



Starea Națiunii

Construirea unui instrument inovator pentru
fundamentarea politicilor publice (SIPOCA 11)

RAPORT DE ANALIZĂ NR. 1

Barometru – Valori sociale ale românilor

Cuprins

1. Introducere	4
2. Preambul. Justificarea cercetării. Structură	5
3. Fundamentarea teoretică: o scurtă definire a conceptelor	6
3.1 Valori sociale	6
3.2 Modernitate culturală	6
4. Metodologie	8
5. Prezentarea datelor: România azi	9
5.1 O imagine de ansamblu asupra României azi	9
5.2 Mândria de a fi român	13
5.3 Religiozitatea	14
5.4 Autoidentificări. Stânga vs Dreapta	14
6. Prezentarea datelor: Schimbări pe termen lung. Comparația cu alte țări	15
6.1 Mândria națională. O perspectivă comparată și diferențieri interne	15
6.2 Religiozitatea. Comparații cu restul Europei și asocierea cu alte caracteristici ale indivizilor	19
6.3 Poziționarea politică spre stânga sau dreapta. Comparații cu restul Europei și asocierea cu alte caracteristici ale indivizilor	22
7. Concluzii	26
8. Bibliografie	27

Raport executiv

1. Introducere

O lungă discuție în literatura despre dezvoltare ia în considerare rolul culturii, a valorilor sociale. valorile sunt cele ce direcționează comportamentul și atitudinile. Ele sunt învățate social, prin expunerea la instituții și norme sociale, și se exprimă ulterior ca patternuri de gândire, nu neapărat în mod conștient, perpetuând cultura sau culturile în care s-au format. Rolul lor în a crea dezvoltare este dezbătut intens.

Raportul de față trece în revistă dinamica și starea curentă a mai multor orientări valorice. În primul rând este adoptată o perspectivă longitudinală, ce ia în considerare mai întâi precondiții ale valorilor (reprezentări privind situația țării și cea proprie, fericirea, încrederea în oameni), iar apoi diverse valori precum autopoziționările în structura socială, alegerile între dezvoltarea personală și datoria față de alții, opțiunile privind egalitatea de gen, opinia despre redistribuirea societală, credința religioasă, autopoziționarea la stânga sau la dreapta în politică, identitatea națională. Mai apoi, cazul recent al României este înlocuit cu analiza comparativă a țărilor Europei în câteva momente cheie de-a lungul anilor 1990, 2000 și 2010, centrat în jurul religiozității, mândriei naționale, poziționării politice.

Cifrele confirmă o Românie încă în zorii modernizării culturale, prea puțin preocupată de dezvoltare personală sau protecția mediului, focalizată pe valori mai degrabă tradiționale în privința familiei, permisivă pentru prezența femeii pe piața muncii, dar nu și pentru egalitatea de gen.

Comparativ cu alte țări europene se observă un decalaj de la modernitate, România adoptând mai rar valori moderne sau postmoderne. Religiozitatea crescută și mândria națională ridicată sunt martori în acest sens. Trendul pe termen lung este însă unul al direcționării către orientări de valoare un pic mai moderne. În ce privește poziționarea politică, românii se declară mai spre dreapta decât media altor țări europene. Aceasta este consistent și cu adoptarea unei atitudini mai rezervate față de redistribuire.

2. Preambul. Justificarea cercetării. Structură

Derulat sub numele “Valorile sociale ale românilor”, Barometru Stării Națiunii realizat în luna octombrie 2016 în cadrul proiectul SIPOCA 11 și-a propus să cartografieze unul din principalele tipuri de resurse simbolice (Bourdieu, 2001), și anume valorile sociale. parte a capitalului simbolic, acestea furnizează fundamentul atitudinilor și comportamentelor, orientează acțiunile individuale și colective ale populației României adulte.

Valorile, ca element definitoriu al culturii, sunt esențiale în a determina dezvoltarea socială (Inglehart, 1997), cu impact în absolut toate sferele vieții publice sau private. Ele sunt elemente decisive în configurarea și funcționarea sistemelor sociale, de la asistența socială (Payne, 2015) la creșterea economică (Kyong-Dong, 2017) și funcționarea democrației (Tufiş, 2012), fiind ingrediente cheie pentru dezvoltarea umană în ansamblul acesteia (Inglehart & Welzel, 2005; Voicu, 2015).

Raportul de față își propune să documenteze starea societății românești din punct de vedere a orientărilor de valoare. Este imposibil să discutăm toate aspectele esențiale într-un raport de dimensiunile acestuia. Prin urmare am optat pentru a avea mai întâi o imagine de moment care să atingă aspecte relevante pentru modernitatea culturală a României. Apoi discutăm dinamica în timp a valorilor ce acoperă trei domenii definitorii ale spațiului public, cu adânci conexiuni cu spațiul privat: mândria de a fi român, credința religioasă, și poziționarea politică. În final schițăm câteva concluzii relevante pentru consecințele stării de fapt asupra perspectivelor de dezvoltare socială.

Discuția despre dinamică este însoțită de poziționarea României în context național și internațional. Principalele compatibilități de care am ținut cont au fost cele din jurul unor cercetări sociologice bine definite și stabile de-a lungul timpului, validate conceptual și metodologic de-a lungul mai multor decenii. Este vorba despre cercetările din proiectele European Values Study și World Values Survey, cât și despre cercetările de tip Barometru de Opinie Publică realizate în prima parte a perioadei post-decembriste române (de la jumătatea anilor 1990 până în 2004).

3. Fundamentarea teoretică: o scurtă definire a conceptelor

3.1 Valori sociale

Există o literatură bogată care structurează domeniul valorilor sociale (Arts, 2011; Ester et al., 1994; Ester et al., 2006; Featherstone, 2011; Hitlin & Piliavin, 2004; Inglehart, 2018; Jagodzinski, 2004; van Deth & Scarbrough, 1994). Într-o versiune relativ recentă, Voicu (2010: 261) folosește o definiție comprehensivă: „**Valorile reprezintă concepții explicite sau implicite cu privire la ceea ce este dezirabil. Ele nu sunt direct observabile, implică elemente cognitive, evaluative și afective, sunt relativ stabile în timp, determină comportamente și atitudini, determină și sunt determinate de alte valori, sunt determinate și determină caracteristicile mediului social.**”

În termeni ușor de înțeles, prin valori sociale înțelegem acele credințe puternice care structurează mentalul colectiv și care creează norme de acțiune socială. E vorba de idei generale și puternice, idei care nu sunt reci, obiective, ci îmbibate de emoție, emoție ce alimentează acțiunea socială. Valorile transcend acțiunile și situațiile specifice. Ele sunt generale în acțiunea lor socială. Obediența – expresie a unor valori de tip tradiționalist, de exemplu, este relevantă și la muncă și la școală, și în sport și în afaceri, și în relațiile de familie, în relațiile cu prietenii sau cu străinii.

Valorile servesc drept standarde care ghidează selecția ori evaluarea comportamentelor, persoanelor și evenimentelor. Ele sunt parte a unor sisteme de valori, ierarhizate ierarhic, pe nivele de generalitate diferite. Nefiind direct măsurabile, valorile sunt estimate pornind de la manifestările lor: comportamente și atitudini.

3.2 Modernitate culturală

Modernitatea și tradiționalismul sunt două aspecte esențiale ale orientărilor valorice (Chiribucă, 2004; Inglehart, 2018; Vlăsceanu, 2012). Ele acționează ca orientări valorice de nivel înalt ce determină patternuri la nivelul unor domenii specifice. Literatură română din științele sociale furnizează exemple în acest sens (Rusu, 2008; Voicu, 2007; Voicu & Voicu, 2007). Plecând de la sursele amintite, sintetizăm în continuare principalele idei ce caracterizează dezbaterile despre modernizare culturală.

Pornim de la sensul material al modernizării, adică de la procesul de transformare a unei societăți din condiția să rurală și agrară într-una seculară, urbană și industrială. Pe măsură ce societățile se modernizează, individul devine din ce în ce mai important, înlocuind încetul cu încetul familia, comunitatea sau grupul ocupațional drept unitate de bază a societății.

Diviziunea muncii, caracteristică industrializării, se aplică de asemenea instituțiilor, care devin înalt specializate. În locul guvernării prin tradiție sau obiceiuri, societatea ajunge să fie guvernată

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

conform cu principii abstracte formulate în acest scop. Credințele religioase tradiționale adesea scad în importanță, iar trăsăturile culturale distinctive adesea se pierd.

În esență, teoria modernizării sugerează că tehnologia industrială avansată produce nu numai creștere economică în societățile în curs de dezvoltare, ci și alte schimbări structurale și culturale. Caracteristicile comune pe care aceste societăți tind să le dezvolte pe măsură ce devin moderne pot diferi de la o versiune a modernizării la altă, dar, în general, toate presupun că structurile instituționale și activitățile individuale devin din ce în ce mai specializate, mai diferențiate și mai integrate în forme sociale, politice și economice specifice societăților occidentale.

De exemplu, în domeniul social, societățile moderne sunt caracterizate prin niveluri înalte de urbanizare, de educație, de cercetare, de asistență sanitară, de secularizare, birocratizare etc. Relațiile de rudenie sunt mai slabe, iar sistemul conjugal de familie nucleară predomină. Ratele de natalitate și de mortalitate sunt mai scăzute, iar speranța de viață mai ridicată.

În domeniul politic, societatea devine mai participativă în procesele decizionale, iar instituțiile tipice includ sufragiul universal, partidele politice, un serviciu civil de funcționari publici și instituția parlamentară. Sursele tradiționale de autoritate sunt mai slabe pe măsură ce instituțiile birocratice își asumă responsabilitatea și puterea.

În domeniul economic, avem de-a face cu niveluri ridicate de industrializare, cu îmbunătățirea tehnică a producției, cu înlocuirea economiilor de schimb informal cu piețe monetare extinse, cu o diviziune din ce în ce mai pronunțată a muncii, cu dezvoltarea infrastructurii și a facilităților comerciale, și cu dezvoltarea economiilor de scală.

La nivel cultural, modernizarea, deja schițată până aici, constituie o desprindere de gândirea tradițională, care puna în centrul normelor sociale și a pattern-urilor de gândire câteva elemente cheie: explicația religioasă, importanța ierarhiilor, inegalitatea dintre femei și bărbați, viziunea normativă asupra oamenilor (oamenii sunt la fel și au nevoi identice). Tradiționalismul se manifestă prin favorizarea căilor

4. Metodologie

În cele ce urmează am optat pentru prezentarea mai întâi a situației de moment, folosind axele modernitate-tradiționalism și modernitate-postmodernitate drept cheie de citire a datelor din Barometru Starea Națiunii. Apoi ne concentrăm pe trei manifestări ale orientărilor de valoare pentru care dispunem de serii lungi de timp și care permit și comparațiile internaționale, și acoperirea unei sfere largi dintre domeniile vieții: mândria națională, religiozitatea și poziționarea politică. În final comentăm legătura rezultatelor cu dezvoltarea.

Caseta 1 prezintă sintetic baza de date de referință în acest raport – Barometru Stării Națiunii din octombrie 2016. Ei îi adăugăm date din cercetări similare realizate în 2014 și 2015. În partea secundă, inserăm comparații cu European Values Study și World Values Survey (a se vedea www.RomanianValues.ro pentru detalii).

Universul cercetării

Populația adultă neinstituționalizată a României

Volumul eșantionului

1371 persoane

Perioada de culegere a datelor

7 – 31 octombrie 2016

Tipul eșantionului

Eșantion stratificat bistadial cu selecție probabilistă a gospodăriilor (aleatoriu simplu) și a persoanelor (metoda “cea mai tânără persoană din gospodărie”)

Reprezentativitate

Eșantionul este reprezentativ pentru populația adultă neinstituționalizată a României

Metoda culegerii datelor

Interviuri telefonice (CATI, 1371)

Marja de eroare

Eroarea maximă de eșantionare, la un nivel de încredere de 95%, este de +/- 2.7%

Ponderarea datelor

Ponderare proporțională iterativă (Raking / Rim) pentru corectarea probabilităților inegale de selecție și pentru ajustarea ratelor neuniforme de non-răspuns. Criterii de ponderare: sex, vârstă, educație, etnie, ocupație, regiune, mărimea localității

Suma procentelor

Suma procentelor poate diferi uneori cu +/- 1 punct procentual față de 100% datorită rotunjirii fără virgulă a valorilor. În cazul întrebărilor cu răspuns multiplu, suma răspunsurilor poate fi semnificativ mai mare de 100% datorită caracterului cumulativ al prezentării datelor.

Caseta 1. Detaliile eșantionului folosit

5. Prezentarea datelor: România azi

5.1 O imagine de ansamblu asupra României azi

Începem inspectarea datelor culese prin Barometrul Stării Națiunii prin prezentarea câtorva atitudini legate de plasarea în spațiul cultural definit de polii numiți modernitate, tradiționalism și postmodernitate. Respondenții au avut de ales opțiunile preferate din mai multe seturi de afirmații binare. **Figura 1** prezintă o parte dintre ele. Toate opun expresia unor orientări valorice tradiționaliste cu unele de tip modern sau postmodern. În cazul tuturor identificăm o structură valorică preponderent tradiționalistă.

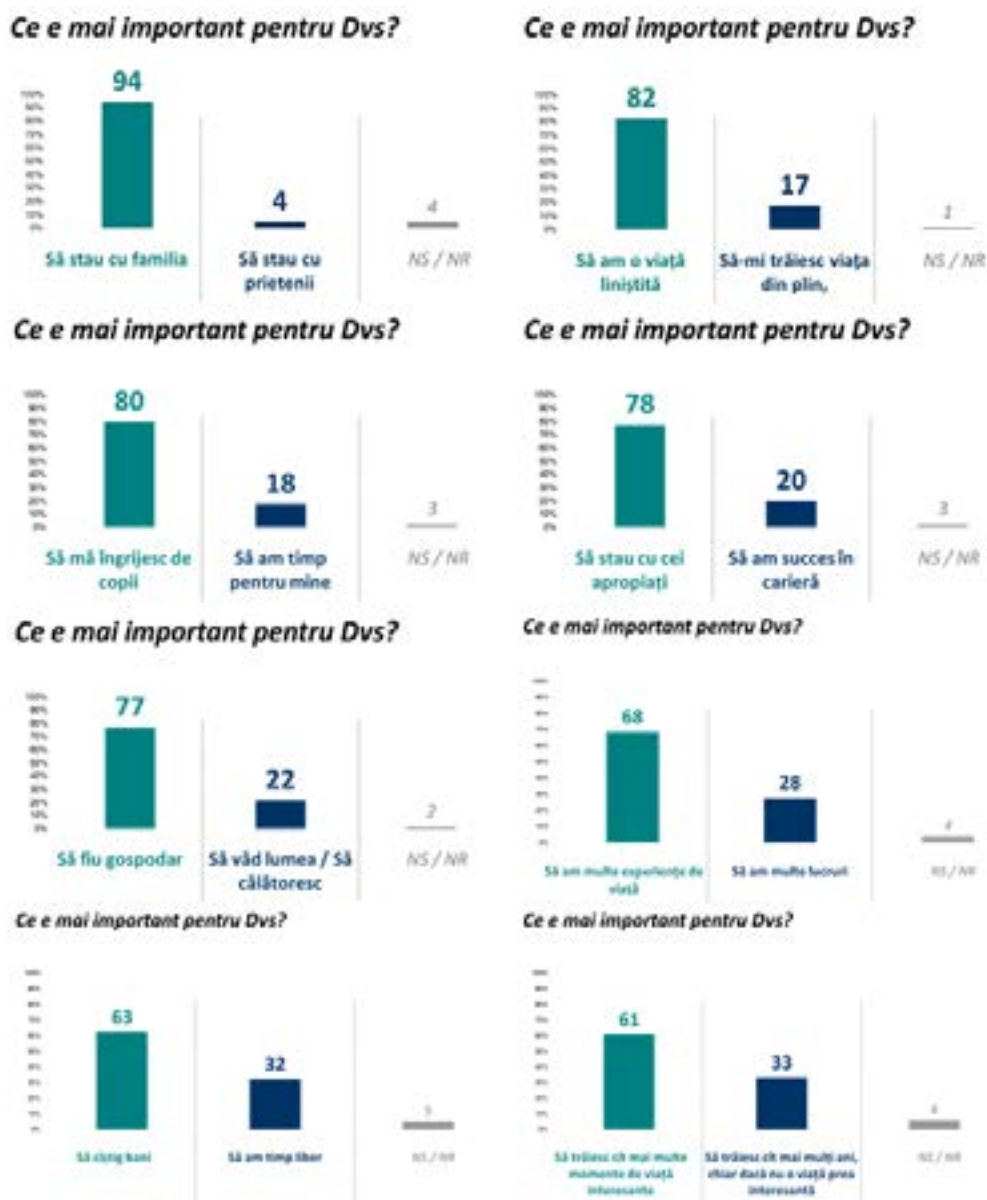


Figura 1. Orientări valorice legate de modernitate, tradiționalism și postmodernitate

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Fără îndoială, este posibil să avem de-a face și cu o doză de dezirabilitate socială, de diferență dintre declarații și comportament. Însă simpla poziționare a valorilor de tip tradițional în zona dezirabilității sociale, a posibilelor declarații de conveniență ne arată că aceste valori tradiționale poartă o încărcătură normativă, moralizatoare. Cel puțin la nivel declarativ asumarea valorilor tradiționaliste este puternică, fie pentru că simți că presiunea socială este la nivelul asumării acestora în public, fie pentru că pur și simplu definesc constelația ta valorică.

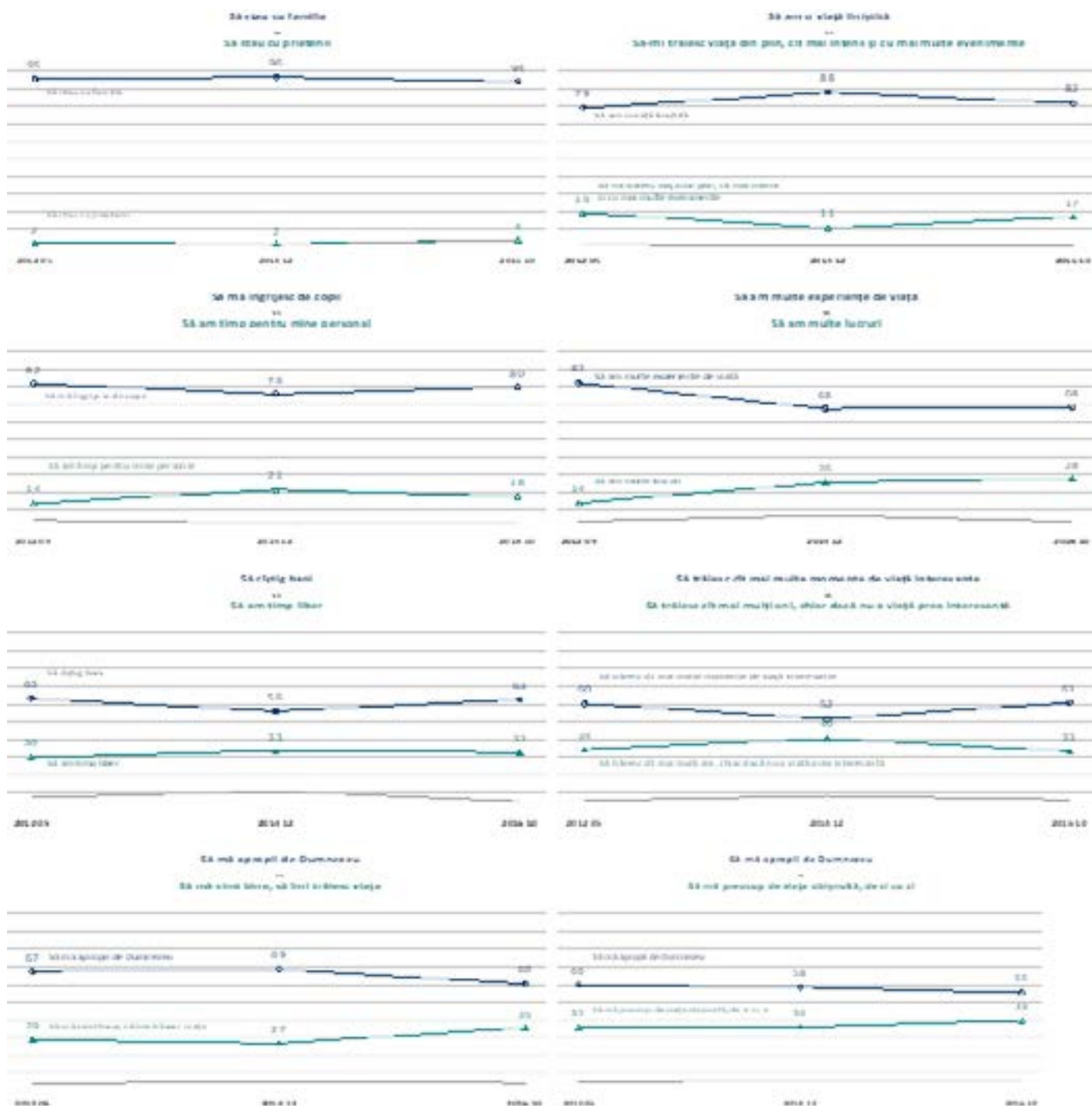
OPȚIUNEA A	%	sau	%	OPȚIUNEA B	NS/NR	DIFERENȚA
Să mă respecte lumea	98	sau	2	Să se teamă de mine	0	97
Să stau cu familia	94	sau	4	Să stau cu prietenii	4	90
Să am o viață liniștită	82	sau	17	Să-mi trăiesc viața din plin, cât mai intens și cu mai multe evenimente	1	65
Să mă îngrijesc de copii	80	sau	18	Să am timp pentru mine personal	3	62
Să stau cu cei apropiați	78	sau	20	Să am succes în carieră	3	58
Să fiu gospodar	77	sau	22	Să văd lumea / Să călătoresc	2	55
Să am multe experiențe de viață	68	sau	28	Să am multe lucruri	4	41
Să câștig bani	63	sau	32	Să am timp liber	5	30
Să trăiesc cât mai multe momente de viață interesante	61	sau	33	Să trăiesc cât mai mulți ani, chiar dacă nu o viață prea interesantă	6	27
Să mă apropii de Dumnezeu	60	sau	35	Să mă simt bine, să îmi trăiesc viața	4	25
Să mă îngrijesc de viitor	59	sau	40	Să trăiesc clipa de față	1	19
Să mă apropii de Dumnezeu	55	sau	39	Să mă preocup de viața obișnuită, de zi cu zi	5	16

„Diferența” este calculată în puncte procentuale.

Tabelul 1. Orientări valorice legate de modernitate, tradiționalism și postmodernitate

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

În consecință, chiar și în eventualitatea în care nu identificăm de fapt comportamente și constelații normative personale, atunci este foarte posibil ca de fapt distribuțiile prezentate să observe cel puțin normele sociale dominante (care generează comportamente de tip “spirală tăcerii” și) conformism social, ceea ce dacă nu e chiar același lucru cu a identifica valori tradiționaliste pentru fiecare respondent, certifică prezența unei culturi tradiționaliste la nivel societal.



Notă: Cifrele reprezintă ponderea alegerilor pentru cele două variante de răspuns din fiecare grafic. Liniile gri (cele cu procente mici și foarte mici) definesc refuzurile de a răspunde sau pe cei care nu s-au decis între cele două variante de răspuns. Sursa datelor: 2012 05 = „Valori” (cercetare sociologică CCSB); 2014 02 „Valori” (cercetare sociologică OR); 2016 10 SIPOCA 11 „Valori” (cercetare sociologică SNSPA)

Figura 2. Dinamica în timp a unor valori legate de polarizările tradiționalism-modernitate și modernitate-postmodernitate

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Tabelul 1 reia cifrele prezentate în **Figura 1** și le detaliază suplimentar, adăugând și alte perechi de afirmații între care respondenții au avut de ales. Imaginea de ansamblu schițată în debutul acestui capitol devine mai specifică: preferința accentuată pentru familie, pentru bunuri materiale (bani), pentru religie sunt parte a mixului tradiționalist. Pe axa modernitate-postmodernitate observăm respingerea dezvoltării personale ca scop, a timpului pentru sine, și atenția concentrată mai degrabă către viitor. Acestea denotă preferințe pentru poziționări mai degrabă moderne decât postmoderne. Există doi itemi unde opțiunea este în sens contrar orientărilor dominante: preferința de a experimenta viața față de a avea sau a trăi mult.

Analiza dinamicii răspunsurilor la astfel de întrebări pentru ultimii ani (**Figura 2**) relevă o remarcabilă stabilitate. De altfel, întreaga literatură despre valorile sociale explică stabilitatea culturilor (Voicu, 2010). În absența acestei stabilități, societățile s-ar destrăma, dat fiind că nu toți indivizii se schimbă simultan. În cazul expus în **Figura 2**, fluctuațiile sunt mici. Pe de altă parte datele acoperă un interval scurt de timp, oferind astfel doar o imagine de moment a stării societății. Discutăm trenduri de lungă durată în capitolul următor. Mai întâi însă ne concentrăm pe o altă serie de orientări valorice, de această dată mai pragmatic orientate din punct de vedere al vizibilității lor în planul designului de politici (**Tabelul 2**).

OPȚIUNEA A	%	sau	%	OPȚIUNEA B
Competiția este un lucru bun, îi ajută pe oameni să muncească mai mult și să dezvolte noi idei	87	sau	10	Competiția este un lucru rău, scoate la iveală ce e mai negativ în oameni
Bărbatul și femeia sunt egali în orice familie	80	sau	19	Este normal ca bărbatul să fie capul familiei
Nu ar trebui să existe pedeapsa cu moartea, cei care comit infracțiuni grave ar trebui pedepsiți la ani lungi de închisoare	76	sau	19	Cei care comit infracțiuni grave ar trebui pedepsiți cu moartea
Cei care învață mult vor avea succes în viață, indiferent de greutățile întâmpinate	76	sau	21	Nu contează atât de mult cartea, ai relații, ajungi departe
Oamenii cu carte se descurcă în viață mai bine decât alții	75	sau	22	Unde-i minte multă e și prostie multă
Oamenii se nasc egali de la natură, mai apoi intervin diferențele între ei, datorită condițiilor oferite de viață	75	sau	22	Din naștere, oamenii se nasc inegali
Cum îți așterni, așa dormi	74	sau	23	Ce ți-e scris, în frunte ți-e pus
Mai bine un loc de muncă prost plătit, dar sigur	70	sau	25	Mai bine un loc de muncă bine plătit, dar nesigur
Toți oamenii se nasc liberi	71	sau	27	Libertatea ți-o câștigi pe parcursul vieții

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

OPȚIUNEA A	%	sau	%	OPȚIUNEA B
Există miracole, fenomene ce nu pot fi explicate de știință	66	sau	28	Toate lucrurile pe lumea asta pot fi explicate de știință
Statul trebuie să facă tot posibilul să asigure locuri de muncă pentru toți cei care vor să muncească	64	sau	35	Cei care vor să muncească trebuie să-și caute singuri loc de muncă, e responsabilitatea lor. Statul nu are de ce să le asigure acestora locuri de muncă
E mai bine să încerci să controlezi întotdeauna tot ce ți se întâmplă în viață, chiar dacă e nevoie de mai mult efort pentru asta	62	sau	36	E mai bine uneori să lași lucrurile să se întâmple în voia lor, chiar dacă acestea pot să iasă altfel decât cum îți dorești
Protecția mediului ar trebui să aibă prioritate, chiar dacă încetinește creșterea economică și duce la pierderea unor locuri de muncă	57	sau	37	Creșterea economică și crearea de locuri de muncă trebuie să fie principala prioritate, chiar dacă mediul suferă într-o anumită măsură
Fiecare individ ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru propria bunăstare	55	sau	42	Statul ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru bunăstarea fiecăruia
Libertatea este mai importantă, în sensul că fiecare să poată trăi liber și să se poată afirma fără restricție, chiar dacă asta duce la inegalitate între oameni	51	sau	44	Egalitatea este mai importantă, în sensul că nimeni nu trebuie privilegiat, iar diferențele dintre clasele sociale să nu fie prea mari, chiar dacă asta duce la unele îngrădiri ale libertății
Religia în școală să fie o materie opțională	52	sau	46	Religia în școală să fie o materie obligatorie
Mai bine să ai o prăjitură chiar acum	48	sau	44	Mai bine să ai două prăjituri, dar mai târziu

*Diferențele până la 100% sunt date de cei indecși.

Tabelul 2. Alegeri binare între atitudini ce corespund unor orientări de valoare mai instrumentale

O parte dintre alegerile prezentate sumar în **Tabelul 2** trimit în mod explicit către modernitate culturală: egalitatea de gen, respingerea pedepsei cu moartea, opțiunea pentru libertatea înăscută, convingere că se poate avea control asupra vieții se numără printre ele. Altele sunt mai degrabă caracteristice tradiționalismului: accentul pe competiție și o redistribuire limitată, siguranța locului de muncă etc. preferința pentru protecția mediului trimite către valorile postmoderne, dar opțiunea de a acumula pentru viitor constituie o respingere a postmodernității.

Cu alte cuvinte, avem o Românie culturală prinsă în tranziția de la tradiționalism către modernitate, cu elemente de trecere și către postmodernitate. Înainte de a vedea cum se poziționează societatea în devenirea ei postdecembristă și în comparație cu alte țări, să alocăm un scurt spațiu pentru a observa cum este România din punct de vedere al mândriei naționale, religiozității și poziționărilor politice, în cifrele Barometrului Stării Națiunii.

5.2 Mândria de a fi român

Marea majoritate a românilor (86%) sunt mândri că sunt români. Doar 13% declară explicit că nu sunt mândri de cetățenia lor. Dincolo de dezirabilitatea socială a acestei întrebări, ponderea mare a răspunsurilor pozitive denotă un rezervor de capital simbolic ce poate fi canalizat spre reconstrucția / revigorarea socială a țării.

5.3 Religiozitatea

Pentru marea majoritate a locuitorilor României (91%), religia păstrează un loc foarte important în viața lor. Aproape jumătate din români (49%) asumă o abordare tradițională a dumnezeirii: “Există un Dumnezeu întrupat într-o ființă”. Altă jumătate din români (42%) au o abordare ușor modificată, dezîntrupată a religiozității: “Există un spirit sau o forță a vieții”. Doar 4% dintre români consideră că nu există un spirit, Dumnezeu sau o forță a vieții.

5.4 Autoidentificări. Stânga vs Dreapta

Una dintre întrebările clasice din sondajele de opinie de oriunde caută să diferențieze poziționările pe axa stânga-dreapta: „Când vine vorba de politică, se vorbește despre “stînga” și “dreapta”. Pe o scală de la 1 la 10, unde 1 înseamnă “stînga”, iar 10 înseamnă “dreapta”, unde considerați că vă situați?” Răspunsurile din Barometrul Stării Națiunii au fost: Stânga (1...4) 25%, Centru (5...6) 22%, Dreapta (7...10) 20%, Indeciși 33%. Identificăm o structură valorică ideologică / politică relativ echilibrată, cu o treime de români care nu-și identifică nici o afiliere pe scara ideologică stânga dreapta, iar celelalte două treimi împărțite aproximativ egal în stânga (25%), centru (22%), dreapta (20%). Identificăm o ușoară prevalență a ponderii celor de stânga în populație.

6. Prezentarea datelor: Schimbări pe termen lung. Comparația cu alte țări

Pentru structurarea perspectivei comparate utilizăm date din varii sondaje internaționale, menționate și citate ca atare la momentul utilizării lor în text. Ne focalizăm pe trei teme esențiale: mândria națională, credința religioasă și poziționarea pe axa stânga-dreapta. Am căutat să aducem în prim plan acele sondaje care includ și România între țările unde au fost culese date și care permit comparația cu Barometrul „Starea Națiunii”. Uneori datele acoperă în mod compact perioada 1993-2016. Alteori ele se opresc la începutul anilor 2010. Indiferent de situație, Barometrul „Starea Națiunii” vine să completeze seria de date, arătând evoluția curentă a României.

Pentru fiecare dintre cele trei domenii aduse în prim plan (mândria națională, credința religioasă și poziționarea stânga-dreapta) argumentăm mai întâi despre legătura cu dezvoltarea, apoi prezentăm datele comparative din anii anteriori, discutăm trendurile, iar la final analizăm diferențele observate între diferite grupuri sociale, conform datelor Barometrului Stării Națiunii. Pentru cursivitatea textului, am evitat să includem analize detaliate, precizând doar în notele de subsol modul în care am construit concluziile respective.

6.1 Mândria națională. O perspectivă comparată și diferențieri interne

Mândria națională este un lucru important, esențial pentru existența unei țări. Așa au învățat la școală, generații întregi și astfel încă se învață în multe locuri din lume. Constituirea și apoi funcționarea statelor națiune a avut nevoie de la un punct încolo de un filon identitar comun, puternic, care să justifice și garanteze existența statului ca formă de organizare societală. Fără a constitui o expresie a naționalismului, mândria națională este astfel la intersecția dintre civism și naționalism (Hjerm, 1998: 342-343).

Fundamentarea existenței statului pur emoțional, pe mândrie națională, era caracteristică unei epoci anterioare acceptării largi a explicației raționale a funcționării statului – ca instrument de redistribuire, a treia formă importantă a schimbului social – după cum a explicat Polanyi în prima parte a secolului al douăzecilea. Statul preia impozite și taxe, varii contribuții de la cetățeni și asigură redistribuirea lor fie indirect, prin crearea bunului comun – șosele, poliție, justiție etc., fie direct prin alocări dedicate, precum ajutoarele sociale sau indemnizațiile pentru copii.

Dar până la a avea o populație suficient de educată pentru a înțelege care este rolul statelor, era nevoie de acel liant care să facă indivizii să contribuie la acest schimb sociale (generalizat) presupus de către redistribuire și care să adere la direcția comună de dezvoltare pe care o aduce organizarea statală. Una dintre motivații putea fi forța. A doua, aderarea la valori comune, la o identitate asumată.

Astfel s-a construit mândria națională, ca element fundamental al mixului valorilor sociale. Mândria națională nu este înăscută, ca orice valoare socială ea se învață prin socializare, și nu este direct observabilă. Nu poți spune că un individ oarecare are un kilogram sau un kilometru de mândrie națională. Poți însă să îi observi comportamentele și atitudinile și să stabilești în ce măsură ele sunt determinate de orientări latente (lăuntrice) care conduc spre mai multă sau mai puțină mândrie națională.

Dar acesta este modul de acțiune al oricărei valori personale, inclusiv ale celor internalizate prin socializare, adică prin expunerea la comportamentele și atitudinile observate în societate sau în grupurile de apartenență și referință: valorile sociale.

Învățarea mândriei naționale este element cheie mai ales în societățile tradiționale și constituie o axă esențială a tradiționalismului cultural. Modernitatea relaxează ușor afirmarea identității naționale, în timp ce modernitatea târzie sau postmodernitatea pune în prim lan individul și exprimarea personalității acestuia.

Cu alte cuvinte, pentru omul postmodern, este mai important modul în care construiește identitatea astfel încât să exprime interesele sale multiple și pluridimensionale, decât să exprime apartenența la o națiune. Fluorescența identităților regionale, ale celor de grup este importantă și lasă în umbră, fără a submina însă, mândria națională.

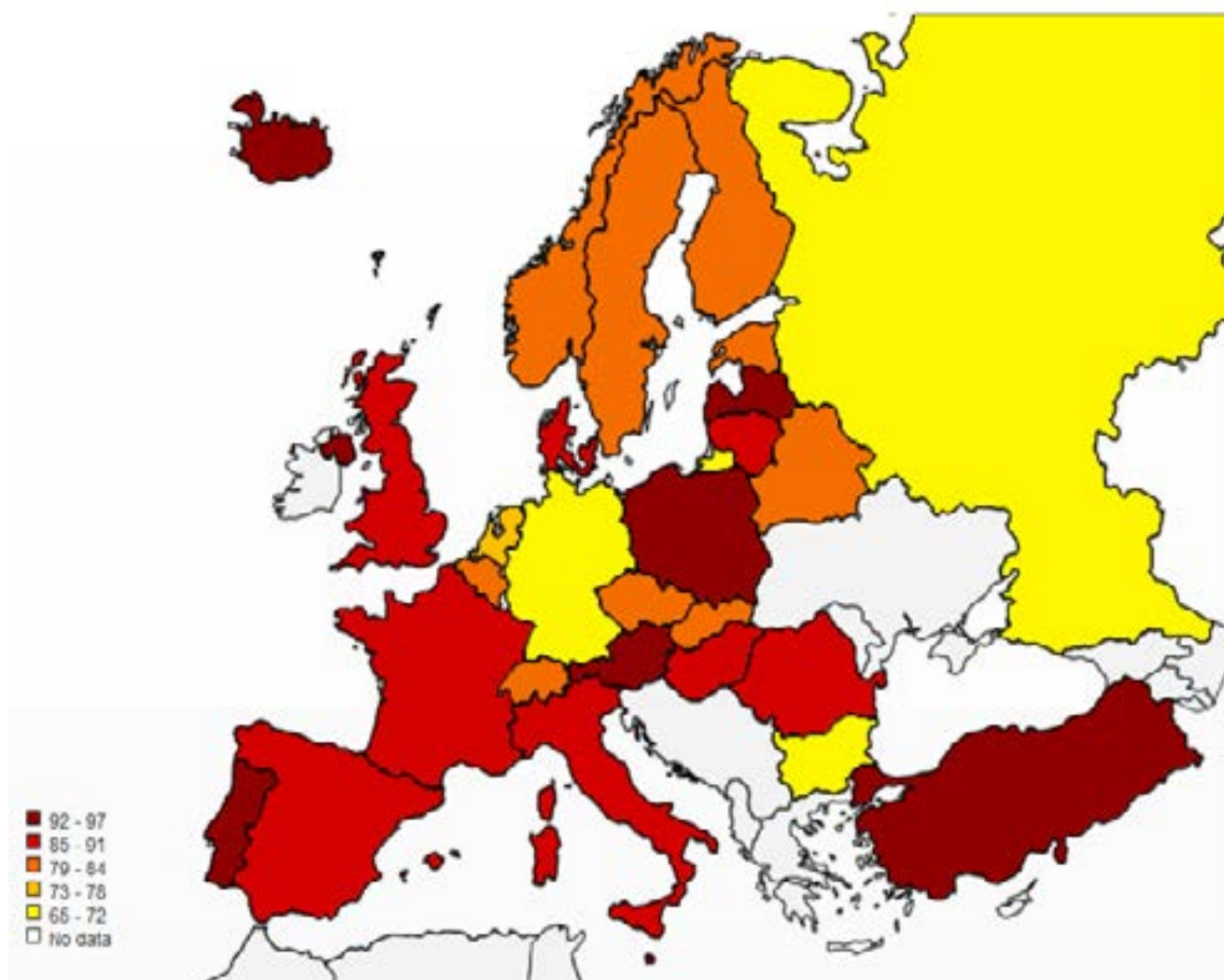
Ceea ce se petrece însă este un fenomen de schimbare a felului în care societatea gândește. De la a pune preț pe normativism, pe a defini apartenența națională prin caracteristici clare,

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

tipice, precum arianismul, mult mai importantă este prezența și participarea la viața societății. Manualele școlare se schimbă. Patria nu mai este la fel de frecvent prezentă în abecedare, accentul căzând pe lucruri mai apropiate de nevoile individului.

Fără îndoială, modele diferite de țara vor coexista, de la exemple extreme, precum Coreea de Nord, unde mândria națională este exacerbată, la țări precum Germania, unde aceasta este mai tăcută.

Mândria națională nu poate exista în gol. O țară cu o economie mergând într-o direcție fără de speranțe va tinde să aibă o mândrie națională redusă. Șomajul mare, inflația galopantă și salariile mici pun sub semnul întrebării eficiența statului. Tot ele însă contribuie la revenirea spre valori mai tradiționale, așa cum au arătat Inglehart și Baker în 2000, spre modele în care afirmarea identității naționale (și implicit a mândriei de a aparține națiunii) cunoaște o revenire, ca reacție la incertitudinea materială experimentată de societate. Este momentul când societatea este tentată să încerce modele de dezvoltare tradiționaliste și de a renunța la dezvoltarea axată pe patternuri ale modernității târzii.



Sursa: date ale European Values Study/World Values Survey din 1990-1993, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=256&year=1990&country=>

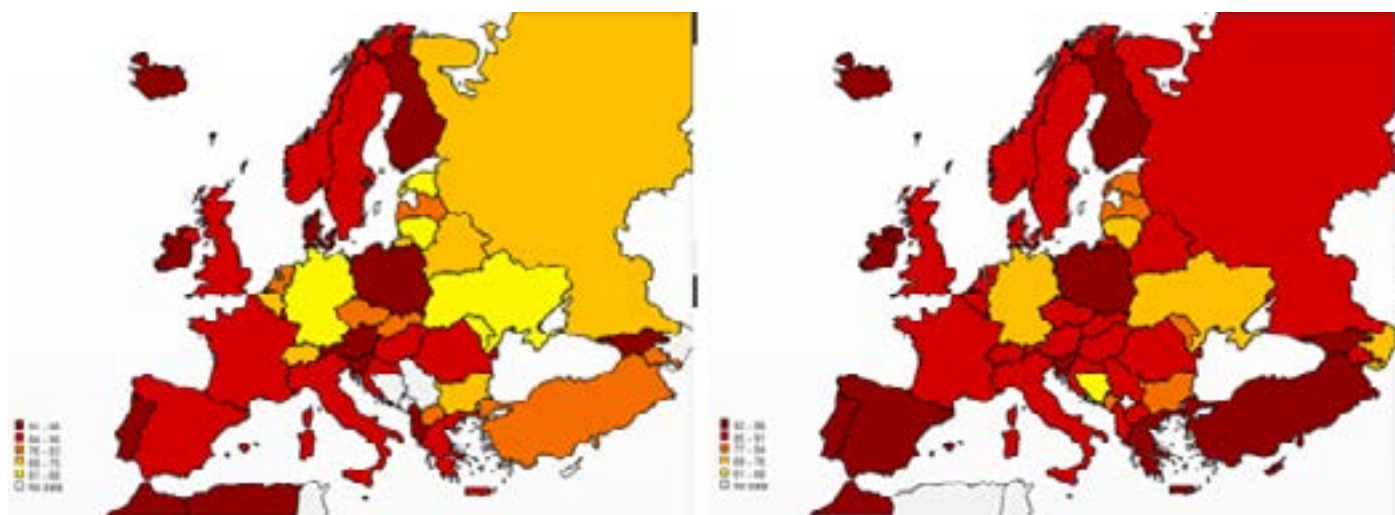
Figura 3. Ponderea celor care se declarau la începutul anilor 1990 foarte mândri sau destul de mândri de țara lor

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Analiza comparativă poate începe foarte bine cu datele valului comun al sondajelor European Values Study – World Values Survey de la începutul anilor 1990. La momentul respectiv, cercetările cu pricina au acoperit cu eșantioane reprezentative național cea mai mare parte a Europei. În acel moment important istoric, venit imediat după căderea Cortinei de Fier, majoritatea statelor europene aveau o mândrie națională ridicată. România (cu 87% dintre cei intervievați declarându-se mândri sau foarte mândri de țara lor) nu făcea excepție.

Foarte redusă era mândria națională în Germania (socializarea postbelică este decisivă în acest sens) și în Rusia (unde degingolada Uniunii Sovietice lăsase urme adânci; de altfel mândria națională era chestionabilă în toate fostele republici sovietice).

Nouă ani mai târziu, în 1999-2000, sondajul amintit acoperea un număr și mai mare de țări (**Figura 4, stânga**), și permitea observarea în linii mari a aceleași configurații europene. La finele anilor 2000, recesiunea economică readuce mândria națională la nivele ridicate în majoritatea țărilor. România continuă să se afle în eșalonul fruntaș din acest punct de vedere, dar distanța față de țările cu mândrie națională mai scăzută se reduce.

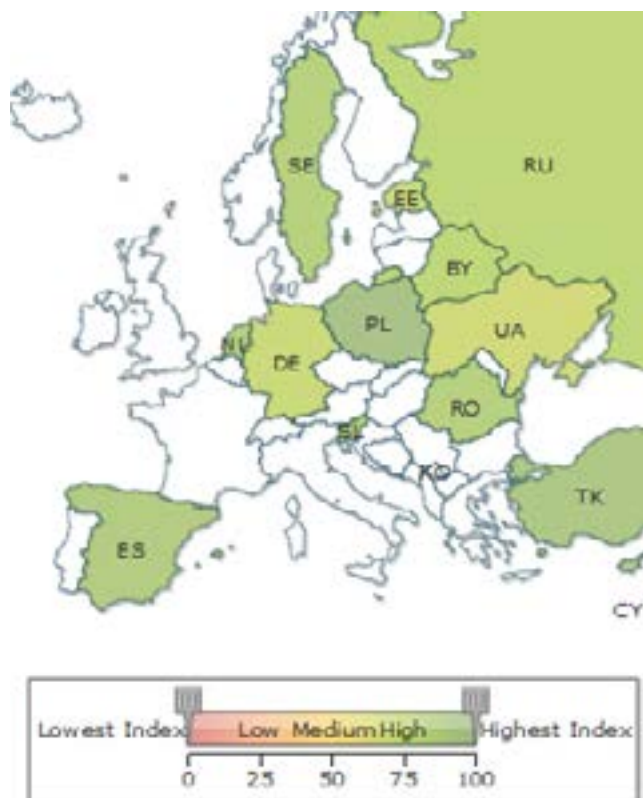


Sursa: date ale European Values Study/World Values Survey din 1999-2000 și European Values Study din 2008-2009, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=256&year=1999&country=>

Figura 4. Ponderea celor care se declarau la sfârșitul anilor 1990 (stânga) și la finalul anilor 2000 (dreapta) foarte mândri sau destul de mândri de țara lor

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

La finalul crizei economice, datele World Values Survey (**Figura 5**), ce e drept incluzând mai puține țări europene, continuau să arate România cu o mândrie națională destul de ridicată în comparație cu țările din jur (doar Polonia are o mândrie națională semnificativ mai ridicată decât România). Să notăm și similitudinea mediei eșantionului românesc cu cele din SUA, America Latină (mai puțin Brazilia) sau țările arabe din Africa de Nord (mai puțin Egipt, cu valori mult mai ridicate).



Sursa: date ale World Values Survey din 2010-2012, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.worldvaluessurvey.org/WVSONline.jsp>

Figura 5. Ponderea celor care se declarau la începutul anilor 2010 foarte mândri sau destul de mândri de țara lor

Datele culese în octombrie 2016 prin Barometrul Starea Națiunii permit analiza aprofundată a diferențelor ce pot apărea în interiorul populației României. Ținând sub control diferențele de parcurs individual sau date de caracteristicile localității¹, cei 86% care afirmă o mândrie națională ridicată sau foarte ridicată sunt însă distribuiți în mod egal în funcție de statusul lor pe varii dimensiuni, cu doar trei excepții.

Pe de o parte este vorba de doi indicatori ai situației personale care diferențiază în ce privește mândria națională. În primul rând, cu cât satisfacția cu viața este mai puternică, cu atât mândria națională este mai puternică. Asocierea este una ușor neașteptată, o satisfacție cu viața mai puternică fiind de regulă apanajul celor mai puțin tradiționaliști. În al doilea rând, este vorba de statusul de pensionar. Spre deosebire de orice altă categorie ocupațională, pensionarii arată o mândrie națională mai ridicată. Observația concordă cu discuția de mai sus privind revenirea la valori tradiționaliste în momentele de nesiguranță materială, așa cum sunt cele ce însoțesc pensionare, în România. Este însă și vorba despre socializarea primară într-o cultură în care mândria națională era încă și mai importantă, fiind promovată ca sentiment patriotic atât de nevoile de legitimare ale comunismului românesc, cât și de lipsurile postbelice.

¹ Prin regresia multiplă, estimată folosind erori standard robuste. O verificare suplimentară s-a realizat cu modele ordered logit. Rezultatele comentate în continuare au rămas însă neschimbate.

În al treilea rând, este vorba de un indicator al resurselor personale, mai exact de capital uman: educația mai ridicată scade mândria națională. Efectul este cel observat peste tot în lume (Smith & Kim, 2006). Cei mai educați înțeleg de regulă mai bine modul în care funcționează societatea și nu au nevoie de o afirmare identitară pentru a găsi mecanisme de legitimare a organizării societale. Pe de altă parte, să nu uităm nici faptul că România este una dintre țările europene în care cei cu studii superioare au o pondere relativ redusă în rândul populației active.

Restul caracteristicilor pe care le-am luat în calcul nu conduc la diferențe între români în ce privește mândria națională. Nu apar discrepanțe între bărbați și femei, induse de evaluarea situației economice personale, de tipul localității, de zona geografică, de religiozitate.

România se înfățișează mai degrabă ca o societate în care doar educația, a fi pensionar și satisfacția cu viața produc diferențe sau sunt asociate cu modificări în nivelul mândriei naționale. Cum educația este mai redusă decât în alte țări europene, la nivelul societății ea conduce la creșterea mândriei naționale. Efectul este compensat de cel al satisfacției cu viața, care este și ea determinată cultural, și fiind mai scăzută decât în alte țări europene, face ca mândria națională să fie mai redusă.

Prin urmare, avem o Românie care și-a menținut relativ constant în timp poziția în raport cu alte țări europene, mai mândră de propria sa existență decât majoritatea vecinilor, ceea ce este concordant cu modernitatea sa culturală mai redusă. Iar această Românie este suficient de omogenă intern încât să nu observăm nici măcar discrepanțe regionale însemnate².

6.2 Religiozitatea. Comparații cu restul Europei și asocierea cu alte caracteristici ale indivizilor

S-a întâmplat ca un student să îmi explice recent că avortul era interzis pe vremea comunismului din motive religioase. Afirmatia poate stârni zâmbete: comunismul este o ideologie care în mod oficial este ateistă, iar motivația interzicerii avortului și inaccesibilitatea contracepției pe vremea regimului Ceaușescu deriva din politica pronatalistă agresivă.

Cele două pot avea însă o cauză comună: tradiționalismul accentuat al societății. Politica pronatalistă era derivată din obsesia de avea o țară cu câți mai mulți locuitori, sau mai degrabă oșteni, cum îi plăcea dictatorului comunist să își caracterizeze supușii. Aceștia putea fi exploatați pentru a avea cea mai mare producție de oțel per capita, fără a ține cont de nevoia de oțel sau de calitatea acestuia, pentru a aduce osanale cârmuitorului și, în ultimă instanță, pentru a-l apăra pe acesta, la propriu. Toate sunt reflexe ale unei structuri culturale autoritare, tradiționaliste, centrate în jurul ideii că indivizii contează mai puțin decât societatea.

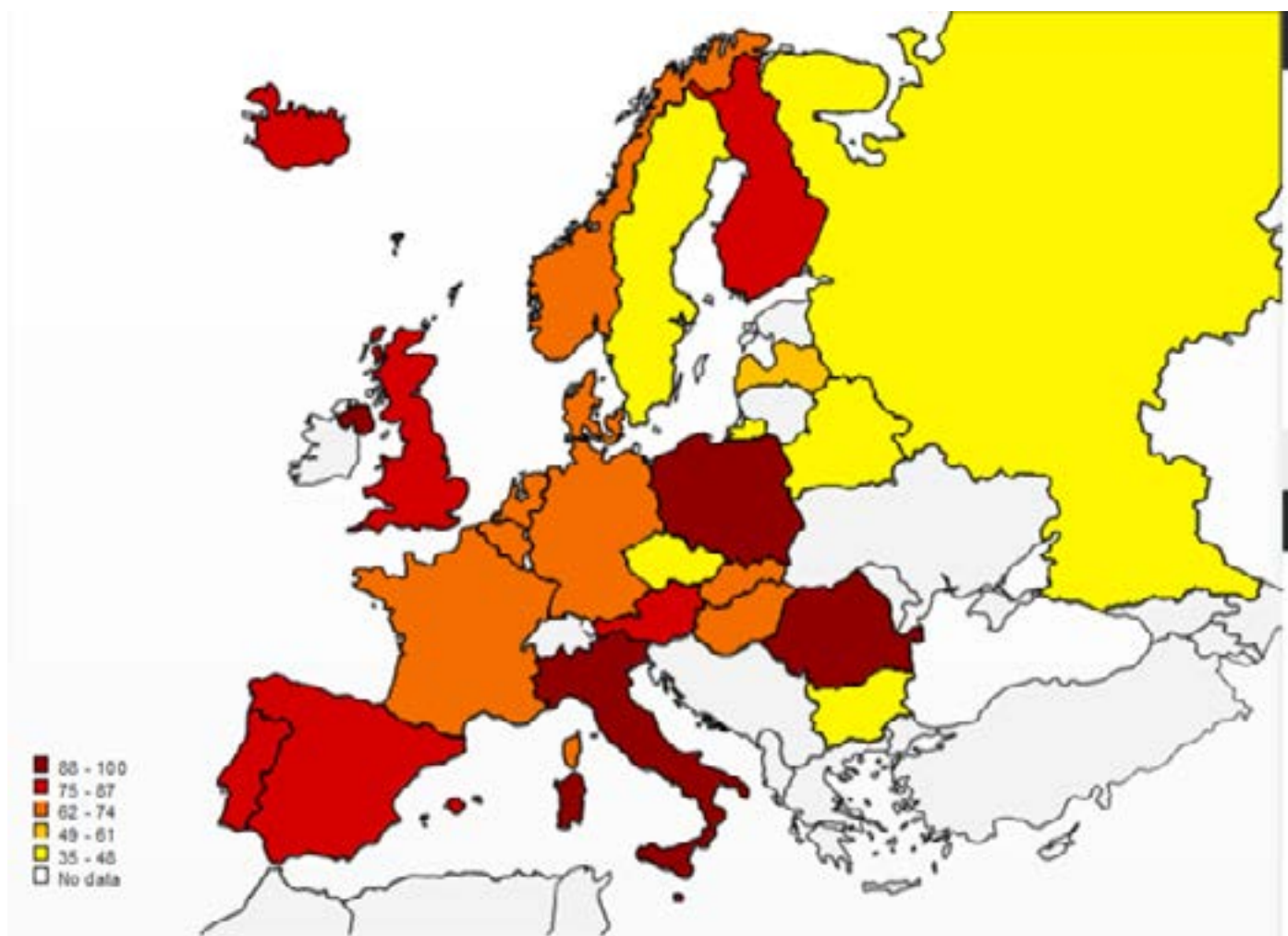
La rândul său religiozitatea este și ea de natură tradiționalistă, prin valența de a explica lumea și viața prin intervenție divină, nu rațional. Mai mult, expresia organizată a religiozității, Biserica, fusese tolerată în România comunistă, în mult mai mare măsură decât în alte țări foste comuniste. Exceptând Biserica Greco-Catolică, înglobată în Biserica Ortodoxă, toleranța față de religie avea să meargă până la accepta funeralii religioase publice pentru rude ale unor demnitari de rang superior, precum primul ministru. Iar Biserica avea să caute o coabitare cu regimul, reprodusă și prin ruga pentru pacea Tovarășului Nicolae Ceaușescu, cu care începea în principiu slujba de duminică.

² Aceste diferențe sunt testate prin tipul de analiză pe care l-am realizat. A se vedea și nota precedentă.

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Rezultatul avea să fie vizibil la începutul perioadei postdecembriste. Valul 1990-1993 al European Values Study / World Values Survey avea să plaseze România în rândul țărilor cele mai religioase din Europa. Practic toți românii credeau în existența unui Dumnezeu, doar în Polonia, Italia și Irlanda de Nord cifrele fiind comparabile. Figura 6 ilustrează acest lucru.

În fapt cifrele nu erau surprinzătoare și derivau din mai multe surse. Timp de 45 de ani societatea românească trăise într-un fel de lume înghețată, dominată de filme despre război și lupta de clasă, destul de departe de progresul tehnicii, progres de care începuse să se desprindă aproape complet în anii 1970. Contactele cu Vestul, care se moderniza cultural, erau reduse. Contactele populației cu Estul oficial ateist erau și ele relativ inexistente. Biserica își conservase existența. Accesul la educație, principalul inamic al religiei, era generalizat în ce privește alfabetizarea, dar extrem de mic în ce privește studiile superioare. Mai mult, românii își satisfăceau cu greu nevoile de bază, având puține motive să creadă că se bazează pe o bunăstare materială ce le-ar fi permis incertitudinea axiologică de a interoga natura divină a vieții.



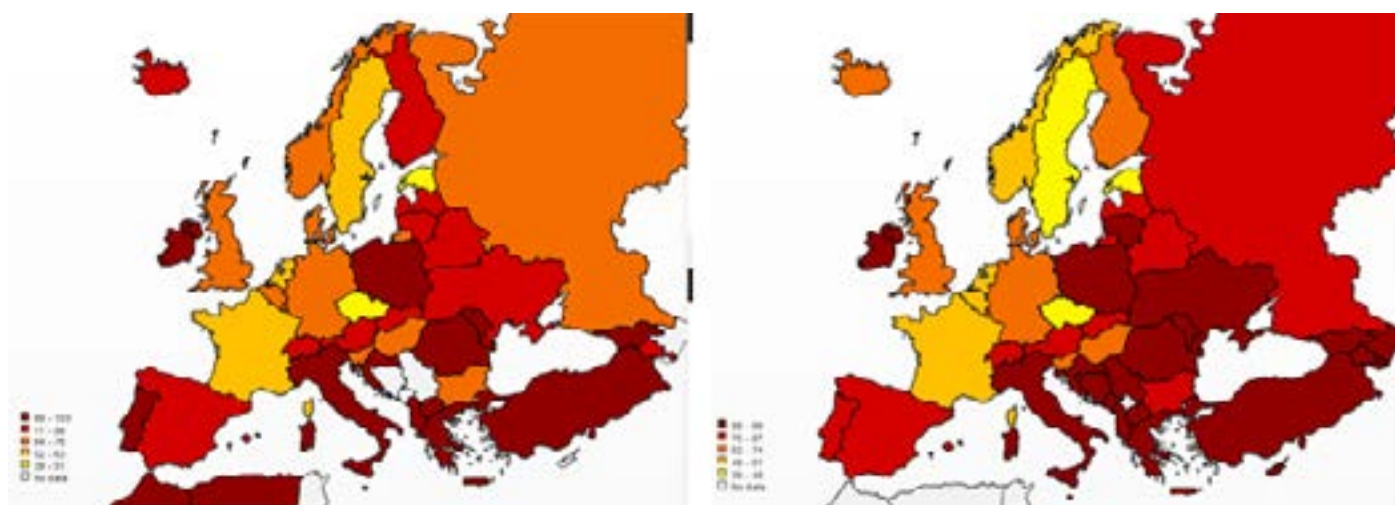
Sursa: date ale European Values Study/World Values Survey din 1990-1993, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=119&year=1990>

Figura 6. Procentul celor ce credeau în Dumnezeu la începutul anilor 1990

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Anii 1990 au adus revenirea religiei în școli, ca materie obligatorie de facto. Recesiunea economică, inflația galopantă și apariția oficială a șomajului și sărăciei (acestea existau și înainte de 1990, dar nu erau recunoscute oficial) creaseră deja condițiile unei creșteri a religiozității.

Decade succesive permit confirmarea poziției României ca promotor al credinței religioase în Europa (**Figura 7**). Construcția Catedralei Mântuirii Neamului, preponderența amendamentelor la legea bugetului legate de construcția, extinderea sau renovarea de biserici după primele alegeri uninominale pentru Parlament, sunt indicatorii vizibili ai acestor orientări valorice extrem de răspândite în populație. Recesiunea economică mondială din a doua parte a anilor 2000 aduce creșteri ale religiozității în mai toate țările europene, dar România își menține poziția fruntașă.



Sursa: date ale European Values Study/World Values Survey din 1999-2000 și European Values Study din 2008-2009, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=119&year=1999&country=>

Figura 7. Ponderea celor care se declarau la sfârșitul anilor 1990 (stânga) și la finalul anilor 2000 (dreapta) credința în Dumnezeu

Investigarea datelor Barometrului Starea Națiunii din octombrie 2016 permite observarea posibilelor diferențe în interiorul României, să indice ce grupuri tind a fi mai religioase. Barometrul caută să afle câți cred că ar exista un Dumnezeu (fie el întrupat într-o ființă, fie ca spirit) și câți nu cred acest lucru. Contrastând pe cei care cred cu cei care nu cred, putem căuta să vedem care sunt acele caracteristici ale indivizilor asociate mai frecvent cu una dintre cele două poziționări.

Rezultatele acestui demers³ nu relevă nicio diferență indusă de nivelul de trai, avere, etnie, și nici măcar de educație. Mai mult, spre deosebire de ceea ce se petrece în mai toate țările europene, unde noile generații sunt mai seculare decât cele ce au devenit adulte de mai mult timp, în România nu mai apar diferențe de vârstă. Doar genul are o influență⁴, femeile fiind mai religioase decât bărbații. Din punct de vedere regional, regiunea săracă din Nord-Est se dovedește mai religioasă decât zona Bucureștiului și zona de Sud-Est. Altfel însă nu sunt diferențe majore între zonele geografice.

³A fost utilizat un model logit, cu estimarea robustă a erorilor standard.

⁴Seminificativă la $p < .05$.

6.3 Poziționarea politică spre stânga sau dreapta. Comparații cu restul Europei și asocierea cu alte caracteristici ale indivizilor

Adesea, a discuta în România despre ideologii și poziționare politică stârnește o reacție de respingere. Ți se explică despre cum ideologia și programele partidelor nu contează și cum oamenii votează după interese mai mult sau mai puțin trecătoare. Cu toate acestea, o lume întreagă continuă să discute despre stânga și dreapta ca despre una dintre axele politice fundamentale ce determină modul în care dezvoltarea societății este orientată de către cetățeni⁵. Relevanța este una incontestabilă, fiind argumentată practic în orice context național.

Recent, în alegerile anticipate din Marea Britanie din primăvara lui 2017, dezbaterile electorale s-a mutat din spre Brexit, practic ignorat ca temă de campanie, către preferințele de redistribuire. Opțiunile pentru politica de stânga sau de dreapta au fost atât de puternice, încât au condus la modificări ale intențiilor de vot și voturilor finale exprimate, conducând la un rezultat sub așteptările premierului Theresa May, cea care declanșase alegerile.

În contextul românesc, există suficiente date care să probeze asocieri similare, cu intenții de vot exprimate pur ideologic și cetățeni preocupați de o direcție politică consistentă. Tot acest mix se transpune în opțiuni pentru varii politici sociale și publice, și prin influențarea agendei publice, orientând dezvoltarea spre stânga sau dreapta în funcție de direcția dominantă.

Mai mult decât atât, una dintre rarele predicții confirmate în științele sociale este translatarea spre stânga a modului de vot și a modului de dezvoltare societal. Predicția, realizată de Ronald Inglehart la începutul anilor 1970, s-a dovedit validă fiind confirmată de trendul ultimilor patru decenii. Ea se bazează pe schimbarea valorică a lumii, cu orientarea mai pronunțată spre de-normalizare, afirmarea interesului individului în fața celor de grup, preocupare pentru satisfacerea nevoilor superioare, incluzând autoexprimarea și dezvoltarea personală.

Implicația celor câteva fapte relatate sumar mai sus este simplă: a putea spune în ce direcție merg preferințele ideologice majore ale populației poate constitui un element de cunoaștere esențial pentru a înțelege încotro se îndreaptă întreaga societate.

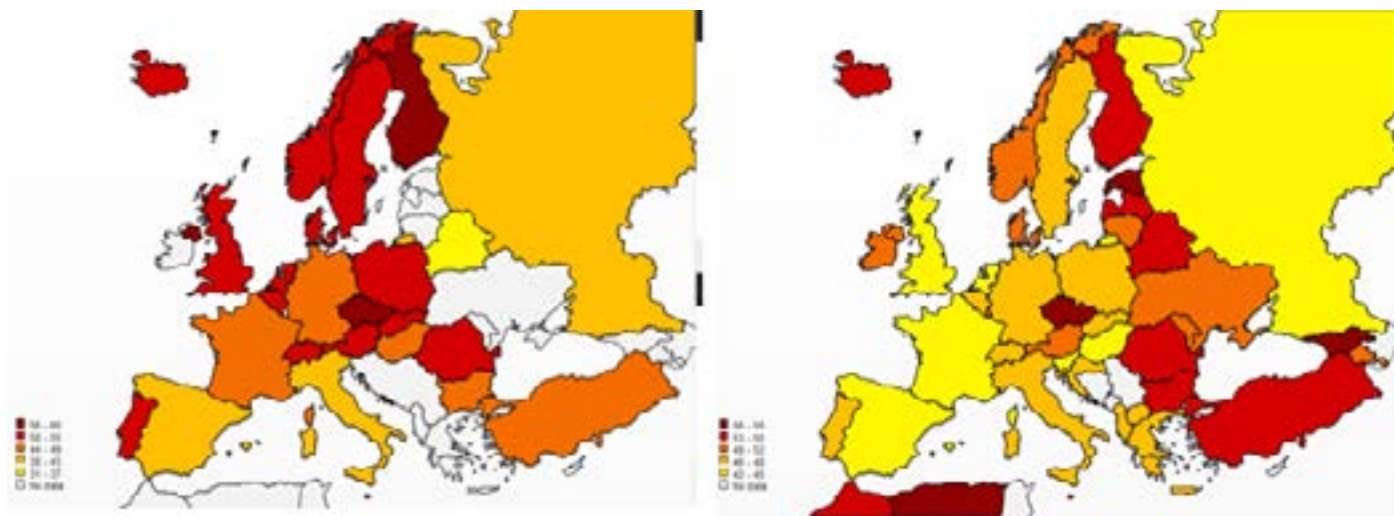
În acest context, comparația orientării medii a populației României spre stânga sau dreapta este relevantă, mai ales că ea poate fi observată la diferite momente istorice. Datele comparative sunt mai bogate în acest sens, mai ales pentru anii 2000 și 2010 când Eurobarometrele⁶ documentează orientarea spre stânga sau dreapta și în România. Pentru întreaga perioadă postcomunistă dispunem însă de datele provenite din sondajele valorilor.

Valul 1990-1993 al European Values Study / World Values Survey avea să plaseze românii spre partea dreaptă a spectrului politic. Așa cum indică **Figura 8**, așa aveau să stea lucrurile în anii 1990 și la începutul anilor 2000. Stânga și dreapta sunt însă relative la contextul național și indică în bună măsură preferința pentru politici și organizare socială mai degrabă „mai spre” stânga sau „mai spre” dreapta decât cele curente. O ilustrează poziționarea spre dreapta a Scandinaviei, care poate fi citită în această cheie de lectură.

⁵Dezbaterile contemporane mai adaugă o axă esențială: populism vs. establishment.

⁶o serie de sondaje inițiată de Comisia Europeană la începutul anilor 1970 și care are 3-6 valuri anuale, constituind în prezent, cu eșantioane reprezentative în fiecare val la nivelul fiecărei țări membră UE.

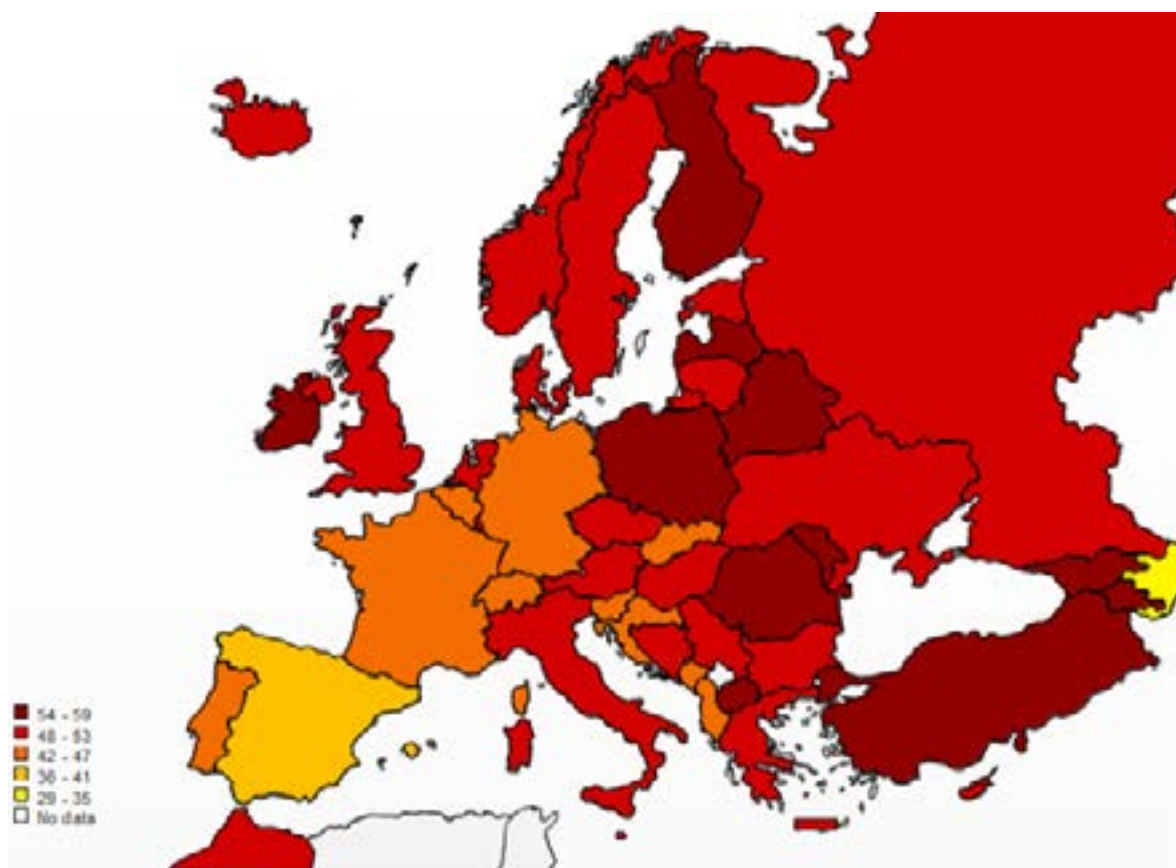
BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL



Sursa: date ale European Values Study/World Values Survey din 1990-1993 și 1999-2000, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=193&year=1999&country=>

Figura 8. Orientarea spre stânga (0 – culoarea galbenă) sau dreapta (100 – culoarea roșie) în anii 1990 la început (harta din stânga) și final (harta din dreapta)

Finalul anilor 2000 aduce momentele din timpul crizei economice, cu preferința mai accentuată pentru politici minimaliste, de dreapta. Românii continuă să se afle printre europenii ce își doresc politici mai spre dreapta, dar diferențele față de poziționarea la centru practic nu există. (Figura 9)

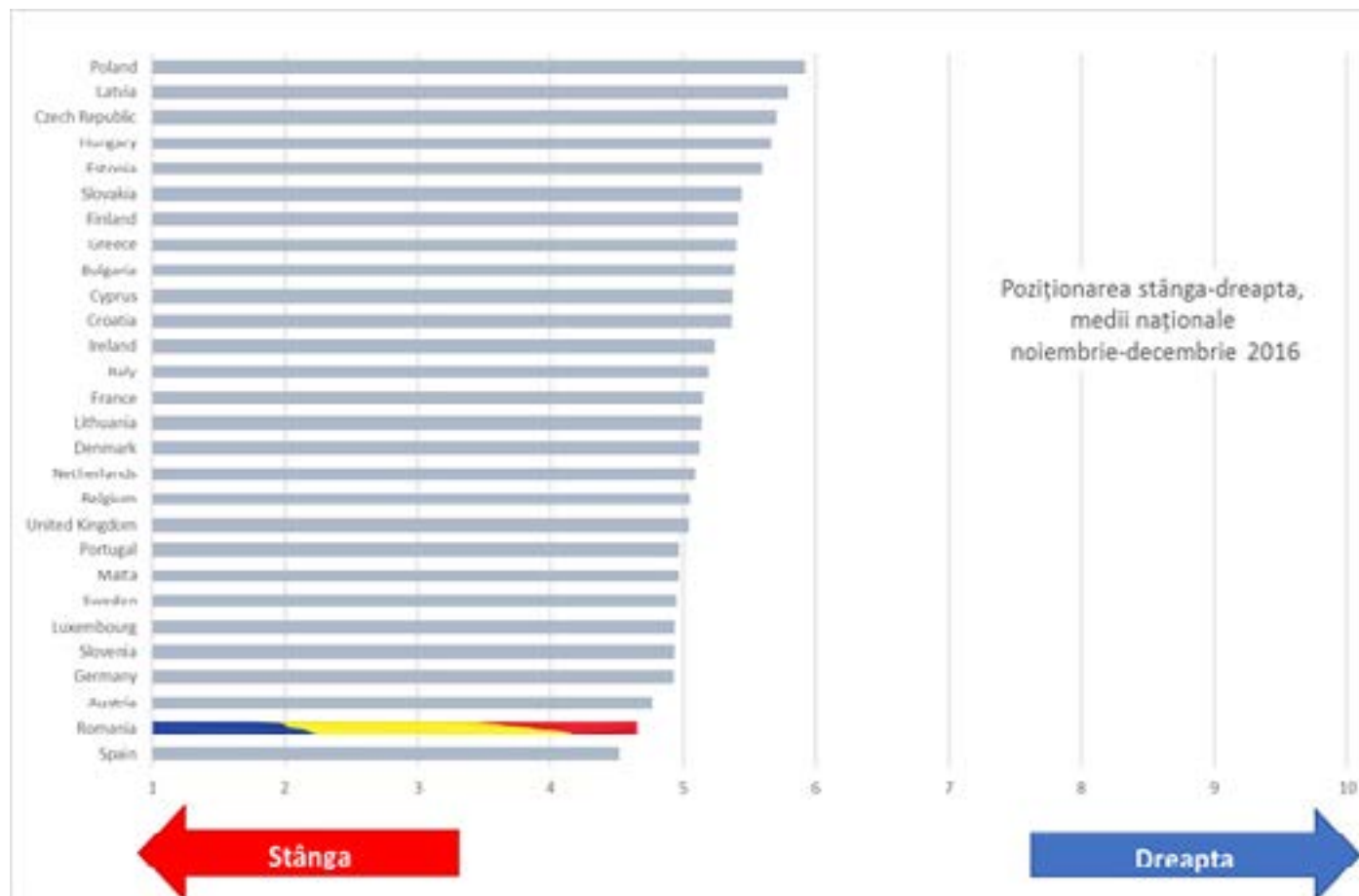


Sursa: date ale European Values Study 2008-2009, figura fiind generată folosind instrumentul online disponibil la: <http://www.atlasofeuropeanvalues.eu/new/europa.php?ids=193&year=2008&country=>

Figura 9. Orientarea spre stânga (0 – culoarea galbenă) sau dreapta (100 – culoarea roșie) la finalul anilor 2000 (2008-2009)

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

Apropiindu-ne de momentul prezent, tot în perspectivă comparată, cifrele Eurobarometrului 86.3 (noiembrie-decembrie 2016) notează o posibilă deplasare spre stânga (Figura 9). Anii de continuă creștere economică par a fi mutat România mai spre stânga în raport cu restul țărilor europene.



Sursa: date ale Eurobarometrului 86.3 (noiembrie-decembrie 2016).

Figura 10. Orientarea spre stânga sau dreapta în 2016 în țările UE

Barometrul Starea Națiunii din octombrie 2016 ne permite investigarea asocierilor între autopозиționarea stânga-dreapta și alte caracteristici ale indivizilor sau poziționări ale acestora.

Pe de o parte, remarcăm lipsa de variație în funcție de statusul socio-demografic⁷. Nu apar diferențieri importante date de vârstă, gender sau educație. În schimb, localizarea în Muntenia (inclusiv București) și statutul de pensionar erau semnificativ asociate cu plasarea personală spre stânga. În schimb, reprezentările pozitive față de direcția în care se îndreaptă țara erau asociate cu poziționarea spre dreapta.

Pe de altă parte, putem sesiza modul în care se asociază orientările stânga-dreapta cu poziționări pe câteva domenii cheie ce pot alimenta dezbaterile societale (**Tabelul 3**).

⁷ Asocierile comentate în acest paragraf sunt bazate pe analiza de regresie multiplă, având ca dependentă poziționarea stânga-dreapta pe scala de 10 puncte, de la 1=stânga la 10=dreapta.

BAROMETRU DE OPINIE ÎN DOMENIUL GUVERNARE | CAPITAL SOCIAL

DOMENIUL	ALTERNATIVE DE RĂSPUNS	Media poziționării stânga (1)-dreapta(10)	Diferențe semnificative
Egalitate de gen	Este normal ca bărbatul să fie capul familiei	4,69	
	Bărbatul și femeia sunt egali în orice familie	4,89	
	Nu citi! Nu răspund	4,39	
Stat protector	Fiecare individ ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru propria bunăstare	4,94	
	Statul ar trebui să își asume mai multă responsabilitate pentru bunăstarea indivizilor	4,77	
	Nu citi! Nu răspund	3,74	
Egalitate	Oamenii se nasc egali de la natură, mai apoi intervin diferențele	4,86	
	Din naștere, oamenii se nasc inegali	4,87	
	Nu citi! Nu răspund	4,43	
Libertate	Toți oamenii se nasc liberi	4,66	
	Libertatea și-o câștigi pe parcursul vieții	5,28	
	Nu citi! Nu răspund	4,86	
Locuri de muncă	Statul trebuie să facă tot posibilul să asigure locuri de muncă	4,62	***
	Cei care vor să muncească trebuie să-și caute singuri loc de muncă	5,28	***
	Nu citi! Nu răspund	4,86	
Competiție	Competiția este un lucru bun, îi ajută pe oameni să muncească	4,86	
	Competiția este un lucru rău, scoate la iveală ce e mai negativ în oameni	5,04	
	Nu citi! Nu răspund	3,99	
Ecologie	Protecția mediului ar trebui să aibă prioritate, chiar dacă???	4,73	
	Creșterea economică și crearea de locuri de muncă trebuie s????	5,04	
	Nu citi! Nu răspund	4,74	
Pedeapsa cu moartea	Cei care comit infracțiuni grave ar trebui pedepsiți cu moartea	4,86	
	Nu ar trebui să existe pedeapsa cu moartea	4,86	
	Nu citi! Nu răspund	4,63	
Religie	Religia în școală să fie o materie opțională	4,95	
	Religia în școală să fie o materie obligatorie	4,76	
	Nu citi! Nu răspund	3,93	

Sursa: Barometrul Starea Națiunii, octombrie 2016.

Tabelul 3. Conversia poziționării stânga-dreapta în atitudini legate de domenii ale vieții sociale

Înainte de a citi tabelul, să luăm precauția că măsurarea dihotomică a domeniilor luate în considerare nu poate conduce la diferențieri majore în cazul unor teme ce nu atrag controversă societală acută. Altfel însă, putem să observăm faptul că există un singur domeniu unde poziționarea stânga-dreapta se reflectă pregnant: asigurarea locurilor de muncă. În acest domeniu, orientarea către stânga este mai puternică la cei ce consideră că „Statul trebuie să facă tot posibilul să asigure locuri de muncă”, în timp ce orientarea către un stat mai puțin protector este mai prezentă la cei ce se declară mai spre dreapta eșichierului politic.

7. Concluzii

Imaginea României culturale ilustrată prin cifrele din acest raport creionează o societate aflată pe drumul spre modernitate culturală. Sunt multe dimensiuni mai degrabă tradiționaliste, câteva aflate în modernitate culturală și foarte puține în care putem discuta despre începutul procesului de postmodernizare. Aceasta plasează societatea într-o situație delicată, în timp ce în jurul său globalizarea o expune la contactul cu societăți ce parcurg mai degrabă drumul spre postmodernitate, fie el și presărat cu reacții ale părții conservatoare (Inglehart & Norris, 2016). Dificultățile ce răsar imediat sunt legate de importul de modele, de tentația de a prelua procese involutive, de tensiunea dată de globalizare. Să le discutăm, pe scurt, pe rând.

Preluarea de modele testate în alte societăți poate eșua în absența unor etape de preinstituționalizare. Cu alte cuvinte, politici specifice, dezvoltate și validate în alte țări, pot funcționa la fel de bine și în România, dar numai după asigurarea unei expuneri corespunzătoare la noile seturi de instituții pe care aceste politici le propun. Dezbateri societale pe marginea fiecărei noi politici se impun, mai ales atunci când sunt preluate idei din societăți mai moderne. Altfel, apare riscul ca principiile acestor politici să se confrunte cu rezistența tradiționalismului normelor existente, iar aplicarea lor să eșueze sau să conducă la efecte perverse.

În contextul ascensiunii populismului ca reacție la schimbarea societală, mediul tradiționalist românesc poate avea tentația de a prelua cu precădere modelele specifice pentru cultural backlash (Inglehart, Norris, 2016). O astfel de preluare poate da senzația de sincronism, când în fapt constă în a imita un model al unei etape mult viitoare. Rezultatul poate fi încetinirea procesului de modernizare culturală și accentuarea diferențelor față de restul statelor europene. Globalizarea la rândul său vine cu expunerea la modele instituționale din afara României. Migrația internațională, turismul accesibil din punct de vedere economic, și consumul de produse media străine înlesnesc acest transfer cultural. Este posibil ca păături însemnate ale societății să înceapă a se schimba mai rapid decât în trecut, dată fiind expunerea la astfel de modele (argumentul poate fi observat și la Arts, 2011). Cum modelele care se realizează expunerea constau mai degrabă în societăți care trec de la modernitate spre postmodernitate și care sunt deja majoritar postmoderne (Inglehart, 2018), apare riscul unei tensiuni accentuate între părți ale societății românești: unele vor tinde a merge spre postmodernitate, altele vor rămâne mai degrabă tradiționaliste. Cele două poziționări pot fi reconciliate doar în registrul postmodern. Tradiționalism și modernitatea culturală sunt mai degrabă normative, neacceptând alternative la modul standard de viață.

Orice politică de dezvoltare trebuie să țină cont de aceste aspecte.

8. Bibliografie

Arts, W. (2011) Explaining European Value Patterns: Problems and Solutions, **Studia UBB Sociologia LVI (1): 7-31.**

Bourdieu, Pierre, (1986). Forms of capital Pp. 241-258 in John G. Richardson – **Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education**, Greenwood Press, New York.

Chiribucă, Dan. (2004). **Tranziția postcomunistă și reconstrucția modernității în România**, Cluj-Napoca: Dacia & Eikon.

Coleman, James, (1990). **Foundations of Social Theory**, Harvard University Press, Cambridge, Mass.

Collier, Paul, (1998). **Social Capital and Poverty**, Social Capital Initiative Working Paper no. 4, World Bank.

Ester, P, Mohler, P., Vinken, H. (2006). Values and the Social Sciences: A Global World of Global Values?, pp. 3-30 in Ester, Peter, Michael Braun, Peter Mohler, eds. **Globalization, Value Change, and Generations. A Cross-National and Intergenerational Perspective**, Leiden, Boston: Brill.

Ester, Peter, Loek Halman, Ruud de Moor. (1994). **The Individualizing Society. Value Change in Europe and North America**, Tilburg University Press.

Hardin, R. (2002). **Trust and trustworthiness**. Russell Sage Foundation.

Hitlin, S., Piliavin, JA. (2004). Values: Reviving a Dormant Concept, **Annual Review of Sociology** 30: 359-393.

Inglehart, R. (2018) **Cultural Evolution**, Cambridge University Press (in print).

Inglehart, Ronald, Christian Welzel. 2005. **Cultural Change and Democracy: The Human Development Sequence**, New York and Cambridge: Cambridge University Press.

Inglehart, Ronald, Wayne E. Baker, 2000. Modernization, Cultural Change, and the Persistence of Traditional Values, **American Sociological Review**, vol. 65, februarie, p. 19-51.

Inglehart, Ronald. 1997. Modernization and Post-Modernization. **Cultural, Economic and Political Change in 43 Societies**, Princeton University Press.

Inglehart, R., & Norris, P. (2016). Trump, Brexit, and the rise of populism: Economic have-nots and cultural backlash. **HKS Faculty Research Working Paper Serie** RWP16-02.

Jagodzinski, Wolfgang. 2004. Methodological problems of value research, pp. 97-121 în Vinken, Henk, Joseph Soeters, Peter Ester, eds. 2004. **Comparing Cultures: Dimensions of Culture in a Comparative Perspective**, Leiden: Brill.

- Kyong-Dong, K. (2017). **Confucianism and Modernization: Meta-Theoretical Discourse Analysis. In Confucianism and Modernization in East Asia** (pp. 1-41). Springer Singapore.
- Luhmann, N. (2017). **Trust and power**. John Wiley & Sons.
- Paxton, Pamela, (2007). Association Memberships and Generalized Trust: A Multilevel Model across 31 Countries, **Social Forces**, 86(1):47-75.
- Payne, M. (2015). **Modern social work theory**. Oxford University Press.
- Polanyi, K. (1957). **The great transformation: (The political and economic origin of our time)**. Beacon Press.
- Putnam, Robert, (2001). **Bowling Alone. The Collapse and Revival of American Community**. Touchstone.
- Putnam, Robert, with Roberto Leonardi and Rafaella Nanetti, (1993). **Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy**, Princeton University Press.
- Rusu, Horațiu. 2008. **Schimbare socială și identitate socioculturală**. Iași: Institutul European.
- Smith, T. W., & Kim, S. (2006). National pride in comparative perspective: 1995/96 and 2003/04. **International journal of public opinion research**, 18(1), 127-136.
- Sztompka, P. (1999). **Trust: A sociological theory**. Cambridge University Press.
- Tufis, C. D. (2012). **Learning Democracy and Market Economy in Post-Communist Romania**, Iași: Institutul European.
- van Deth, Jan, Scarbrough, Elinor, The Concept of Value în Jan van Deth, Elinor Scarbrough (coord.) – **The Impact of Values (Beliefs in Government, vol. 4)**, Oxford University Press, 1994.
- Vlăsceanu, L., & Hâncean, M. G. (2014). **Modernitatea românească**. Paralela 45 Editura.
- Voicu, Bogdan (2011). **Valorile și sociologia valorilor**, pp. 249-294 în L. Vlăsceanu, ed., Sociologie. Iași: Polirom.
- Voicu, B. (2010). **Capital Social în România începutului de Mileniu: Drumet în țara celor fără de prieteni**. Editura Lumen, Iași.
- Voicu, B. (2015). **Schimbarea capitalurilor**. Pp. 31-56 în Voicu, B., Rusu, H. M., & Popa, A. E. (eds.). **Este Romania altfel. Societatea si sociologia... incotro**. Sibiu: Editura ULBS.
- Voicu, B., & Voicu, M. (2007). **Valori ale românilor: 1993-2006: o perspectivă sociologică**. Iași: Institutul European.
- Voicu, Mălina (2007). **România religioasă**. Iași: Institutul European.



WWW.STAREA-NATIUNII.RO



INFO@STAREA-NATIUNII.RO