

DINAMICA MOTIVAȚIEI COMPORTAMENTULUI CULTURAL

Rodica Atanasescu-Tugui

1. Rolul motivației, „lerarhizarea” trebuințelor (nevollor) în explicarea comportamentului uman

Preocuparea pentru problematica motivației conduitei umane într-un studiu privind motivația comportamentului cultural poate să surprindă. De aceea precizăm că, potrivit accepțiilor primite în această lucrare, cele două noțiuni nu se suprapun, cu toate că numai comportamentul uman poate fi cultural. Acesta din urmă se explică, în primul rând, prin mecanismele de determinare ale conduitei umane, considerată, în situația de față, genul „proxim”. Așa cum vom vedea în continuare, în plan istoric, concepția despre motivație a evoluat, creînd posibilitatea surprinderii, pornind de la ea, nu numai a comportamentului uman în general, dar și a unui tip particular de conduită, cea culturală de exemplu, numită așa pentru că este rezultatul asimilării unor modele, valori și norme culturale, dar și pentru că exprimă o anumită atitudine față de cultură (consum, non-consum, creație, non-creație).

Literatura de specialitate se referă, îndeosebi, doar la un prim nivel al comportamentului cultural, „consumul” (evident cu toate „verigile” pe care le presupune acesta); creația — nivel superior al comportamentului cultural pare încă greu de „transcris” în limbajul lipsit de mister al științei.

Cercetătorii sînt din ce în ce mai mult atrași de explicarea conduitei, iar încercarea de dezvăluire a mecanismelor de determinare ale comportamentului uman nu poate face abstracție de însuși „motorul” de funcționare al acestuia — trebuințe, interese, idealuri etc. Ca urmare, studiul motivației a devenit obiect al unor preocupări, interese, nu numai în psihologia contemporană, ci și în celelalte științe despre om, fiind considerată un factor intern care împreună cu ceilalți (aptitudini, trăsături de tip, particularități individuale, însușiri de caracter) contribuie la determinarea manifestărilor de comportament.

În general, psihologii au opinii diferite în privința condițiilor interne care acționează asupra conduitei umane. Astfel, o serie de teorii subliniază latura sa reactivă. În acest caz, comportamentul ne apare ca fiind stimulată numai de instincte sau impulsuri nemodificabile. Alte concepții au în vedere „autorealizarea, competența și autonomia ego-ului”¹. Se pare că adevărată teorie a motivației trebuie să admită adevărul care se află în toate aceste puncte de vedere.²

Precizarea rolului condițiilor interne ale personalității umane în declanșarea comportamentelor, nu intră în contradicție cu teza materialistă a determinării exterioare, obiective, a comportamentului uman. Într-adevăr, „determinismul conduitei este unic, el desfășurîndu-se, în principal, de la exterior la interior”. Dar, înainte de a provoca efecte comportamentale, cauzele externe suportă „un proces de interiorizare, devin cauze apropiate, motive ale comportamentului”³.

Acțiunea lumii înconjurătoare asupra declanșării procesului motivațional este strîns legată de procesele cognitive. Orice act de cunoaștere asupra obiectelor și fenomenelor realității presupune un contact cu acestea, care datorită semnificației lor pentru individ devin stimuli ai conduitei, generînd în om „anumite impulsuri la acțiune — motivele”⁴. Se pare însă că lumea reală nu influențează numai în felul acesta motivația. Din punct de vedere genetic, ea este „Rezultatul unei acumulări și a unor modificări funcționale, adaptive ale organismului, fiind determinată

¹ Vezi, Al. Roșca, *Psihologie generală*, București, Edit. Didactică și Pedagogică, 1976, p. 377.

² G. W. Allport, *Structura și dezvoltarea personalității*, București, Edit. Didactică și Pedagogică, 1981, p. 223.

³ *Ibidem*.

⁴ Vezi, *Dicționar de psihologie socială*, București, Edit. Științifică și Enciclopedică, 1981, p. 148—149.

⁵ P. Golu, *Motivația, un concept de bază în psihologie*, în „Revista de psihologie” nr. 3/1973.

de antecedente filogenetice, istorice și individuale”⁶, chiar dacă în momentul manifestării sale acționează deja din interior.

Gordon W. Allport⁷, consideră că o teorie adecvată a motivelor umane trebuie să îndeplinească următoarele condiții: a. explicația motivațională să se refere la situația prezentă a indivizilor (trecutul trebuie să fie „dinamic activ în prezent”); b. să fie o teorie pluralistă, incluzând mai multe tipuri de motive (motivația unei persoane se referă la tot ceea ce ea încearcă „conștient sau inconștient, reflex sau deliberat să facă”); c. să atribuie o forță dinamică proceselor cognitive, planificării și intenției; d. să ia în considerare „unicitatea concretă a motivelor”, ceea ce presupune strânsa lor legătură cu personalitatea.

Teoria motivațională a lui G. Allport are meritul de a sintetiza rezultatele obținute, „pe felii”, de diferitele orientări psihologice, de a sublinia legătura între condițiile externe și interne în determinarea motivației, de a accentua rolul cunoașterii și acțiunii în motivația comportamentelor umane.

Dintre condițiile interne ale determinării comportamentelor umane se apreciază că trebuințele individului trebuie să fie privite drept „motivații ultime”⁸. Totuși, acestea au incidență asupra conduitei indivizilor și grupurilor „întotdeauna în legătură cu aspirațiile, imaginile, reprezentările, valorile”⁹, subliniindu-se astfel legătura între planul social și cel psihologic în determinarea trebuințelor.

Deși există o multitudinea de preocupări privind definirea, rolul și locul trebuințelor în manifestarea conduitei umane, se poate aprecia că cele mai controversate puncte de vedere se referă la clasificarea lor și mai ales la o „ierarhie” a nevoilor în motivarea acțiunilor umane.

Având drept sistem de referință „tensiunile organismului”, R. Linton¹⁰ vorbește de *trebuințe umane primare*¹¹ (nevoi a căror origine se găsește direct în tensiunile fiziologice) și *secundare* (psihice, fără corespondență stabilită cu anumite tensiuni ale organismului). Privindu-le drept motivații ale comportamentului adult trebuințele fizice și cele psihice par să aibă statut de egalitate. (Poate că într-un conflict de lungă durată între ele, „avantajul să aparțină trebuințelor fizice, dar victoria cerințelor corporale nu este niciodată certă”).

Deosebit de dificilă apare încercarea de caracterizare a trebuințelor psihice. Dată fiind natura lor subtilă, R. Linton apreciază că nu pot fi tratate cu metode obiective, ci pot fi cunoscute doar prin comportamentul generat. Acesta este însă atât de divers încât trebuie hotărât dacă trebuie „raportat la un număr mic de motivații generale sau la un număr mare de motivații specifice”. În sfârșit, o altă dificultate de stabilire a nevoilor psihice prin comportamentul generat de acestea se referă la „pluralitatea motivelor” (cum ar spune Allport), respectiv orice comportament uman, mai ales „dacă este în acord cu un model cultural statornicit, contribuie de obicei la satisfacerea concomitentă a mai multor trebuințe diferite”.

În concepția lui Linton, comportamentul uman nu poate fi implicat, până la capăt, nici prin trebuințele organice nici prin cele psihice. În determinarea conduitei apare totdeauna un anumit mediu uman (societatea) și un anumit mod de a trăi (cultura). Societatea va recompensa ceea ce aprobă. Deprinderile se vor forma după un asemenea model cultural, și, ca urmare, comportamentele indivizilor pot fi prevăzute în funcție de poziția lor în societate. În felul acesta, ajungem la conceptele de statut și rol, drept elemente explicative ale comportamentelor umane.

După cum se observă, R. Linton nu se oprește în analiza conduitei umane la nivelul trebuințelor. Pe aceeași direcție, a unor mecanisme complexe de determinare a comportamentelor, se înscrie și concepția sa privind „răspunsurile emergente” și „răspunsurile fixate” ale indivizilor umani. Cele „emergente” sînt răspunsuri în curs de formare, comportamente determinate de situații noi, nefamiliare, în timp ce „răspunsurile fixate” sînt automate și se pot produce fără ca respectivul comportament să ajungă la un nivel conștient. Se pare că, în concepția lui R. Linton, „răspunsurile emergente” creează posibilitatea explicării *rolului creator al unor comportamente umane*.

Asupra rolului trebuințelor în motivarea conduitei se oprește și teoria lui Maslow (1954), care „stabilește” cinci nevoi fundamentale: fiziologice, de securitate, de integritate, de evaluare și de realizare de sine. Se apreciază că¹² acest model are trei caracteristici esențiale: 1. fiecare om se conformează unei ierarhii evolutive a nevoilor care motivează acțiunea sa. Mai întâi, trebuin-

⁶ B. Zörgö, *Motivația și afectivitatea*, în *Psihologie generală* ... p. 378.

⁷ Vezi: G. W. Allport, *op. cit.*, p. 224-230.

⁸ Ralf Linton, *Fundamentul cultural al personalității*, București, Edit. Științifică și Enciclopedică, 1968, p. 120.

⁹ Paul-Henry Ch. de Lauwe, *Cultura și puterea*, București, Edit. Politică, p. 153.

¹⁰ Ralf Linton, *op. cit.*, p. 49-54; 125.

¹¹ Denumirea de primare acordată trebuințelor fiziologice și secundare celor psihice este justificată, potrivit concepției autorului, „în perspectiva unei abordări genetice”, trebuințele fiziologice apărînd primele pe scara evoluției și manifestîndu-se primele în viața individului.

¹² Vezi, Michel Leygues, *La motivation des hommes dans le management*, Paris, 1976, p. 16-17.

te fiziologice sînt predominante multă vreme dacă nu sînt satisfăcute. Apoi, motivația se deplasează asupra securității (a se simți în siguranță, de exemplu). Cînd aceste două nevoi sînt satisfăcute, apare trebuința de integrare socială (a întîreține bune relații cu anturajul, a fi o ființă acceptată). În momentul în care persoana este mulțumită în privința integrării, devine predominantă nevoia de prestigiu care lasă, în sfîrșit, loc grijii pentru realizarea individuală, pentru optimizarea aptitudinilor și capacităților; 2. realizarea de sine rezultă din celelalte trebuințe: ea le conține și nu le exclude pe nici una; 3. realizarea de sine are o tonalitate individuală, fiecare avînd o imagine proprie în această privință.

Autorul nu susține că acest model explicativ al nevoilor poate fi universalizat, dar i se pare a fi dintre cele mai utile în înțelegerea multor comportamente umane. În societatea noastră, spune el, cea mai mare parte dintre oameni nu pot să-și satisfacă decît parțial fiecare dintre aceste cerințe și, dintre toate, căutarea realizării de sine este cea mai dificilă.

Teoria lui Maslow, ca și teoria lui Mac Gregor¹³ și a lui Herzberg, conduce la concluzia că realizarea de sine se face prin asumarea responsabilității, inovației, creativității¹⁴.

În sociologie conceptul de nevoie (trebuință) și rolul său în explicarea conduitelor umane au constituit una din preocupările fundamentale ale lui P. H. Ch. de Lauwe. Sociologul francez nu-și propune o „ierarhizare”, nici măcar o clasificare, dar face distincție între trebuințele care corespund unor cerințe vitale ale individului (aer, apă, hrană) și cele care corespund unor cerințe vitale ale grupurilor sau societăților. „În raport cu necesitatea vitală, obligația socială dobîndeste un loc din ce în ce mai important”, va preciza autorul¹⁵. Nevoile sînt legate deci atît de viața personală a indivizilor, cît și de viața socială, iar în această ultimă situație, analiza lor va permite o stabilire a legăturilor pe care le întîrețin cu aspirațiile, interesele, valorile grupurilor¹⁶, deoarece „obligația socială” nu se impune numai în mod direct, ci și, „printr-o rețea de imagini, de modele, de sisteme, de reprezentări și de valori, de constrîngerii ale mediului înconjurător”¹⁷.

De asemenea, Ch. de Lauwe vorbește de „trebuințe-obligații” și „trebuințe-aspirații”, prima categorie generînd comportamente de preocupare dominate de necesitate, spre deosebire de cea de a doua categorie care determină comportamente de interes liber, în care opțiunea devine posibilă, depășind constrîngerile mediului socio-economic. Trecerea de la una la cealaltă se poate realiza atunci cînd se întrunesc condiții materiale corespunzătoare iar individul sau grupul sînt capabile să-și orienteze acțiunile spre îndeplinirea aspirațiilor (absolut necesare pentru explicarea comportamentelor umane).

Aspirațiile, ca și nevoile, pot fi individuale și sociale, dar se pot referi mai degrabă la viața profesională: acesta este cazul cînd este vorba de o trebuință de destindere, de libertate, de cultură și care sînt de fapt aspirații la destindere, la libertate, la cultură, transformîndu-se treptat în trebuințe¹⁸.

În concepția sociologului, condițiile de viață specifice individului, impuse sau parțial alese, au o mare influență asupra aspirațiilor (dezvoltîndu-le sau reducîndu-le) și sînt variate, în funcție de poziția persoanei în grupurile sociale, în mediul său. Ca urmare și comportamentul va fi diferit, legat însă de apartenența individului, pentru că „obstacole” numeroase se opun oricărei modificări a statutului său și a participării sale la alte clase”¹⁹. Pentru Ch. de Lauwe nu numai statutul și poziția în grup a individului acționează ca un factor determinant al comportamentului individului (idee existentă și la R. Linton) dar și statutul său în clasă socială (și chiar clasa socială însăși) influențează conduita umană, prin intermediul trebuințelor și aspirațiilor.

Nevoile sînt elemente importante ale explicării comportamentelor umane, dar acestea sînt complex determinate. Dacă psihologii au analizat îndeosebi rolul trebuințelor, ca element esențial al motivației conduitei, avînd ca finalitate dezvoltarea personalității, deplină maturizare și integrare a acesteia pe parcursul vieții individului, sociologul P. H. Ch. de Lauwe are în vedere, în primul rînd, rolul mediului social în determinarea nevoilor umane și implicit a comportamentului. Desigur și teoriile psihologice în general au în vedere corelația socială a trebuințelor după cum și sociologul francez se referă la rolul psihicului în apariția nevoilor.

¹³ Cf. Septimiu Chelcea, *Motivația muncii industriale*, în „Analele Universității București”, anul XVIII, 1969, p. 83; „Trebuințele sînt fiziologice, sociale sau legate de ego-ul său — cum spune Mc. Gregor — referindu-se la trebuințele legate de autoapreciere, autoîncredere, de realizare proprie, de competență personală, de cunoaștere, precum și de cele legate de propria reputație, de statut, de recunoaștere socială, de apreciere, de respectul general”.

¹⁴ Michel Leygues, *op. cit.*, p. 17.

¹⁵ P. H. Ch. de Lauwe, *Pentru o sociologie a asupriturilor*, Cluj, Edit. Dacia, 1972, p. 11.

¹⁶ Idem *Cultura și puterea*..., p. 162.

¹⁷ Ibidem, p. 164.

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ G. Allport, *op. cit.*, p. 202.

Trebuințele umane au fost considerate, în unele cazuri, „motivația ultimă” a acțiunilor umane, dar nu sînt legate numai de necesitățile organice ci sînt și funcționale, situație în care sînt satisfăcute prin efectuarea unor activități. Analizînd mai îndeaproape unele din nevoile materiale superioare ale omului, de exemplu, trebuința de a avea diferite obiecte (aparatură de radio, televizor, cărți, bibliotecă, mașină etc.), putem constata că au la bază trebuințe funcționale, deoarece toate aceste bunuri pot constitui mijloace prin care se pot realiza anumite activități. Se pare că, în unele situații (cercetări sociologice au demonstrat-o), cumpărarea unor obiecte are o determinare exterioară (socială), mai puternică decît cea internă, și anume prestigiul obținut prin cumpărarea lor, prestigiu cerut de un anumit statut. Evident, cele două puncte de vedere expuse mai înainte (psihologic, sociologic) nu sînt în opoziție, întrucît coordonata „exterioară”, poziția socială care presupune achiziționarea unor anumite obiecte poate să se „interiorizeze”, creînd în final trebuința reală pentru aceasta. Un argument în același sens îl constituie și aprecierea²⁰, făcută în literatura de specialitate, potrivit căreia, diferite forme de acțiuni exterioare și interiorizate pot fi însușite și pe bază de exerciții. Obişnuințele noastre, formele automatizate de acțiune devin trebuințe funcționale²¹.

În sfîrșit, un alt argument în favoarea caracterului mai degrabă social decît intern al cumpărării unor obiecte culturale ni-l oferă și teoria obiectelor a lui J. Baudrillard, după care orice teorie asupra consumului se fundamentează nu numai printr-o teorie a nevoilor și a satisfacerii lor, ci și pe o teorie a prestigiului social și a semnificației; ceea ce este fundamental este valoarea socială și simbolică și nu valoarea de întrebuințare: „mai profund ca interesul sau plăcerea, care nu fac adesea decît să ratifice constrîngerea socială, joacă interesul de conformitate și de prestigiu”²².

Această perspectivă ne obligă să ne îndreptăm atenția în orice analiză asupra trebuințelor și către lumea exterioară, mai exact spre condițiile vieții sociale, surprinzînd totodată locul pe care-l ocupă omul în sistemul relațiilor sociale.

2. Motivația comportamentelor culturale. Nevoi și interese culturale

Dacă ne referim la nevoile culturale ale indivizilor, evident, vom găsi la nivelul lor, în primul rînd, toate caracteristicile generale ale trebuințelor. Conform concepțiilor trecute în revistă, s-ar putea considera nevoia culturală ca o trebuință funcțională a organismului uman, exprimînd o anumită necesitate de activitate a acestuia. O putem numi trebuință de performanță, de autorealizare, de împlinire a personalității umane. E posibil să apară drept rezultatul unor obişnuințe însușite în urma acțiunii multitudinii formelor de educație socială. O putem considera ca izvorînd din nevoia de păstrare a unui statut social sau din obligația îndeplinirii anumitor roluri. Reprezintă cu siguranță un tip de trebuință superioară a omului și se află „dîncolo” de trebuințele sale imediate, fizologice. Se găsește sub incidența sistemelor social-economice, a condițiilor materiale ale indivizilor umani, a tradițiilor, concepțiilor, reprezentărilor, a modelelor culturale ale unei populații. Poate fi legată și de anumite coordonate individuale (date personale, trăsături psihice particulare). Însă, din tot ce am enunțat aici, foarte puține lucruri pot fi demonstrate, întrucît nevoia culturală a constituit, în mică măsură, obiectul unor cercetări judicioase. Psihologii abia amintesc de ea, iar sociologii au surprins mai ales „cererea” culturală. Dar, există o anumită distincție între solicitarea populației și trebuința culturală, aceasta din urmă putînd să rămîna în stare latentă și să nu se exprime sub formă de cerere. Pentru a înțelege nevoile culturale, trebuie să punem indivizii în prezența faptelor culturale, recunoscute astfel, a le oferi posibilitatea alegerii și, apoi, a le cere să indice preferințele. Chiar și în această situație apar două dificultăți: în primul rînd, printr-o asemenea modalitate, surprindem în cel mai bun caz nevoia de consum cultural și nu pe cea de creație culturală și, în al doilea rînd, preferințele populației exprimă interesele sale și nu trebuințele.

Totuși, pentru unii cercetători nu există o diferență netă între nevoie și interes. Astfel, Claparède consideră interesul drept „simptomul” unei nevoi („este o nevoie care tinde a fi satisfăcută”²³). Sau, se încercă identificarea noțiunii de „interes” cu cea de „trebuință”²⁴ (interesul

²⁰ B. Zörgo, *op. cit.*, p. 380.

²¹ Acest mecanism poate fi exploatat în mod eficient în politica culturală prin posibilitatea anumitor instituții de a crea obişnuințe culturale.

²² Jean Baudrillard, *Le monde des objets, fonction, signe et logique de classe*, în „Communications”, nr. 13, Paris, 1969, p. 43.

²³ Cf. E. Donald, *La psychologie des intérêts*, Paris, 1964, p. 5.

²⁴ Cf. Axel Gryspeerdt, *Sociologie des intérêts culturels*, Bruxelles, Edit. vie ouvrière, 1974, p. 55.

nu este altceva decît expresia nevoilor). Referindu-se în mod direct la interesele culturale, Armand Cuviller opinează că nu este lipsit de sens a le considera pe acestea „unități perceptibile și semnificative” ale nevoilor culturale ale indivizilor, pentru că ele reprezintă în planul culturii „ceea ce are importanță la un moment determinat”.²⁵ Pierre Bourdieu²⁶ aduce un argument de ordin epistemologic în favoarea renunțării la studiul nevoilor culturale: „a defini științific condițiile sociale și culturale (...) ale oricărui «loisir» cultivat înseamnă a rupe radical cu ideologia «nevoilor culturale», care îi conduce pe unii la legarea opiniilor sau preferințelor efectiv exprimate și efectiv primite prin anchetele de opinie sau de consum cultural, de aspirații autentice, uitînd condiționările economice și sociale care determină aceste opinii sau aceste consumuri”.

Se pare că, cele mai multe din lucrările de specialitate subliniază faptul că interesele, desigur, se formează în cadrul activității, pe baza experienței, sub influența mediului, apar în strînsă interdependență și în concordanță cu trebuințele și intențiile persoanei. Legătura intereselor cu nevoile este deci evidentă. Nu este posibilă abordarea semnificației intereselor fără a face apel la noțiunea de nevoie. Interesul este și un simptom al ei.

În structura personalității individului, interesele sale formează una din componentele de bază ale motivației superioare. Ele dețin un rol important în explicarea comportamentului. Psihologii le consideră drept o „formă specifică a motivației, o orientare activă (directionare) și durabilă a persoanei spre anumite lucruri sau fenomene, spre anumite domenii de activitate”.²⁷ În psihologie însă s-au abordat îndeosebi interesele vocaționale sau profesionale, existînd puține preocupări pentru interesele culturale. Pentru Joffre Dumazedier²⁸ (ca și pentru Armand Cuviller) acestea sînt „unități perceptibile și semnificative” care dezvăluie valorile latente. Autorul accentuează asupra existenței unei relații strînse între interese și valori.

O definiție mai riguroasă a intereselor culturale, se pare că nici nu există²⁹. De obicei, în literatură se subliniază importanța acestui concept pentru explicarea comportamentelor culturale, deoarece se consideră interesele culturale drept indici măsurabili ai cererii culturale.³⁰ Ele permit a evalua și apoi a prevedea care obiecte culturale sînt dorite, urmîrite, preferate.

Interesele culturale nu sînt întîmplătoare ci determinate. (Acest fapt este deosebit de important pentru practica culturală în care se impune nu numai cunoașterea intereselor culturale ale colectivităților la un anumit moment, ci și posibilitatea sesizării mecanismelor alegerii culturale). Care este locul „ofertei culturale” în apariția intereselor? Dacă sîntem de acord cu faptul că în cererea culturală interesul este o unitate semnificativă, problema se transformă într-o interogație asupra relației: ofertă — cerere culturală. Este incontestabil că există un model de interacțiune între aceste două elemente. Totuși, acest model nu poate fi conceput decît ca extrem de complex: oferta are o influență asupra cererii și invers, dar această influență nu este niciodată exact determinată. Oricum, nu se poate spune că oferta este singurul fapt dominant. O asemenea opinie ar însemna respingerea altor factori care condiționează consumul și receptarea culturală. Or, se știe că (mai multe investigații au demonstrat-o) există o selecție a canalelor de comunicație culturală conform intereselor populației. Iată că oferta nu poate explica, în întregime, alegerile culturale.

O cercetare concretă³¹ demonstrează o anumită legătură între criteriile socio-demografice și tipurile de interese avute. Cu toate acestea, nu se poate vorbi de o adecvare perfectă a celor doi poli ai relației. Chiar autorul, în concluzie, precizează că variabilele socio-demografice sînt, totuși, departe de a explica totalitatea alegerilor (valențele ofertei ar juca un rol mult mai important), și că influența caracteristicilor socio-demografice se exercită mai ales asupra mișcării intereselor culturale (s-a constatat că există o reducere de interese la persoane în vîrstă sau la cele al căror nivel de instrucție este slab).

Investigațiile surprind și alți factori care par să determine interesele populației. Sistemele socio-economice, structurile socio-culturale, condiții materiale, tradiții, concepții, reprezentări, valori etc., au o strînsă legătură cu comportamentele culturale. Încă din 1940, B. Berelson și P. Lazarsfeld au pus la punct un model de explicare a comportamentului „consumatorilor”, în care noțiunea de interes cultural ocupă un rol central, alături de caracteristicile socio-demografice, parțial explicative pentru expunerile diferențiate.

Analizînd interesele culturale, ca elemente explicative ale comportamentului cultural, se impune cu stringență, surprinderea stabilității, sau mobilității lor. Herbert J. Gaus³² face dis-

²⁵ Armand Cuviller, *Nouveau vocabulaire philosophique*, Paris, Edit. Armand Colin, 1963, p. 102.

²⁶ Cf. Axel Gryspeerdt, *op. cit.*, p. 53.

²⁷ Al. Roșca, *op. cit.*, p. 394.

²⁸ Joffre Dumazedier, Aline Ripert, *Loisir et culture*, Paris, Edit. du Seuil, 1966, p. 35.

²⁹ Evident, avem în vedere literatura pe care am consultat-o.

³⁰ Joffre Dumazedier, Aline Ripert, *op. cit.*, p. 13.

³¹ A. Gryspeerdt, *op. cit.*, p. 114.

³² H. J. Gaus, *La politique culturelle aux États Unis*, în „Communications”, nr. 13, Paris, Seuil, 1969, p. 162—171.

tinctie între interesele durabile, gusturile stabile și profunde și „mode culturale”, care nu persistă în rândurile populației.

Pe această linie, a dinamicii intereselor culturale, Gabriel Thoveron apreciază³³ că anumite interese nu există la adulții de astăzi, fie pentru că sunt vechi și nu mai corespund vieții moderne și structurilor sale de comportamente, fie pentru că sunt specifice unor categorii de vîrstă. În același timp, fiecare tip de interese culturale are evoluția sa proprie: unele sunt mai repede împărțite de indivizi decît altele, după cum sînt tipuri mai rapid abandonate în comparație cu altele tipuri etc.

Deci, departe de a fi o realitate statică, interesele culturale fluctuează. Dar există și concepții care consideră mobilitatea intereselor culturale redusă și dependentă de mediul cultural. După cum spune Joffre Dumazedier moda și hazardul, dacă joacă un rol în cristalizarea anumitor interese culturale, acestea n-au decît o pondere minimă. Mediul social și mai ales cultural, în care persoanele trăiesc zilnic, au mai multă importanță decît ele. De asemenea, anumite variabilități socio-demografice (gradul de instrucție, zona locuită, vîrsta, profesia, sexul, expunerea la mass-media etc.) influențează alegerea sau non-alegerea anumitor valori.

Desigur, din diversitatea punctelor de vedere privind nevoile, interesele sau cererea culturală se conturează o anumită imagine generală asupra lor. În primul rînd, ca elemente explicative ale comportamentelor culturale, nu pot fi concepute decît într-o strînsă legătură, interesele culturale „înglobînd” nevoile culturale în momentul în care se exprimă sub formă de cerere.

„Simptom al trebuințelor populației, interesele culturale sînt complex determinate de date personale, trăsături psihice particulare dar și de status-urile indivizilor, sisteme socio-economice, structuri socio-culturale, condiții materiale, tradiții, concepții, reprezentări, ofertă culturală etc.”³⁴.

(Enumerarea nu și-a propus o „ierarhie” respectînd gradul de influență a acestor factori). Astfel, interesele culturale nu pot fi, în nici un caz, o „realitate statică” și presupun, datorită dublei lor determinări (internă, externă), o abordare altă din perspectivă psihologică cît și sociologică.

În sfîrșit, prin „diagnosticarea” lor cît mai exactă se poate prevedea evenimentul consum cultural al populației.

³³ Cf. M. Crozier, *Employés et petits fonctionnaires parisiens*, in „Esprit”, numéro spécial, juin, 1959, p. 934-954.

³⁴ *Ibidem*, p. 126.