

SOCIO-STYLES-SYSTÈME

Prin această lucrare, Bernard Cathelat se înscrie pe linia unor preocupări constante privind cercetarea stilurilor de viață. Autorul, împreună cu Mike Burke înființează în 1971 C.C.A. („Centre de Communication Avancé”) — filiala de la Paris a grupului HAVAS/GUROCOM — unul din primele grupuri care organizează studierea stilurilor de viață în Europa. El publică în 1975 lucrarea *Les Styles de Vie pour un marketing dynamique*, continuând apoi cu *Les Styles de Vie des Français* (1977), *Les Styles de Vie* în două volume (1985) și *Styles de Pub : 60 manières de communiquer* (1987).

Ultima sa lucrare, apărută în 1990, descrie o metodologie originală de studiere a stilurilor de viață, numită „Socio-Styles — Système”. De-a lungul a peste 550 de pagini, autorul manifestă o grijă evidentă de a delimita metoda sa de alte tipuri de studii ca, de exemplu, cele realizate de Yankelevich („3 SC” sau „RISC”) sau de Stanford Research Institut („VALS”).

Metoda numită *Socio-Styles-Système* aplicată mai întâi în Franța la C.C.A., a fost apoi utilizată în SUA de către US MAPPING, o societate americană creată de grupul GMF (Garantie Mutuelle des Fonctionnaires) și în 15 țări ale Europei Occidentale (cu C.C.A. și EUROPANEL care este prima rețea de institute de studii de piață din Europa). De asemenea, prin intermediul M. CONSULTANTS (o societate de studii de piață și de consultanță) metoda a fost aplicată în zona Caraibelor.

Cu toate că *Socio-Styles-Système* este în primul rând „un instrument complet pentru marketingul comercial al bunurilor și serviciilor, pentru strategii publicitare și de relații publice, pentru marketingul presei și al marilor rețele de televiziune și radio”, totuși autorul nu neglijează aspectele teoretice ale problematicii stilurilor de viață. Grija pentru delimitările conceptuale este însoțită de efortul de a se distanța prin metoda sa de cele izvorite din marile curente de gândire.

Bernard Cathelat este de părere că, pînă acum conceptul de stil de viață nu și-a găsit o definiție comună satisfăcătoare. Deși există un scop comun al cercetărilor, acela de a înțelege mai bine dinamica de adaptare a individului în relație cu mediul socio-cultural, totuși concepțiile privind stilul de viață sînt divergente.

Astfel, în abordarea psihologică, stilul de viață apare ca un stil de personalitate. Individul este situat la confluența structurilor de caracter și de personalitate, a motivațiilor și a valorilor culturale. Stilul de viață este definit ca o categorie fundamentală și durabilă, neglijîndu-se comportamentele și condițiile de viață. Conceptul central al acestor cercetări este motivația, iar culegerea datelor se bazează pe studiul motivațiilor, jude-

Bernard Cathelat, *Socio-Styles-Système*, in *Les Styles de Vie. Théorie. Méthode. Application*, Paris, Les Editions de L'Organization, 1990.

căților, opiniilor, atitudinilor și centrelor de interes. Se caută astfel empiric modele de motivație susceptibile de a defini persoanele.

Abordarea culturalistă se sprijină în principal pe conceptul de valoare, care este „un model colectiv idealizat de gândire și conduite conceput în mod abstract, general și presupus universal”. Dacă motivația este proiecția spre lumea exterioară a unei pulsații individuale, valoarea este modalitatea de atașare a persoanei de o normă ideală. În accepția culturalistă, stilul de viață este „un proces de socializare prin ralierea individului la normele colective de civilizație, ceea ce îi garantează integrarea în grup cu prețul unei reducții și normalizării a personalității în cadrul „ideologie” al unui sistem colectiv de valori”.

Studiile de acest gen sînt fondate pe un model preexistent, care presupune o grilă de referințe stabile, limitate, stereotipe, confruntată apoi cu individul pentru a se măsura gradul de participare și adeziune. Studiile culturaliste nu pot fi exploratorii, ele sînt doar „o anchetă de verificare a posteriori a adeziunii culturale a unei populații la valori și modele de viață preexistente”.

În abordarea sociografică, conceptul central este curentul socio-cultural. El este un fascicul de opinii și atitudini care converg în aceeași direcție și avînd o anumită evoluție în timp. Detașîndu-se de abordările psihologice și culturaliste, studiul sociografic al stilurilor de viață a introdus metoda diacronică. Se analizează și se măsoară poziția indivizilor în cadrul unui ansamblu de tendințe evolutive care definește el însuși o societate în mutație. Individul este privit ca un atom social care nu are o logică internă a unui stil propriu de viață, ci se raportează numai la o concepție liniară a progresului social definit strict cantitativ.

Abordările sociografice ale stilurilor de viață se caracterizează printr-un pronunțat empirism. Lista curentelor socio-culturale în care se pot încadra indivizi a crescut în ultimii 10 ani de la 25 la 35 de teme. Astfel, definiția stilului de viață al unui individ atom-social rezultă din juxtapunerea a 25 sau 35 de note obținute pe lista completă a curentelor socio-culturale.

Abordările mecaniciste au ca obiect de studiu „omul existențial” în integralitatea sa, avîndu-se în vedere condițiile de viață, determinismele mediului, ale statutului său social, profesional și familial, ansamblul echipamentelor și obiectelor, comportamentele, obiceiurile. Trăirile subiective, motivațiile, satisfacțiile sau insatisfacțiile, proiectele nu sînt luate în considerație. Această concepție tratează individul ca un „om-mașină”, redus la un ansamblu de determinări exterioare. Noțiunea de stil de viață este redusă aici la expresia cea mai simplă, la modul de existență.

În ceea ce privește metoda *Socio-Styles-Système* de cercetare a stilurilor de viață, autorul ei se consideră sub influența tradiției structuraliste.

Dar în ce constă această metodă de cercetare a stilurilor de viață?

Mai întîi se culeg datele și se aplică un tratament statistic. Apoi, se creează o tipologie practică a populației cercetate în mai multe profiluri de mentalități, comportamente și sensibilități. În al treilea rînd, această tipologie se organizează pe o hartă sociologică și, în final, se trasează principalele curente socio-culturale majoritare sau minoritare din opinia publică. Accentul principal cade pe caracterul multidisciplinar al anchetei.

Pentru o mai bună înțelegere a metodei *Socio-Styles-Système* trebuie trecute în revistă principalele concepte pe care le folosește.

Socio-styles (socio-stiluri) sînt modele de comportament, de gîndire, de motivații de condiții de viață diferite, care descriu varietatea stilurilor de viață într-o populație dată. Spre deosebire de noțiunea americană *Life-style* (stil de viață), esențialmente comportamentală, *Socio-styles* este o combinație de variabile (comportament + atitudini și opinii + motivații și sensibilități + aspirații prospective).

Socio-mentalities (socio-metalități) sînt familii sociologice ale socio-stilurilor. Ele sînt deci tipologii mai simple, așa cum sînt ramurile mai groase ale unui arbore, spre deosebire de marea mulțime a rămurilor, care sînt *socio-styles* (socio-stiluri).

Curentele socio-culturale desemnează sisteme de valori, idei forță, atitudini generale care intră în componența socio-stilurilor.

Socio-waves (socio-polarizări) reprezintă poziții bipolare între valorile curentelor socio-culturale, pe baza opțiunilor etice, ideologice și practice. Dacă curentele socio-culturale nu măsoară decît idei, dorințe, rise, atracții teoretice, *socio-waves* măsoară o alegere, o opțiune, care ține cont de valoarea de atracție a acestor idei, dar și de realitățile modului de viață.

Metodologia generală originală de tratare statistică a datelor poartă numele de *Processus Galaxy* și constă dintr-o suită de tehnici de reducere și structurare a datelor în scopul realizării empirice a tipologiei socio-stilurilor.

Socio-spot (socio-segment) este portretul unui public definit printr-o selecție progresivă a unor subsecvențe din populație (de exemplu : femeile — femeile inactive — femeile inactive care citesc revista „Elle”).

Metoda *Socio-Styles-Système* (sistemul socio-stil) este așadar, după cum o prezintă chiar autorul, „o hartă oferită de satelitul meteorologic, pe care se văd în același timp, continente și climate socio-culturale”. Pe o astfel de hartă se pot constata mișcările și microclimatele : există culturi dominante și culturi dominate, unele în progresie și altele în regresie etc.

Filiația structuralistă pe care B. Cathelat și-o revendică rezultă deci din această intenție de a identifica, dincolo de epifenomene, arhitectura generală a unei culturi. El are ambiția de a stabili o cartografie (*Socio map* (socio-hartă)) a diversității sociale a valorilor (*Socio waves* (socio-polarizări)) și indivizilor (*Socio-styles* (socio-stiluri)).

Această ambiție implică două demersuri de mare complexitate. Culegerea unui foarte mare număr de date și găsirea modalităților adecvate de tratare statistică a unei cantități apreciabile de informații. Chestionarul este în același timp multi-tematic (fiecare subiect abordat este studiat din unghiuri diferite : socio-cultural, civic, politic, economic și simbolic-imaginar) și multi-dimensional (întrebări de comportament, condiții de viață, opinii, atitudini, judecăți raționale, gusturi, opțiuni emoționale și imaginare, aspirații și motivații dinamice etc.).

Imensa bancă de date care se acumulează este tratată în două etape succesive. Mai întii, o analiză factorială permite trecerea de la circa 200 de variabile utilizate de *Socio-Styles-Système* la un număr de 4—10 factori de sinteză, ajungîndu-se astfel la un modul redus, care nu este presupus a priori, ci rezultă din matricea de corelații a variabilelor. Cum însă tipologia rezultată din analiza factorială este încă eterogenă și prea puțin

discriminantă, se trece la a doua operație : analiza canonică. Ea se aplică pe factori extrași din analiza factorială, ajungându-se în cele din urmă la metavariabile mult mai sintetice și mai puțin numeroase. De exemplu, într-o cercetare „Euro-Socio-Styles”, dintr-un tablou cu 4000 de linii (indivizi) și 3500 coloane (răspunsuri), deci cu 14 milioane de căsuțe, s-a ajuns la un tablou simplificat cu 20 de coloane (metavariabile), numărul de linii rămânând, evident același.

Datorită caracterului extrem de riguros al elaborării acestei metode de cercetare a stilurilor de viață și a succeselor obținute în diverse cercetări, atât în Europa cât și pe alte continente, *Socio-Styles-Système* este o lucrare de mare interes atât pentru cei care se ocupă de cercetarea științifică, dar și pentru cei angrenați în activitatea de marketing.

MARCEL DORU

STILURI DE VIAȚĂ ALTERNATIVE ÎN SOCIETATEA AMERICANĂ CONTEMPORANĂ

După cum afirma Weber¹, configurarea unor stiluri de viață puternic individualizate, nu este posibilă decât într-o societate relativ stabilă, liniștită, în care onoarea socială devine importantă. Societatea americană aparține acelor societăți fericite care, multe decenii, nu au participat la războaie sau revoluții sociale, decât cu o parte redusă a membrilor lor și întotdeauna în afara granițelor naționale. Aceasta a permis, printre altele, apariția condițiilor necesare afirmării unei diversități de stiluri de viață aproape fără precedent în istoria omenirii. Prin creșterea productivității muncii și, deci, a bunăstării sociale, centrul atenției tuturor straturilor sociale (cu excepția săracilor) s-a mutat de la producție la consum, ceea ce a creat o oarecare difuzie între clasele și situațiile statusurilor sociale. Astfel, în societatea americană contemporană, asistăm la evoluția unor stiluri de viață extrem de individualizate (de multe ori în cadrul aceleiași clase sociale) — unele autentice, integrându-se armonios în cadrul general natural și social², altele mai puțin autentice, dar izvorînd din nevoia anumitor categorii sociale de a se afirma distinct și chiar excentric, contestînd pînă la contradicție valorile larg recunoscute³.

¹ Max Weber, *Essays in Sociology*, New York, 1958.

² Philip Bosserman, *Cultural values and new lifestyles*, in *Problems of culture and cultural values in the contemporary world*, UNESCO, 1989. Clasa de mijloc concentrîndu-se în suburbiile metropolelor a dezvoltat stilurile de viață suburbane centrate pe cultura automobilului. Aceste stiluri care apar, rareori în forma lor pură, se manifestă mai ales combinat, astfel: familism — consumerism, carierism — consumerism și chiar familism — consumerism — carierism.

³ Exemplu: stilul de viață centrat pe așa-numita „cultură a pisicii” descris de Bensman și Vidich în *The New American Society*, Chicago, Quadrangle Books, 1971. Acesta a fost creat de tinerii negri americani și practicat, în semn de protest față de cultura dominantă a albilor. Ei deuceau o viață plină de risc, efort și stress, avînd dese contacte cu poliția și penitenciarul.