul liderilor*. Chișinău: Știința, 1998; [29]; Covey St. R. *Etica liderului eficient sau Conducerea bazată pe principii / Traducere de A. Ionescu*. București: ALLFA, 2000; Betea L. *Psihologie politică: individ, lider, mulțime în regimul comunist*. Iași: Polirom, 2001; Maxwell J. C. *Cele 21 de legi supreme ale liderului / Traducere de M. Șerban*. București: AMALTEA, 2001; Iluț P. *Liderii și conducerea*. În: P. Iluț. *Valori, atitudini și comportamente sociale: teme actuale de psihosociologie*. Iași: Polirom, 2004, p. 182-189; Zlate M. *Leadership și management*. Iași: Polirom, 2004; Grint K. *Leadership: Limits and Possibilities*. New York: McMillan, 2005; Williams M. *Leadership for Leaders*. London: Thorogood Publishing, 2005; Petrescu I. *Liderul între granițele științei și artei*. București: Expert, 2010; Arădăvoaice G. *Liderul performant – fundamente psihologice*. București: Editura Militară, 2014 sau/și Adair J. *Cum să formezi lideri. Cele șapte principii-cheie pentru dezvoltarea eficace a liderilor*. București: Meteor Press, 2014.

<sup>4</sup> Pentru confirmare, vezi, spre exemplu, Neculau A. (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale / Prefață de A. Neculau; traducere de I.Mărășescu și R. Neculau*. București: Societatea Știință & Tehnică S.A., 1995; Vlăduț M. *Metodologia cercetării reprezentărilor sociale*. În: C. Constantinescu (coord.). *Stereotipuri, reprezentări și identitate socială*. Pitești: Editura Universității din Pitești, 2000, pp. 87-91; Neculau A., Curelaru M. *Obiecte ale reprezentării sociale*. În: A. Neculau (coord.) *Manual de psihologie socială*. Iași: Polirom, 2003, pp. 289-290; [13, pp. 33-40] sau/și Seca J. M. *Reprezentările sociale / Traducere de E. Dîrțu*. Iași: Institutul European, 2008, pp. 74-83 (în versiunea originală: Seca J.-M. *Les représentations sociales*. – Paris: Armand Colin, 2002, pp. 72-81).

complet asemănători), va trebui să constatăm că ei se înscriu într-un autentic *spectrum of diversity*. Or, în realitate, tipul de actori sociali la care ne referim își face apariția în varii combinații și sub diferite forme. Ar fi eronat să spunem că există o singură specie de lideri, că profilul lor se impune prin unele și aceleași caracteristici definitorii, iar liniile comportamentale pe care le afișează se supun unora și acelorași principii. După cum ne-am convins nu o singură dată, fiind inițiați – cu bună intenție ori din întâmplare – în modul de viață a tot felul de grupuri, colectivități sau organizații, ei pot fi *carismatici* (caracterizându-se prin capacitatea de a „atinge profund, prin grația ce o evocă, inimile și spiritele celor cu care contactează”) sau *situationali* (demonstrând că „pot întreprinde acțiuni de organizare și coordonare pe potriva caracteristicilor specifice ale împrejurărilor în care se află”), *tranzacționali* (dovedind că „pot incita la activități recurgând cu măiestrie la recompense contingente și la o ținută managerială de excepție”) sau *reformatori* (așezând la vedere „exemple de moralitate demne de urmat” și demonstrând neconținut că „pot condiționa schimbări majore în modul de activitate și cel de a fi al oamenilor”), *formali* (fiind numiți ori aleși) sau *informali* (având un statut neoficial, nescris), *aventurieri* (fiind „oameni energici, cu voință tare, dar de moment”) sau *ctitori* (întruchipând „persoane capabile să exercite, grație unei voințe durabile, un impact benefic asupra celor din jur”), *autoritari* (distingându-se prin „tendința de a concentra în mâinile lor procedura de luare a deciziilor și modalitățile de transpunere a acestora în realitate”) sau *democrați* (oferind celor din jur „șansa de a se alia proceselor de proiectare, luare și implementare a deciziilor”), *permisivi* (lăsând ca organizarea și coordonarea proceselor cu caracter social „să se desfășoare de la sine”) sau *biocrați* (având obiceiul să „aplice legile și regulamentele numai în litera lor, fără preocuparea de a le înțelege subtextul”), *oportuniști* (demonstrând o evidentă înclinație spre „luarea unor atitudini lipsite de principialitate”) sau *utopiști* (acceptând în mod prioritar „idei, planuri sau proiecte care fac abstracție de condițiile obiective existente”), *altruști* (arătând că le place să fie „implicați integral în problemele coechipierilor”) sau *dezertori* (fiind „extrem de evazivi în asumarea responsabilităților”), *oscilanți* (preferând să ia decizii „numai în temeiul unor evenimente recente, evitând soluționarea problemelor pe termen lung”) sau *populiști* (manifestând un interes special pentru „problemele legate de menținerea armoniei relaționale”, în detrimentul „interesului pentru sarcini și rezultate”), *secătuiți* (cu o „preocupare scăzută pentru oameni și problemele acestora”) sau *demagogi* (orientați spre „asigurarea unei concordanțe

optime între natura impulsivă a celor din preajmă și interesele subtile ale luptei pentru putere”). Arătându-se lumii în variante dintre cele mai diferite, liderii, fără îndoială, formează un obiect eminent *polimorf*, adică un obiect care corespunde cu plenitudine „unei clase de obiecte” sau care, în virtutea energiilor deținute, „poate regrupa mai multe obiecte”.

### RELAȚIA LIDERI-SUSȚINĂTORI ÎN PERSPECTIVĂ EXISTENȚIALĂ

Având claritate în legătură cu prima condiție înaintată de P. Moliner [= „obiectul reprezentării trebuie să fie polimorf, dispunând de mai multe fațete în cadrul câmpului social”], să determinăm, în cele ce urmează, dacă în cazul liderilor este valabilă și cea de-a doua condiție – „existența grupului social”. Conform acestei condiții, vom reaminti că „cercetătorul trebuie să surprindă legătura existentă între grupul social și obiectul reprezentării”. Obiectul reprezentării poate interveni direct în geneza grupului, „participând la structurarea și la construirea identității lui”, sau poate interveni în activitatea grupului deja constituit. Oricum, indiferent de felul în care se manifestă, obiectul urmează să aibă „în spatele său” un grup, de a cărui prezență depinde întreaga-i perspectivă existențială, inclusiv perspectiva ancorării în spațiul reprezentativ.

Să dispună liderii de un asemenea suport? Răspunsul, credem, nu poate fi decât unul afirmativ. De argumentele necesare putem da ușor de tot, deschizând, la întâmplare, oricare dintre cărțile consacrate actorilor sociali avuți în vedere și relațiilor pe care ei le întrețin cu lumea din jur (la nivel de grupuri, organizații sau mulțimi). Iată doar câteva exemple:

▪ **G. Le Bon:** „de îndată ce s-au reunit într-un număr de ființe vii, fie că este vorba de o turmă de animale sau de o mulțime de oameni, gloata se plasează din instinct sub autoritatea unui șef, adică a unui conducător”, a cărui „voință este nucleul în jurul căruia se formează și se identifică opiniile”; „mulțimea este o turmă care nu s-ar putea lipsi de un stăpân”; „în fiecare sferă socială, de la cea mai înaltă la cea mai joasă, de îndată ce omul nu mai este izolat, cade neîntârziat sub influența unui conducător care le servește de călăuză” [18];

▪ **J. Ortega y Gasset:** „într-o bună rânduială a lucrurilor publice, masa este cea care nu acționează prin sine însăși, ea venind pe lume ca să fie condusă, influențată, reprezentată, organizată (de către oamenii de elită – *n.n.*), chiar când scopul propus este să înceteze să mai fie masă sau când cel puțin aspiră la așa ceva” [19];

▪ **S. Freud:** „un exemplu care ne vorbește despre valoarea eternă a inegalității înnăscute și de nezdrunținat a oamenilor este tendința lor de a se împărți în două categorii: lideri și susținători; aceștia din urmă compun marea majoritate și au nevoie de o autoritate care să ia deciziile în locul lor și căreia i se supun fără restricții” [20];

▪ **S. Moscovici:** „de fiecare dată când oamenii sunt adunați împreună ei se identifică cu o persoană care-i scoate din singurătate și căreia îi consacră o admirație totală”; „adevărul este că, pentru majoritatea oamenilor, există o plăcere irezistibilă inerentă obedienței, credulității, încrederii quasi-amoroase față de un șef admirat”, ceea ce înseamnă că „ar fi zădarnic să vorbim despre ascensiunea către o societate fără zei sau stăpâni, căci, clipă de clipă, ei renasc în mijlocul nostru” [21];

▪ **A. Neculau:** „liderul și grupul constituie două aspecte ale aceleiași realități aflate în raporturi de determinare reciprocă; liderul nu poate fi gândit în absența grupului concret (plasat într-o situație dată), grupul cu greu poate fi închipuit – într-o activitate concretă – fără o forță activatoare, fără un coordonator al acțiunilor” [22].

Deținând statutul de „persoane care își exercită la maximum influența, orientând și coordonând activitatea altora”, liderii, precum se va putea observa în rândurile de mai jos, se înscriu perfect nu doar în condiția *polimorfismului* sau în cea a *raportării la grup*, ci și în condițiile care vizează *motivele reprezentării*, *raportarea la un „altul social”* sau *inexistența ortodoxiei*.

Într-adevăr, ce anume motivează elaborarea unei reprezentări cu referire la lideri? Care sunt factorii care fac posibilă „asamblarea, apoi transmiterea și perenizarea” acesteia? Ar fi, evident, eronat să nu recunoaștem că într-un asemenea context contează extrem de mult dorința firească a grupului de a-și asigura *menținerea propriei identități*. La fel, s-ar cuveni să luăm în calcul și faptul că în orice împrejurare grupul tinde să-și *păstreze spiritul de unitate*, dezvoltând discursuri consensuale în legătură cu obiectele pe care le întâlnește în calea sa. Or, în ambele cazuri, când contează *menținerea identității de grup* și când este important să nu se facă abstracție de *păstrarea coeziunii de grup*, emergența unei reprezentări sociale cu referire la lideri ar însemna, *ad finem*, că respectivul grup există cu adevărat (având în frunte niște persoane care pot formula obiective majore și strategii de realizare a acestora), că el dispune de resursele necesare supraviețuirii și că tot el, „minimalizând opozițiile și diferențele”, poate, relativ ușor, să se „reunească în jurul unor puncte consensuale”, a unei viziuni pe deplin împărtășite.

Faptul că tendința grupului de a-și menține identitatea și coeziunea internă este intim legată de prezența liderilor a fost remarcat nu o singură dată în literatura de specialitate. Pentru confirmare, aducem câteva exemple:

- **G. Le Bon:** „în mulțimile umane, conducătorul joacă un rol considerabil, voința sa fiind nucleul în jurul căruia se formează și se identifică opiniile comune. Dacă, ca urmare a unui accident oarecare, conducătorul dispăre și nu este imediat înlocuit, mulțimea redevine o colectivitate lipsită de coeziune și de rezistență” [23];

- **A. Neculau:** „pentru a putea conduce, liderul trebuie să-și cunoască subalternii, să știe ce vor aceștia. Trebuie să știe, de pildă, cât de intensă este nevoia lor de libertate de acțiune. Apoi, dacă subalternii sunt interesați în problema grupului, cât o simt de importanță, dacă se identifică, deci, cu scopurile colective, dacă se așteaptă să participe la luarea deciziilor” [24];

- **S. Moscovici:** „adeziunea față de un lider provine din faptul că acesta propune mulțimilor, în termeni simpli și colorați, un răspuns pentru întrebările lor, dă un nume propriului lor anonim; nu din raționament sau din calcul, ci dintr-o profundă intuiție, mulțimile se agață de lider ca de un adevăr absolut, ofrandă a unei lumi noi, promisiune pentru o viață nouă” [25];

- **N. Sillamy:** „liderii se definesc nu atât prin calitățile lor personale, cât prin rolul lor social, ei fiind aceia care dau ansamblului coeziunea necesară pentru realizarea scopului general” [26];

- **Ph. Paraire:** „liderul înseamnă mai mult decât propria sa persoană: este o necesitate a grupului, o structură de comunicare supradimensionată prin sarcina pe care o societate i-o atribuie; în cadrul acestei rețele de eforturi, liderul urmează să adapteze grupul la dificultățile momentului, să-i sintetizeze obiectivele și să-i definească mijloacele; impunând deprinderea normelor, liderul structurează, organizează, canalizează, reglementează” [27].

Mergând pe ideea că grupurile elaborează reprezentări cu referire la lideri în tentativa de a-și asigura menținerea identității și coeziunii interne, este imperios necesar să precizăm că *noțiunea de miză nu poate fi înțeleasă decât dacă se ține cont de relațiile pe care respectivele grupuri le întrețin cu alte grupuri*. Cum comentează, bunăoară, P. Moliner expresia „obiectul de reprezentare are valoare de miză socială”? Potrivit lui [28], „ (...) a spune că obiectul de reprezentare are valoare de miză socială înseamnă a plasa acest obiect în centrul unei interacțiuni sociale”. Mai mult decât atât, dacă „stăpânirea obiectului corespunde unei mize”, aceasta se întâmplă deoarece el, obiectul, consună perfect cu o necesitate care „nu își află justificare decât în interacțiunea grupului cu alte grupuri”.

Raliindu-ne observațiilor lui P. Moliner, putem să afirmăm următoarele: mizele care stau la baza elaborării reprezentărilor cu referire la lideri [= miza de coeziune + miza identitară] redau tipul de „fapte scontate” care exprimă raporturile existente între grupul din care emerg respectivele reprezentări și alte grupuri, reale sau imaginare, numeroase sau mai puțin numeroase. Esențialmente, valoarea reprezentatională a obiectului „liderii” se bazează pe inserția acestuia într-o impunătoare *dinamică socială*<sup>5</sup>. Astfel, și în cazul liderilor, asistăm la o „reprezentare a ceva, produsă de către cineva în raport cu altcineva”.

### LIDERII, „FĂRĂ INSTANȚĂ REGLATOARE SAU DE CONTROL”

Ultimul aspect pe care vrem să-l punem în discuție, în intenția de a avea și un *argumentum ad consequentiam* pe dimensiunea validării liderilor în calitate de obiect al reprezentării sociale, se reduce la următoarele: în cazul lor *nu* trebuie să existe, la nivel de societate, o instanță de control sau un mecanism de reglare prin

<sup>5</sup> Intervenind, încă pe la sfârșitul anilor '40 – începutul anilor '50, cu una din primele analize multidimensionale a liderilor, D. Krech și R. Crutchfield identifică și descriu un număr de paisprezece funcții ale acestora: *executor, planificator, responsabil cu disciplina, expert, reprezentant al grupului în exterior, controlor al relațiilor interne, distribuitor de recompense și pedepse, arbitru, exemplu, simbol al grupului, substitut al responsabilității individuale, ideolog, imagine a tatălui, țap ispășitor*. Dintre funcțiile enumerate, precum putem observa, cel puțin patru vizează *dinamica socială*: două – pe interior (*controlor al relațiilor interne + responsabil cu disciplina*) și două – pe exterior (*reprezentant al grupului în exterior + simbol al grupului*). Aproximativ la fel văd funcțiile de lider și H. Haroux cu J. Praet, care, ceva mai târziu, pe la mijlocul anilor '50, vorbesc nu doar despre funcția de planificare sau cea de controlor al relațiilor interne, ci și despre funcția de *reprezentant al grupului în relațiile exterioare*. Drept consecință, liderul trebuie să fie „cel mai binecunoscut și respectat, să fie apt pentru contacte cu cei din afară, să fie eficient în relațiile sale, să-i câștige pe cei străini pentru interesele grupului său”. Ulterior, ideile avansate de D. Krech și R. Crutchfield, H. Haroux și J. Praet se regăsesc – într-o formă sau alta – și la alți autori (ne referim, cu precădere, la B. M. Bass, E. P. Hollander sau W. R. Lassey). Pentru confirmare, vezi, D. Krech, R. Crutchfield. *Théorie et problèmes de psychologie sociale*. Paris: P.U.F., 1952 (Tome second); H. Haroux, J. Praet. *Psychologie des leaders*. Louvain: Nauwelaerts, 1955 (Tome I); B. M. Bass. *Leadership, Psychology and Organizational Behavior*. New York: Harper and Brothers, 1960; E. P. Hollander. *Leaders, Group and Influence*. New York: Oxford University Press, 1964; W. R. Lassey. *Leadership and Social Change*. Iowa: University Associates Press, 1971 sau [24, pp. 139-154].

care, de zi cu zi, s-ar impune un punct de vedere *anume*, o ideologie *intenționat direcționată* sau un sistem interpretativ *părtinitor* cu referire la „cum le este chipul și datoria”. Întrebându-se, cu ceva timp în urmă, dacă se poate vorbi de o reprezentare socială a naturii la membrii activi ai mișcărilor ecologiste sau dacă se poate spune că o comunitate de medici confruntată cu apariția bolii SIDA este în stare să dezvolte o reprezentare socială cu privire la acest fenomen, P. Moliner a răspuns că *este puțin probabil*<sup>6</sup>. De ce? Pentru că ambele grupuri reunes „experți”. Chiar dacă ecologiștii și medicii au, ca toți ceilalți membri ai societății, experiențe personale, opinii și prejudecăți, toate aceste ansambluri de elemente cerebrale nu au avut oricum timpul să se „autonomizeze în una sau mai multe reprezentări sociale”. Motivul, conform eminentului cercetător francez, rezidă în intervenția unor „instanțe de control și de reglare” prin care s-a impus „nu o reprezentare a naturii pentru ecologi sau a bolii SIDA pentru medici, ci o ideologie în cazul celor dintâi și un sistem științific de interpretare la ceilalți”<sup>7</sup>. Această injoncțiune denotă o „voință netă de omogenizare a conduitei individuale”, amintind că ele nu trebuie în niciun caz să depășească cadrul precis al „codului deontologic al profesiei” sau cel al „paradigmelor care vizează natura”. *Vólens-nólens*, ne aflăm în fața unui „sistem ortodox”, a unui sistem care exprimă, în termenii lui J. P. Deconchy [29], „ansamblul dispozitivelor sociale și psihosociale apte să regleze activitatea subiectului ortodox în grupul ortodox” („subiectul ortodox” fiind cel care „acceptă și cere ca gândirea și conduitele sale să fie reglate de către grup”, iar „grupul ortodox” – cel care „integrează în doctrina sa motivația sistemelor de reglare pe care le stabilește”).

Să constituie liderii categoria de actori sociali care „acceptă și cer ca gândirea și conduitele lor să fie con-

<sup>6</sup> Vezi, în acest sens, [28, pp. 186-187].

<sup>7</sup> Referindu-se, cu titlu de exemplu, la Declarația Consiliului de Ordine al medicilor francezi, emisă la 28 ianuarie 1988 în legătură cu SIDA, P. Moliner extrage următorul pasaj: „Orice atitudine medicală în privința unei noi patologii trebuie să se înscrie în cadrul deontologic comun al îndatoririlor medicilor”. Mai mult, el atrage atenția asupra faptului că această cerință cu caracter imperativ „este urmată de un întreg ansamblu de prescripții privind practicile de depistare, de respectare a secretului profesional și de formare continuă a medicilor”, prescripțiile în cauză fiind „justificate (...) în raport nu doar cu pozițiile Consiliului de Ordine, dar și în raport cu dispozițiile legale și cu preconizatele cercetări științifice”. Concluzia la care se ajunge arată astfel: „apare, deci, aici o intervenție a instanțelor sau a altor instituții care controlează și reglează funcționarea corpului medical”. Pentru confirmare, vezi [28, pp. 186-187].

trolate și reglate de către grupuri”? Sau, în alți termeni, să fie adevărată afirmația conform căreia în societatea de astăzi există sisteme de control și de reglare, care, fiind deliberat focusate pe lideri, blochează apariția reprezentărilor cu referire la aceștia, substituindu-le cu varii elaborări de extracție ideologică sau postulate cu caracter științific? Nu, evident. Or, chiar dacă admitem că pe alocuri (partide, sindicate, structuri academice centrate pe studiul sistematic al *leadership*-ului etc.) există „consilii de ordine” care se impun printr-o „voință netă de omogenizare a conduitei individuale”, accentuând mereu că aceste conduite „nu trebuie în niciun fel să depășească cadrul precis al codurilor deontologice existente”, liderii, oricum, vor constitui, în majoritatea absolută a cazurilor, acel obiect care va suscita inevitabil emergența unei sau mai multor reprezentări sociale. De ce a existat – și continuă să existe! – o reprezentare a banilor la medici (fapt demonstrat, la 1992, de către P. Vergès)? Sau o reprezentare a psihanalizei la membrii partidului comunist (fapt demonstrat, încă la 1961, de către S. Moscovici)? Fiindcă, după cum relevă P. Moliner [30], respectivele „sisteme ortodoxe” nu au fost vreodată organizate în funcție de bani (în primul caz) sau în funcție de psihanaliză (în cel de-al doilea caz). Să existe, așadar, o reprezentare a liderilor la scriitori, vânzători, pescari, deținuți, studenți, pictori, actori sau persoanele de vârstă a treia? La șomeri, vânzători, contabili, bibliotecari sau taximetriști? Suntem predispuși să credem că da. Raționamentul? Ca și în cazul reprezentării banilor la medici sau în cel al reprezentării psihanalizei la membrii partidului comunist, în mediul tuturor acestor categorii de actori sociali nu există o „specializare a autorității”<sup>8</sup> în raport cu cei care „mobilizează, organizează și conduc activitățile grupurilor înspre fixarea și atingerea unor scopuri concrete”. Altfel spus, atât în cazul scriitorilor sau vânzătorilor, deținuților sau actorilor, bibliotecarilor sau taximetriștilor, cât și în multe alte cazuri (la categoriile sociale amintite mai sus i-am

<sup>8</sup> Expresia îi aparține lui S. Moscovici, care o utilizează, pentru întâia dată, la 1961, în: *La psychanalyse, son image et son publique*. Disponând de o puternică încărcătură semantică, ea se regăsește, cu timpul, în studiile mai multor specialiști din domeniu, dar mai ales în cele semnate de P. Moliner. Pentru confirmare, vezi, spre exemplu, Moliner P. *Cinq questions à propos des représentations sociales*. În: *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 1993, no. 20, p. 14 sau/și Moliner P. *Cinci întrebări în legătură cu reprezentările sociale*. În: A. Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale / Traducere: I. Mărășescu, R. Neculau*. București: Societatea Știință & Tehnică S.A., 1995, p. 188.

mai putea adăuga, spre exemplu, pe adolescenți sau chelneri, silvicultori sau drumari, pedagogi sau psihologi) viața de zi cu zi nu este „strâmtorată” de existența unor instanțe create cu scopul declarat/oficial de a exercita atribuții de supraveghere pe segmentul reprezentării liderilor, ceea ce înseamnă că, de fapt, tipul vizat de reprezentare se înscrie în logica unei proces evolutiv firesc, cu etape, finalități și „fără presiuni sau imixtiuni venite din exterior”.

## CONCLUZII

Rezumând, ne vedem în drept să specificăm că liderii pot fi validați fără nicio rezervă în calitate de obiect al reprezentărilor sociale. Argumentul de bază rezidă în faptul că lor, prin felul în care își fac apariția și își fundamentează strategiile comportamentale, le este dat să corespundă întru totul celor mai cunoscute criterii de recunoaștere a ceea ce poate suscita emergența unor „viziuni comune asupra lumii” sau a unor „principii generatoare de luări de poziție”. Or, mai întâi de toate, liderii „apar în societate sub diferite forme”. Apoi, tot ei fac dovada faptului că au întotdeauna de partea sa un grup social care „poate construi, dezvolta și purta o reprezentare socială cu referire la ei” și care, afișând un asemenea gen de atașament, își asigură *de facto* „menținerea identității și coeziunii interne”. Și, în sfârșit, cu aceiași lideri „ne aflăm în fața unei reprezentări sociale”, deoarece lor le este caracteristic să întrețină în deplină măsură „relații strânse cu alte instanțe sociale aflate în interacțiune cu grupul din care face parte” și, totodată, să nu se afle sub dominația unor „instanțe reglatoare sau de control care le-ar interzice să existe în conștiința celorlalți”.

## BIBLIOGRAFIE

- Moscovici S. La psychanalyse, son image et son publique. Paris: P.U.F., 1961/1976, p. 43.
- Moscovici S. Préface. In: C. Herzlich. Santé et Maladie. Analyse d'une représentation sociale. Paris: Mouton, 1969, pp. 7-12.
- Moscovici S. The phenomenon of social representations. In: R.M. Farr, S. Moscovici (eds.). Social Representations. Cambridge: Cambridge University Press, 1984, p. 15.
- Moscovici S. L'ère des représentations sociales. In: W. Doise, A. Palmonari (eds.). L'étude des représentations sociales. Paris, Neuchâtel: Delachaux et Niestlé, 1986, pp. 34-80.
- Ficher N. Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale. Paris: Dunod, 1987, p. 118.
- Abric J.-C. Coopération, compétition et représentations sociales. Cousset: Del Val, 1987, p. 77.
- Jodelet D. Les représentations sociales. Paris: P.U.F., 1989, p. 38.
- Neculau A. Prefață. In: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale. Iași: Polirom, 1997, p. 9.
- Roussiau N., Bonardi C. Les représentations sociales. État des lieux et perspectives. Sprimont: Mardaga, 2001, p. 57.
- Moliner P., Rateau P., Cohen-Scali V. Les représentations sociales. Pratique des études de terrain. Rennes: P.U.R., 2002, p. 35.
- Marková I. Vechi și nou în reprezentările sociale. In: I. Marková. Dialogistica și reprezentările sociale. / Argument de A. Neculau; traducere de M. Talpalaru. Iași: Polirom, 2004, p. 206.
- Seca J.-M. Reprezentările sociale. / Traducere de E. Dîrțu. Iași: Institutul European, 2008, p. 66.
- Curelaru M. Reprezentări sociale. / Prefață de A. Neculau. Ediția a II-a, revăzută. Iași: Polirom, 2006, pp. 33-34.
- Moscovici S. La psychanalyse, son image et son publique. Paris: P.U.F., 1961/1976, pp. 246-252.
- Moliner P. Cinq questions à propos des représentations sociales. In: Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale. 1993, no. 20, pp. 5-14 (versiunea românească: Moliner P. Cinci întrebări în legătură cu reprezentările sociale. In: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale / Traducere: I. Mărășescu, R. Neculau. București: Societatea Știință & Tehnică S.A., 1995, pp. 180-187).
- Moliner P. Images et représentations sociales. De la théorie des représentations sociales à l'étude des images sociales. Grenoble: P.U.G., 1996.
- Flament C., Rouquette M.L. L'anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales. Paris: Armand Colin, 2003.
- Le Bon G. Psychologie des foules. Paris: Alcan, 1921, pp. 85, 87 (versiunea românească: Le Bon G. Psihologia maselor / Traducere, cuvânt înainte și note de dr. L. Gavrilu. – București: Editura Științifică, 1991, pp. 77, 79).
- Ortega y Gasset J. La rebelión de las masas. Madrid: Alianza Editorial, 1983, p. 134 (versiunea românească: Ortega y Gasset J. Revolta maselor / Traducere de C. Lupu. București: Humanitas, 1994, p. 136).
- Freud S. Why War? In: The Standard Edition of the Complete Psychological Works of Sigmund Freud. Vol. 22 (trans. J. Strachey). London: Hogarth Press, 1964, p. 212.
- Moscovici S. L'âge des foules. Paris: Fayard, 1981, pp. 52, 56 (versiunea românească: Moscovici S. Știința maselor. In: S. Moscovici. Psihologia socială sau Mașina de fabricat zei / Selecția textelor și postfață de A. Neculau; traducere de O. Popârda. Iași: Editura Universității „Al. I. Cuza”, 1994, pp. 96, 100).
- Neculau A. Liderii în dinamica grupurilor / Prefață de acad. V. Pavelcu. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1977, p. 165.
- Le Bon G. Psychologie des foules. Paris: Alcan, 1921, pp. 85, 87 (versiunea românească: Le Bon G. Psihologia maselor / Traducere, cuvânt înainte și note de dr. L. Gavrilu.



București: Editura Științifică, 1991, pp. 77, 79).

24. Neculau A. Liderii în dinamica grupurilor / Prefață de acad. V. Pavelcu. București: Editura Științifică și Enciclopedică, 1977, p. 177.

25. Moscovici S. *L'âge des foules*. Paris: Fayard, 1981, p. 55 (versiunea românească: Moscovici S. Știința maselor. In: S. Moscovici. Psihologia socială sau Mașina de fabricat zei / Selecția textelor și postfață de A. Neculau; traducere de O. Popârda. Iași: Editura Universității „Al.I. Cuza”, 1994, p. 101).

26. Sillamy N. Lider. In: N. Sillamy. Dicționar de psihologie / Traducere, avânprefață și completări privind psihologia românească de dr. L. Gavrilu. București: Univers Enciclopedic, 1996, p. 180.

27. Paraire Ph. *Les grands leaders de l'histoire mondiale*. Paris: Larousse-Bordas, 1996, p. 11-12 (versiunea românească: Paraire Ph. Mari lideri ai istoriei mondiale / Traducere: D. Bodea. Chișinău: Editura ARC, 1999, pp 12-13).

28. Moliner P. Cinq questions à propos des représentations sociales. In: *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 1993, no. 20, p. 12 (versiunea românească: Moliner P. Cinci întrebări în legătură cu reprezentările sociale. In: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale / Traducere: I. Mărășescu, R. Neculau. București: Societatea Știință & Tehnică S.A., 1995, p. 185).

29. Deconchy J.P. Systèmes de croyance et représentations idéologiques. In: S. Moscovici (ed.). *Psychologie sociale*. Paris: P.U.F., 1984, pp. 331-355.

30. Moliner P. Cinq questions à propos des représentations sociales // *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*. 1993, no. 20, pp.14-15 (versiunea românească: Moliner P. Cinci întrebări în legătură cu reprezentările sociale. In: A. Neculau (coord.). Psihologia câmpului social: reprezentările sociale / Traducere: I. Mărășescu, R. Neculau. București: Societatea Știință & Tehnică S.A., 1995, pp. 187-188.



Lică Sainciuc. *Punguța cu doi bani* de I. Creangă. Hârtie, calcugravură, 2008.