

CZU: 316.64:159.9.019.4

DOI: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4277348>

ROLUL ATITUDINILOR ÎN FORMAREA ȘI DIRECȚIONAREA COMPORTAMENTULUI UMAN

Valeria PASCARU-GONCEAR

Universitatea de Stat din Moldova

Atitudinile sunt structurile psihice care ne ajută în orientarea selectivă față de diverse aspecte ale mediului în care trăim. Ele reprezintă concepții explicite sau implicite cu privire la ceea ce este dezirabil sau indzirabil, nu sunt direct observabile și implică elemente cognitive, afective și comportamentale. Atitudinile sunt un mobil fundamental al comportamentului uman și, deseori, cauza lui directă, iar, în consecință, un element central în lanțul determinativ al conduitei omului. Atitudinile determină orientarea comportamentului, îi conferă sens. Iată de ce, cunoașterea profundă și multilaterală a fenomenului atitudinilor dezleagă vaste posibilități de a înțelege ființa umană și comportamentul său și constituie un instrument important de elucidare a problemelor explorate.

Cuvinte-cheie: *atitudine, atitudini disfuncționale, comportament, personalitate, strategii de influențare, fenomen complex, experiență.*

THE ROLE OF ATTITUDES IN THE FORMATION AND DIRECTION OF HUMAN BEHAVIOUR

Attitudes are the psychic structures that help us in the selective orientation towards various aspects of the environment in which we live. They represent explicit or implicit conceptions of what is desirable or undesirable, are not directly observable, and involve cognitive, affective and behavioural elements. Attitudes are a fundamental motive of human behaviour and often its direct cause, and, consequently, a central element in the determining the chain of human behaviour. Attitudes determine the orientation of behaviour and make it meaningful. That's why the deep and multilateral knowledge of the phenomenon of attitudes unleashes vast possibilities to understand the human being and their behaviour and is an important tool for elucidating the explored problems.

Keywords: *attitude, dysfunctional attitudes, behaviour, personality, influencing strategies, complex phenomenon, experience.*

Introducere

Pentru prima dată termenul „atitudine” a fost utilizat în cercetările sociologice și psihologice la începutul secolului al XX-lea, mai mult pentru a explica comportamentele sociale.

Într-un studiu de sinteză a lucrărilor referitoare la cercetarea atitudinilor, W.J. McGuire (apud Golu, 1989) susține că atitudinea a dominat permanent aria psihologiei și în special domeniul psihologiei sociale. Atunci când ne referim la sistemul de atitudini ne confruntăm cu dilema provocată de definirea atitudinii: o abordăm sau din perspectivă personologică, care definește atitudinea ca expresie a stabilității relative a persoanei, sau din perspectiva psihologiei sociale unde atitudinea este mai flexibilă, circumstanțială. Atitudinile ca fenomene complexe, psihoindividuale și psihosociale integrează în ele fenomene mai simple, cum sunt credințele, iar acestea, la rândul lor, sunt integrate și încapsulate în interiorul altor fenomene mai complexe, cum ar fi valorile, conceptele și categoriile sociale, așa încât influențarea oricăroră dintre fenomenele integrate și integratoare ar putea duce la modificarea indirectă a atitudinilor [1, p.7].

Abordarea teoretică a conceptului de atitudine

Există multe definiții ale acestui concept, iar autorii elucidează o serie de asemănări și diferențe dintre ele.

Tabel

Definiții ale atitudinilor

Autor	Definiție
Gordon W. Allport (1935) [2]	Este o stare de pregătire mintală și neurală, organizată prin experiență, care exercită o influență diriguitoare sau dinamizatoare asupra răspunsului individual la toate obiectele și situațiile cu care este în relație.
Emory S. Bogardus (1931) [3, p.52]	Tendința pro sau contra față de un element din mediu, care devine astfel o valoare pozitivă sau negativă. O atitudine are semnificație doar în relație cu unele valori.
Daniel Katz (1960) [4, p.168]	O predispoziție a individului față de aprecierea unui obiect, a simbolului acestuia sau a unui aspect al lumii, ca fiind pozitivă sau negativă. Opinia este expresia

	verbală a atitudinii, însă aceasta din urmă se poate exprima și în comportamentul nonverbal. Atitudinile cuprind și elemente afective (sentimentele generale de simpatie sau antipatie) și cognitive (care reflectă obiectul atitudinii, caracteristicile lui, legăturile cu alte obiecte).
Alexandru Rosca [5]	O predispoziție mintală dobândită, mai mult sau mai puțin durabilă, de a reacționa într-un mod caracteristic (obișnuit favorabil/nefavorabil) față de persoane, obiecte, situații, idei sau idealuri cu care individul vine în contact.
Paul Popescu-Neveanu [6, p.71]	O modalitate relativ constantă de raportare a individului sau grupului față de anumite laturi ale vieții sociale și față de propria persoană. Este un invariant vectorial al conduitei, exercitând o funcție direcțională.
Septimiu Chelcea [apud 7, p.239]	Poziția unei persoane sau a unui grup, de acceptare sau de respingere, cu o intensitate mai mare sau mai mică, a obiectelor, fenomenelor, persoanelor, grupurilor sau instituțiilor.
S. Moscovici [8, p. 192]	Este felul în care un individ se situează în raport cu diverse obiecte față de care ne putem manifesta pro sau contra, de accord sau nu, pe care le putem considera de mare valoare sau lipsite de interes etc. Deci, atitudinea este un fel de poziție pe un continuum ce traduce valoarea pe care cineva o acordă unui obiect. Evident, acestei poziții îi sunt asociate credințe, convingeri, opinii cu privire la obiect.
J.C. Dragan, M.C. Demetrescu [9, p.86]	O poziție globală, persistentă a unei persoane motivată cognitiv, afectiv și intențional față de un obiect, eveniment sau o stare oarecare, într-un context de relații interumane.

Astfel, psihologii explică că atunci când o persoană are o anumită atitudine, pozitivă sau negativă, față de un obiect sau o persoană, acest lucru se datorează unei dispoziții mentale de a simți, gândi și de comportament într-un mod pozitiv sau negativ. Reieșind din opiniile autorilor, putem determina că atitudinile sunt:

- niște reacții subiective față de stimuli;
- reflecții ale valorilor personale;
- evaluări care anticipă comportamentul individului;
- poziția unei persoane referitor la fenomene și lumea înconjurătoare.

În general, conceptul de atitudine deseori se explică prin predispoziția ce determină tendința oamenilor să privească mediul social printr-o prismă a binelui și a răului.

Așadar, atitudinea este o experiență personală cu un substrat neurobiologic. Atitudinile se caracterizează prin următoarele atribute (Krech, Crutchfield, 1948/1952; Crano, Prislun, 2006):

- *capacitate importantă de rezistență la schimbare* (cu caracter relativ stabil); *dispoziție latentă a structurii de personalitate*;
- *generalitate*, declanșând reacții foarte diverse ce tind să se difuzeze în arii mai largi decât cele particulare în care s-au activat;
- *mobilizează o importantă energie socială*, exteriorizând modelul cultural al personalității;
- *presupun asumarea responsabilității individuale*, întrucât exprimarea lor manifestă este supusă controlului social;
- au un *relief propriu*, în funcție de orientarea lor față de universul de semnificații la care se referă (fiind, pe această cale, mai pregnante sau mai difuze) / au o *tonalitate specifică (+/-)*;
- sunt *contextuale*, structurându-se față de un context social, cultural și istoric integrator.

La nivel individual, în mare parte atitudinile sunt unipolare (fie de acceptare, fie de respingere), dar de multe ori oamenii apreciază un obiect sub anumite aspecte și îl depreciază sub alte aspecte. Acest fenomen de coexistență a aprecierilor pozitive și negative față de un obiect al atitudinii este numit de Willam A. Scott (1966) ambivalență atitudinală.

Analizând conceptul de atitudine, Jean Stoetzel susține că pentru această noțiune există patru semnificații bine definite:

- 1) atitudinea reprezintă o variabilă inferată care direct nu este observată sau observabilă;
- 2) atitudinea reprezintă o stare de pregătire specifică în vederea unei acțiuni și implică o relație între o persoană și un obiect sau o situație, deosebindu-se de trăsăturile de caracter (ale unui individ-subiect) care nu implică nicio specificare a situațiilor;

3) atitudinile au un caracter polar, ele sunt întotdeauna pentru ceva sau contra și, respectiv, sunt corelate subiective ale valorilor;

4) atitudinile sunt formate prin experiență și sunt susceptibile de a fi influențate de factori exteriori; de pildă, conformitatea socială reprezintă atitudini adaptate spre valorile și tipurile de norme sociale [10, p.89].

În opinia dr. A.Gavreliuc, profesor la Universitatea de Vest din Timișoara, atitudinile au un fundament genetic, dar sunt în mare parte învățate social. Astfel, există trei surse majore ale formării atitudinilor: *factorii genetici, învățarea socială și compararea socială*.

Atitudinile se formează în procesul de comunicare, în rezultatul învățării și al experienței individului și interferează cu mediul social. Conținutul, ierarhia și dinamica atitudinilor sunt influențate de relațiile reciproce dintre oameni, acestea fiind mijlocite de actul comunicării. În general, atitudinile se concentrează pe anumiți oameni sau obiecte, sunt o creație ipotetică și stări psihice manifeste prin comportamentul verbal și acțional.

Compararea socială se axează pe abordarea oferită de L.Festinger (1954), care susține că atitudinile se formează printr-un proces de comparare la care recurge individul pentru a stabili dacă mesajul la care a ajuns este relevant și adecvat. Neexistând posibilitatea măsurării fizice a atitudinilor, oamenii se compară cu alți oameni pentru a vedea dacă atitudinile și opiniile lor sunt corecte [11, p.80].

În ceea ce privește ordonarea taxonomică a funcțiilor atitudinilor, prima tipologie clasică este cea propusă în 1960 de către D.Katz. Clasificarea lui Katz are meritul de a fi ordonată și suficient de suplă. Ea acceptă că o anumită atitudine poate îndeplini simultan mai multe funcții și are meritul de a sugera niște strategii rezonabile de modificare persuasivă a fiecărui tip de atitudine. Astfel, acesta distinge patru funcții atitudinale:

- ✓ **funcția de ajustare** sau utilitară – atitudinile și opiniile de care dispunem le punem în acord cu cele ale altora, ele exprimă nu doar un proces de integrare și diferențiere personală, ci și o luare în considerare a opiniilor altora;
- ✓ **funcția de apărare** sau ego-defensivă – atitudinile constituie pentru individ adevărate mecanisme de protecție, prin care acesta se apără de el însuși sau de alții, în sensul că prin atitudini poți să-ți justifici propriile slăbiciuni, poți ignora sau deforma realitatea pentru a te apăra de alții;
- ✓ **funcția de expresie** sau valoric-expresivă – individul se exprimă prin atitudini, se exteriorizează, își face cunoscute valorile, ceea ce aduce satisfacții;
- ✓ **funcția cognitivă sau de cunoaștere și de caracterizare** prin intermediul atitudinilor – individul cunoaște, fapt ce facilitează înțelegerea lumii, introducerea unor distincții, precizări, clarificări.

Astfel, atitudinile sunt o importantă valoare reglatorie în raport cu propriul nostru comportament individual, interpersonal sau de grup. Nu întotdeauna însă atitudinile sunt corespunzătoare, pozitive, facilitatoare și susținătoare ale comportamentului. Există condiții și factori care contribuie la formarea și consolidarea unor atitudini negative, nefavorabile, cu rol de dezorganizator al vieții sociale. Pentru a forma atitudini sau pentru a le influența este necesar să se cunoască legătura dintre motivație, atitudine și comportament. Atitudinile influențează și condiționează comportamentul; totodată, atitudinile pot sta la originea motivației.

În ceea ce privește structura atitudinilor, s-au configurat două abordări.

Abordarea *trifactorială* susține că atitudinile au trei tipuri de componente:

- componenta afectivă, constă în modul în care individul reacționează față de un anumit obiect. Comportamentul afectiv este de cele mai multe ori influențat de asocierea obiectului atitudinii (un lucru, o situație, o idee sau o persoană) cu experiențele anterioare, plăcute sau neplăcute;
- componenta cognitivă reprezintă latura conștientă a atitudinii. Este formată din cunoștințele, informațiile, convingerile și imaginile pe care le deține persoana despre un anumit obiect;
- componenta intențională sau volitivă se referă la tendința de a acționa într-un fel în legătură cu un anumit obiect.

Între atitudine și comportament există o legătură directă, însă comportamentul intențional nu trebuie să se confunde cu comportamentul propriu-zis.

Abordarea *unifactorială* (Olson și Zanna, 1993) explică atitudinea doar prin componenta afectivă, atitudinea fiind o evaluare globală și continuă a obiectului de tip „pozitiv/negativ”. Abordarea unifactorială reduce atitudinile la componenta lor evaluativă, de natură afectiv-emoțională, bazându-se pe faptul că concordanța dintre elementele cognitive, afective și comportamentale deseori nu se poate stabili.

S.J. Breckler validează printr-o analiză computerizată modelul trifactorial (componentele cognitive, afectivă, comportamentală ale atitudinilor), fiind astfel respins modelul unifactorial susținut de M.Fishbein și I.Ajzen (1980), J.T. Cacioppo și R.E.Petty (1986), A.H. Eagly și S.Chalken (1993).

Dintre cele mai creditate astăzi este abordarea *bifactorială*, elaborată în 1975 de către Martin Fishbein și Icek Ajzen, conform căreia în orice atitudine coexistă și interacționează elemente cognitive și afective. Fishbein și Ajzen susțin că atitudinea este un produs obținut prin multiplicarea a doi factori: (a) forța credinței că un obiect posedă anumite atribute și (b) evaluarea acestor atribute.

Albert Ellis, autorul *Teoriei rațional emotive și comportamentale*, consideră că credințele tind a fi raționale sau iraționale, primele fiind urmate de consecințe pozitive în plan comportamental și emoțional fiind funcționale, ultimele fiind urmate de consecințe negative, disfuncționale. Ellis consideră că cerința absolută de tipul „trebuie” este cogniția irațională centrală, din ea derivând celelalte trei cogniții iraționale intermediare. Cognițiile iraționale sunt considerate factori de vulnerabilitate generală, sunt principalul determinant al emoțiilor și care influențează asupra formării atitudinilor disfuncționale [11].

În general, psihologia contemporană afirmă că atitudinile includ cele trei componente fundamentale și majoritatea specialiștilor agreează modelul triadic.

În abordarea cercetătorului V.Panico, atitudinile sunt interpretate prin intermediul celor două planuri – intern (psihologic) și extern (educațional). În ceea ce privește dimensiunea externă, atitudinile pot fi definite ca un sistem de relații sau raporturi subiective ale personalității/grupului de oameni acțional cognitive, afective și comportamentale de ordin moral, ecologic, profesional etc., de evaluare și valorizare a fenomenelor și proceselor din lumea înconjurătoare. Astfel, în plan extern, atitudinile se manifestă prin procese cognitive (sistemul acțiunilor de învățare și autoînvățare) orientate, organizate (precum și cele spontane), procese afective – emoțiile și sentimentele, acțiunile comportamentale care se manifestă prin totalitatea de acțiuni, reacții motorii, fapte de ordin moral, profesional, intelectual, ecologic, politic, estetic, de muncă etc. Relația/raportul dintre planul extern (educațional) și planul intern (psihologic) al atitudinilor sau dinamica extern-intern a atitudinilor este explicat prin faptul că atitudinile de viață (din planul extern) se interiorizează și formează sfera motivațională a personalității. În planul intern (al conștiinței) atitudinile se modifică, se generalizează, obțin valoare/semnificație și se schimbă permanent. În planul conștiinței, atitudinile se ierarhizează în dependență de valoarea lor personală, de grup și socială. Atitudinile în planul conștiinței modelează acțiunile externe, mobilizează intențiile comportamentale, activează, organizează și direcționează comportamentul. Ele evaluează fenomenele, procesele, obiectele din lumea înconjurătoare și servesc ca mijloc sau factor de autorealizare și de valorificare a propriului potențial [12, p.59-60].

În privința originii atitudinilor, teoriile sunt divergente: *intrinsecă*, pentru cei care (ca T.W. Adorno) fac apel la variabile ale personalității; *extrinsecă*, pentru cei care postulează modurile de achiziție, cum ar fi condiționarea sau învățarea socială.

Reieșind din cele menționate, deducem particularitățile specifice ale atitudinilor.

- Atitudinea este o dispoziție sau predispoziție psihică, relativ stabilă, de a reacționa într-un anumit mod față de obiectele din lumea înconjurătoare.
- Atitudinile se formează în timp, sunt latente, sunt precursorile comportamentului și, respectiv, devin analizabile prin manifestări comportamentale, opinii, sentimente și emoții față de situații, persoane, evenimente, informații.
- Atitudinile devin relații, iar relațiile interiorizate devin în timp atitudini. De aceea, corelația dintre aceste două variabile este foarte strânsă. Individul produce reacții adaptate și consistente față de obiectele asociate atitudinii.
- Atitudinile fac referință la valori, la situațiile de evaluare.
- Atitudinile sunt formațiuni complexe. Sunt alcătuite din componente ale atitudinilor: componenta afectivă (stări emoționale și preferințe evaluative); componenta cognitivă (opinii și convingeri); componenta comportamentală (intenții de comportament). Astfel, atitudinile constituie un ansamblu de elemente cognitive, afective, comportamentale, relative la un obiect cărora le sunt asociate evaluări afective pozitive sau negative.
- Atitudinea poate avea un caracter bipolar, ceea ce presupune că variază de la favorabil, pozitiv, la nefavorabil, negativ, trecând prin nivelul neutru.

Relația dintre atitudini și comportamentul uman

Ținând cont de cele menționate, putem deduce că atitudinile stau la baza manifestării comportamentelor, însă nu întotdeauna comportamentul reflectă atitudinile. Comportamentul exteriorizat este determinat de mai

mulți factori: de valoarea fenomenelor, proceselor, obiectelor, de satisfacerea sau nesatisfacerea trebuințelor, de condițiile permanent schimbătoare ale vieții și activității omului.

Pe măsură ce experiența directă ne ajută să pătrundem în esența anumitor situații codificate social, oamenii își alcătuiesc anumite scenarii potrivite din punct de vedere social situațiilor. Deseori rigiditatea unor astfel de scenarii poate împiedica manifestarea comportamentului și a atitudinilor reale.

Indivizii se deosebesc între ei sub aspectul consistenței manifeste între atitudini și comportament: unii sunt foarte consecvenți, alții mult mai fluctuanți, în funcție de anumite trăsături de personalitate, dintre care o relevanță deosebită prezintă automonitorizarea și experiența directă.

Oamenii care au convingeri ferme sunt, de regulă, dispuși să acționeze în acord cu atitudinile lor. Deseori însă devin mai puțin consecvenți sub presiunea unor componente afective și intelectuale aflate în conflict și valoarea predictivă a atitudinilor lor scade considerabil.

Atitudinile ne influențează comportamentul printr-un proces de asumare deliberată a unor decizii, iar impactul lor este limitat sub următoarele patru aspecte (Fig.1).

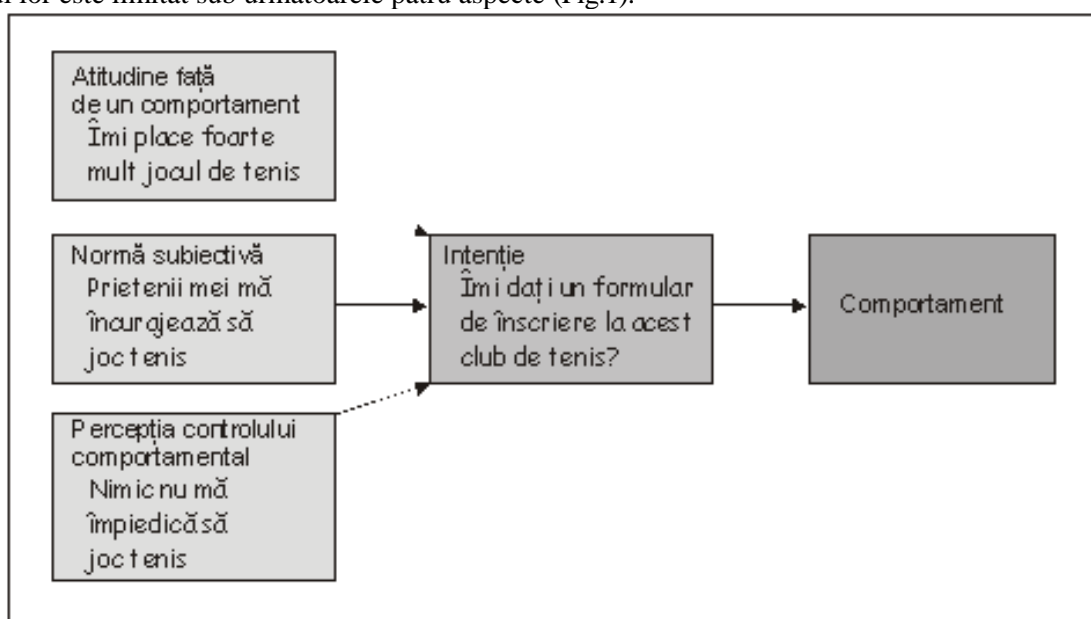


Fig.1. Teoria comportamentului planificat (Ajzen, 1991).

Așadar, putem deduce aspectele relevante ale acestei teorii:

- Comportamentul nostru este influențat de atitudinile față de un anumit comportament.
- Comportamentul este influențat și de opiniile noastre despre ceea ce alții cred că ar trebui să facem. Presiunile sociale ne fac adeseori să ne comportăm contrar convingerilor noastre personale.
- Atitudinile dau naștere unui comportament numai atunci când percepem comportamentul respectiv ca fiind sub *controlul* nostru. Atunci când apar îndoieli referitor la capacitatea de a face ceva, probabilitatea de a face acel lucru e foarte mică. De aceea, adeseori intențiile rămân neconsumate.

Este evident că rolul pe care îl îndeplinesc atitudinile depinde de *forța* acestora. În cazul în care atitudinea are forță mare, adică este foarte importantă pentru cineva, ea este greu de influențat. Încercarea de a răspunde la întrebarea ce determină unele atitudini să aibă o forță mai mare decât altele l-a determinat pe A.Tesser să înainteze în 1993 ipoteza conform căreia atitudinile cu o putere mai mare sunt transmise genetic [13]. În opinia acestui autor, indivizii sunt biologic predispuși prin ereditate (moștenind anumite calități fizice și psihice) spre anumite atitudini puternice.

Referindu-se la condițiile ce determină forța unei atitudini și legătura ei cu comportamentul, cercetătorii menționează următoarele:

- ✓ Oamenii tind să se comporte în concordanță cu atitudinile lor atunci când sunt bine informați.
- ✓ Forța unei atitudini este condiționată și de calitatea informației, veridicitatea sursei de la care a obținut-o. Cele mai stabile sunt atitudinile care s-au format prin experiența directă a individului.
- ✓ Atitudinile puternice sunt ușor de conștientizat, sunt accesibile.

Cercetările referitor la legătura dintre atitudini și comportament au generat concluzii importante. Acestea fac trimitere la faptul că sentimentele față de un obiect nu neapărat determină acțiuni, deoarece există mai mulți factori care influențează. Însă, în cazul în care atitudinile sunt puternice, au forță mare, atunci impactul lor asupra comportamentului este evident.

Existența diferitor modele comportamentale în societate influențează asupra formării atitudinilor și, respectiv, asupra comportamentului indivizilor.

Plecând de la impactul puternic al atitudinilor asupra comportamentului uman, cercetătorii au inițiat diverse studii științifice referitor la acest fapt. O cauză a comportamentului deviant (de exemplu, criminal) poate fi prezența atitudinilor disfuncționale ale individului. Este evident faptul că comportamentul este determinat în funcție de condițiile externe, căci scopul este de a aduce modificări în acest sens; deci, el este adecvat acestora, ceea ce înseamnă că schimbările din ambianță determină schimbări ale comportamentului uman. Însă, nu doar condițiile externe influențează formarea atitudinilor disfuncționale și acționează ca factori declanșatori ai comportamentului deviant. Ajzen și Fishbein au formulat în 1980 *Teoria acțiunii planificate*, care a fost concepută pentru a prezice și a explica comportamentul uman în contexte specifice. Conform acestei teorii, predictorul comportamentului este *intenția*. Aceasta este determinată, inclusiv, de factorul atitudinal care este condiționat de:

- atitudinea față de comportamentul și conduita individului;
- estimările referitoare la consecințele comportamentului;
- evaluarea comportamentului ce urmează a fi manifestat (pozitivă/negativă) [14].

Această teorie a fost aplicată pentru prezicerea comportamentului agresiv la infractorii condamnați, unul dintre scopuri fiind identificarea atitudinilor disfuncționale, antisociale.

Cercetătorii Andrews și Bonta au formulat *Teoria întăririlor personale, interpersonale și comunitare*, potrivit căreia comportamentul este determinat de efectele costurilor sau beneficiilor unor acțiuni care sunt mediate de o serie de variabile ce pot încuraja sau stopa comportamentul. Factorii respectivi acționează asupra unuia dintre nivelurile specifice individului: personal, interpersonal sau al mediului.

Așadar, orice fenomen are o totalitate de însușiri, iar modul în care un fenomen interacționează cu și condiționează pe altul este predeterminat de însușirile acestora.

Strategii pentru influențarea atitudinilor

Problema privind influențarea atitudinilor este foarte complexă și se axează atât pe dimensiunea cunoașterii, cât și pe dimensiunea acțională, între care există o puternică interdependență. Pe măsura acestei complexități, trebuie să se ia în considerare mecanismele implicate în diferitele procese care stau la baza modificării unor parametri asociați atitudinilor disfuncționale. Abordarea tridimensională a atitudinilor, prin evidențierea mecanismelor psihologice (cognitive, afective și comportamentale) care intervin, constituie repere în elaborarea unor strategii coerente. Este necesar ca strategiile să fie adaptate în funcție de etapa în care se regăsește beneficiarul: precontemplare, contemplare, pregătire, acțiune, susținerea acțiunii. Astfel, pentru fiecare etapă vor fi utilizate tehnici corespunzătoare: la primele se impun tehnici care fac apel la mecanisme cognitive sau afective, iar următoarele etape presupun în special tehnici de angajare care fac apel la mecanisme comportamentale.

Cunoașterea sistemului de valori, a expectanțelor și a relațiilor interpersonale poate oferi indicii valoroase cu privire la specificul strategiilor aplicate în scopul determinării unor modificări la nivel atitudinal și comportamental. Schimbarea atitudinilor prin mecanisme comportamentale este declanșată de concesiile pe care o facem altora și nouă înșine de a ne angaja într-un comportament contraatitudinal (Dafinoiu, 1996). Cele mai consistente explicații privind mecanismele psihologice implicate în influențarea atitudinilor, în condițiile angajării într-un comportament contraatitudinal, sunt cele derivate din teoria disonanței cognitive. Conform acestei teorii, atunci când oamenii constată o discrepanță între atitudinile lor sau între propriile atitudini și comportamente, ca urmare a faptului că această discrepanță este trăită ca o stare de tensiune și disconfort psihic, ei se străduiesc să o rezolve, iar una dintre modalități o constituie modificarea atitudinilor inițiale [18, p.70].

Valorificarea la nivel a condițiilor și a etapelor menționate, stabilirea unor indicatori de impact prin care să se identifice parametrii actuali ai acestora și determinarea traseului adecvat îndeplinirii scopului urmărit, prin adoptarea unor tehnici și procedee corespunzătoare caracteristicilor psihoindividuale, interpersonale și situaționale, permite elaborarea strategiilor pentru influențarea atitudinilor disfuncționale.

Concluzii

Atitudinile ilustrează ceea ce gândim, ansamblul ideilor și al concepțiilor din mintea noastră care ne sunt formate de mediul social în care trăim și care ne modelează personalitatea într-un mod latent. Comportamentul,

dimpotrivă, reprezintă acțiunile, faptele pe care le realizăm conștient. El este o consecință a nevoilor fundamentale, a sistemului de valori, a condițiilor care ne sunt oferite de mediul social. Între atitudini și comportamente există o relație cauzală și pentru a ne simți în armonie cu noi înșine este necesar să existe un echilibru între cogniție și comportament. Dacă nu suntem congruenți și adoptăm comportamente care sunt în contradicție cu propriul sistem de valori, de principii, de convingeri, atunci apar sentimente negative de frustrare, dezamăgire, interiorizare, care conduc spre alte manifestări comportamentale indezirabile mai grave. Atitudinile și comportamentele ne influențează atât viața socială, cât și cea interioară. Felul în care arată viața individului este o oglindire a interiorului său. Echilibrul interior determină echilibrul exterior în relațiile cu ceilalți, în abordarea problemelor, în modul de viață. În această ordine de idei, menționăm că există comportamente simulate sau disimulate. Comportamentele disimulate se manifestă atunci când se dorește să se mascheze adevăratele atitudini și se depune efort pentru a camufla adevărata esență a omului. Comportamentul simulat presupune o imitare, o înlocuire a unei atitudini autentice, reale, proprii cu una străină, împrumutată.

Referințe:

1. MĂRINEANU, V. *Mecanisme psihologice de influențare a atitudinilor*. București: Editura Militară, 2013. 189 p.
2. CHIRCEV, A. *Atitudinile sociale. Cu privire specială la români*. Editura Institutului de Psihologie al Universității din Cluj la Sibiu, 1941. 205 p.
3. ALLPORT, G.W. Attitudes. In: C.Murchison (ed). *Handbook of Social Psychology*. Worcester, Mass: ClarkUniversity Press.
4. KATZ, D. *The social Psychology of Organization*. 2nd edition. New York: Publisher Wiley, 1978. 848 p.
5. ROȘCA, Al. *Creativitatea generală și specifică*. București: Editura Academiei R.S.R., 1981. 272 p.
6. POPESCU-NEVEANU, P. *Dicționar de psihologie*. București: Albatros, 1978. 784 p.
7. DUDUCIUC, A., IVAN, L., CHELCEA, S. *Psihologie socială. Studiul interacțiunilor umane*: Manual universitar. București: Comunicare. Ro, 2013. 340 p.
8. MOSCOVICI, S. *Psihologia socială a relațiilor cu ceilalți*. Iași: Polirom, 1998. 253 p.
9. DRAGAN, J.C., DEMETRESCU M.C. *Practica prospectării pieței: tehnici de cercetare în marketing*. București: Europa Nova, 1996. 304 p.
10. DAVID, D. *Tratat de psihoterapie cognitive-comportamentale*. București: Polirom, 2017. 366 p.
11. CHELCEA, S. *Un secol de cercetări psihosociologice*. București: Polirom, 2002. 229 p.
12. PANICO, V., MUNTEANU, T. Structura și legitățile formării atitudinilor la personalitate. În: *Studia Universitatis*, 2009, nr.9(29), p.59-62.
13. TESSER, A. *Advanced Social Psychology*. McGraw-Hill Humanities/Social Sciences/Languages. 1 edition, 1994. 416 p.
14. AJZEN, I., & FISHBEIN, M. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NY: Prentice Hall, Inc., 1990.
15. ILUȚ, P. *Valori, atitudini și comportamente sociale*. București: Polirom, 2004. 256 p.

Date despre autor:

Valeria PASCARU-GONCEAR, doctor în științe pedagogice, Facultatea de Psihologie, Științe ale Educației, Sociologie și Asistență Socială, Universitatea de Stat din Moldova.

E-mail: valerigoncear@mail.ru

Prezentat la 16.06.2020