

REPREZENTĂRI SOCIALE ALE OMULUI MORAL ÎN ROMÂNIA DE AZI

Monica Albu^{*}, Carina Herbei^{*}, Carmen Văsar^{**},
Claudia Kubik^{***}, Gelu Todea^{****}, Cristina Carpa^{*****}

^{*} Institutul de Istorie „George Barițiu” din Cluj-Napoca¹

^{**} Direcția Generală de Asistență Socială și Protecția Copilului Arad

^{***} Grădinița cu Program Prelungit nr. 33, Timișoara

^{****} Asociația Psihologilor din Banat, Timișoara

^{*****} Complexul de Servicii Sociale „Bunavestire”, Caransebeș

Abstract. Our research sought to identify the social representation of the moral individual in present day Romania, distinct at people who have higher education and people who only graduated high school.

The research took place between February and August 2011, in the counties Timiș, Arad, Cluj, and Caraș-Severin. It consisted of three stages.

First it was determined the content of social representation, through the method of free associations. The 9 terms noted down with highest frequency have been reunite into a list. In the second stage we sought to identify the place of each term into the content of the social representation, through the ordering method from the list of terms. Then, we determined the relationship between the terms which constitutes the content of social representation through a variant of the method of free association.

*For the high school graduates, the central node of the social representation is the term **fair**. It is associated with the terms **rarely encountered in our state** and **responsible**.*

*For the people with higher education, the central node of the social representation is the term **acting according to principles relating to the truth, good, beautiful**. It is associated with the terms **appreciated by others for what he is doing, example for others** and **fair**.*

Key words: social representation, moral individual.

1. INTRODUCERE

Orice reprezentare socială este o reprezentare a *ceva*, de către *cineva*. Pe de o parte, reprezentarea socială este definită printr-un **conținut** (informații, imagini, opinii, atitudini etc.), care se raportează la un **obiect** (o muncă de efectuat, un

¹ Departamentul de Cercetări Socio-Umane.

eveniment economic, un personaj social etc.). Pe de altă parte, ea este reprezentarea socială a unui **subiect** (individ, familie, grupă, clasă), fiind tributară poziției pe care acesta o ocupă în societate, economie, cultură etc.².

Din punctul de vedere al organizării interne, reprezentările sociale sunt alcătuite dintr-un **nod central** și din **elemente periferice**.

Nodul central constituie partea comună a reprezentărilor membrilor grupului. Este stabil și rezistent la schimbare. Este relativ independent de contextul social și material imediat, fiind determinat de condiții istorice³. Nodul central determină semnificația și organizarea internă a reprezentării.

Elementele periferice constituie partea mobilă a reprezentării sociale, interfața dintre nodul central și situația concretă în care se elaborează reprezentarea socială. Sunt influențate de experiența membrilor grupului și de contextul prezent. Ele sunt mai suple, mai flexibile decât nodul central.

Analiza unei reprezentări sociale necesită cunoașterea a trei componente esențiale ale sale: conținutul reprezentării, structura sa internă și nodul său central.

La începutul anului 2011, am efectuat o cercetare cu scopul de a identifica reprezentarea socială a omului moral din România de azi, la persoane în vârstă de peste 14 ani, care domiciliază și lucrează în România⁴.

Într-o primă etapă, utilizându-se un eșantion format din 226 de persoane (96 bărbați, 126 femei și 4 persoane care nu au completat datele demografice), cu vârsta cuprinsă între 15 și 80 de ani ($m = 36,9$; $\sigma = 13,9$), s-a determinat conținutul reprezentării sociale a omului moral în România de azi. Apoi, în a doua etapă, prin metoda ordonării termenilor, s-a urmărit să se identifice locul fiecărui termen în cadrul conținutului reprezentării sociale. S-a folosit un eșantion compus din 235 de persoane (77 bărbați, 153 femei și 5 persoane care nu au completat datele demografice), cu vârsta cuprinsă între 16 și 73 de ani ($m = 39,9$; $\sigma = 11,0$).

S-a observat că, în populația vizată de cercetare, reprezentarea socială a omului moral în România de azi nu este unică. Există cel puțin patru categorii de persoane, care diferă între ele prin termenii cărora le acordă cea mai mare importanță pentru caracterizarea omului moral din România de azi, termeni care constituie, probabil, nodul central al reprezentării sociale. Cele patru categorii se deosebesc între ele prin nivelul de studii, mai precis, prin procentul persoanelor cu studii superioare.

Pornind de la aceste constatări, cercetarea actuală a avut **scopul** de a identifica reprezentarea socială a omului moral, în România de azi, la două populații: una

² D. Jodelet, *Représentation sociale: phénomènes, concept et théorie*. în *** *Psychologie sociale*, S. Moscovici (sous la direction), Paris, PUF, 1990.

³ J. C. Abric, 1994, apud N. Lauș, *Studiul reprezentării sociale a iubirii față de Dumnezeu*, lucrare de licență, Facultatea de Psihologie a Universității „Tibiscus”, Timișoara, 2005.

⁴ M. Albu, C. Văsar, G. V. Todea, C. Herbei, C. Kubik, C. Carpa, *Reprezentarea socială a omului moral în România de azi*, comunicare prezentată la Conferința Internațională de Psihologie Aplicată EUΨRO 2011, Timișoara, 12–15 mai 2011.

formată din persoane cu studii superioare, iar cealaltă compusă din persoane care au absolvit doar liceul.

Am formulat următoarea *ipoteză*: reprezentarea socială a omului moral în România de azi este diferită la persoanele care au absolvit o facultate și persoanele care au absolvit doar liceul.

2. DESCRIEREA CERCETĂRII

Cercetarea a fost realizată în perioada februarie-august 2011, în județele Timiș, Arad, Cluj și Caraș-Severin. Primele două etape au utilizat metodele folosite în cercetarea anterioară, menționată în *Introducere*⁵.

Participanți

Pentru fiecare dintre cele trei etape ale cercetării s-a folosit un eșantion de persoane cu studii medii (care au terminat liceul și nu au absolvit o facultate sau o școală postliceală) și un eșantion format din persoane cu studii superioare. Participanții au provenit atât din mediul urban, cât și din mediul rural. Administrarea chestionarelor a fost făcută individual, fără limită de timp pentru răspuns. Participarea a fost benevolă.

Structura eșantioanelor este prezentată în *tabelele 1 și 2*.

Tabelul 1

Structura eșantioanelor de participanți, în funcție de gen

Etapa	Gen	Absolvenți de liceu		Absolvenți de facultate		Compararea frecvențelor	
		<i>N</i>	%	<i>N</i>	%	$\chi^2_{cor}(1)$	<i>p</i>
I	Bărbați	43	47,3	39	34,8	2,786	0,095
	Femei	47	51,6	72	64,3		
	Nu au notat	1	1,1	1	0,9		
	Total	91	100,0	112	100,0		
II	Bărbați	30	26,5	40	25,0	0,036	0,849
	Femei	82	72,6	120	75,0		
	Nu au notat	1	0,9	0	0,0		
	Total	113	100,0	160	100,0		
III	Bărbați	10	22,1	18	23,4	0,000	1,000
	Femei	34	75,6	59	76,6		
	Nu au notat	1	2,2	0	0,0		
	Total	45	100,0	77	100,0		

⁵ *Ibidem*.

Tabelul 2

Structura eșantioanelor de participanți, în funcție de vârstă

Etapa	Vârsta	Absolvenți de liceu	Absolvenți de facultate	Compararea mediilor		
				<i>t</i>	<i>g.l.</i>	<i>p</i>
I	minimum – maximum	19–61	21–80	4,082	199	0,000
	<i>m</i>	31,67	39,30			
	<i>σ</i>	12,58	13,75			
II	minimum – maximum	18–63	22–73	0,066	270	0,947
	<i>m</i>	38,04	37,94			
	<i>σ</i>	11,29	11,24			
III	minimum – maximum	18–63	22–67	0,782	119	0,436
	<i>m</i>	37,16	35,38			
	<i>σ</i>	12,56	11,77			

Notă. În fiecare etapă a existat câte un participant care nu și-a notat vârsta.

În niciuna dintre etape, frecvența relativă a femeilor nu diferă semnificativ între absolvenții de liceu și cei de facultate (prin testul χ^2 cu corecția pentru continuitate s-au obținut valori nesemnificative la pragul $p = 0,05$). În etapa a doua și a treia mediile vârstei nu diferă semnificativ (la pragul $p = 0,05$) între absolvenții de liceu și absolvenții de facultate.

Instrumente

În prima etapă s-a utilizat un chestionar cu o singură întrebare. După ce s-a prezentat definiția termenului **moral** utilizată în această cercetare, preluată din *Dicționarul explicativ al limbii române* (1998)⁶ – o conduită admisă și practică într-o societate –, respondentului i s-a cerut să noteze la ce se gândește atunci când aude expresia „om moral, în România de azi”. S-a precizat faptul că se poate răspunde cu substantive, adjective, verbe sau expresii scurte (1–5 cuvinte).

Chestionarul utilizat în cea de a doua etapă a cercetării a conținut termenii furnizați cel mai frecvent ca răspuns la întrebarea din chestionarul folosit în prima etapă, aranjați în ordine alfabetică, după primul cuvânt. Pentru majoritatea termenilor au fost oferite explicații (de exemplu, pentru *responsabil*: care răspunde pentru faptele sale sau ale altora) sau sinonime (de exemplu, pentru *politicos*: amabil, bine-crescut, civilizat, condescendent, cuviincios, decent, educat, manierat, respectuos), preluate din *Dicționarul explicativ al limbii române on-line (DEX online)*⁷. Chestionarele utilizate în această etapă pentru cele două eșantioane de participanți sunt prezentate în *Anexă*.

⁶ Academia Română – Institutul de Lingvistică „Iorgu Iordan”, *Dicționarul explicativ al limbii române*, ediția a II-a, București, Edit. Univers Enciclopedic, 1998.

⁷ *DEX online*, la adresa www.dexonline.ro (vizitată în februarie 2011).

Sarcina respondentului a fost de a ordona termenii, având în vedere pentru fiecare dintre ei cât de potrivit îl consideră pentru a defini ceea ce gândește atunci când întâlnește expresia „om moral, în România de azi”. Termenul cel mai potrivit trebuia plasat pe primul loc, iar cel mai puțin potrivit, pe ultimul loc. Nu se putea atribui același loc mai multor termeni.

În cea de a treia etapă, participanților li s-a oferit aceeași listă de termeni care a figurat în chestionarul folosit în etapa a doua, li s-a cerut să aleagă trei termeni din listă, să îi noteze și fiecareia să-i asocieze câte cuvinte doresc.

Metode utilizate

Cercetarea a constatat în trei etape, care au fost parcurse, separat, pentru absolvenții de liceu și pentru absolvenții de facultate.

Etapa I. Identificarea conținutului reprezentării sociale, prin metoda asociațiilor libere

Participanților li s-a prezentat expresia stimul „om moral, în România de azi” și li s-a cerut să îi asocieze toți termenii (substantive, adjective, verbe sau expresii) care le vin în minte în legătură cu acesta.

S-a calculat frecvența fiecărui termen notat ca răspuns. Au fost reținuți termenii cu cea mai mare frecvență. Aceștia formează conținutul reprezentării sociale a obiectului desemnat de cuvântul stimul. Ei au fost grupați în categorii de cuvinte sinonime, utilizând *Dicționarul explicativ al limbii române on-line*⁸.

Pe baza categoriilor obținute, s-a construit chestionarul folosit în cea de a doua etapă a cercetării. S-a procedat astfel: din fiecare categorie, termenul indicat de cei mai mulți respondenți în prima etapă a fost inclus în lista de termeni care trebuiau ordonați, iar sinonimele sale au fost notate în chestionar alături de el.

În această cercetare, listele rezultate pentru absolvenții de liceu și pentru absolvenții de facultate au conținut câte 9 termeni și au diferit între ele printr-un singur termen.

Etapa a II-a. Identificarea locului fiecărui termen în cadrul conținutului reprezentării sociale, prin metoda ordonării termenilor

Fiecărui participant i s-a cerut să parcurgă lista obținută în prima etapă și să ordoneze termenii, având în vedere pentru fiecare termen cât de potrivit îl consideră pentru a defini ceea ce gândește atunci când întâlnește expresia „om moral, în România de azi”. Termenul cel mai potrivit a fost plasat pe locul 1, iar cel mai puțin potrivit, pe ultimul loc.

S-au atribuit locurilor ierarhiei punctaje cuprinse între 1 și 9, astfel: 9 puncte pentru primul loc, 8 puncte pentru al doilea loc, ..., un punct pentru ultimul loc. Pentru fiecare termen s-a calculat media punctelor pe care le-a primit în ierarhiile furnizate de respondenți. S-au ordonat termenii pe baza acestor medii, punând pe

⁸ *Ibidem.*

primul loc termenul cu punctajul maxim, iar pe ultimul loc, termenul cu cel mai mic punctaj. În acest fel, s-a obținut o ierarhie care agregă ierarhiile individuale.

Pe de altă parte, pentru fiecare termen s-a calculat energia sa informațională. S-a utilizat formula:

$$E = \frac{\sum_{i=1}^9 f_i^2 - \frac{1}{9}}{1 - \frac{1}{9}}$$

unde E reprezintă energia informațională, iar f_i este frecvența relativă a persoanelor care au plasat termenul pe locul i ($i = 1, 2, \dots, 9$).

Energia informațională este un număr cuprins între 0 și 1. Ea este mică, apropiată de 0, atunci când frecvențele relative ale tuturor locurile sunt aproximativ egale între ele, semn că există o mare eterogenitate a răspunsurilor, adică termenul a fost plasat pe fiecare loc posibil al ierarhiei de aproximativ același număr de persoane. Energia informațională este mare, apropiată de 1, atunci când o singură frecvență relativă este mare, iar celelalte sunt apropiate de 0, ceea ce înseamnă că majoritatea respondenților au plasat termenul pe același loc.

Etapa a III-a. Determinarea relațiilor dintre termenii care alcătuiesc conținutul reprezentării sociale, printr-o variantă a metodei asocierii cuvintelor

În metoda asocierii cuvintelor, se pornește de la o listă de termeni, extrași de către cel care efectuează cercetarea, fie din datele colectate în urma unei investigații pe tema obiectului reprezentării sociale, fie din texte de referință. Li se cere participanților să aleagă un termen (numit **termen inductor**) din lista prezentată și să îi asocieze câte cuvinte doresc. Totalitatea cuvintelor distincte atașate unui termen inductor constituie **dicționarul termenului**. Metoda asocierii cuvintelor prelucrează dicționarele obținute. Cu ajutorul lor calculează indici de similaritate între termenii inductori și construiește o matrice de similarități, care face obiectul analizei de clusteri. Rezultă, astfel, categorii de termeni.

În această etapă a cercetării noastre, fiecărei persoane i s-a cerut să aleagă trei termeni din lista obținută în prima etapă (nu doar unul, ca în metoda asocierii cuvintelor, pentru că eșantioanele de participanți nu au fost prea numeroase și exista riscul de a rezulta multe dicționare vide) și pentru fiecare termen să descrie, cât mai detaliat, modul în care, în opinia sa, acesta este legat de termenul „om moral în România de azi”.

Am calculat indicele de similaritate pentru doi termeni, T_i și T_j ($i, j \in \{1, 2, \dots, 9\}$), cu ajutorul formulei:

$$s_{i,j} = \frac{n_{i,j} + n_{j,i}}{N_i + N_j}$$

unde:

$s_{i,j}$ = indicele de similaritate pentru termenii T_i și T_j ;

$n_{i,j}$ = frecvența cu care a fost amintit termenul T_j atunci când a fost ales termenul inductor T_i ;

$n_{j,i}$ = frecvența cu care a fost amintit termenul T_i atunci când a fost ales termenul inductor T_j ;

N_i = frecvența cu care a fost ales termenul inductor T_i ;

N_j = frecvența cu care a fost ales termenul inductor T_j .

Dacă $N_i = 0$ și $N_j = 0$, atunci $s_{i,j} = 0$.

Valoarea indicelui de similaritate definit astfel variază între 0 ($s_{i,j} = 0$, atunci când termenului inductor T_i nu i-a fost asociat niciodată termenul T_j și termenului inductor T_j nu i-a fost asociat niciodată termenul T_i) și 1 ($s_{i,j} = 1$, dacă ori de câte ori a fost ales termenul inductor T_i i s-a asociat termenul T_j și de fiecare dată când a fost ales termenul inductor T_j i s-a asociat termenul T_i).

La aplicarea analizei de clusteri, am considerat că similaritatea dintre doi clusteri este egală cu cel mai mic dintre toți indicii de similaritate calculați între un termen dintr-un cluster și un termen din celălalt cluster:

$$s(A, B) = \min\{s_{i,j} \mid T_i \in A, T_j \in B\},$$

unde $s(A, B)$ este indicele de similaritate între clusterii A și B .

La fiecare pas al algoritmului analizei de clusteri s-au format toate perechile posibile de clusteri, pentru fiecare dintre ele s-a determinat indicele de similaritate și s-a ales perechea pentru care similaritatea a fost maximă. Clusterii care o compuneau au fost reuniți pentru a forma un nou cluster.

3. REZULTATE

Etapă I

La întrebarea din chestionarul utilizat în prima etapă, participanții fără studii superioare au dat între 0 și 13 răspunsuri ($m = 3,18$; $\sigma = 2,31$), iar participanții absolvenți de facultate au dat între 0 și 17 răspunsuri ($m = 3,29$; $\sigma = 3,56$). Mediile numărului de răspunsuri nu diferă între absolvenții de liceu și absolvenții de facultate: $t(201) = 0,344$; $p = 0,731$.

În ambele eșantioane, cea mai mare frecvență pentru variabila „număr de răspunsuri” s-a înregistrat pentru „un răspuns”: 26,4% pentru absolvenții de liceu și 28,6% pentru absolvenții de facultate.

În *tabelele 3 și 4* sunt notate răspunsurile cele mai frecvente, date de cel puțin 5% dintre participanții din fiecare eșantion.

Tabelul 3

Răspunsurile cele mai frecvente în eșantionul persoanelor absolvente de liceu (date de cel puțin 5% dintre participanți), în ordinea descrescătoare a frecvenței

Răspunsuri	Frecvențe
rar întâlnit în țara noastră	24
respectuos	14
cinstit	13
cu bun-simț	13
apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	11
corect	11
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	8
sincer	8
onest	7
politicos	5
responsabil	5

Tabelul 4

Răspunsurile cele mai frecvente în eșantionul persoanelor absolvente de facultate (date de cel puțin 5% dintre participanți), în ordinea descrescătoare a frecvenței

Răspunsuri	Frecvențe
rar întâlnit în țara noastră	33
corect	30
cinstit	22
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	10
bun	10
respectuos	7
apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	6
onest	6
responsabil	6
educat	6
altruist	6
credincios (cu credință în Dumnezeu)	6

Trebuie menționat faptul că, în ambele eșantioane, răspunsul cel mai frecvent a fost *rar întâlnit în țara noastră*, iar majoritatea persoanelor care l-au notat nu au dat alte răspunsuri. Este posibil ca el să constituie o formă de eschivare de la efortul de gândire necesitat de elaborarea unui răspuns mai amplu.

Majoritatea răspunsurilor care au fost date de cel puțin 5% dintre absolvenții de facultate au fost formulate și de cel puțin 5% dintre absolvenții de liceu: *respectuos*; *cinstit*; *apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții*; *corect*; *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*; *onest* și *responsabil*.

Deosebiriile dintre absolvenții de liceu și absolvenții de facultate le constituie termenii: *cu bun-simț*, *sincer* și *politicos* (mai frecvente la absolvenții de liceu), *bun*, *educat*, *altruist* și *credincios (cu credință în Dumnezeu)* (mai frecvente la absolvenții de facultate).

Răspunsurile primite au fost grupate în categorii de cuvinte sinonime, utilizând *Dicționarul explicativ al limbii române on-line (DEX online)*⁹. Categoriile care au cuprins termenii utilizați cel mai frecvent ca răspuns (pentru care frecvența a depășit 5% din volumul eșantionului) au fost incluse în chestionarul utilizat în a doua etapă a cercetării (*tabelele 5 și 6*). Din fiecare categorie, termenul care a avut cea mai mare frecvență a fost considerat ca reprezentant al categoriei, iar ceilalți termeni au fost notați alături de el (v. *Anexa*). În cadrul chestionarului, categoriile au fost ordonate alfabetic, după termenul care le reprezenta.

Chestionarele rezultate pentru cele două eșantioane conțin câte 9 categorii, dintre care 8 sunt identice. Diferența o reprezintă categoriile reprezentate de termenii *cu bun-simț* (prezent doar în chestionarul destinat absolvenților de liceu) și *credincios* (prezent numai în chestionarul pentru absolvenți de facultate).

Tabelul 5

Categoriile cele mai frecvente în eșantionul absolvenților de liceu, în ordinea descrescătoare a frecvenței

Termenul reprezentant al categoriei	Frecvența
corect	43
politicos	27
rar întâlnit în țara noastră	24
cu bun-simț	13
sincer	12
apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	11
bun	8
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	8
responsabil	5

Notă. Frecvența categoriei este suma frecvențelor termenilor care compun categoria.

Tabelul 6

Categoriile cele mai frecvente în eșantionul absolvenților de facultate, în ordinea descrescătoare a frecvenței

Termenul reprezentant al categoriei	Frecvența
corect	76
rar întâlnit în țara noastră	33
politicos	22
bun	20
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	10
sincer	8
responsabil	6
apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	6
credincios	6

Notă. Frecvența categoriei este suma frecvențelor termenilor care compun categoria.

⁹ *Ibidem.*

Etapa a II-a

Pentru fiecare termen, s-a determinat frecvența cu care a fost plasat pe fiecare loc în cele două eșantioane de participanți. S-a putut observa, astfel, că în ambele eșantioane, pe primul loc sunt plasați cel mai frecvent termenii: *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos; corect* și *rare întâlnit în țara noastră*, iar pe ultimul loc este poziționat cel mai des termenul *rare întâlnit în țara noastră* (tabelul 7).

Tabelul 7

Frecvențele termenilor plasați cel mai des pe primul și pe ultimul loc

Termeni	Loc	%	
		Absolvenți de liceu (N = 113)	Absolvenți de facultate (N = 160)
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	1	20,35	28,75
corect	1	21,24	19,38
rare întâlnit în țara noastră	1	17,70	21,25
	9	30,09	41,88

În timp ce în eșantionul format din absolvenți de liceu aproximativ același număr de persoane au plasat pe primul loc termenii *corect* (24 de persoane) și *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos* (23 de persoane), în eșantionul compus din absolvenți de facultate termenul *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos* a fost notat pe locul întâi mult mai frecvent decât termenul *corect* (46 de persoane, față de 31 persoane).

Absolvenții de facultate plasează termenul *rare întâlnit în țara noastră* mai frecvent decât absolvenții de liceu, atât pe primul, cât și pe ultimul loc al ierarhiei. Luând în considerare frecvențele plasării acestui termen pe locurile 1, 2–8 și 9, se constată că distribuțiile de frecvențe sunt diferite la absolvenții de liceu și la absolvenții de facultate: $\chi^2(2) = 6,522$; $p = 0,038$.

Faptul că termenul *rare întâlnit în țara noastră* apare cu frecvență destul de mare în ambele eșantioane, atât pe primul, cât și pe ultimul loc, sugerează că reprezentarea socială a omului moral în România de azi diferă între grupuri de persoane, în funcție nu numai de nivelul ultimei școli absolvite, ci și de alte caracteristici. Nu am identificat deosebiri ale distribuțiilor de frecvențe cu care este plasat termenul pe locurile 1, 2–8 și 9, între valorile variabilelor demografice înregistrate în cercetare (sex, vârstă, mediu de domiciliu – urban/rural).

În tabelul 8 se remarcă energiile informaționale reduse ale termenilor, ceea ce denotă poziționarea acestora pe locuri ce diferă de la o persoană la alta. Termenul *rare întâlnit în țara noastră* are cea mai mare energie informațională în ambele eșantioane de participanți, deoarece multe persoane l-au plasat fie pe primul, fie pe ultimul loc. În cadrul fiecărui eșantion, și termenul care a fost plasat mai des pe

primul loc (*corect*, respectiv, *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*) are energie informațională mai mare decât restul termenilor, dar, totuși, destul de redusă. Aceste rezultate indică o mare varietate a ierarhiilor individuale, în fiecare eșantion.

Tabelul 8

Locurile ocupate de termeni în ierarhiile agregate pentru cele două eșantioane

Termeni	Absolvenți de liceu			Absolvenți de facultate		
	<i>m</i>	loc	<i>E</i>	<i>m</i>	loc	<i>E</i>
acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	5,75	2	0,021	6,54	1	0,065
apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	4,85	5	0,007	4,56	7	0,025
bun	5,26	3	0,012	4,86	4	0,025
corect	6,34	1	0,038	6,01	2	0,025
cu bun-simț (absolvenți de liceu)	4,82	6	0,019			
credincios (absolvenți de facultate)				4,48	8	0,013
politicos	4,42	7	0,022	4,65	6	0,040
rar întâlnit în țara noastră	4,16	9	0,068	3,98	9	0,148
responsabil	4,40	8	0,011	5,14	3	0,009
sincer	5,01	4	0,005	4,78	5	0,010

Legendă: *m* = media punctelor primite de fiecare termen, loc = locul ocupat de fiecare termen în ierarhia agregată, *E* = energia informațională a fiecărui termen.

Mediile punctelor termenilor în cele două eșantioane, notate în *tabelul 8*, permit următoarele constatări:

- Deși puteau varia în intervalul [1, 9], aceste medii acoperă intervale de lungime moderată: [4,16, 6,34] în eșantionul format din absolvenți de liceu și [3,98, 6,54] în eșantionul compus din absolvenți de facultate. Cauza o constituie deosebirile mari între ierarhiile individuale furnizate de participanți, lipsa unei reprezentări care să fie prezentă la majoritatea persoanelor dintr-un eșantion.
- În fiecare eșantion, termenul plasat cel mai des pe locul 1 în ierarhiile individuale (*corect*, în eșantionul format din absolvenți de liceu, și *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*, în eșantionul compus din absolvenți de facultate) ocupă primul loc și în ierarhia agregată.
- Termenii *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos* și *corect* au cele mai mari medii în ambele eșantioane. Se deduce că acești termeni sunt cei mai importanți pentru a caracteriza la ce s-au gândit cei mai mulți participanți, indiferent din ce eșantion făceau parte, atunci când au auzit expresia „om moral în România de azi”.

- În ambele eșantioane, termenul *rar întâlnit în țara noastră* are cea mai mică medie. Înseamnă că acest termen are cea mai mică importanță în caracterizarea oamenilor morali din România de azi.

Etapa a III-a

Grupările termenilor formate prin analiză de clusteri sunt notate în *tabelul 9*. Termenii care nu figurează în nicio grupare au rămas izolați, având indicele de similaritate cu ceilalți termeni egal cu 0.

Tabelul 9

Grupările de termeni formate prin analiză de clusteri

Eșantion	Grupare de termeni	s
Absolvenți de liceu	<i>cu bun-simț; politicos</i>	0,182
	<i>apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții; sincer</i>	0,053
	<i>corect; rar întâlnit în țara noastră; responsabil</i>	0,037
Absolvenți de facultate	<i>acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos; apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții; corect</i>	0,057
	<i>credincios; sincer</i>	0,026
	<i>rare întâlnit în țara noastră; responsabil</i>	0,024

Legendă. s = indicele de similaritate între clusterii reuniți.

Pentru ambele eșantioane, se remarcă numărul mare de termeni care rămân izolați și faptul că niciun cluster nu conține mai mult de trei termeni. Aceasta înseamnă că reprezentarea omului moral în România de azi diferă mult de la o persoană la alta.

Singurii clusteri care conțin trei termeni sunt:

- în eșantionul format din absolvenți de liceu: *corect; rar întâlnit în țara noastră și responsabil*;
- în eșantionul format din absolvenți de facultate: *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos; apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții și corect*.

Atât pentru absolvenții de liceu, cât și pentru absolvenții de facultate, clusterii care conțin cel mai mare număr de termeni (3) includ termenul care în ierarhia agregată a ocupat locul întâi, iar în ierarhiile individuale a fost plasat cel mai frecvent pe primul loc: *corect*, pentru absolvenții de liceu, și *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*, pentru absolvenții de facultate. Acești termeni constituie nodurile centrale ale celor două reprezentări sociale ale omului moral din România de azi.

Se poate remarca, în ambele eșantioane, gruparea termenilor *responsabil* și *rare întâlnit în țara noastră*, ceea ce exprimă credința participanților că în România sunt puține persoane responsabile.

4. CONCLUZII

Participanții la cercetare se deosebesc mult între ei în ceea ce privește caracteristicile pe care le atribuie omului moral din România de azi.

Conținutul reprezentării sociale a omului moral în România de azi diferă doar puțin între absolvenții de liceu și absolvenții de facultate, 8 termeni fiind comuni și doar un termen fiind diferit: *cu bun-simț* (prezent doar la absolvenții de liceu) și *credincios (cu credință în Dumnezeu)* (prezent numai la absolvenții de facultate). Diferă, însă, între cele două reprezentări sociale, structura (modul în care se grupează termenii și ordinea termenilor în ierarhiile agregate, care indică importanța acordată termenilor de participanții la cercetare) și nodul central: *corect*, pentru absolvenții de liceu, și *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*, pentru absolvenții de facultate.

Pentru absolvenții de liceu, cea mai importantă caracteristică a oamenilor morali din România de azi o reprezintă *corectitudinea*. Dar participanții apreciază că oamenii corecți și responsabili sunt rari în țara noastră.

Absolvenții de facultate consideră că oamenii morali din România de azi sunt cei care *acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos*. Ei se caracterizează prin corectitudine și sunt apreciați pentru ceea ce fac, constituind un exemplu pentru alții.

5. LIMITE ALE CERCETĂRII

Eșantioanele de participanți folosite nu sunt reprezentative pentru populațiile formate din absolvenți de liceu și, respectiv, din absolvenți de facultate din România, nici sub aspectul structurii pe sexe și nici sub cel al mediului de domiciliu (rural/urban). Din acest motiv, rezultatele obținute nu pot fi extinse asupra populațiilor.

6. DIRECȚII DE CONTINUARE A CERCETĂRII

Faptul că, în cadrul fiecărui eșantion folosit în cursul acestei cercetări, participanții au furnizat ierarhii ale termenilor foarte variate, sugerează că, pe lângă nivelul de studii, există și alți factori care au influență asupra reprezentării sociale a omului moral din România de azi. Cercetarea ar trebui reluată, înregistrând pentru participanți și alte informații decât cele utilizate în actuala cercetare (sex, vârstă, mediu de domiciliu, apartenență religioasă), întrucât nu au fost identificate legături între aceste date demografice și locurile pe care au fost plasați termenii, în a doua etapă a cercetării.

Este posibil ca reprezentarea fiecărei persoane despre omul moral din România de azi să fie influențată de nivelul dezvoltării morale a acesteia. Prin urmare, ar putea fi util să li se administreze participanților la cercetare un chestionar de identificare a nivelului dezvoltării morale.

ANEXĂ

Chestionarul utilizat în a doua etapă a cercetării

<i>Nr. crt.</i>	<i>Caracteristica omului moral în România de azi</i>	<i>Explicarea caracteristicii (pe baza DEX online)</i>
1	acționează conform unor principii referitoare la adevăr, bine, frumos	<i>principiu</i> = regulă, normă de acțiune, de comportare, de apreciere; convingere, punct de vedere
2	apreciat de ceilalți pentru ceea ce face, exemplu pentru alții	
3	bun	altruist, binevoitor, generos, înțelegător, milos, uman
4	corect	cinstit, de bună credință, drept, echitabil, incoruptibil, integru, just, onest, vertical
5	cu bun-simț	care apreciază just oamenii, lucrurile, evenimentele
	credincios	care crede în existența lui Dumnezeu și se conformează practicilor religioase
6	politicos	amabil, bine-crescut, civilizat, condescendent, cuviincios, decent, educat, manierat, respectuos
7	rar întâlnit în țara noastră	
8	responsabil	care răspunde pentru faptele sale sau ale altora
9	sincer	deschis, loial, neprefăcut; care exprimă întocmai ceea ce gândește, care acționează fără prefăcătorie sau gânduri ascunse, nu minte

Notă. În chestionar, pe poziția 5 a figurat termenul *cu bun-simț*, pentru absolvenții de liceu, respectiv *credincios*, pentru absolvenții de facultate.