

Studii empirice

Reprezentarea socială a puterii – Un Ianus androgin?

Luminița IACOB¹, Daniela POP², Adrian NECULAU³

Rezumat: Mitologicul IANUS a fost venerat ca zeu al începutului, deschiderii, tranziției, orizontului. Simbolistica fețelor sale este pe măsură. Ele reunesc apa cu focul, cerul cu pământul, trecutul cu viitorul, Orientul cu Occidentul. În baza reunirii atâtor forțe, poate fi văzut și ca zeu al puterii. Câte și cum îi sunt fețele în această postură? Căutarea răspunsului este tocmai miza studiului de față, care are patru secțiuni. *Prima* subliniază statutul special al puterii ca obiect al cercetării pluridisciplinare și ca temă a psihologiei sociale. *A doua* accentuează rolul său de invariant intercultural și precizează trăsăturile „complexului românesc al puterii”, identificate de cercetările care au avut la bază paradigma dimensiunilor culturii a lui Hofstede (1980). *A treia* secțiune se oprește la „egalitatea inegală” (Masson-Maret, 1997; Kirchler, 1997), conceptul care surprinde ontologia puterii văzută în cheia diferențelor dintre sexe. Secțiunile amintite constituie baza teoretică pentru cea de *a patra*, care prezintă „fețele lui IANUS”: reprezentarea socială a puterii în accepțiunea subiecților români. Sunt prezentate etapele și rezultatele unei participări românești la o cercetare interculturală.

A. Puterea - obiect pluridisciplinar și miză reprezentatională reductibilă

Puterea, rafinată și instituționalizată ca expresie a lumii omului, nu este, totuși, o invenție umană. Pentru multe specii relațiile de putere sunt o miză intra-și intergenerațională, care configurează strict existența cotidiană. Nu este de mirare că etologia încadrează puterea printre aspectele primare ale vieții sociale (Lorenz, 1970; Cociu, 1999) și, alături de psihologia evoluționistă, o supun analizelor comparative uman-infrauman (Morris, 1969; Hinde, 1970; David, 2007).

¹ Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași.

² Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași.

³ Universitatea „Alexandru Ioan Cuza”, Iași.

Înainte de a intra în atenția acestor discipline tinere, puterea a reprezentat obiectul privilegiat al reflecțiilor filosofice, istorice, antropologice, politologice și sociologice. Se estimează că, în bună măsură, „gândirea secolului al XX-lea nu este decât o inepuizantă cercetare a sensurilor și destinului puterii” (Galli, 1994, p. 111).

În acest context pluridisciplinar, psihologia socială prezintă o particularitate: într-un interval de câteva decenii, problematica puterii a făcut saltul de la o „variabilă neglijată” (Cartwright, 1959) la o *temă „răsfățată”*. Serge Moscovici este una dintre primele voci ale psihologiei sociale care a semnalat *decalajul frapant* dintre statutul ontologic al puterii și reflectarea sa în cadrul acestei discipline. Sintetizându-i argumentația, prezentă în cartea de pionierat a teoriei reprezentărilor sociale – *La psychanalyse, son image et son public* (1961) –, Ida Galli conchide: „puterea reprezenta în acea epocă un *totem* pentru societate și un *tabu* pentru psihologia socială” (1994, p. 113). În ciuda acestui statut și start special, explicabil în bună parte prin cecitatea psihologiei sociale americane a primei jumătăți a secolului douăzeci față de problematica raporturilor de dominare de orice fel (Apfelbaum, 1997), recuperarea s-a făcut relativ rapid. Prezentarea sintetică a acestui traseu utilizează o dublă grilă: contribuții ale psihologiei (generale și sociale), raportate la cele ale filosofiei, antropologiei, sociologiei (Galli, 1983).

Pentru psihologi, cercetarea puterii are un statut special. Este fenomenul întâlnit deopotrivă în raportarea la sine, la alter, în relaționarea intergrupuri sau instituțională, cât și în plan normativ, ca valoare. Ca atare, psihologia personalității, psihologia socială, organizațională, politică dar și cea interculturală și-o asumă ca obiect de studiu.

Merită subliniat faptul că, independent unele de altele, cercetările axate pe evaluare, indiferent de nivelul vizat – individual, social, cultural –, au identificat puterea ca *reper universal*. Câteva exemple: diferențiatorul semantic a lui Osgood (1964) impune ca obligatorie scala puterii (slab-puternic). Între cele trei scale, singurele universal validate în caracterizarea comportamentului interpersonal, una vizează puterea: subordonare-supraordonare (Adamopoulos, 2002). Modelul intercultural a lui Hofstede (1980, 2005) are ca prima dimensiune diagnostică distanța față de putere. Ea s-a dovedit puternic discriminativă încât să permită o tipologie a culturilor organizaționale sau naționale în funcție de gradul acceptării inegalității pe care puterea o presupune. Poziția de invariant referențial – individual, sau colectiv – al puterii este explicată prin *valoarea de supraviețuire* pe care o asigură în raporturile intra-sau interspecii. În cazul societății umane, se adaugă statutul său de important *capital simbolic* (Bourdieu, 1990).

Perspectiva funcționalistă (Crespi, 1989) conferă unitate planurilor în care puterea ființează. Astfel, ea poate fi definită ca *invariantul care permite gestionarea contradicțiilor ce rezultă din raportul dintre determinat și nedeterminat*. Această funcție poate fi exercitată *la nivel subiectiv* – ca o capacitate intrinsecă a individului în relație cu propria sa identitate, cu sinele, sau ca o capacitate extrinsecă, atribuită din exterior, manifestată în raporturile sociale intersubiective – și *la nivel obiectiv sau structural*. În acest caz, funcția de a gestiona contradicțiile apare ca un mecanism înscris în însăși ordinea normativă instituțională (Crespi, 1989).

Privite prin dialectica intrinsec – extrinsec, cele două fațete ale puterii se văd complementare, uneori contradictorii. *Puterea intrinsecă* se manifestă ca stăpânire de sine, responsabilitate, echilibru, forță. Ea nu exprimă dorința de impunere asupra celorlalți; dimpotrivă, un individ care și-a dezvoltat puterea intrinsecă poate să și-o afirme conștientizând dependența relativă față de ceilalți (Crespi, 1989). La nivelul psihologiei simțului comun, acest tip de putere este exprimat prin sintagma „*individ / persoană / personalitate puternică*”. Operaționalizarea acestei trăsături se realizează, în principal, prin raportare la sine și se poate identifica în gradele de libertate (decizională, comportamentală, ideatică, afectivă etc.) ale celui în cauză. Personalitatea puternică are și ea, evident, partea sa de interdependență. În cazul acesta însă, dependența este conjuncturală, tranzitorie, reversibilă și are valoare adaptativă. Nu ajunge să fie trăsătură permanentizată.

Puterea extrinsecă este capacitatea de a gestiona contradicțiile rezultate din raportul dintre determinat și nedeterminat în relațiile dintre persoane, fizice sau juridice (Crespi, 1989). În cazul ultimelor, intră în discuție forme specializate, reglementate normativ, ca cele ale puterii politice, juridice, economice etc. Este cazul puterii structurate, percepută ca dată, obiectivă. Simțul comun face referire la „*oamenii aflați la putere*”, la „*puternicii zilei*”.

Este interesant de subliniat că jocul intrinsec-extrinsec, subiectiv-obiectiv, poate crea combinații fericite (om puternic, aflat la putere) sau paradoxale (om slab, aflat la putere). Prins în jocul puterii extrinseci, omul aflat la putere poate fi limitat/blocat în exercitarea puterii sale intrinseci, nemaiputând dispune liber de sine, deși, paradoxal, poate dispune de alții. Dacă acest tip de asimetrie privește raportul posibil dintre puterea intrinsecă și cea extrinsecă a aceleiași persoane, mult mai intens cercetată este asimetria specifică puterii extrinseci, exprimată ca raport dintre dominați și dominatori. Fenomenul se regăsește în cele mai diverse expresii ale puterii, de la cea a seducției sau a cuvântului și până la cea interstatală sau politică (Neculau, 2005).

Iată cum perspectiva funcționalistă, anterior discutată, deschide cale metaforei mitologiei. Dacă Ianus ar fi fost zeul puterii, cele două fețe ale sale ar

fi putut reprezenta subtila dialectică a puterii față de sine (intrinsecă) și față de alter (extrinsecă). Corelând apoi nivelul intra- și interpersonal cu cel al datului social, structural și structurant pentru indivizi, fețele lui Ianus câștigă o nouă simbolistică: îngemănarea puterii subiective, aptitudinală și personală, cu cea obiectivă, normativă și transpersonală.

Cu un statut ontologic atât de complex, cu o reflectare teoretică pe măsură⁴, inclusiv în psihologie – conceptualizări și teme distincte ale psihologiei generale, sociale, politice, organizaționale, interculturale etc. -, puterea se poziționează din start ca obiect reprezentational redutabil. Deja un prim obiectiv al cercetării empirice se conturează: în ce măsură fețele lui Ianus concurează în “alimentarea” reprezentării sociale a puterii?

B. Complexul românesc al puterii

Indiferent de domeniul sau planul abordării – personalității, grupului, societății, culturii -, este general admis că puterea este o variabilă relațională și contextuală. Prezenta secțiune a articolului creionează *contextul intercultural* care a făcut diferența între loturile de subiecți⁵ din cele șase țări participante la acest proiect.

Paradigma pe care am ales-o, cea a lui Hofstede (1980, 2005), a trebuit să satisfacă câteva cerințe: să includă puterea ca invariant general⁶; să fi fost folosită pe eșantioane naționale în țările grupului nostru de cercetare⁷; să fi fost confirmată prin suficient de multe și diferite cercetări interculturale, încât validitatea și fidelitatea instrumentului său (VSM94)⁸ să fie larg recunoscută; să ofere date interesante pentru contextul românesc al puterii.

Cele patru dimensiuni⁹, operaționalizate fiecare prin întrebări legate de practicile profesionale, politice, educative, familiale, religioase etc., sunt concretizate sub forma celor patru scale polare, deja clasice, a câte 100 de puncte fiecare: *distanța față de putere*, *colectivism-individualism*, *evitarea incertitudinii și feminitate-masculinitate*. În spațiul european, dar neexclusiv, acest model

⁴ Să nu oitem că paleta disciplinelor care studiază puterea este una dintre cele mai largi și diverse: de la biologie la filosofie, de la fizică la antropologie, de la geologie la teologie.

⁵ Acestea au avut în comun faptul că au fost formate din studenți cu același profil academic (domenii socio-umane), din anii I și II, cu o medie de vârstă comparabilă și aceeași componență pentru variabila sex (50% B, 50% F).

⁶ În limbajul psihologiei interculturale, puterea este un invariant *etic* (prezență universală), dar cu variabilitate *emică* (locală).

⁷ Singura excepție o constituie Republica Moldova pentru care nu am găsit referințe legate de o astfel de cercetare.

⁸ Pentru detalii: www.gert-hofstede.com

⁹ O a cincea dimensiune, mai recent introdusă, vizează orientarea temporală dominantă într-o cultură: pe termen scurt, mediu sau lung. Ea face diferența mai ales între pattern-ul european și cel extrem-oriental, decât în interiorul acestora.

teoretic a confirmat coexistența a cinci matrici culturale generale și, mai ales, a identificat „formulele” care le caracterizează (Tabelul nr. 1).

Tabelul nr.1. *Grupuri culturale după modelul lui Hofstede (Luca, 2005, p.4)*

ȚĂRI BALCANICE (Bulgaria, Grecia, România, Serbia)	ȚĂRI LATINE (Franța, Italia, Spania,)	ȚĂRI GERMANICE (Austria, Elveția Germania,)	ȚĂRI NORDICE (Danemarca, Olanda, Suedia)	ȚĂRI ANGLO- SAXONE (Australia, Canada, Marea Britanie, SUA,)
Colectivism	Individualism	Individualism	Individualism	Individualism
Distanță mare față de putere	Distanță mare față de putere	Distanță mică față de putere	Distanță mică față de putere	Distanță mică față de putere
Feminitate	Feminitate	Masculinitate	Feminitate	Masculinitate
Index mare de evitare a incertitudinii	Index mare de evitare a incertitudinii	Index mare de evitare a incertitudinii	Index mic de evitare a incertitudinii	Index mic de evitare a incertitudinii

Este interesantă poziționarea României în grupul țărilor balcanice - deși geografic nu aparține acestei zone, ci celei est-europene – și nu printre cele latine unde se încadrează prin origine și limbă. Principala diferență față de acestea, colectivismul, poate fi în egală măsură rezultatul trecutului istoric milenar, ca civilizație rurală complex structurată¹⁰, dar și a trecutului recent de țară comunistă, cu ideologie egalitaristă.

Pentru țările grupului nostru de cercetare, scorurile la cele patru dimensiuni, obținute prin metodologia lui Hofstede, sunt prezentate în tabelul nr. 2.

Tabelul nr.2. *Scoruri naționale din perspectiva modelului lui Hofstede¹¹*

Țări ¹²	Distanța față de putere	Individualism	Evitarea incertitudinii	Masculinitate	Formula finală ¹³
Indonezia	78	14	48	46	RSMM
Italia	50	76	75	70	MRRR
Franța	68	71	86	43	RRRM
Mexic	81	30	82	69	RSRR
România	62	49	65	51	RMRM

¹⁰ Egalitatea demografică urban-rural este o realitate a istoriei contemporane a României (1985), iar actualmente raportul se menține echilibrat: urban – 55,2%, rural – 44,8%.

¹¹ Hofstede's Dimension of Culture Scales, <http://spectrum.troy.edu/~hofscore.htm>

¹² Lipsesc datele pentru Republica Moldova, cea de a șasea membră a grupului nostru de cercetare.

¹³ Cele 100 de puncte ale fiecărei scale, sunt grupate în trei categorii: scăzut (S) 0 - 40, mediu (M) 40 - 60, ridicat (R) 60 – 100.

Se poate observa individualitatea fiecărei „formule” culturale, dar și diversele înrudiri. Astfel, România are în comun cu celelalte țări ale grupului, cu excepția Italiei, distanța mare față de putere. Se distinge prin gradul său mediu de individualism, fiind poziționată diferit și față de cuplul Italia-Franța (individualism ridicat), dar și față de Mexic (individualism scăzut) sau Indonezia (individualism practic inexistent). Patru din cele cinci țări au în comun evitarea semnificativă a incertitudinii, excepția pe această dimensiune fiind Indonezia. În privința gradului de masculinitate, ne apropiem de Franța și Indonezia.

O particularitate a spațiului românesc, de confluență și sinteză pe axa est-vest, Orient-Occident, adesea invocată de culturologii români, poate fi ilustrată de punctajele noastre, situate la mijlocul fiecăreia dintre cele patru scale, sau nu departe. În comparație cu celelalte țări din grup, apropierea profilului nostru cultural de mediană atrage atenția. Matricea axiologică românească pare a fi constituită paradoxal în zona ambivalențelor, chiar dacă moderate.

Aprofundarea analizei se impune. Este posibilă, grație rezultatelor unor cercetări românești succesive, în medii profesionale diferite, dar pe baza aceleași paradigme teoretice. Li se adaugă estimările făcute pentru România de Hofstede (Luca, 2005). O sinteză a datelor apare în tabelul nr.3.

Tabelul nr.3. *Rezultatele ale unor cercetări românești după modelul lui Hofstede*

Autor/Instituție	Anul cercetării	Mediul	Formula generală			
			DP	I	EI	M
Iosifescu et al. (ISE)	2002	educațional (profesori)	R (69)	M (58)	M (57)	R (68)
Iosifescu, Moraru (ISE, SNSPA)	2004	educațional (profesori)	R (64)	M (59)	M (57)	R (66)
Luca (Interact & Gallup România) ¹⁴	2005	afaceri (manageri)	S (29)	M (49)	R (61)	S (39)
			S (33)	M (49)	R (61)	S (39)
			R (89) ¹¹	-	-	-
Hofstede	2005	intercultural	R (90)	S (30)	R (90)	M (42)
Media			62,3	49	65,2	50,8

Se observă că două dintre cele patru scale – *distanța față de putere* și cea a *masculinității* – prezintă ecart mare al rezultatelor (S→R). Ele reclamă o discuție aparte pentru analiza situației paradoxale pe care puterea și structura de gen par a le avea în spațiul românesc.

¹⁴ Discrepanța dintre estimarea lui Hofstede și rezultatele obținute, mai ales la prima dimensiune, a determinat reluarea cercetării și avansarea unei a treia valori estimative (89), bazată pe observarea comportamentului organizațional al respondenților.

Avansarea unui *complex al puterii* este modul prin care, în discutarea rezultatelor studiilor Interact & Gallup România, se explică plasarea ambivalentă față de putere a subiecților români (Luca, 2005)¹⁵. Pe de o parte, aceștia *afirmă* expres dorința plasării în proximitatea puterii, aprecierea manierei democrat-participative de exercitare a acesteia și, pe de altă parte, *comportamental*, preferă liderii autoritari și charismatici, decizia de sus în jos. Se adaugă neangajarea inițiativei și răspunderii personale în cazul delegării puterii, stilul paternalist al statului, organizațiilor, grupului, familiei etc., ierarhia de tip piramidal, cu un singur șef direct, și nu cea de tip rețea, cu subordonare multiplă, funcțională, schimbarea prin crize de jos în sus, dar cu soluții și riscuri asumate de sus în jos.

Stilul german de leadership sau management, bazat pe norme precise și respectarea lor strictă, este respins, deoarece în spațiul românesc personalizarea normei este frecventă. Aceeași regulă poate avea maniere diferite de aplicare, în funcție de cine o pune în act. Chiar zicala românească – „omul sfințește locul” – poate exprima ascendentul omului care aplică norma, față de puterea acesteia. Fiind percepută ca aplicabilă în, cel mult, spiritul și nu litera ei și, în bună parte la latitudinea celui care o aplică, norma este adesea resimțită ca o provocare pentru a găsi soluții care să o ocolească sau să o ocolteze. De aici, formele variate ale practicilor cu dublu standard, duplicitate, sau ale corupției, inclusiv psihologice: îmbunarea, îndatorarea, seducerea sau chiar „prizonieratul”, prin servicii indispensabile, a deținătorilor puterii. Aceștia, la rândul lor, au formule proprii de personalizare a rolului: răsplata serviciilor și a disciplinei subordonaților față de ei, nu neapărat organizaționale, prin bunuri simbolice – încredere, proximitate, disponibilitate – sau prin cele oferite din „gestiunea” instituției/organizației: posturi, titluri, burse, poziții nemeritate în ierarhia valorică. Managerii români afirmă că preferă „angajații loiali celor performanți” (Luca, 2005, p.13), servitutea față de lider fiind percepută ca marker caracterial. De altfel, „politica” relațiilor interne (Neculau, 2007) poate surclasa preocuparea pentru calitatea activității. Ierarhia competenței profesionale este astfel parazitată de cea creată prin sistemul de relații și putere, acestea fiind influențate și întreținute, uneori, mercantil. Astfel, în cei șaptesprezece ani ai postcomunismului românesc, banul s-a legat tot mai direct de putere, indiferent de nivelul și formele acesteia. „A fi”, normă existențială puternic susținută de spiritualitatea ortodoxă, dominantă în România, este concurată tot mai serios de „a avea”. Ceea ce se acumulează poate fi obținut nu neapărat licit sau pe merit. Este unul dintre motivele pentru care o parte a elitei intelectuale tinere preferă,

¹⁵ Expresia sa sunt diferențele foarte mari (29, 33 vs. 89, 90) dintre măsurarea prin chestionar și cea participativ-observativă sau bazată pe analiză comparativă.

după formarea academică inițială, să se specializeze și să profeseze în străinătate.

În plus, în virtutea tendinței de a evita incertitudinea, a fricii de schimbare și a practicilor preponderent colectiviste, au întâietate constrângerile relaționale în raport cu centrarea pe sarcină. Sunt preferate câștigurilor materiale și simbolice securizante: venituri medii, dar sigure, post pe timp nelimitat, stabilitate, liniște, armonie, colaborare și nu competiție. Pentru a le avea, cel în poziție dominantă nu este contrazis, cel puțin aparent și direct. A avea o altă opinie decât cea a liderului poate fi interpretat ca atac la persoană, intenție complotistă, tentativă de a atenta la unitatea grupului/întreprinderii/instituției.

Puterea unui statut oficial este percepută de deținătorii ei, în bună parte, ca bun personal. Pentru marea masă ea apare ca un dat exterior, în gestionarea căruia nu sunt încurajați și nici nu sunt interesați să se implice decât cu statut de „yesmen” sau „chibiți”. În spațiul românesc, conștiința dimensiunii contractuale a relației de putere nu pare a neliniști prea tare părțile aflate în joc. Între acestea, respectul reciproc autentic este rar.

Tendința relativ frecventă este de a percepe puterea mai degrabă ca oportunitate decât ca responsabilitate. În consecință, pe de o parte, se constată cvasi-inexistența practicilor de a da seama periodic de maniera gestionării puterii încredințate sau câștigate. Pare mai normal controlul de sus în jos al puterii, decât reversul său. Absența sau formalismul unor practici de feed-back pragmatic al puterii, cu rol corectiv, explică în parte acumulările explozive și reglarea sistemelor prin forme acute. Puterea trăită ca oportunitate poate explica dorința și practicile de ocultare a normelor care limitează mandatele în diversele posturi de conducere. De cealaltă parte, a celor conduși, deresponsabilizarea față de normele jocului comun face ca funcția de control a puterii să fie dilatată, supravegherea îndeaproape a subordonaților, pentru a fi corecți și eficienți, fiind considerată normală.

Natura puțin pragmatică a raportării la realitate, cu saturație afectivă semnificativă, se reflectă și în fenomenologia puterii. Conducerea autoritară impune. Apare o legătură mai degrabă emoțională decât rațională cu aceasta. Ea alimentează o raportare ambivalentă: admirație și temere, susținere și rejectare, „baie de mulțime” și inflamare contestatară. În ciuda aspirațiilor democratice, memoria noastră colectivă reține mai cu seamă figurile istorice „de forță”, și consemnează practica, nu rară, a eliminării violente a persoanei din vârful ierarhiei politice. De la înființarea statului român modern (1859) și până în 1990, cinci dintre cei opt șefi ai statului, regi sau președinți, au fost obligați să abdice (Domnitorul Cuza, regii Carol al II-lea și Mihai) sau au fost executați (generalul Antonescu și președintele Ceaușescu).

Într-o cercetare națională cu privire la valorile semnificative pentru calitatea vieții (Popescu, 2002), politica, ca practică a gestiunii puterilor în stat, s-a clasat ultima (22%), la mari diferențe procentuale față de cele care o preced în ierarhie: familia (95%), munca (92%), religia (78%), prietenii (71%), timpul liber (67%). Distanța mare față de putere a primit astfel și o confirmare sectorială.

Trecerea de la planurile macro- ale fenomenologiei puterii, anterior discutate, la cel personal completează analiza. Privind puterea motivațională, ca mobil al acțiunii personale, o altă cercetare – având ca subiecți 517 profesori din 28 de școli, din toate provinciile României – confirmă datele anterioare. Puterea ocupă penultimul loc în setul individual de valori, opt la număr¹⁶ (Iosifescu, 2004). Și în datele acestei cercetări, paradoxul este prezent. Subiecții își declară apetența pentru democrație, dar chiar și în lumea școlii românești, „șeful este considerat ca având o valoare umană mai mare decât a celorlalți, în virtutea autorității formale deținute” (Iosifescu, 2004, p.8). Distanța mare față de putere este confirmată și de celelalte rezultate. Părinții cultivă docilitatea copiilor, școala este centrată pe materie și profesor, preluarea impersonală și necritică a informației este acceptată ca firească, metodele activ-participative de învățare sunt excepția și nu regula, inițiativa este apanajul profesorului (în clasă) și al conducerii (în școală).

În concluzie, conform cercetărilor românești, bazate pe modelul lui Hofstede, paradoxul românesc al poziționării față de putere pare a avea la bază clivajul dintre planul aspirațiilor declarate (participativ-responsabile) și cel al comportamentului preferat (submisiv-dezangajat). Este interesant de urmărit în ce măsură reprezentarea socială a puterii „captează” această particularitate.

C. „Egalitatea inegală” sau despre putere în cheia diferențelor de sex

Ajunși în acest punct, este firească întrebarea legată de maniera în care s-a apropiat psihologia socială de putere, văzută și ca relație între sexe. Inevitabil, prin intermediul unor direcții prioritare ale psihologiei sociale – influența socială, raporturile interpersonale sau intergrupuri, status-roluri sociale, compararea socială, construirea identității individuale și colective etc. – problematica puterii a interferat major cu cea a diferențelor dintre sexe¹⁷. De aici

¹⁶ Influențată poate de mediul particular al profesiei didactice, centrată pe *alter*, ierarhia rezultată este: 1. stabilitate-ordine, 2. cunoaștere-învățare, 3. succesul personal, 4. relația socială, 5. trebuințele primare, 6. empatia, 7. puterea, 8. siguranța.

¹⁷ Subscriem punctului de vedere conform căruia: „inițial în limba engleză distincția dintre sex și gen urmărea să separe substratul biologic al fenomenului masculinității și feminității, de construcția socială și culturală a acestor identități. Revenirea ulterioară consideră că sexul nu este o realitate asocială și că nu sexul precede genul ci invers, ca ideologie care reglementează și concepțiile despre sex, inclusiv pe cele biologice.” (Magyari-Vincze, 2004).

și până la a pune analiza puterii în cheia acestei variabile naturale nu a mai fost decât un pas. Tema a apărut ca incitantă, încât un număr special al *Revue Internationale de Psychologie Sociale* să-i fie dedicat: *Sex, gender and power*, (10, 1997). Psihologia socială clinică pregătise deja terenul (Aubert, Enriquez & Gaulejac 1986; Enriquez, 1986; Pages, 1986; Barus-Michel, 1991).

De ce variabila sex și corolarul său, stereotipurile de gen, par a fi în legătură naturală cu fenomenologia puterii? Argumentele diverșilor autori țin de statutul *puternic prescriptiv* al acțiunii acestei variabile, în raport cu alte variabile sociale. Raporturile de putere sunt între oameni reali, clar diferențiați ca femei sau bărbați. Lecția aceasta se învață de timpuriu, din experiențe directe, pe care alte variabile nu le oferă totdeauna și la orice pas. Sexul este singura variabilă naturală dihotomică și prin aceasta puternic salientă. Față de alte stereotipuri, cele de gen sunt foarte apropiate de realitatea pe care o rezumă și, în același timp, cu o largă împărtășire. Organizarea socială tradițională, în toate segmentele ei, este marcată de dihotomia de sex: de la interese, activități și până la vestimentație sau onomastică. „*Dimensiunea sexuală a identității, a fi femeie sau bărbat, este fundamentală nu numai pentru că are o premisă genetică primară, ci, mai ales, pentru că în cultura patriarhală ea înglobează tradițional toate celelalte determinări. Actorii istoriei, eroi naționali, religioși, morali, chiar și Dumnezeu se prezintă, înaintea oricărei alte specificări, ca prototipuri ale masculinității*” (Zavalloni, 1984, p. 367). Dacă o judecăm istoric, breșa modernității este încă nesemnificativă temporal.

Pe linia acestor argumente, care pot continua, este firească poziția celor care văd în raporturile dintre sexe, raporturi implicite de poziționare față de putere. *Egalitatea inegală* (Masson-Maret, 1997; Kirchler, 1997) este conceptul care surprinde contradicția dintre planurile normativ și psihologic. Dacă, în societățile moderne, reglementarea juridică a poziției sexelor statuează egalitatea, psihologic, aceasta devine o egalitate inegală. În situațiile de autoevaluare în contexte care interferează cu pozițiile de putere, *favorizarea instrumentalității* (caracteristică masculină) în *detrimentul expresivității* (caracteristică feminină) apare atât la bărbați cât și la femei (Masson-Maret, 1997). Este suficient să reflectăm asupra unor sintagme în care sexul persoanei și calificativele legate de putere sunt alăturate, pentru a vedea că, în mod spontan, activăm registre de atribuire și evaluare diferite. Ne gândim la lucruri comparabile și suntem la fel de pozitivi în aprecierea unui *bărbat puternic* și a unei *femei puternice*? Dar în cazul unui *bărbat slab* și a unei *femei slabe*? Categorie nu, pentru simplul motiv că puterea are miză identitară specială în constituirea personalității masculine, ceea ce nu mai este valabil în cazul femeilor. Același lucru se întâmplă și în plan organizațional în compararea și evaluarea stilurilor de conducere ale bărbaților și femeilor (Kirchler, 1997).

În plan societal, o analiză plauzibilă a consolidării mixajului egal-inegal o poate oferi discutarea concomitentă a două variabile: pe de o parte, practicile sociale, inclusiv oficiale, privitoare la egalitatea sexelor și, pe de altă parte, mentalitatea dominantă privind rolurile de sex. Poziționarea ortogonală a celor două permite delimitarea a patru cadrane: I. acceptarea și susținerea, inclusiv prin politici de stat (economice, sociale etc.), egalității celor două sexe, concomitent cu neacceptarea dihotomiei rolurilor de sex, inclusiv în context domestic; II. acceptarea și susținerea egalității sexelor, concomitent cu păstrarea rolurilor tradiționale, complementare, ale celor două sexe; III. neacceptarea egalității celor două sexe, mai ales pe piața muncii, corelată cu respingerea rolurilor tradiționale ale sexelor și IV. neacceptarea egalității sexelor, concomitent cu acceptarea rolurilor lor tradiționale (Voicu, 2002).

Dacă specificul primului cadran este ilustrat de țări nordice – Suedia, Danemarca – România, ca și celelalte țări est-europene, este încadrabilă în cadranul al doilea: *egalitate și tradiționalism*. În explicarea acestei stări de fapt intervine trecutul recent, deoarece „regimurile comuniste au practicat o politică de promovare a egalității între cetățeni, inclusiv egalitatea între sexe. În plus, încurajarea participării femeilor la munca plătită în afara casei a susținut ideea de egalitate deoarece ambii membri ai cuplului contribuiau la venitul familiei [...] Însă țările respective nu au adoptat politici care să încurajeze împărțirea sarcinilor casnice între parteneri, fapt care a condus la păstrarea modelului tradițional, conform căruia femeile trebuie să se ocupe de treburile casnice și de creșterea copiilor” (Voicu, 2002, p.9).

Validarea poziționării țărilor europene în cadranele amintite o face ultimul raport al *World Economic Forum*. Documentul¹⁸ prezintă „harta” diferențelor dintre sexe în 2006. La cei patru parametri urmăriți (economie, educație, stare de sănătate, prezența femeilor în politică), prin monitorizarea a 115 state (90% din populația globului), în primele locuri se situează țările nordice, cu procente mari de reducere a diferențelor dintre sexe: Suedia (81%), Norvegia (79%), Finlanda (79%), Islanda (78%). România ocupă locul 46, cu un procent de 67%, privind controlul diferențelor de sex în politicile și practicile sale oficiale (educație - 99%, sănătate - 97%, economie - 67%, politică – 0,07%).

În planul mentalităților însă, diferențierea tradițională a rolurilor a rămas. Într-o cercetare care a cuprins trei grupe de vârstă (18-29 ani, 30-54 ani, peste 55 ani), „mai mult de jumătate dintre subiecți au considerat că datoria femeii este să se ocupe de treburile casei și a bărbatului să aducă bani în casă” (Popescu, 2003, p.14). Rezultate incitante prezintă acest studiu și în privința percepției statutelor

¹⁸ The Global Gender Gap Report 2006,
<http://www.weforum.org/en/initiatives/gcp/Gender%20Gap/index.htm>

de putere în familie. Deși, pe ansamblul lotului, este preferat modelul egalitar, în rândul tinerilor diferențele de opinii sunt mari. „De două ori mai mulți bărbați consideră că, în familie, ei ar trebui să conducă”, în timp ce femeile nu-și atribuie acest rol (Popescu, 2003, p.12).

Dacă pentru judecata și practica socială din universul puterii, cel puțin în unele dintre formele sale instituționalizate de exercitare, variabila sex este înalt operantă în postură de criteriu diferențiator¹⁹, este legitim interesul cercetării pentru a identifica reversul medaliei: diferențele de gen în reprezentarea socială a puterii (Nigro, 1989). Reținem câteva dintre rezultatele colegilor din „grupul MSH”: „în evaluarea situațiilor de putere, studenții privilegiază scala de evaluare *util-inutil*, în timp ce studentele pe cea *cald-rece*. Vedem în aceasta o concretizare a diferenței între sexe, teoretizată de Parsons și Bales (1955) ca activare privilegiată a *instrumentalității* sau *expresivității*” (Galli, 1989, p.56). „Reprezentarea pe care o au femeile despre putere este mai puțin structurată decât cea a bărbaților. Explicația ține de separarea istorică, dar și contemporană, a femeilor obișnuite de exercițiul puterii” (Acosta Avila & Uribe Patino, 2006, p.13).

Este interesant să urmărim în ce măsură și sub ce formă apare această diferență în context românesc. Prin mixajul său cultural feminin-masculin, susținut de ambivalența egalitate-tradiționalism, acesta oferă un câmp de analiză suficient de provocator. Anticipăm că fețele lui Ianus vor avea nu doar compoziție eclectică, dată fiind presiunea concomitenței referențială la diferitele accepțiuni ale puterii, dar și culori distincte: bleu (M) și roz (F).

D. Fețele lui Ianus văzute de studenții români. Obiectivele studiului

În baza argumentelor teoretice anterior discutate, cercetarea realizează o analiză a „fețelor” reprezentării sociale a puterii prin intermediul comparației dintre perspectiva bărbaților și cea a femeilor. Pe de o parte, vizăm să identificăm în ce măsură în RSP apar, concomitent, elemente ce țin de diferitele ipostaze ale puterii (intrinsecă, extrinsecă), dacă ele reflectă elemente ale „complexului puterii” și, pe de altă parte, dacă între „fața masculină” și „cea feminină” a lui Ianus sunt deosebiri de esență sau doar de nuanță. Plecăm de la premisa că simpla identificare a diferențelor este insuficientă, dacă nu este pusă în balanță cu elementele comune și raportată la ansamblul reprezentării.

¹⁹ Într-un context demografic mondial în care cele două sexe au ponderi egale, pentru domeniul cel mai legat de putere, *politică*, diferența de implicare bărbați-femeii este foarte mare (85%), în condițiile în care, în plan economic, această diferență este sub jumătate (49%). The Global Gender Gap Raport 2006, p.12.

Subiecți și metodologie

a) Lotul de subiecți

S-au utilizat răspunsurile a 287 de subiecți, cu vârste cuprinse între 18 și 36 de ani, cu o medie de vârstă de 21,3 ani, provenind atât din mediul urban, cât și din mediul rural. Subiecții au fost studenți la specializări socio-umane (psihologie, istorie, sociologie) din cadrul Universității „Alexandru Ioan Cuza” – Iași, în anul I și II. În funcție de metodele utilizate în vederea culegerii datelor, mărimea și componența pe sexe a fost următoarea:

		SEX	
		Feminin	Masculin
METODE	Asociația de cuvinte	60	60
	Interviul	20	20
	Diferențiatorul semantic	77	50

b) Metodologia de cercetare²⁰

Pentru a obține o reprezentare edificatoare a unui obiect social este absolut necesară respectarea unui principiu cu largă recunoaștere: abordarea plurimetodologică a acestuia (Moscovici, 1986; Abric, 1994; Curelaru, 2006). Conformându-ne, studiul de față a valorificat datele obținute prin trei metode:

1. Metoda asociației

Utilizând un singur cuvânt inductor, „*putere*”, li s-a cerut subiecților să noteze primele cinci cuvinte care le-au venit în minte în legătură cu acest stimul și să justifice asocierile respective. Avantajele acestei metode sunt date de viteza mare de lucru și de accesul la producția spontană a subiectului, nemodificată de logica și constrângerile unui act discursiv. Nu lipsit de importanță este și aspectul potrivit căruia asociația de cuvinte permite actualizarea elementelor implicite sau latente care, după cum remarca De Rosa (1988), sunt mascate de producțiile discursive. A treia sarcină a subiecților a fost să aleagă dintre asociațiile emise primele trei, cele mai relevante și să le precizeze ordinea. A patra cerință a constat în repartizarea de puncte, după importanță, celor trei cuvinte alese, astfel încât suma punctelor să fie 10. Se remarcă faptul că dimensiunii evaluative a sarcinii i s-au acordat două ocazii.

²⁰ Precizăm tehnicile care au stat la baza prezentului studiu și nu toată metodologia proiectului intercultural, desfășurat sub egida fundației Maison des Sciences de l'Homme.

2. Metoda interviului

Interviul semi-structurat a fost utilizat în vederea culegerii de date pentru o analiză de conținut aprofundată. Ghidul de interviu a cuprins 24 de întrebări vizând informații referitoare la: semnificația puterii, contextele exercitării ei, existența unei puteri “forte”, raportul individ-putere, reacțiile în fața puterii, caracterizarea persoanelor care dețin puterea, formele acesteia, simbolurile puterii, culorile asociate ei, mijloace de obținere și deținere a puterii, expectanța personală față de deținerea puterii etc.

3. Metoda diferențiatorului semantic

Cuvântul putere și încă zece dintre cele care au obținut frecvențe mari la asociația liberă au fost supuse evaluării printr-un diferențiator semantic construit după etapele și parametrii tehnicii lui Osgood (1964). Subiecții români au avut de evaluat 11 cuvinte prin intermediul a 12 perechi de adjective polare, fiecare cu o scală în 7 trepte (1-maxim, 7-minim).

Prezentarea, analiza și interpretarea datelor

Datele culese au fost supuse unei prelucrări complexe și variate, utilizându-se atât metode calitative, cât și metode cantitative. Pentru o mai lesnicioasă urmărire a lor, prezentăm pe rând modalitățile de analiză a datelor și discutarea rezultatelor în funcție de metoda utilizată.

1. Metoda asociației: RSP - un IANUS compozit

Utilizarea asociației a permis identificarea elementelor structurale ale reprezentării sociale a puterii: nucleul central și elementele periferice. Ca răspuns la cuvântul inductor, cei 120 de subiecți au produs un număr total de 859 evocări (cu o medie de 7,1 evocări/subiect - !!!), bazate pe 252 de cuvinte diferite. Numărul mediu mare de evocări pe persoană se datorează faptului că subiecții au încercat să cuprindă cât mai multe aspecte, ceea ce poate dovedi fie o raportare *interesată și nuanțată* la fenomenologia puterii, fie complexitatea obiectului reprezentat, *plurisemantic*, greu de redus la cele 5 cuvinte cerute.

Procedura de tratament a evocărilor obținute prin asociație este cea a lui Vergès (1992). Aceasta constă în determinarea centralității reprezentării sociale prin realizarea unei congruențe între *frecvența de apariție* a unor elemente și *rangul de apariție* al acestora²¹. Din punct de vedere statistic, pentru prelucrarea

²¹ Unii autori au propus trei indicatori: *frecvența evocărilor*, *rangul de apariție* și *rangul importanței*. Întrucât în studiul de față, subiecților li s-a cerut aranjarea în ordinea importanței a primelor trei evocări, s-au reținut spre analiză frecvența termenilor și rangul mediu al importanței (în baza de date au fost trecuți primii trei termeni considerați importanți și apoi ceilalți doi, în ordinea în care au fost evocați).

datelor s-a utilizat programul computerizat propus de însuși autorul acestei metode de analiză, *programul Evoc2000*.

Raportându-ne la frecvența fiecărui termen, au fost reținuți cei care au fost evocați de către cel puțin 10% dintre subiecți, fiind menționați de cel puțin 12 ori. Este de subliniat că primii cinci termeni acoperă 23,4% dintre evocări, iar toți doisprezece mai mult de 1/3 (35,3%) din totalul evocărilor asociate puterii. Faptul este semnificativ pentru *gradul de focalizare relativ ridicat* pe care îl dovedește reprezentarea investigată.

Calculând rangul mediu al importanței acestor evocări, rezultă că acesta este 3. Astfel, pornind de la termenii cu o frecvență mai mare sau egală cu 12 (stabilind ca frecvență intermediară, de delimitare, 18) și de la rangul mediu al importanței acestora (3), s-a realizat un tabel cu dublă intrare. În această structură (Tabelul nr. 4) cadranul din stânga-sus cuprinde elementele care au cea mai mare probabilitate de a fi centrale, iar cadranul din dreapta-jos indică elementele periferice ale reprezentării.

Tabelul nr. 4. *Cadranele frecvență-importanță pentru lotul întreg*

		Rang mediu	
		Sub 3	Peste și egal cu 3
Frecvență	Peste și egală cu 18	Bani (43) Autoritate (33) Monopol (33) Independență (19) Influență (18)	Forță (50) Tărie (42)
	Sub 18	Inteligență (15) Bogăție (12) Curaj (12) Siguranță(13)	Dominare(13)

Se observă cu ușurință faptul că termenul cel mai frecvent “*forță*” nu este și cel mai important. Astfel, *forța* (50) și *tăria* (42) sunt termeni asociați frecvent puterii, dar nu sunt recunoscuți drept importanți în definiția acesteia. În schimb, *relația dintre putere și bani pare a fi centrală*. Analizând argumentările oferite de subiecți, reiese că banii sunt considerați atât ca premisă de obținere și menținere a puterii, miză a ei, consecință a acestui statut, dar și mijloc de exercitare a puterii. O explicație a acestei centralități își poate avea originea în nivelul economic scăzut al societății românești din zilele noastre, banul devenind astfel un fel de “obsesie”, ajungând să fie considerat calea de obținere și rezolvare a aproape orice: poziție profesională, sănătate, notorietate, pavază în fața justiției etc. În plus, perceperea clasei politice din România, ca fiind excesiv dominată de propriile interese față de cele generale, poate contribui la

ascendența lui “a avea” (*bani-monopol*) față de atributele relaționale (*autoritate-independență-influență*) din nucleul reprezentării.

La fel de plauzibilă explicativ este și practica românească a identificării puterii mai ales ca voință personală decât ca sistem, prin oamenii care o exercită, în detrimentul forței cadrului normativ. Este ilustrativ faptul că printre elementele nucleului central nu s-au calificat cuvinte sau expresii ca lege, contract social, garant, responsabilitate, context, ideologie.

Extinzând analiza, cele 12 repere frecvente ale reprezentării indică poziționarea ambivalentă a subiecților. Ei au vizat deopotrivă și puterea intrinsecă, față de sine (*forță, tărie, independență, inteligență, siguranță, curaj*) și pe cea extrinsecă, de raportare interpersonală sau instituțională (*autoritate, influență, dominare*). Sesizăm că, dintre cele patru accepțiuni uzuale ale puterii în științele socio-umane – ca atribut personal, ca funcție, ca relație și ca sistem (Neculau, 2007) –, sunt privilegiate prima și a treia.

Prelucrarea datelor, rezultate din cea de-a patra sarcină pe care subiecții au avut-o de îndeplinit (“oferiți punctaje celor trei cuvinte subliniate, astfel încât suma acestora să fie 10”), clarifică pozițiile din structura reprezentării. Suma punctajelor obținute este: 86 puncte pentru *bani*, câte 76 de puncte pentru *autoritate și monopol*, 44 de puncte pentru *independență*, 37 de puncte pentru *inteligentă*, 34 de puncte pentru *influență* și 19 puncte pentru *dominare*. Analiza statistică arată că nu există diferențe semnificative din punct de vedere al importanței acordate de subiecți tripletului *bani–autoritate–monopol*. În schimb, între *autoritate/monopol* și *independență* există diferențe semnificative ($t = 2,96$; $p < 0,01$), ceea ce înseamnă că subiecții fac distincție semnificativă între primele trei elemente și celelalte. Apreciem că poziția înaltă a termenilor *autoritate* și *monopol* poate fi o validare, în plan reprezentational, a distanței mari față de putere, în condițiile în care amândouă au în subsidiar ideea de inegalitate.

Astfel, la o primă analiză, IANUS are deja conturate cele două chipuri: fața puterii intrinseci, a individului în raport cu sine, și pe cea extrinsecă. Este un zeu cu monezi și fulgere (autoritatea) pe post de ochi. Funcțiile pe care le îndeplinește și sistemul în care evoluează nu apar în prim planul reprezentării.

Utilizând aceleași proceduri statistice pentru analiza datelor provenite de la categoriile de subiecți după variabila sex, rezultatele prezintă asemănări, dar și deosebiri față de reprezentarea generală. Tabelele nr. 5 și 6 ilustrează aceasta. Pentru ambele categorii s-a reținut ca frecvență minimală cifra 6, reprezentând răspunsurile a cel puțin 10% dintre subiecți. Frecvența intermediară a fost stabilită la 10, iar rangul mediu este, în continuare, 3.

Tabelul nr. 5 *Cadranele frecvență-importanță pentru subiecții de sex feminin*

		Rang mediu	
		Sub 3	Peste și egal cu 3
Frecvență	Peste și egală cu 10	Bani (22) Autoritate (20) Monopol (20) Independență (12) Inteligență (12)	Forță (24) Tărie (19) Influență (12)
	Sub 10	Siguranță(8) Bogăție (6)	Dominare(6) Curaj (6) Decizii (6) Supremație (6)

Tabelul nr. 6 *Cadranele frecvență-importanță pentru subiecții de sex masculin*

		Rang mediu	
		Sub 3	Peste și egal cu 3
Frecvență	Peste și egală cu 10	Bani (21) Autoritate (13) Monopol (13)	Forță (24) Tărie (19)
	Sub 10	Corupere (7) Bogăție (6) Abilitate (6) Curaj (6) Influență (6)	Dominare(7) Independență (7) Manipulare (7) Minciună (7)

Față de tabloul general cu 12 elemente, cele două sunt mai cuprinzătoare cu câte două cuvinte fiecare. În ciuda componenței numerice identice (14F, 14M), se remarcă focalizarea mai accentuată a băieților, atât la nivelul termenilor cu frecvență mare (peste 12) sau foarte mare (peste 19). Interesantă este și diferența de frecvență la două dintre elementele nucleului: *autoritate* (20F, 13M) și *monopol* (20F, 13 M), ceea ce ne indică ponderile propulsării lor în pozițiile pe care le ocupă în reprezentarea generală. Doar pentru femei, *inteligenta* și *independența* sunt elemente centrale al puterii, în timp ce, *autoritatea*, *monopolul* și *bani* sunt egal prezente. Cele trei cuvinte au, însă, statut diferit. Nu doar sub aspectul frecvențelor, cum s-a precizat deja, pentru primele două, dar și ca importanță, există diferențe semnificative între băieți și fete. Cele din urmă acordă un scor mai mult decât dublu acestor atribute (F=54 puncte, M=22 puncte).

În cazul elementului focal al reprezentării, *bani*, este interesantă combinația existentă: egalitate de frecvență (F=22, M=21), dar inegalitate ca importanță (14 puncte în plus, la fete). Subliniem și deosebirea în încadrarea lor tematică.

Pentru băieți, banii sunt, în principal, mijloace de câștigare și exercitare a puterii și, în plan secund, elemente corelate puterii. Pentru fete, pe lângă investirea banilor cu statutul de mijloace, apar încă trei categorii: banii = elemente corelate puterii, banii = condiții ale puterii, banii = consecințe ale puterii. O a cincea categorie, apărută doar la grupul masculin (banii = obiect al puterii), face ca din totalul de 252 de cuvinte diferite obținute, banul să se situeze pe primul loc în seria evocărilor pluritematice. Este o confirmare suplimentară a poziției sale speciale în cadrul nucleului central.

În structura ambelor reprezentări, apar 4 elemente noi față de reprezentarea generală. Acestea sunt *inteligenta, siguranța, supremația și deciziile*, pentru femei și *coruperea, manipularea, minciuna, și abilitatea* la bărbați. Se pot observa valențele lor diferite. În reprezentarea fetelor, acestea sunt pozitive și cu miză importantă, primul termen aparținând chiar nodului central. În cazul băieților, valențele sunt negative, dar de mai mic impact.

Prin conținut, cu 10 elemente comune din 14, cele două reprezentări par a nu se diferenția foarte mult. Dacă, totuși, rămânem strict la deosebirile de la nivelul nucleului central, putem observa faptul că, mai mult decât băieții, fetele au avut în vedere nu doar puterea extrinsecă conferită de statutele de putere (*bani, autoritate, monopol*) -, ci și pe cea intrinsecă a personalității puternice (*inteligentă, influență*). Aceasta ar putea explica și conotația pozitivă superioară a reprezentării lor.

Revenind, în baza noilor date, la metafora mitologică, am putea aprecia că la fețele lui Ianus, ca simbol al puterii, în cazul lotului românesc, „au lucrat” doi sculptori: un bărbat și o femeie. Fiecare la câte una, dar după același model. Au rezultat chipuri cu aer comun, de familie, dar nu identice, deși cuprind în proporție de 71% aceleași elemente. Fața creată de sculptor este mai concentrată și tușată, mai impersonală și ascunsă, având în locul ochilor, ca elemente centrale, banii și fulgerele autorității. Fața realizată de sculptoriță, are liniile mai moi, este mai personală, deschisă și senină, chiar dacă, paradoxal, pe acest chip banii și fulgerele ochilor strălucesc de două ori mai intens.

2. Metoda interviului: RSP - un IANUS complementar

Prelucrarea răspunsurilor subiecților la cele 24 de întrebări ale interviului s-a realizat într-o primă fază prin analiza clasică de conținut. Astfel, pentru fiecare întrebare s-au obținut de la 3 la 13 categorii de răspunsuri. Pentru a stabili dacă diferențele dintre aceste categorii sunt semnificative din punct de vedere statistic, s-a utilizat testul pentru date neparametrice, chi-pătrat. În prezentarea

rezultatelor, am optat pentru gruparea lor tematică, concomitent cu semnalarea, acolo unde au apărut, diferențelor pe categorii de sex²².

Puterea înseamnă dominare pentru femei și influență pentru bărbați (întrebările 1 și 2)

În cazul caracterizării puterii ca fenomen social, se manifestă clar preferința subiecților pentru răspunsurile din categoria „dominare” ($\chi^2 = 24,00$; $p < 0,05$), față de opțiunea pentru alte categorii de răspunsuri, cum ar fi „ajutorarea celorlalți”, „superioritate”, „influență”, „leadership” etc. (Figura nr.1). Rezultatul este în acord cu distanța mare față de putere, identificată ca dimensiune a spațiului nostru cultural, conform modelul lui Hofstede. Și studenții români, ca și celelalte categorii profesionale investigate în România – profesori (Iosifescu, 2004), manageri (Luca, 2005) – văd puterea mai degrabă în aspectele ei forte și ca inegalitate impusă, decât în termenii unui contract social, reglat de norme mutual negociabile. Pare a avea prioritate perspectiva structural-funcționalistă față de cea strategică sau constructivistă asupra puterii (Leclerc, 1999).

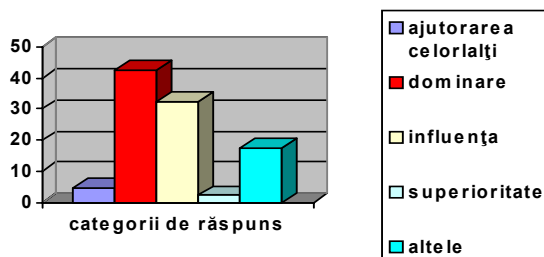


Figura nr.1. Lotul întreg

Aplicând testul chi-pătrat separat pentru răspunsurile oferite de femei, respectiv bărbați, rezultă o valoare semnificativă a testului doar în cazul celor din urmă. Pentru grupul masculin, rezultatele arată că puterea semnifică mai întâi „influență” și abia apoi „dominare” ($\chi^2 = 13,20$; $p < 0,01$). Așadar, reprezentarea puterii pentru grupul masculin semnifică mai ales poziționare activă, exercitarea capacității de a-i determina pe alții, de a-i convinge, poate chiar de a-i manipula. Nu în ultimul rând, influența este pentru acest grup o formă de conducere, o forță psihică și fizică exprimată în raport cu ceilalți (Figura nr. 2).

²² Pentru a verifica aceasta, testul chi-pătrat a fost aplicat pentru categoriile de răspunsuri din interiorul fiecăruia dintre cele două grupe de subiecți.

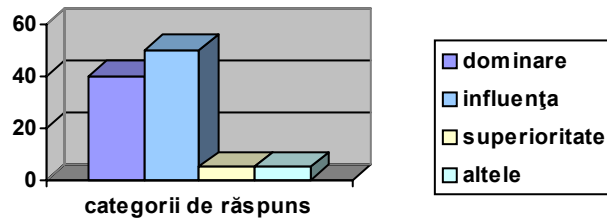


Figura nr. 2. Grupul masculin

Oamenii își doresc putere, dar femeile, în special, preferă să se supună

În analiza datelor la întrebarea nr. 5 - „Oamenii își doresc puterea, o refuză sau sunt dezinteresați de ea?”, verificarea statistică ($\chi^2 = 55,40$; $p < 0,01$) arată că aprecierea faptului că oamenii își doresc puterea diferă semnificativ de celelalte categorii de răspunsuri. Poziția comună a celor două grupe (F: $\chi^2 = 16,30$; $p < 0,01$; M: $\chi^2 = 27,20$; $p < 0,01$) este ilustrată în Figura nr. 3.

Statutul de deținător al puterii apare ca un nivel de aspirație pentru majoritatea subiecților noștri. Rezultatul este în relativ acord cu date menționate de alte cercetări pentru aceeași categorie de vârstă, tineri (Popescu, 2003), dar în dezacord cu rezultatele obținute pentru adulți (Popescu, 2002, Iosifescu, 2004, Luca, 2005). Apar, în categoria altor răspunsuri, ne semnificative însă statistic, o serie de nuanțări, cum ar fi contradicțiile dintre nivelul motivațional (înalt) și planul abilităților comportamentale (restrâns), sau între esență și aparență, în sensul că unii oameni, deși își doresc puterea, o refuză din anumite motive (teama de responsabilități, perturbarea funcțiilor puterii prin corupție etc., sacrificarea libertății personale). Un interviuat sintetiza: „Cei care o înțeleg cu adevărat o refuză, dar majoritatea își dorește să o dețină; poate doar sfinții sunt dezinteresați” (S.10).

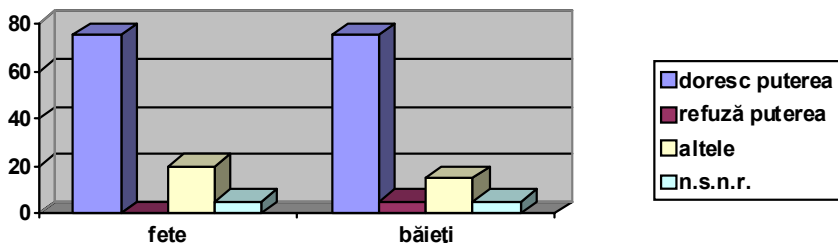


Figura nr.3. Evaluarea angajării în deținerea puterii

În ciuda opțiunii anterioare, subiecții, indiferent de sexul lor, recunosc faptul că oamenii preferă să se supună (întrebarea nr. 6: $\chi^2= 33,50$; $p<0,01$) pentru că le lipsește soluția personală, le este teamă de responsabilități sau pur și simplu pentru că așa este mai comod. O altă explicație plauzibilă este oferită de subiecții înșiși: „*individual se conduc, social sunt conduși*” (S. 8); „*oamenii doresc să fie conduși, dar să simtă că dețin puterea*” (S. 40). Simultaneitatea planurilor de referință ale subiecților, psihologic și social, puterea ca atribut personal, dar și ca sistem instituțional, prezentă în poziționarea majorității intervievaților, explică aceste asumări paradoxale. Aceste poziționări ambivalente pot fi și o ilustrare a „complexului puterii”, identificat în spațiul culturii organizaționale românești (Luca, 2005), discutat în secțiunea B a acestui studiu. De altfel, dimensiunea paradoxală, identificată de noi ca trăsătură a RSP a subiecților români, a făcut obiectul unei analize anterioare (Neculau, Iacob, Boza, 2006).

În cazul comportamentului obedient, opțiunea este semnificativă statistic doar în cazul grupului feminin ($\chi^2= 9,10$; $p<0,05$ - Figura nr. 4). Explicația acestui rezultat pare a-și avea sursa în însăși natura caracteristicilor celor două sexe: femeile, preferând dimensiunea relațională a vieții, acceptă să se supună, să fie protejate și îndrumate, pe când bărbații preferă să aibă inițiative, să dea directive, să se autodefinească prin „testul puterii”. Începută în cheia măsurării forței fizice, această miză, prin excelență masculină, trece ulterior în plan social și psihologic cu statut de axă identitară.

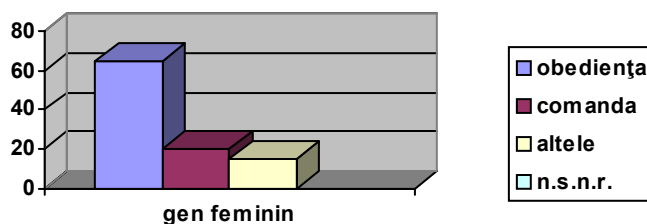


Figura nr. 4. *Reacția grupului feminin față de exercitarea puterii*

Teama de putere - între neîncrederea în sine și fuga de responsabilități

La întrebarea „*De ce le este oamenilor teamă de putere?*” (întrebarea nr. 7), valoarea testului pentru întreg lotul de subiecți este semnificativă pentru categoria “neîncredere în sine” ($\chi^2= 16,10$; $p<0,01$). Astfel, cauza fricii de putere este una de natură interioară, concretizată în slăbiciunea eului, lipsa

autocontrolului, existența complexelor etc., toate acestea reunite în neîncrederea în propriile forțe. Din nou este ales ca referință planul psihologic.

Aplicând chi-pătrat pentru fiecare dintre cele două categorii de subiecți, rezultă valori semnificative pentru ambele, dar reflectând rezultate diferite (Figura nr. 5). În subgrupul studentelor ($\chi^2 = 20,50$; $p < 0,01$), rezultatele arată preferința pentru categoria „neîncredere în sine”, ca și în grupul mare. Însă, în subgrupul studenților, testul este semnificativ pentru altă categorie „teama de responsabilități” ($\chi^2 = 12,40$; $p < 0,05$). Faptul că bărbații au dat aceste răspunsuri poate evidenția ideea că ei de obicei gândesc în termeni de acțiune, pe când femeile situează teama de putere la nivelul complexelor determinate de statutul, de regulă, neangajat sau subordonat pe care îl au în relațiile de putere.

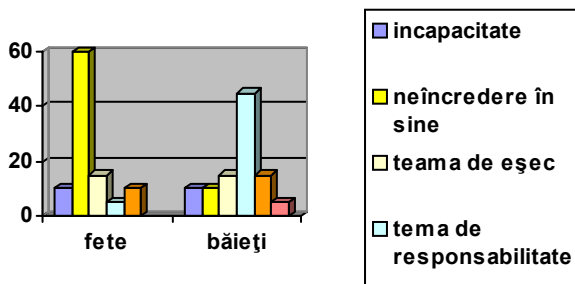


Figura nr. 5. Teama de putere. Diferențe după variabila sex

Portretul persoanei deținătoare de putere (întrebările nr. 8,9,10,11)

FETELE consideră că o persoană care deține puterea are următoarele caracteristici:

- trăsături de caracter, atât pozitive cât și negative: spirit de luptător, caritabil dar și mândru, superior, snob, arogant;
- transformarea persoanei în sens pozitiv: câștigarea independenței, ajutorarea celorlalți, maturizarea, îmbunătățirea capacității de comunicare.

BĂIEȚII apreciază următoarele caracteristici:

- aspect fizic important: haine scumpe, bunuri materiale, mers și privire sigură;
- trăsături de caracter, atât pozitive cât și negative: siguranță, îndrăzneală, dinamism, trufie, dominare;
- transformarea persoanei în sens negativ: oportunism, îngâmfare, mitomanie, abuz, manipulare, impertinență.

Este oarecum surprinzătoare opțiunea băieților, și nu a fetelor, pentru existența unui „portret fizic” al deținătorilor puterii. Explicația atenției acordate

semnelor externe ale puterii – ținută, îmbrăcăminte, posesiune – de către băieți ar putea fi legată de statutul particular al puterii în lumea masculină: valoare importantă, cu miză concurențială și identitară.

În ceea ce privește aspectul modificărilor prin care trec oamenii deținători ai puterii, subiecții au fost de acord că puterea îi transformă pe cei care o dețin ($\chi^2=36,10$; $p<0,01$). În categoria răspunsurilor care subliniază faptul că puterea îi transformă pe cei care o dețin, doar 11 răspunsuri indică o transformare pozitivă (câștigarea independenței, întrajutorare, responsabilitate, maturizare, îmbunătățirea capacităților de comunicare etc.), în timp ce 23 de răspunsuri subliniază modificarea în sens negativ (oportunism, îngâmfare, mitomanie, impertinență, abuz, manipulare etc.). Dacă transformăm categoria „da” în subdiviziunile „da, în sens pozitiv” și „da, în sens negativ”, vom avea diferențe semnificative în favoarea celei de a doua (Figura nr. 6). O exprimare plastică oferă unul dintre subiecți: „câștigarea și asumarea puterii modifică oamenii. În primul rând, puterea corupe sufletul. Dacă treci totuși de acest test, trebuie să te schimbi odată cu asumarea responsabilităților. Din păcate, majoritatea ori a plecat la drum fără suflet, ori și-l vinde pentru a câștiga” (S.4).

Aceleași rezultate semnificative se păstrează și în cazul comparării celor două categorii de subiecți. Răspunsurile conotate pozitiv aparțin în majoritate femeilor. În cazul bărbaților, toți au fost de acord că puterea transformă oamenii, dar majoritatea răspunsurilor a fost conotată negativ. Acest lucru ar putea fi explicat, fie prin atitudinea mai tolerantă a femeilor, fie prin miza mai mică pe care o reprezintă puterea în universul feminin, fie prin lipsa exercițiului concret al puterii, ceea ce poate favoriza idealizarea consecințelor ei.

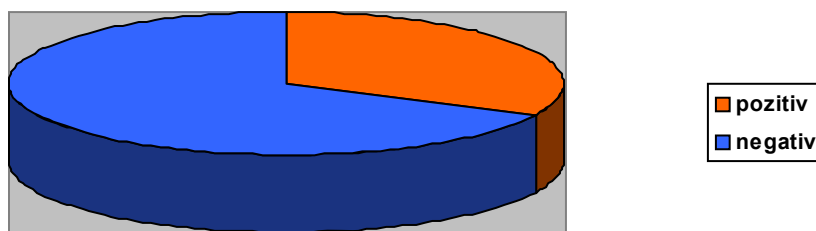


Figura nr.6. Modificări de personalitate generate de deținerea puterii

Reacții emoționale în fața puterii (întrebările nr. 12, 13)

Întrebați cum reacționează atunci când asupra lor se exercită puterea, subiecții au răspuns că acționează în funcție de situație, de persoana care deține puterea, de motivația exercitării puterii și de modalitatea pusă în act. Așadar, subiecții manifestă preferință semnificativă ($\chi^2=30,80$; $p<0,01$) pentru un

comportament diferențiat, mergând de la supunere la revoltă. Pentru ca oamenii să se supună unei situații de putere, aceasta trebuie să fie îndreptățită, cel care o exercită să fie corect, cinstit și, nu în ultimul rând, situația să ofere un anumit beneficiu persoanei în cauză. Acest pattern comportamental al grupului general se regăsește semnificativ doar în categoria fetelor ($\chi^2=9,20$; $p<0,03$). Băieții optează, pe lângă contextualizare („depinde” – 65%) și pentru „nesupunere” (35%).

Întrebați cum se simt atunci când își exercită puterea asupra altora, un număr semnificativ de subiecți recunoaște că se simte bine ($\chi^2= 28,750$; $p<0,01$). Aceste date sunt în concordanță cu rezultatele conform cărora oamenii își doresc puterea. Este normal ca atunci când o anumită dorință este îndeplinită, trăirile afective să se afle în sfera pozitivă. Analiza pe categorii în funcție de sexul subiecților indică rezultate semnificative doar în cadrul grupului de femei ($\chi^2=9,10$; $p<0,05$). În cazul băieților, sunt precizate două categorii de trăiri: „mă simt bine” – 35%; „mă simt rău” – 30%. Interpretăm diferențele de răspuns prin planurile diferite activate de această întrebare: în cazul fetelor, un plan ideal, cel al unor ipotetice situații de putere, în cazul băieților, un plan real, al rememorării unor experiențe trăite în situații de putere.

Are puterea culoarea roșie? (întrebarea nr. 21)

Categoriile de culori oferite ca răspuns la această întrebare sunt: 1. negru; 2. violet; 3. roșu; 4. alb; 5. albastru; 6. galben; 7. verde. Valoarea semnificativă a testului statistic ($\chi^2=19,85$; $p<0,03$) indică preferința subiecților pentru roșu. (Figura nr. 7). Subiecții au ales această culoare deoarece „*inspiră dinamism, putere materială, atracție, viață, sânge, agresivitate*”(S15). Analizând datele separat, rezultate semnificative și în acord cu acest pattern se înregistrează doar în cadrul grupului feminin ($\chi^2=22,70$; $p<0,01$). Roșul este, de altfel, o culoare preferată de femei și atribuită în general lor. În cazul băieților, patru culori sunt concurente: albastru – 25%, roșu – 20%, alb – 20%, negru – 20%. Faptul poate semnifica o mai completă și nuanțată reprezentare a puterii de către băieți, dar și tentativa de a ocoli simbolizarea stereotipă, fapt ce se poate regăsi în argumentarea opțiunilor lor: „*negru, deoarece puterea este un lucru rău*” (S.1); „*negru, ca hăul cosmic*” (S.3); „*albastru, pentru că regii au «sânge albastru» și pentru că reprezintă infinitul, divinul*” (S.7); „*albastru, este rece, distinsă*” (S.9); „*alb, neutralitate, libertate absolută*” (S.27).

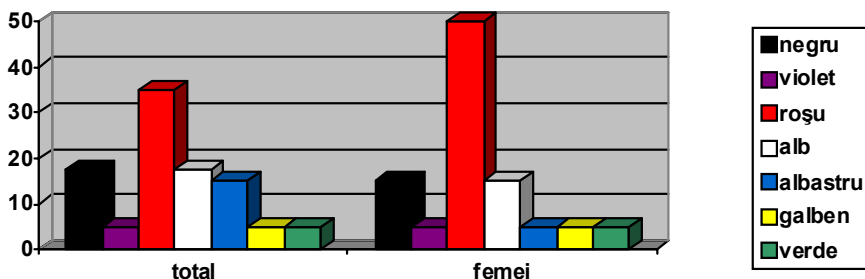


Figura nr. 7. Culorile puterii în lotul general și în grupul feminin

Rezultatele la celelalte întrebări, la care nu s-au obținut diferențe semnificative între răspunsurile bărbaților și ale femeilor, sunt sintetizate în afirmațiile următoare:

- Puterea este un fenomen general, incluzând puterea fizică, socială, intelectuală, spirituală etc.;
- Puterea forte constă în extremismul caracteristicilor sale;
- Oamenii care dețin puterea sunt flatați de ceilalți din interes, oportunism și nu din admirație;
- Puterea charismatică pare a fi mai mult un dat aptitudinal și se distinge prin mijloacele democratice de exercitare, deținătorul fiind persuasiv, extrovert, amabil, cu bune capacități de comunicare;
- Nu se poate imagina o societate fără putere;
- Principalul simbol al puterii este banul;
- Posibilitatea de a deține personal puterea este valorizată, principalul mijloc întrevăzut fiind calitățile personale.

Revenind, pentru o nouă concluzie la metafora miticului IANUS, se poate observa cum răspunsurile subiecților intervievați ne-au permis să constatăm că există, în fapt, un echilibru relativ între elementelor comune și cele diferite. Acesta nu se sesizează ușor, deoarece "cei doi sculptori" au lucrat diferențele din "materiale" adesea complementare: dominare vs. influență, neîncredere în sine vs. teamă de responsabilitate, supunere vs. reacție contextualizată, schimbări pozitive vs. negative, roșu vs. albastru, puterea ca atribut personal vs. puterea ca atribut relațional și funcțional etc.

3. Diferențiatorul semantic: RSP - un IANUS masculin, un IANUS feminin

Dacă primele două metode au contribuit direct la identificarea reprezentării sociale a puterii, diferențiatorul semantic a avut ca menire reperarea valorizării

acestui obiect social și măsurarea eventualelor diferențe între băieți și fete. Reamintim că termenul putere și zece dintre cuvintele asociate acestuia (bani, autoritate, forță, influență, inteligență, bogăție, lider, președinte, voință, politică) au fost trecute de către cei 127 de subiecți (77 fete, 50 băieți) prin cele 12 scale de adjective ale diferențiatorului semantic. Profilurile evaluative ale puterii pot fi urmărite în Figura nr. 8. Principalele rezultate obținute în evaluarea puterii indică:

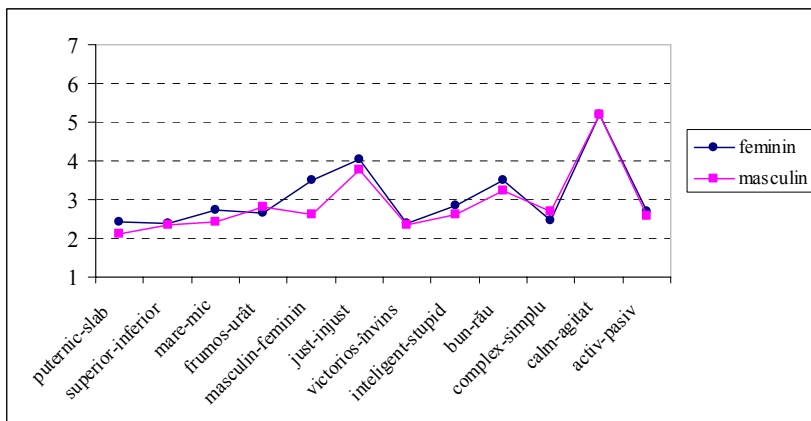


Figura nr. 8. Profilurile puterii la cele două subloturi

1. Cu două excepții, *justețe* și *agitație*, valorizarea puterii se menține în intervalul de la mijlocul scalei, cea a valorilor medii.
2. Este de subliniat că băieții și fetele sunt concordanți în evaluările lor la 11 din cele 12 scale adjectivale. Excepție face a cincea scală, *masculinitate-feminitate*, singura care oferă diferențe semnificative ($t_{125}=3,53$; $p<0,001$).
3. Pattern-ul general, întâlnit la cele 11 cuvinte evaluate, se regăsește și în cazul puterii: băieții oferă valori mai mari, chiar dacă nu și semnificative, la 9 din cele 12 scale (1, 2, 3, 5, 6, 7, 8, 9, 12). Fetele o fac la două scale: 4 – *frumos-urât*; 10 – *complex-simplu*.
4. La două dintre scale, băieții și fetele sunt extrem de apropiați în evaluarea puterii (scala 2 – *superior-inferior*; scala 7 – *victorios-înving*) pentru ca la scala *calm-agitat* să fie chiar identici în apreciere. Pe ansamblul diferențiatorului, acest scor (5,18) constituie cea mai drastică judecată evaluativă, încadrând puterea în categoria fenomenelor *foarte agitate*.
5. În evaluarea puterii, fetele oferă cel mai ridicat scor pentru *complexitate*, iar băieții pentru *forța acesteia*.

În prezența a numeroase asemănări, cele două subloturi operează totuși cu reprezentări diferite ale puterii. Susținem aceasta din perspectiva teoretică a *categoriilor sensibile* identificate și teoretizate de Asch (1946). Experimentul său a făcut proba că o singură pereche adjectivală sensibilă (cald-rece) conduce la formarea unor impresii diferite, în ciuda identității celorlalte attribute. Cum perechea feminin-masculin are valoare extrem de puternică, conotând toate celelalte attribute ale unei persoane sau obiect social²³, ne dăm seama că, în spatele unui discurs asemănător la prima vedere, reprezentarea socială a celor două categorii de subiecți este sensibil diferită. Un argument suplimentar în favoarea acestei interpretări îl oferă și evaluările indirecte ale puterii, prin cele zece cuvinte asociate ei. La scala masculinitate-feminitate, pentru șapte dintre acestea constatăm același fenomen dihotomic generat de *proiecția propriei categoriei de sex* a subiecților.

Astfel, ultima radiografie a fețelor lui Ianus intervine explicativ tranșant: suntem în fața a doua identități complementare și distincte – un IANUS masculin și un IANUS feminin. Aceasta deoarece puterea, ca obiect reprezentational, face parte, prin miză și complexitate²⁴ din sfera incitărilor socio-cognitive care favorizează proiecția variabilității de sex a subiecților asupra categoriei de gen a reprezentării.

Concluzii

Nu sunt deloc puține abordările teoretice sau empirice care analizează și confirmă statutul diferit al puterii pentru bărbați sau femei. Fie că este vorba de practica puterii extrinseci, ca relație interpersonală sau ca fenomen social instituționalizat, ori de puterea intrinsecă, a individului asupra lui însuși, este evident că miza puterii are statut ontogenetic diferit pentru cele două sexe. În plan personal, presiunea sa identitară suplimentară pentru bărbați este de netăgăduit, iar în plan social, formele de judecată socială stereotipă sunt de domeniul firescului. Era oarecum în logica lucrurilor să vedem în ce măsură și sub ce formă acest statut ontologic diferențiat al puterii se regăsește în reprezentarea socială a studenților români. Avem în vedere contextul nostru socio-cultural, caracterizat de mixajul egalitate-tradiționalism și de complexul puterii.

²³ Într-o cercetare anterioară, utilizarea genului drept criteriu de categorizare a permis identificarea următoarelor delimitări operate de subiecți: *puteri masculine* – p.militară, p.politică, p.economică, p.juстиției, p.mass-mediei, p.democrației, p.mafiei, p.opinii publice; *puteri feminine* – p. binelui, p.frumuseții, p. seducției; *puteri androgine*: p.religiei, p.personală (Iacob, Gherasim, Huceanu, 2005)

²⁴ „Puterea și cei puternici sunt dorința întruchipată a celor slabi” (S.9). „Puterea este motorul vieții” (S.2). „Poate doar sfinții sunt dezinteresați de ea” (S.10).

Am constatat că, la prima vedere, cele două grupe de subiecți, bărbați vs. femei, nu diferă mult în reprezentarea lor socială asupra puterii. Aceasta este percepută ca un fenomen general (natural, psihologic, social, cultural etc.), indispensabil individului și societății umane, dorit de oameni, generator de avantaje și statut, ceea ce stimulează flatarea celor puternici sau aflați la putere. Puterea charismatică este privită cu simpatie, în timp ce puterea forte este văzută ca fiind marcată de extremism. A avea sau deține personal puterea este o expectanță mărturisită de ambele categorii. Banul este promovat ca principal simbol al puterii și domină ambele nuclee centrale. Conținutul acestora (F: *bani–autoritate–monopol–independență–inteligentă*; M: *bani–autoritate–monopol*) interferează major. Principalele teme ale universului asociativ ale celor două categorii de subiecți sunt aceleași – *premise personale ale puterii, attribute, mijloace, condiții, consecințe și avantaje ale puterii* – fie că sunt judecate după numărului de cuvinte diferite cuprinse în ele (62F, 68M) sau al punctajului cuvintelor desemnate ca importante (149F, 133M). Conotația puterii are tentă pozitivă și pentru fete și pentru băieți pe fundalul împărțirii aceleași distanțe mari față de putere.

Continuarea și rafinarea analizei pune în lumină și diferențele. Pentru fete, puterea este: dominare, obediență, aducătoare de schimbări pozitive în personalitatea celui ce o exercită; neîncrederea în sine alimentează teama de a avea puterea, deși exercitarea ei te face să te simți bine. Puterea este preponderent feminină și are, categoric, culoare roșie. Pentru băieți, puterea este: influență, la care se reacționează diferențiat; este aducătoare de schimbări negative în personalitatea celui ce o deține; fuga de responsabilitate alimentează teama de a-și asuma puterea, iar exercitarea ei creează stări ambivalente: și de bine și de rău. Puterea este categoric masculină și are o cromatică mixtă: albastru–alb–negru–roșu.

Din perspectiva apartenenței tematice a cuvintelor cu punctaj superior (metoda asociației), fetele pun pe primul loc *premisele personale* ale puterii (inteligentă, curaj, caracter, perseverență, voință, abilitate), iar băieții *atributele generale* ale acesteia (autoritate, monopol, forță, tărie, influență). Faptul se oglindește, de altfel, și în structura celor două nuclee centrale. Poate fi un indice suplimentar că, în raportarea la putere, fetele au favorizat puterea ca atribut personal, intrinsec, iar băieții accepțiunea relațională sau funcțională, extrinseci. Complementaritatea celor două reprezentări este evidentă.

În fine, prin intermediul diferențiatorului semantic, a putut fi surprins foarte clar și direct mecanismul care poate explica cum ajung cele două categorii de subiecți la reprezentări complementare. Este prezent un fenomen evident de proiecție a variabilei de sex a subiecților asupra categoriei de gen a reprezentării sociale a puterii. Astfel, în ciuda faptului că o bună parte este comună, totuși

reprezentările cu care operează femeile și bărbații sunt diferite, fiind vorba de *o putere la feminin și una la masculin*. Acest rezultat, cu statut explicativ pentru geneza, structura, conținutul și aportul celor două categorii de subiecți în reprezentarea socială a puterii, are o valoare specială. El semnalează o eventuală altă temă de cercetare: cea a noi și posibile distincții între reprezentările diverselor obiecte sociale, după prezența sau absența unei structuri de gen sau după gradul în care categoriile de sex ale subiecților se pot proiecta sau nu asupra genului reprezentării etc.

Ultima revenire în cheie metaforică exprimă concluzia finală. Rezultatul cel mai tranșant al cercetării este că bărbații și femeile nu doar au exprimat diferit fețele zeului, ci au activat chiar registrul esențelor departajatoare. Pentru bărbați, IANUS este un zeu, pentru femei este o zeiță. Iată-ne în fața surprizei de a avea două „reprezentări-statui”, fiecare cu câte două fețe distincte: una mai senină, inteligentă și admirată – cea a puterii intrinseci, alta mai agitată, severă, mercantilă, distantă, deopotrivă adulată și criticată – cea a puterii extrinseci.

Résumé: Le mythologique IANUS a été vénéré comme dieu du début, de l'ouverture, de la transition, de l'horizon. La symbolistique de ses visages en dit tout. Ils réunissent l'eau et le feu, le ciel et la terre, le passé et le futur, l'Orient et l'Occident. Vu la réunion de tant de forces, il peut être vu également comme dieu du pouvoir. Combien de visages a-t-il et comment sont-ils dans cette posture? Rechercher la réponse à cette question c'est exactement l'enjeu de notre étude qui a quatre sections. La *première section* met en évidence le statut spécial du pouvoir en tant qu'objet de la recherche pluridisciplinaire et en tant que thème de la psychologie sociale. La *deuxième* insiste sur son rôle d'invariant interculturel et précise les traits du "complexe roumain du pouvoir", identifiés par les recherches ayant comme principe le paradigme des dimensions de la culture de Hofstede (1980). La *troisième section* s'arrête sur „l'égalité inégale” (Masson-Maret, 1997; Kirchler, 1997), concept qui surprend l'ontologie du pouvoir pour les deux sexes. Les sections mentionnées constituent le fondement théorique de la *quatrième section*, qui présente „les visages de IANUS”: la représentation sociale du pouvoir dans l'acception des sujets roumains. Nous y présentons les étapes et les résultats d'une participation roumaine à une recherche interculturelle.

Abstract: The mythological IANUS has been worshipped as a god of the beginning, of the openness, of the transition, of the horizon. All these are reflected in the wide symbolistics of his faces, which reunite water and fire, earth and sky, past and future, Orient and Occident. Considering the reunion of these many forces, he can also be seen as a god of power. How many faces does he have and how are they all seen in this position? Searching for an answer is exactly what the aim of this four-section study is. The first section underlines the special position of power as an object of multidisciplinary research and as a theme of social psychology. The second one places

the emphasis on its role of intercultural invariant and it mentions the features of the “Romanian power complex”, as they have been identified by research based on Hofstede’s paradigm of the dimensions of culture (1980). The third section focuses on the “unequal equality” (Masson-Maret, 1997; Kirchler, 1997), a concept which captures the ontology of power from the point of view of sex differences. The above mentioned sections stand as a theoretical basis for the fourth one, which presents „the faces of IANUS”: the social representation of power according to Romanian subjects. The study presents the stages and results of a Romanian participation in an intercultural research project.

Bibliografie

- Abric, J.C. (1994). *Pratiques sociales et representation*. Paris: Presses Universitaires de France.
- Acosta Avila, M.T., Uribe Patino, F.J. (2002). Le pouvoir au quotidien. *Psihologia socială*, 17, 7-14.
- Adamopoulos, J. (2002). The Perception of International Behavior Across Cultures. In W. J. Lonner, D. L. Dinnel, S. A. Hayes, & D. N. Sattler (Eds.), *Online Readings in Psychology and Culture* (Unit 15, Chapter 2), (<http://www.wvu.edu/~culture>).
- Apfelbaum, E. (1997). Contrepoints et Débats. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 10, 153-169.
- Asch, S.E. (1946), Forming impressions of personality, *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 41, 258-290.
- Aubert, N., Enriquez, E., de Gaulejac, V. (1986). *Le sexe du pouvoir*. Paris: EPI.
- Barus-Michel, J. (1991). *Pouvoir: mythe et réalité*. Paris: Editions Klincksieck.
- Bourdieu, P. (1990). La domination masculine. *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 84, 2-31.
- Cartwright, D. (1959). Power: A Neglected Variable in Social Psychology. In D. Cartwright (Ed.), *Studies in Social Power*. Ann Arbor: Michigan Press.
- Cociu, M. (1999). *Etologia comportamentului animal*. București: All.
- Crespi, F. (1989). *Azione sociale e potere*. Bologna: Il Mulino.
- Curelaru, M. (2006). *Reprezentări sociale*. Iași: Polirom.
- David, D., Benga, O., Rusu, A.S. (2007). *Fundamente de psihologie evoluționistă și consiliere genetică*. Iași: Polirom.
- De Rosa, A. S.(1988). Sur l’usage des associations libres dans l’etude des representations sociales de la maladie mentale. *Connexions*, 51, 26-49.
- Enriquez, E. (1986). Le pouvoir et son ombre sexuelle. In N. Aubert, et al. (Eds.), *Le sexe du pouvoir*. Paris: EPI.
- Galli, I. (1983). Le strategie individuali di esercizio del potere. *Annale della Facolta di Lettere e Filosofia dell 'Universita di Napoli*, X, 523-535.
- Galli, I. (1989). Il ruolo della variabile «sesso» nella valutazione di situazioni di potere. In A. Massucco Costa et al. (Eds.). *La rivoluzione piu lunga '68-88*. Cuneo: Ed. L’arciere.
- Galli, I. (1994). Influenza e potere: due concetti a confronto. *Rassegna di Psicologia*, 2, 111-121.

- Hinde, R.A. (1970). *Animal Behavior. A Synthesis of Ethology and Comparative Psychology*. New York: McGraw Hill.
- Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills CA: Sage.
- Hofstede, G. (2005). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (2nd ed). New York: McGraw-Hill.
- Iacob, L.M., Gherasim, L., Huceanu, M. (2005). Genul sau genurile reprezentării sociale a puterii ?, *Psihologia socială*, 14, 49-69.
- Iosifescu.Ș., Rădulescu. E., Pop. V., Blendea. P., Popenici. Ș.(2002). *Culturi organizaționale în școala românească*. Institutul de științe ale educației, București, http://arhiva.ise.ro/resurse/ise_02_man_cosr.pdf
- Iosifescu. Ș. (2004). *Relația dintre cultura organizațională și proiectele de cooperare internațională*, Agenția Nationala Socrates și Institutul de științe ale educației, București, <http://www.socrates.ro/publicatii/cultsocrates.pdf>
- Kirchler, E. (1997). The Unequal Equality: Social Stereotypes About Female and Male Entrepreneurs. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 10, 63-77.
- Leclerc, C. (1999). *Comprendre et construire les groupes*. Saint-Nicolas : Chronique Sociale Les Presses de l'Université Laval.
- Lorenz, K. (1970). *Essais sur le comportement animal et humain*. Paris: Seuil.
- Luca, A., 2005. *Studiu despre valorile și comportamentul românesc din perspectiva dimensiunilor culturale după metoda lui Geert Hofstede*. Interact & Gallup Romania, <http://www.training.ro/docs/studiu2.pdf>
- Masson-Maret, H. (1997). Evaluation sociale et différence des sexes: une étude socio-normative au sein d'une organisation administrative. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 2, 49-61.
- Magyari-Vincze. E. (2004). Gen și sexualitate în politica identitară. In E. Magyari-Vincze, P. Mîndruț. *Gen, Societate și Cultură. Cursuri în Studii de Gen*, volum 1-3, Cluj: Desire, 2004.
- Morris, D. (1969). *The Human Zoo*. London: J. Cape Ltd.
- Moscovici, S. (1961). *La psychanalyse, son image et son public*. Paris: P.U.F.
- Moscovici, S. (1986). Editoriale. *Psihologia e Societa*, 1, 3-4.
- Moscovici, S. (2001). Era reprezentărilor sociale. În M. Curelaru *Reprezentările sociale. Teorii și metode*, Iași: Ed. Erola.
- Neculau, A. (2005). Dominanți și dominați: o lectură psihosociologică a luptei pentru putere în România comunistă. *Psihologia socială*, 15, 223-245.
- Neculau, A. (2007). *Dinamica grupului și a echipei*. Iași: Polirom.
- Neculau, A., Iacob, L., Boza, M. (2006). *Sous le signe du paradoxe ou la spécificité de la représentation sociale du pouvoir dans le contexte du changement sociale et politique de la Roumanie*. The 8th International Conference on Social Representations, Roma, 28 august-1 septembrie 2006, <http://www.europhd.net/8thICSR/program.html>
- Nigro, G. (1989). Gender effects on the social representation of power. In A. Massucco Costa et al. (Eds.). *La rivoluzione piu lunga '68-88*. Cuneo: Ed. L'arciere.
- Osgood, C.E. (1964). Semantic differential technique in the comparative study of culture, *American Anthropologist*, 66, 171-201.

- Pages, M. (1986). Organisation et sexualité imaginaire. In N. Aubert et al. (Eds.), *Le sexe du pouvoir*, Paris: EPI.
- Parsons, T., Bales, F.R. (1955). *Family, Socialization and Interaction Process*. New York: Free Press.
- Popescu, R. (2002). *Calitatea vieții de familie în România*, Academia Română, Institutul de cercetare a calității vieții, sesiunea de comunicări științifice, 22 februarie 2002, <http://www.iccv.ro/romana/articole/sescom/2002tineri/Raluca%20Popescu.pdf>
- Popescu, R. (2003). Familia tânără în societatea românească. *Calitatea vieții*, 1, <http://www.iccv.ro/romana/revista/rcalvit/recv20031.htm>
- Verges, P. (1992). L'évocation de l'argent, une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation. *Bulletin de psychologie*, 405, 203-209.
- Voicu, M.(2002). Egalitate, inegalitate și roluri tradiționale. O analiză comparativă a valorilor implicate în legitimarea politicilor de suport pentru femei în țările europene. *Calitatea vieții*, 1-4, <http://www.iccv.ro/romana/revista/rcalvit/recv200214.htm>
- Zavalloni, M., Louis-Guérin, C. (1984). *Identité sociale et conscience: Introduction à l'ego-écologie*, Montréal: P.U.M.