

Participarea la activități culturale, ca unul dintre factorii explicativi ai cetățeniei democratice

Ștefania Matei, Anda Becuț, Marinescu

<https://doi.org/10.61789/bcc.22.04>

INSTITUTUL NAȚIONAL
PENTRU CERCETARE ȘI FORMARE CULTURALĂ

culturadata.ro

Cuprins

1. <u>Introducere</u>	71
2. <u>Metodologia cercetării</u>	73
3. <u>Modele teoretice explicative</u>	77
3.1 Modelul teoretic al angajamentului democratic	79
3.2 Modelul teoretic al dezangajamentului democratic	84
4. <u>Analiza datelor statistice</u>	86
4.1 Dimensiunea apartenenței sociale	86
4.2 Dimensiunea identității sociale	88
4.3 Dimensiunea toleranței sociale	89
4.4 Dimensiunea încrederii sociale	92
4.4.1 Încrederea în informațiile prezentate în mass-media	95
4.5 Dimensiunea incluziunii sociale	98
4.6 Dimensiunea preocupărilor civice	100
4.7 Dimensiunea libertății sociale	104
5. <u>Concluzii</u>	107
6. <u>Referințe</u>	110

1. Introducere

Rolul activităților culturale în societate a fost discutat foarte mult în termenii impactului economic, neglijându-se în mod nejustificat sensul efectelor pe care cultura le are asupra diferitelor aspecte ale vieții sociale. Cele mai multe studii și-au propus să identifice influențele pe care diferite practici de petrecere a timpului liber le au asupra acumulării capitalului educațional, asupra consolidării unei economii locale, asupra asigurării bunăstării subiective sau asupra creșterii nivelului de trai. Abordările mai recente arată însă faptul că efectele vieții culturale nu se reflectă doar asupra economiei, ci efectele ajung să se observe la un nivel social mult mai larg, prin procese care vizează procesul formării valorilor sociale.

Analiza literaturii de specialitate a conturat o serie de perspective teoretice care își propun să identifice impactul social atribuit participării la activități culturale, analizându-se aspecte ce țin de cetățenia activă, de implicarea civică, de integrarea socială sau de participarea democratică¹. De exemplu, în *Rezoluția Parlamentului European din 11 decembrie 2018 referitoare la Noua Agendă Europeană pentru Cultură se afirmă* „rolul activ al culturii și al industriilor culturale și creative în realizarea obiectivelor politicii de coeziune și de incluziune socială”², stipulându-se astfel contribuția unică pe care viața culturală o are în consolidarea unei societăți democratice. Conform acestei perspective, politicile publice definesc, teoretic, cultura ca instrument care contribuie la asigurarea coeziunii și incluziunii sociale³, fapt care apare explicitat în documentele guvernamentale ale mai multor state, printre care se numără Cipru, Elveția, Suedia, Azerbaidjan,

Franța și Italia⁴. Punerea în practică a unei astfel de abordări este benefică pe plan social, oferind un cadru favorabil de organizare a activității culturale.

Raportul comandat de Uniunea Europeană, intitulat „Culture and Democracy: the Evidence”, evidențiază faptul că există o corelație pozitivă între nivelul de participare la activitățile culturale și indicatorii de implicare civică, democrație și coeziune socială⁵. Participarea la activitățile culturale este înțeleasă ca „participare în orice activitate care, pentru fiecare persoană în parte, reprezintă o modalitate de creștere a capacității culturale și informaționale și a capitalului, ceea ce contribuie la definirea identității sociale și/sau permite exprimarea personală”⁶. Participarea la activități culturale înglobează o serie de activități de petrecere a timpului liber care sunt desfășurate fie în cadre formale, fie în medii informale și care fac parte din viața cotidiană, îmbrăcând cel mai adesea o formă uzuală sau rutinieră. Unii autori consideră că distincția între activitățile culturale elitiste (engl. „highbrow”) și activitățile culturale cu caracter de masă (engl. „lowbrow”) s-a estompat odată cu trecerea timpului, ajungând să fie mai puțin relevantă în contextul societății actuale, când consumul cultural a devenit din ce în ce mai diversificat ca urmare a proliferării noilor medii de comunicare⁷. În România diferențele

1 M. Sharon Jeannotte, *The Social Effects of Culture. A Literature Review* (Centre on Governance, University of Ottawa, 2017).

2 Comisia Europeană, *Rezoluția Parlamentului European din 11 decembrie 2018 referitoare la Noua Agendă Europeană Pentru Cultură*, 2018 <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0499_RO.html>.

3 Vladimír Bína & Teunis Ijdens, *Social Participation and Cultural Policy: A Position Paper* (Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap, 2007).

4 H.K. Anheier și colaboratorii, *Cultural Participation and Inclusive Societies. A Thematic Report Based on the Indicator Framework on Culture and Democracy* (Council of Europe, 2017), p. 14.

5 William Hammonds, *Culture and Democracy: the evidence. How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion. Lessons from International Research*, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2023, p.6.

6 UNESCO, *Measuring Cultural Participation: A Framework for Cultural Statistics Handbook*, 2012, p. 51.

7 Desirée Campagna, Giulio Caperna și Valentina Montalto, 'Does Culture Make a Better Citizen? Exploring the Relationship Between Cultural and Civic Participation in Italy', *Social Indicators Research*, 149.2 (2020), 657–86 (p. 659).

dintre cultură și divertisment se mențin pe anumite categorii socio-demografice și se amplifică în lipsa unor programe coerente de educație pentru cultură care să educe gusturile estetice ale consumatorilor tineri.

În sfera activităților culturale sunt incluse nu doar practicile care au loc în cadrul unor instituții culturale tradiționale, ci și alte tipuri de activități care îndeplinesc una din următoarele condiții: implică logica de funcționare a sectoarelor creative, vizează consumul unor produse sau servicii culturale și presupun interacțiunea cu conținuturile mass-media. În activitățile culturale se consideră că participarea are loc în mod voluntar, conștient și intenționat, în baza unui suport motivațional și volitiv însușit prin asimilarea ansamblului de semnificații sociale.

Parker și Jarolimek (1984) citați de Doganay definesc cetățenia democratică ca fiind adoptarea unui „set de practici și activități care îi echipează pe tineri și pe adulți cu resursele necesare participării la viața democratică, prin asumarea și exercitarea drepturilor și responsabilităților pe care le au în cadrul societății”⁸. Potrivit Consiliului Europei, cetățenia democratică presupune un nivel ridicat de „participare, coeziune socială, acces, echitate și solidaritate”⁹: „cetățenia democratică este mai mult despre incluziune decât despre excluziune, mai mult despre participare decât despre marginalizare, mai mult despre cultură și valori decât despre rațiuni procedurale (cum ar fi votarea), este despre a fi activ pe plan civic și social”¹⁰. Înțelegând astfel, cetățenia democratică reprezintă un fundament esențial pentru funcționarea instituțiilor democratice, fiind formată dintr-o componentă

atitudinală (valori orientate asupra egalității de șanse, dreptății sociale, respectării drepturilor omului) și o componentă comportamentală (participarea la luarea deciziilor, implicarea în comunitate, dezvoltarea vieții asociative, activismul politic și social). Pe de o parte, cetățenia democratică corespunde formării unui simț al solidarității și responsabilității sociale care contribuie la bunăstarea colectivă și, pe de altă parte, cetățenia democratică presupune o autonomie individuală și o asumare a independenței în raport cu elementele ce definesc viața personală¹¹. Ca atare, cetățenia democratică presupune o orientare spre colectivitate și spre comunitate, prin manifestarea interesului de a participa la organizarea societății și prin implicarea în acțiuni alături de ceilalți.

8 Ahmet Doganay, 'A Curriculum Framework for Active Democratic Citizenship Education', în *Schools, Curriculum and Civic Education for Building Democratic Citizens*, ed. Murray Print and Dirk Lange (Rotterdam: Sense Publishing, 2012), pp. 19–39 (p. 25).

9 Hugh Starkey, *Democratic Citizenship, Language, Diversity and Human Rights. Guide for the Development of Language Education Policies in Europe From Linguistic Diversity to Plurilingual Education* (Strasbourg, 2002), p. 8.

10 Idem.

11 Anne Larason Schneider și Helen Ingram, 'Public Policy and Democratic Citizenship: What Kinds of Citizenship Does Policy Promote?', în *Handbook of Public Policy Analysis. Theory, Politics, and Methods*, ed. Frank Fischer, Gerald Miller, și Mara Sidney (London & New York: CRC Press), pp. 329–46 (p. 333).

2. Metodologia cercetării

În contextul acestui studiu, participarea culturală este înțeleasă ca asimilând o serie de activități diverse care contribuie la acumularea capitalului cultural, presupunând forme relevante de implicare în societate. Au fost luate în considerare trei dimensiuni ale participării culturale: (1) dimensiunea participării culturale publice (care implică activități desfășurate în comunitatea extinsă, în spațiul social în care sunt prezenți fizic și alți membri ai societății), (2) dimensiunea participării culturale non-publice (corespunzătoare consumului cultural realizat îndeosebi în spațiul domestic, dar care presupune în special o formă de expunere individualizată la un conținut specific) și (3) dimensiunea participării culturale în mediul online (corespunzătoare formelor de consum cultural ce

presupun utilizarea tehnologiilor digitale, necesitând conexiune la internet). Pentru fiecare dintre dimensiuni au fost stabiliți anumiți indicatori, iar fiecare dintre aceștia intră în componența unor indici cumulativi agregați ce măsoară nu doar frecvența participării culturale, ci și diversitatea formelor de implicare în viața culturală. Astfel, a fost calculat un indice al participării culturale publice (ca sumă a frecvențelor asociate activităților desfășurate în spațiul public), un indice al participării culturale non-publice (ca sumă a frecvențelor asociate activităților desfășurate într-un context privat, indiferent de locul propriu-zis al desfășurării) și un indice al participării culturale online (ca sumă a activităților întreprinse prin utilizarea internetului).

Tabelul 1. Operaționalizarea participării culturale

Dimensiunea participării culturale publice	Frecvența participării la spectacole de muzică clasică, simfonică, operă sau balet
	Frecvența participării la spectacole de teatru
	Frecvența participării la spectacole de divertisment
	Frecvența mersului la cinematograful
	Frecvența participării la festivaluri de muzică
	Frecvența participării la festivaluri de film
	Frecvența participării la festivaluri de teatru
	Frecvența mersului la bibliotecă pentru a citi sau împrumuta cărți
	Frecvența vizitării un monument istoric sau a unui sit arheologic
	Frecvența vizitării unui muzeu, a unei expoziții sau galerii de artă
	Frecvența mersului în discoteci sau cluburi
	Frecvența plimbărilor prin parcuri și zone verzi
	Frecvența mersului în excursii în țară
	Frecvența mersului în excursii în străinătate
	Frecvența practicării unui sport
	Frecvența participării la competiții sportive în calitate de spectator
	Frecvența participării la întâlniri cu rude sau prieteni
	Frecvența mersului la biserică
	Frecvența participării la sărbători sau evenimente locale
	Frecvența mersului la restaurante, pub-uri sau cafenele
Frecvența mersului în mall	

Dimensiunea participării culturale non-publice	Frecvența citirii ziarelor, revistelor online sau pe suport de hârtie
	Frecvența cititului cărților în format tipărit
	Frecvența cititului de cărți în format electronic
	Frecvența ascultării de muzică
	Frecvența vizionării programelor TV
	Frecvența realizării de fotografii sau al filmării materialelor video
	Frecvența editării, decupării sau modificării pozelor sau materialelor video
Dimensiunea participării culturale online	Utilizarea internetului pentru descărcarea de poze sau materiale audio-video de pe pagini de internet / rețele de socializare
	Utilizarea internetului pentru încărcarea de poze sau materiale audio-video pe pagini de internet/rețele de socializare
	Utilizarea internetului pentru vizitarea website-urilor unor muzee / biblioteci / teatre/ festivaluri / pagini cu evenimente culturale
	Utilizarea internetului pentru vizionarea de filme sau programe TV difuzate prin streaming online
	Utilizarea internetului pentru jocuri pe calculator/ laptop sau consolă/ telefon
	Utilizarea internetului pentru realizarea de activități profesionale/ școlare (e-mail, conferințe video etc.)
	Utilizarea internetului pentru participarea la cursuri sau tutoriale online
	Utilizarea internetului pentru citirea de cărți, manuale, articole
	Utilizarea internetului pentru cumpărarea de cărți, CD-uri, bilete la teatru, bilete la evenimente (concerte etc.)
	Utilizarea internetului pentru folosirea rețelelor de socializare
	Utilizarea internetului pentru realizarea de cumpărături online de orice fel
	Utilizarea internetului pentru alte activități

Cetățenia democratică reprezintă, pe de o parte, un set de atitudini ce vizează acceptarea diversității în relațiile cu ceilalți și manifestarea unui interes față de teme cu relevanță socială și, pe de altă parte, un set de comportamente ce presupun implicarea în viața comunității și participarea responsabilă la deciziile privind aspectele de organizare a vieții în comun. În acord cu această modalitate de înțelegere, cetățenia democratică este definită în relație cu 7 dimensiuni: (1) dimensiunea apartenenței sociale (ce descrie gradul de implicare în viața asociativă), (2) dimensiunea identității sociale (ce descrie modalitatea de poziționare individuală în spațiul social), (3) dimensiunea toleranței sociale (ce descrie gradul de acceptare în proximitatea imediată a unor grupuri sociale marginalizate și supuse riscurilor de discriminare), (4) dimensiunea încrederii sociale (ce descrie predispoziția spre consolidarea unor relațiile sociale), (5) dimensiunea incluziunii sociale (ce descrie importanța acordată inițiativelor de sprijin

al grupurilor minoritare) (6) dimensiunea preocupărilor civice (ce descrie interesul față de anumite teme relevante pentru funcționarea instituțiilor democratice) și (7) dimensiunea libertății sociale (ce descrie tendința spre acceptarea în spațiul public a valorilor autonomiei individuale și colective). De precizat este faptul că ordonarea acestor dimensiuni nu a fost stabilită în baza unor rațiuni ce țin de considerațiile statistice inerente analizelor bivariate sau multivariate. În particular, succesiunea dimensiunilor s-a realizat în baza unor rațiuni asimilate practicilor de conceptualizare și operaționalizare a noțiunii de cetățenie democratică în linie cu fundamentarea teoretică a ipotezelor. Pentru a surprinde diferitele nuanțe ce țin de influența consumului cultural asupra cetățeniei democratice, fiecare dintre indicatori este abordat separat în analiză dacă variabilitatea datelor permite acest lucru, fără a se utiliza ca variabile independente măsuri cumulative extinse de tipul indicilor agregați.

Tabelul 2. Operaționalizarea cetățeniei democratice

Dimensiunea apartenenței sociale	Apartenența subiectivă la comunități cu caracter cultural sau artistic
	Apartenența subiectivă la comunități de oameni care împărtășesc aceleași preferințe muzicale
	Apartenența subiectivă la comunități de perfecționare profesională sau învățare continuă
	Apartenența subiectivă la comunități de oameni care practică o activitate sportivă
	Apartenența subiectivă la comunități de susținere a unui sportiv sau a unei echipe sportive
	Apartenența subiectivă la comunități religioase sau bisericești
	Apartenența subiectivă la comunități sau asociații profesionale
	Apartenența subiectivă la grupuri ecologiste (de protecție a mediului)
	Apartenența subiectivă la asociații umanitare sau caritabile
	Apartenența subiectivă la comunități de absolvenți ai unei instituții de învățământ
	Apartenența subiectivă la comunități de persoane cu aceleași hobby-uri
Dimensiunea identității sociale	Importanța atribuită conservării identității naționale și a sentimentului patriotic
	Importanța atribuită alinierii măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene
Dimensiunea toleranței sociale	Acceptarea ca vecini a persoanelor de altă etnie
	Acceptarea ca vecini a muncitorilor din străinătate
	Acceptarea ca vecini a persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+
	Acceptarea ca vecini a persoanelor de altă religie
Dimensiunea încrederii sociale	Acceptarea ca vecini a persoanelor care au ieșit recent din închisoare
	Gradul de încredere în membrii familiei
	Gradul de încredere în oamenii din cartier/sat/comună
	Gradul de încredere în oamenii cunoscuți personal
	Gradul de încredere în oamenii întâlniți pentru prima dată
	Gradul de încredere în oamenii de altă naționalitate
	Gradul de încredere în oamenii de altă religie
Gradul de încredere în informațiile prezentate în mass-media	
Dimensiunea incluziunii sociale	Importanța atribuită egalității dintre bărbați și femei
	Importanța atribuită sprijinirii minorităților etnice (romi, maghiari, alte etnii)
	Importanța atribuită sprijinirii persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+
	Importanța atribuită libertății fiecărui om de a-și practica religia pe care o dorește
Dimensiunea preocupărilor civice	Importanța atribuită protecției naturii și a mediului înconjurător
	Importanța atribuită participării oamenilor la vot atunci când sunt alegeri
	Importanța atribuită respectării de către angajatori a drepturilor angajaților
	Importanța atribuită pedepsirii actelor delincvenționale pe măsura gravității lor
	Importanța atribuită luptei împotriva corupției
	Semnarea unei petiții electronice / online
	Participarea la proteste sau demonstrații de stradă pașnice
	Participarea la proteste sau demonstrații de stradă violente
Dimensiunea libertății sociale	Importanța atribuită libertății fiecărui om de a-și exprima punctul de vedere
	Viziunea asupra libertății de alegere și de control asupra propriei vieți
	Importanța atribuită libertății în raport cu importanța atribuită siguranței

În afara acestor indicatori, ce operaționalizează conceptele de participare culturală și cetățenie democratică, au fost incluse în analiză o serie de variabile socio-demografice, printre care se numără: genul, vârsta (18-35 de ani, 36-50 de ani, 51-65 de ani, peste 65 de ani), nivelul de educație (cel mult gimnaziu, cel mult școală postliceală, studii universitare), venitul (sub 1500 de lei, între 1501 și 2500, între 2501 și 4000, peste 4000 lei) și mărimea localității (rural, urban mai mic de 30000 de locuitori, urban între 30001 și 100000 de locuitori, urban între 100001 și 200000 de locuitori și urban peste 200000 de locuitori).

Pentru testarea modelelor teoretice identificate în literatura de specialitate, pe care le vom detalia în cele ce urmează, au fost formulate o serie ipoteze, fiecare dintre ele având ca fundament rațiunile și asumțiile integrate rezultatelor empirice obținute în studii anterioare realizate în diferite contexte culturale sau perioade de timp. În general, indicatorii utilizați pentru a măsura atitudinile democratice sunt inspirați și adaptați din studiul „Barometrul Valorilor Sociale” realizat pe plan internațional și derulat, la nivelul societății românești, de către Institutul de Cercetare a Calității Vieții (ICCV) din cadrul Academiei Române.

Tabelul 3. Relația dintre modelele teoretice, ipoteze și indicatori

Model teoretic	Ipoteză	Indicatori
Modelul explicativ al capitalului social	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât capacitatea de a acumula capital social prin implicarea în viața asociativă este mai mare.	Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii apartenenței sociale
Modelul explicativ al cultivării valorilor	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât valorile referitoare la deschiderea față de cei din jur sunt mai puternic consolidate.	Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii identității sociale
		Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii toleranței sociale
		Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii încrederii sociale
Modelul explicativ al mobilizării sociale	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât predispoziția spre mobilizare socială este mai mare.	Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii preocupărilor civice
		Relația dintre indicatorii consumului cultural și indicatorii libertății sociale
Modelul explicativ al împuternicirii sociale	Statusul social constituie un factor modelator al relației dintre indicatorii participării culturale și cei ai cetățeniei democratice	Rolul indicatorilor participării culturale în explicarea cetățeniei democratice se diminuează când se ia în considerare influența educației, veniturii (sau a altor aspecte asociate unor poziții sociale privilegiate)

În vederea analizei datelor au fost utilizate următoarele proceduri statistice:

- a) **Analize univariate:** Aceste tipuri de analize sunt utilizate cu scopul de a realiza o radiografie a modului în care atitudinile democratice se distribuie la nivelul societății românești. Analizele univariate implică prelucrări de date primare ce au un scop exclusiv descriptiv. În contextul studiului de față, acestea sunt utilizate pentru a identifica o serie de aspecte relevante în ceea ce privește consolidarea cetățeniei democratice (articularea sentimentului apartenenței sociale, importanța atribuită unor teme cu relevanță socială, manifestarea atitudinilor de toleranță socială, gradul de încredere în cei din jur, preferința pentru libertatea de exprimare și elementele definitorii ale construcției identitare).
- b) **Analize bivariate:** Pe de o parte, analizele bivariate sunt utilizate pentru a testa relația directă dintre formele de participare culturală (operaționalizate prin măsuri compozite de tipul indicilor agregați) și dimensiunile ce compun cetățenia democratică (analizate prin intermediul unor indicatori specifici analizați individual sau în ansamblu). Pe de altă parte, analizele bivariate sunt utilizate pentru a testa relația dintre diferite tipuri de consum cultural și variabilele socio-demografice

(categoriile de gen, vârstă, nivel de educație, venit și mărimea localității). În mod specific, pentru realizarea analizelor bivariate este utilizat Coeficientul de Corelație Bravais-Pearson cu scopul de a identifica acele relații care sunt semnificative statistic, în vederea introducerii lor ulterioare în analizele multivariate.

- c) **Analize multivariate:** Analizele multivariate sunt utilizate pentru a testa modele cauzale prin identificarea influenței coroborate a mai multor factori asupra unor elemente componente ale cetățeniei democratice. Mai exact, modelele de regresie logistică sunt utilizate pentru a identifica dacă corelația dintre formele de consum cultural și cetățenia democratică, identificată prin analizele bivariate, se păstrează în momentul în care sunt controlate efectele variabilelor socio-demografice. În modelele de regresie logistică, variabilele dependente (ceea ce este explicat) sunt formate din indicatorii cetățeniei democratice, recodificați pentru a corespunde asumpțiilor statistice ale acestor analize, iar variabilele independente (ceea ce explică) sunt formate din acele variabile corespunzătoare consumului cultural, precum și cele corespunzătoare datelor socio-demografice, în conformitate cu relațiile semnificative statistic rezultate în urma aplicării analizelor bivariate.

3. Modele teoretice explicative

Studiul de față își propune să exploreze relația dintre viața culturală și democrație, în contextul societății românești. Ca fundament teoretic vom prezenta o serie de modele explicative ce definesc mecanismele prin intermediul cărora participarea la viața culturală ajunge să modeleze cetățenia democratică.

Modelele teoretice reprezintă cadrul teoretic existent care sintetizează diferite perspective din cercetarea academică cu privire la temele analizate. Modelele teoretice au scopul de a

fundamenta ipotezele de cercetare și direcțiile de analiză și interpretare. Ele ajută la limitarea generalizărilor și oferă cadrul de analiză concentrat pe circumstanțe particulare. Scopul principal al științelor sociale este de a furniza cadrul conceptual pentru înțelegerea și explicarea comportamentului uman¹², iar modelele teoretice explicative se concentrează pe descrierea, explicarea și identificarea efectelor practicilor sociale.

¹² Roger D. Evered, A Typology of Explanatory Models, *Technological Forecasting And Social Change* 9,259-211 (1976), p. 260.

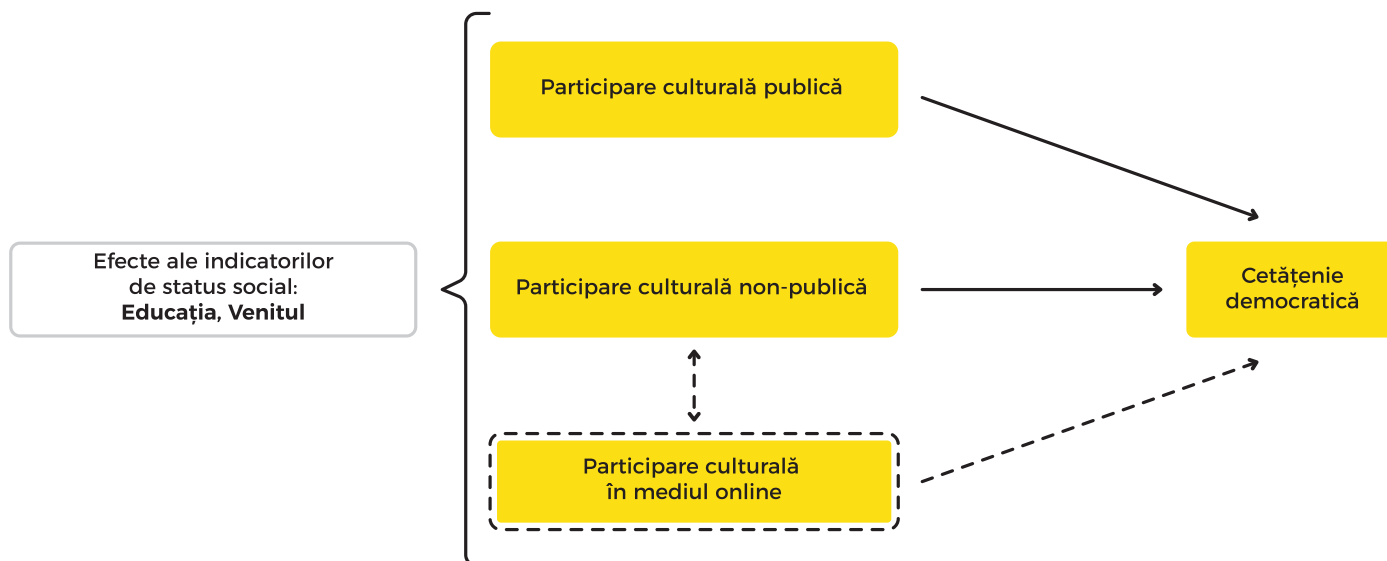
Analiza literaturii de specialitate evidențiază faptul că cetățenia democratică a fost explicată luându-se în considerare acțiunea unor factori de ordin economic, politic sau istoric. Unii autori consideră că este mult mai probabil ca cetățenia democratică să se consolideze în societățile dezvoltate din punct de vedere economic, în societățile în care instituțiile politice funcționează adecvat, în societățile în care se regăsește un sistem eficient și corect de guvernământ sau în societățile care de-a lungul istoriei s-au confruntat cu mai puține războaie sau cataclisme naturale. Factorii de ordin cultural, îndeosebi cei subscriși participării la viața culturală, au fost doar relativ recent introduși în vederea explicării cetățeniei democratice.

Analiza literaturii de specialitate a evidențiat două modele teoretice: modelul angajamentului democratic și cel al dezangajamentului democratic. Modelul angajamentului democratic include la rândul său: modelul explicativ al capitalului social, cel al cultivării valorilor, cel al mobilizării

sociale și cel al împuternicirii sociale. Modelul teoretic al dezangajamentului democratic include: modelul explicativ al izolării, modelul explicativ al alienării și cel al trivializării.

Capitolul de față își propune să testeze relația dintre participarea culturală și cetățenia democratică. Ne-am propus să identificăm care dintre aceste modele teoretice și explicative se aplică cel mai bine situației existente la nivelul societății românești. Am avut în vedere patru modele explicative (1) modelul capitalului social (testează relația dintre implicarea în viața asociativă și participarea culturală), (2) modelul cultivării valorice (testează relația dintre valorile deschiderii față de cei din jur și participarea culturală), (3) modelul mobilizării sociale (testează relația dintre interesul față de teme civice aflate pe agenda publică și participarea culturală) și (4) modelul împuternicirii sociale (testează influența statusului social asupra relației dintre participarea culturală și cetățenia democratică).

Modelul analitic utilizat în cadrul studiului pentru a testa relația dintre participarea culturală și cetățenia democratică



3.1 Modelul teoretic al angajamentului democratic

Conform teoriilor identificate în cadrul modelului angajamentului democratic, participarea la activități culturale ar reprezenta o condiție favorabilă formării unei cetățenii democratice, ceea ce este explicabil prin intermediul unor factori ce intervin asupra capitalului social, asupra mobilizării sociale și asupra cultivării valorilor.

Modelul explicativ al capitalului social

Acest model pornește de la premisa conform căreia acumularea capitalului cultural contribuie la punerea în funcțiune a unor mecanisme ce activează formarea capitalului social. Modelul explicativ al capitalului social diferențiază între efectele practicilor culturale ce presupun o formă de pasivitate care este implicată de participarea prin vizionarea unui act cultural (engl. „watching activities”) și efectele practicilor culturale ce presupun o formă de implicare, de comuniune sau socialitate (engl. „joining activities”)¹³. Modelul identifică o serie de activități de petrecere a timpului liber care au capacitatea de a genera capital social și care, ca urmare a acestui fapt, sunt considerate a fi elemente esențiale în consolidarea unei societăți democratice¹⁴. Chiar și formele de consum cultural desfășurate în spațiul non-public, care în mod obișnuit erau criticate pentru producerea fenomenului de izolare, pot contribui la o activare a capitalului social, în măsura în care reușesc să coaguleze o forță de mobilizare cu reverberații asupra dezvoltării comunitare.

Modelul explicativ al capitalului social consideră că activitățile culturale joacă un rol important în formarea unei

cetățenii democratice, ținând cont în special de componenta lor socială. Unele dintre activitățile culturale sunt în esența lor evenimente sociale care reușesc să îi pună pe oameni în contact unul cu celălalt și să favorizeze formarea unui simț al apartenenței la comunitate prin crearea unor amintiri colective și povești comune împărtășite celorlalți¹⁵. Aceste tipuri de activități culturale contribuie la consolidarea unor structuri informale care adună oamenii împreună în jurul unor subiecte comune de interes, facilitând astfel producerea de interacțiuni sociale care pot fi cultivate pe termen mai lung. De asemenea, o serie de activități culturale sunt de natură să reunească persoane care împărtășesc aceleași gusturi și preferințe, ceea ce contribuie atât la cultivarea unor relații de încredere în cei din jur, cât și la activarea normei reciprocității în interacțiunile cu ceilalți. În plus, acele activitățile culturale care se desfășoară într-un cadru social contribuie la formarea unei conștiințe a prezenței celorlalți și acceptării diversității culturale. Prin toate mecanismele descrise anterior, aspectele ce țin de socialitate subscrise activităților culturale cultivă grija față de cei din jur și disponibilitatea de a acționa în interesul comun, aspecte absolut necesare formării unei cetățenii democratice¹⁶.

Studiile mai recente au confirmat modelul explicativ al capitalului social, arătând că nu mediul de consum cultural în sine este relevant în articularea cetățeniei democratice, ci conținutul artistic din cadrul produselor culturale puse la dispoziția publicului: orice formă de consum cultural poate veni în sprijinul democrației dacă reușește să direcționeze atenția unei colectivități asupra unor teme cu relevanță socială¹⁷. De exemplu, rezultatele unor astfel de studii au arătat că formele de consum cultural cu caracter informativ

13 Dhavan Shah și colaboratorii, 'Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79.4 (2002), 964–87. (p. 967).

14 J. L. Hemingway, 'Leisure, Social Capital, and Democratic Citizenship', *Journal of Leisure Research*, 31.2 (1999), 150–65.

15 H.K. Anheier și colaboratorii, *Cultural Participation and Inclusive Societies. A Thematic Report Based on the Indicator Framework on Culture and Democracy* (Council of Europe, 2017).

16 Idem.

17 Dhavan V. Shah, 'Civic Engagement, Interpersonal Trust, and Television Use: An Individual-Level Assessment of Social Capital', *Political Psychology*, 19.3 (1998), 469–96.

sunt capabile să activeze capitalul social într-o măsură mai mare decât activitățile care îndeplinesc preponderent funcții recreaționale sau de divertisment¹⁸. De remarcat este și faptul că participanții la spectacole și consumatorii de artă, conform rezultatelor unor studii de consum, sunt mai activi în comunitățile lor și participă într-o măsură mai mare la viața asociativă, fiind astfel mai ancorați în valorile care conduc la adoptarea unei culturi democratice¹⁹. Gradul de participare la activități culturale se află în strânsă legătură atât cu nivelul încrederii sociale, cât și cu predispoziția de susținere a instituțiilor democratice, nu doar la nivel național, ci și pe plan individual²⁰. În sprijinul modelului explicativ al capitalului social pot fi aduse în discuție și corelațiile pozitive care au rezultat între dezvoltarea sectorului cultural și capacitatea formării unor comunități sustenabile sau între numărul de evenimente culturale desfășurate într-un spațiu și dezvoltarea comunitară²¹.

Validitatea modelului explicativ al capitalului social se dovedește a fi cu atât mai mare în ceea ce privește utilizarea internetului în scopuri culturale. În cadrul anumitor studii au fost observate o serie de diferențe intergeneraționale în ceea ce privește posibilitatea activităților culturale de a consolida cetățenia democratică: dacă pentru vârstnici presa scrisă și radioul sunt cei mai importanți vectori asociați atitudinilor democratice, pentru adulți televiziunea joacă un rol mai important, iar pentru tineri internetul reprezintă un factor

hotărâtor²². Studiile au arătat că participarea la activități culturale în mediul online favorizează formarea unui simț al încrederii și al reciprocității generalizate, ceea ce are ca efect extinderea în mediul offline a capitalului social format în mediul online²³. Patricia Moy și colaboratorii au arătat că activitățile culturale din mediul online explică participarea civică, participarea socială și apartenența la grupuri formale: cu cât gradul de utilizare a internetului este mai ridicat, cu atât gradul de interacțiune cu autoritățile publice și gradul de implicare în activități de voluntariat este mai mare²⁴. Subliniem totuși că alți autori au evidențiat efectele ambivalente ale utilizării internetului în scop cultural (și nu numai) asupra comportamentului civic al utilizatorilor: uneori aceasta poate conduce la derapaje de ordin democratic (a se vedea fenomenul *fake news*)²⁵. Alți cercetători au observat faptul că gradul ridicat de conectivitate la internet explică gradul ridicat de apartenență organizațională, relație explicată prin faptul că mediile online au capacitatea de a furniza resurse adiționale în formarea de relații interpersonale²⁶. Unii autori au evidențiat faptul că dezvoltarea mediilor digitale interactive reprezintă un fenomen asociat formării unei cetățenii democratice, ca urmare a faptului că noile tehnologii le oferă utilizatorilor posibilități mai facile și mai accesibile de a fi activi în comunitate²⁷. Acest

18 Elizabeth Stoycheff, Erik C. Nisbet și Dmitry Epstein, 'Differential Effects of Capital-Enhancing and Recreational Internet Use on Citizens' Demand for Democracy', *Communication Research*, 47.7 (2020), 1034–55.

19 Henry Fogel & Dana Gioia, *The Arts and Civic Engagement: Involved in Arts, Involved in Life* (National Endowment for the Arts, 2008).

20 Liam Delaney și Emily Keaney, *Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence from National and International Survey Data* (Economic and Social Research Institute (Dublin) & Institute for Public Policy Research (London), 2006).

21 Sharon Jeannotte, 'Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities', *International Journal of Cultural Policy*, 9.1 (2003), 35–49.

22 Dhavan V. Shah, Nojin Kwak și R. Lance Holbert, "'Connecting" and "Disconnecting" with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital', *Political Communication*, 18.2 (2001), 141–62.

23 Tetsuro Kobayashi, Ken'ichi Ikeda și Kakuko Miyata, 'Social Capital Online: Collective Use of the Internet and Reciprocity as Lubricants of Democracy', *Information Communication and Society*, 9.5 (2006), 582–611.

24 Patricia Moy și colaboratorii, 'Linking Dimensions of Internet Use and Civic Engagement', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82.3 (2005), 571–86.

25 Vian Bakir și Andrew McStay, 'Fake News and The Economy of Emotions, Digital Journalism', 6.2 (2018), 154–175.

26 Barry Wellman și colaboratorii, 'Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment', *American Behavioral Scientist*, 3, 2001, 436–55.

27 Dhavan Shah și colaboratorii, 'Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes

lucru este valabil mai mult în societățile intens digitalizate, spre deosebire de România, unde digitalizarea este încă într-un stadiu incipient. Nu în ultimul rând, a fost pusă în evidență o asociere puternică între gradul de utilizare a rețelelor sociale și participarea civică²⁸.

Modelul explicativ al cultivării valorilor

Conform modelului explicativ al cultivării valorice, consumul cultural contribuie la formarea unor sisteme de valori și atitudini compatibile cu dezvoltarea unei societăți democratice. Activitățile culturale presupun expunerea participanților la idei eterogene, facilitând contactul între mai multe culturi și făcând posibilă extinderea orizonturilor de cunoaștere sau de experimentare ale celor implicați. Toate acestea stimulează gândirea în moduri alternative, ceea ce presupune formarea unor atitudini favorabile față de libertatea de exprimare. Totodată, expunerea la conținuturi culturale reprezintă un act comunicațional ce oferă perspective variate față de lume și viață, ceea ce cultivă un set de norme bazate pe valorizarea diversității, a deschiderii, a toleranței sau a empatiei față de cei din jur. Participarea culturală conturează un spațiu al vehiculării ideilor despre modul în care funcționează o societate, oferind o perspectivă asupra problemelor care există în acea societate sau asupra tipurilor de acțiuni ce ar putea fi realizate pentru soluționarea acestora. Nu în ultimul rând, participarea culturală contribuie la formarea construcțiilor identitare ce funcționează într-o societate democratică, prin vehicularea unor simboluri specifice sau prin crearea unor oportunități de exprimare a individualității.

Unele dintre demersurile empirice în domeniu au pus în evidență impactul pozitiv pe care consumul cultural activ și consumul cultural pasiv îl au asupra coeziunii sociale, a

apartenenței la grup și a adoptării comportamentului prosocial²⁹. Studiul realizat de Consiliul Europei pe un eșantion de 20 de țări europene evidențiază faptul că, la nivel național, participarea culturală este asociată foarte puternic cu atitudinile de toleranță socială, cu încrederea în cei din jur și cu participarea la viața comunitară, dar mai slab cu valorizarea libertății de exprimare³⁰. De asemenea, unele date au arătat că petrecerea timpului liber în fața televizorului explică foarte mult componenta atitudinală a capitalului social (bazată pe aspectele de ordin cognitiv) și mai puțin componenta structurală (bazată pe aspecte de ordin relațional)³¹. Totodată, participarea la artele spectacolului și la activități desfășurate în cadrul instituțiilor de cultură favorizează formarea unor atitudini altruiste, de toleranță și de încredere socială, explicând disponibilitatea membrilor societății de a se implica în acțiuni civice³². În aceeași ordine de idei, vizitarea muzeelor de artă rezultă a fi un factor de influență foarte important pentru sprijinul acordat minorităților, pentru adoptarea atitudinilor liberale în detrimentul celor conservatoare și pentru probabilitatea de a participa la cultura discursului critic³³.

Studiile care vizează modelul cultivării valorice au arătat că participarea culturală în mediul online îndeplinește aceleași roluri ca și participarea culturală în general. Datele pun în evidență că utilizarea internetului în scopuri culturale contribuie la reducerea incertitudinii informaționale, având o influență

29 Australian Expert Group in Industry Studies of the University of Western Sydney, *Social Impacts of Participation in the Arts and Cultural Activities. Stage Two Report. Evidence, Issues and Recommendations* (The Australian Expert Group in Industry Studies, University of Western Sydney, 2004).

30 H.K. Anheier și colaboratorii, *Cultural Participation and Inclusive Societies. A Thematic Report Based on the Indicator Framework on Culture and Democracy* (Council of Europe, 2017).

31 Marc Hooghe, 'Watching Television and Civic Engagement: Disentangling the Effects of Time, Programs, and Stations', *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7.2 (2002), 84–104.

32 Kelly Leroux și Anna Bernadska, 'Impact of the Arts on Individual Contributions to US Civil Society', *Journal of Civil Society*, 10.2 (2014), 144–64.

33 Paul DiMaggio, 'Are Art-Museum Visitors Different from Other People? The Relationship between Attendance and Social and Political Attitudes in the United States', *Poetics*, 24.2–4 (1996), 161–80.

Social Capital', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79.4 (2002), 964–87.

28 Homero Gil de Zúñiga, 'Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation', *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17.3 (2012), 319–36.

directă asupra achiziției de informații privind temele sociale³⁴. Cu toate acestea, achiziția de informații doar în anumite condiții s-ar putea transpune în acțiuni civice. Totodată, abordările din această categorie arată că utilizarea internetului în general acționează asupra sistemului de credințe și valori cu precădere în societățile care sunt în faza de consolidare a instituțiilor democratice, dar nu și în regimurile autocratice³⁵. Nu în ultimul rând, utilizarea internetului în scopuri culturale corelează cu dezvoltarea unei identități globale: cu cât gradul de participare la activități culturale în mediul online este mai mare, cu atât gradul de apartenență la o comunitatea internațională este, la rândul său, mai pronunțat³⁶.

Modelul explicativ al mobilizării sociale

Conform teoriilor din cadrul modelului explicativ al mobilizării sociale, participarea la activități cu caracter cultural contribuie la dezvoltarea gândirii critice și la formarea abilităților civice. Consumul cultural este considerat de unii autori a fi un element care îi face pe oameni mai conștienți față de evenimentele ce se petrec în lumea în care trăiesc, cultivând interesul de participare la luarea deciziilor publice și, prin aceasta, acționând asupra formării cetățeniei democratice.

În sprijinul modelului explicativ al mobilizării sociale unii cercetători au adus în discuție rezultatele potrivit cărora persoanele al căror consum cultural este direcționat spre latura de informare socială prin mass-media își dezvoltă mai mult atitudinile democratice³⁷. De asemenea, se observă o

diferențiere în interiorul practicilor de informare: persoanele care vizionează știri la televizor se implică în mai puține acțiuni civice, comparativ cu persoanele care se informează din presa scrisă sau din emisiunile radio³⁸. Pe de o parte, această relație între participarea la activitățile culturale și implicarea civică apare a fi semnificativă indiferent de acțiunea educației sau de efectele altor variabile socio-demografice³⁹. Pe de altă parte, relația dintre participarea la activități culturale și implicarea civică apare a fi mediată de intervenția anumitor factori: (1) consumul de media are capacitatea de a influența cetățenia democratică doar în cazul în care conținutul pus în circulație se axează pe transmiterea unor mesaje civice sau implică expunerea publicului la anumite informații ce favorizează organizarea unor discuții cu alții colegi sau prieteni⁴⁰ și (2) persoanele care iau parte la diverse practici culturale se percep pe sine ca având mai multe cunoștințe despre modul în care funcționează instituțiile democratice și, ca atare, manifestă predispoziția de a participa mai frecvent la activități relevante pe plan civic⁴¹.

Se poate afirma că, prin toate aceste mecanisme, participarea la activități culturale în combinație cu educația generează o capacitate de mobilizare socială, întrucât conținuturile mass-media îi fac pe oameni să fie mai conștienți despre relevanța anumitor teme sociale⁴². Reversul acestei situații este acela că anumite expuneri

34 Michael Xenos și Patricia Moy, 'Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement', *Journal of Communication*, 57.4 (2007), 704–18.

35 Erik C. Nisbet, Elizabeth Stoycheff și Katy E. Pearce, 'Internet Use and Democratic Demands: A Multinational, Multilevel Model of Internet Use and Citizen Attitudes About Democracy', *Journal of Communication*, 62.2 (2012), 249–65.

36 Nojin Kwak, Nathaniel Poor și Marko M. Skoric, 'Honey, I Shrunk the World! The Relation Between Internet Use and International Engagement', *Mass Communication and Society*, 9.2 (2006), 189–213.

37 Pippa Norris, 'Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam', *PS: Political Science and Politics*, 29.3 (1996), 474–80.

38 Sonia Livingstone și Tim Markham, 'The Contribution of Media Consumption to Civic Participation', *British Journal of Sociology*, 59.2 (2008), 351–71.

39 Desirée Campagna, Giulio Caperna și Valentina Montalto, 'Does Culture Make a Better Citizen? Exploring the Relationship Between Cultural and Civic Participation in Italy', *Social Indicators Research*, 149.2 (2020), 657–86.

40 Dhavan V. Shah și colaboratorii, *Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation*, *Communication Research*, 2005, XXXII.

41 Sei-Hill Kim și Miejeong Han, 'Media Use and Participatory Democracy in South Korea', *Mass Communication and Society*, 8.2 (2005), 133–53.

42 Kenneth Newton, 'Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?', *British Journal of Political Science*, 29.4 (1999), 577–99.

mediatice le oferă oamenilor motive de a fi nemulțumiți și intervin asupra optimismului față de modul în care societatea va evolua în viitor⁴³.

Modelul explicativ al mobilizării civice a căpătat o serie de nuanțe în contextul dezvoltării societății digitale și al avansării mijloacelor de comunicare în masă. Unii autori consideră că utilizarea internetului activează o forță de mobilizare civică ce derivă atât din puterea rețelelor de socializare de a facilita organizarea și coordonarea unor acțiuni colective⁴⁴, cât și din capacitatea platformelor online de a le arăta utilizatorilor că nu sunt singurii care au anumite interese sau preocupări⁴⁵. Anumite demersuri empirice au pus în evidență faptul că accesarea anumitor website-uri (ale autorităților publice, ale organizațiilor culturale sau forumuri de discuție) corelează cu adoptarea atitudinilor democratice, în timp ce preferința pentru utilizarea internetului strict în scopuri de divertisment diminuează tendința de participare civică⁴⁶. Unii cercetători au observat o corelație între dezvoltarea infrastructurii de internet și percepția asupra consolidării culturii democratice, dar și între gradul de utilizare individuală a internetului și necesitatea existenței instituțiilor democratice pentru buna funcționare a societății⁴⁷. Astfel de corelații au devenit din ce în ce mai puternice odată cu trecerea timpului, întrucât

43 Eric M. Uslaner, 'Social Capital, Television, and the "Mean World": Trust, Optimism, and Civic Participation', *Political Psychology*, 19.3 (1998), 441–67.

44 Dhavan Shah și colaboratorii, 'Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79.4 (2002), 964–87.

45 Shelley Boulianne, 'Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research', *Information Communication and Society*, 18.5 (2015), 524–38.

46 Tom P. Bakker și Claes H. de Vreese, 'Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation', *Communication Research*, 38.4 (2011), 451–70, (p. 461).

47 Elizabeth Stoycheff și Erik C. Nisbet, 'What's the Bandwidth for Democracy? Deconstructing Internet Penetration and Citizen Attitudes About Governance', *Political Communication*, 31.4 (2014), 628–46.

oportunitățile de implicare civică au crescut ca urmare a diversificării mediilor digitale⁴⁸.

Cu toate acestea, anumite rezultate empirice au arătat că influența internetului asupra formării cetățeniei democratice este mult mai complexă decât pare la prima vedere, implicând relații de cauzalitate multiple. În acest sens, unii cercetători au evidențiat faptul că utilizarea internetului corelează cu participarea civică, întrucât ambele variabile sunt asociate interesului politic, care de fapt reprezintă elementul care poate influența atât participarea civică, cât și utilizarea internetului. De asemenea, unele studii au arătat că nu se poate spune doar că utilizarea internetului influențează participarea civică, ci și că participarea civică acționează asupra utilizării internetului, ceea ce presupune o relație bidirecțională dinamică și face imposibilă identificarea cu exactitate a cauzelor sau efectelor implicate⁴⁹.

Modelul explicativ al împuternicirii sociale

Teoriile din cadrul modelului explicativ al împuternicirii sociale subliniază faptul că nu în orice situații se produce o corelație pozitivă între consumul cultural și cetățenia democratică, ci influențele aferente sunt condiționate de gradul de acces la resurse materiale sau simbolice. Cu alte cuvinte, statutul socio-economic reprezintă ingredientul necesar pentru ca participarea culturală să aibă efecte asupra consolidării cetățeniei democratice prin mecanismele asociate capitalului social, mobilizării sociale sau cultivării valorice. Poziția structurală reprezintă un factor de condiționare, ceea ce înseamnă că participarea culturală favorizează apariția atitudinilor democratice doar în rândul persoanelor care ocupă poziții privilegiate în sistemul ierarhic, nu și în rândul celor care sunt privați de acces la educație, venit sau alte resurse.

48 Shelley Boulianne, 'Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation', *Communication Research*, 47.7 (2020), 947–66.

49 Shelley Boulianne, 'Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research', *Information Communication and Society*, 18.5 (2015), 524–38, p. 528.

O astfel de perspectivă este susținută de rezultatele studiilor care arată că participarea culturală se află în relație cu adoptarea valorilor democratice doar pentru că participarea culturală explică poziția în ierarhia socială⁵⁰. Autorii acestor studii au arătat că influența educației asupra cetățeniei democratice este mai mare decât influența consumului cultural⁵¹. De asemenea, influențele mijloacelor de comunicare în masă asupra integrării comunitare, asupra cunoașterii modului de funcționare a instituțiilor democratice și asupra implicării în acțiuni civice nu apar a fi valabile pentru populațiile minoritare sau pentru persoanele aflate în condiții de vulnerabilitate sau marginalizare⁵². De aceea, se consideră că este necesară prezența unui potențial de activare (de cele mai multe ori dat de educație și venit) pentru ca expunerea la conținuturi culturale în diverse forme să poată contribui la consolidarea unor repere democratice solide⁵³.

3.2 Modelul teoretic al dezangajamentului democratic

O altă serie de studii tind să contureze un modelul teoretic al dezangajamentului democratic, evidențiind că participarea culturală evoluează în direcția erodării atitudinilor și comportamentelor democratice⁵⁴. În această discuție

50 Paul DiMaggio și colaboratorii, 'From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality', în *Social Inequality*, ed. Kathryn Neckerman (New York: Russell Sage Foundation, 2004), pp. 355–400.

51 Karin Gwinn Wilkins, 'The Role of Media in Public Disengagement from Political Life', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44.4 (2000), 569–80. (p. 577).

52 Teresa Mastin, 'Media Use and Civic Participation in the African-American: Exploring Participation Among Professionals and Nonprofessionals', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 71.1 (2000), 115–27.

53 Liam Delaney și Emily Keaney, *Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence from National and International Survey Data* (Economic and Social Research Institute (Dublin) & Institute for Public Policy Research (London), 2006).

54 Robert Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American*

teoretică, participarea culturală este asimilată îndeosebi consumului de media, fiind analizate efectele diferențiate pe care preferințele pentru anumite surse de informare le au asupra implicării civice. Astfel, studiile din această categorie arată că cititorii de ziare și reviste manifestă un grad mai ridicat de susținere a valorilor democratice, comparativ cu spectatorii emisiunilor TV sau cu utilizatorii de internet⁵⁵. Ținând cont de aceste aspecte, se consideră că anumite forme de consum de media produc efecte negative asupra cetățeniei democratice prin intermediul a trei procese: izolarea, alienarea și trivializarea.

Modelul explicativ al izolării

Unii autori consideră că formele media ale participării culturale conduc la „privatizarea” activităților de petrecere a timpului liber⁵⁶, ceea ce, pe de o parte, împiedică implicarea consumatorilor culturali în activități ce presupun formarea unor relații semnificative cu cei din jur și, pe de altă parte, introduce o serie de bariere psihologice în interacțiunile sociale⁵⁷. Conform acestor explicații, anumite forme de participare culturală favorizează o slabă implicare civică, întrucât unele tipuri de produse culturale ajung să îi țină captivi pe oameni în anumite universuri media, acționând direct asupra capitalului de timp⁵⁸ și reducând oportunitățile de implicare în viața publică⁵⁹.

Community (New York: Simon & Schuster Paperback, 2000).

55 John C. Besley, 'The Role of Entertainment Television and Its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation', *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11.2 (2006), 41–63.

56 Robert Putnam, 'Bowling Alone: America's Declining Social Capital', *Journal of Democracy*, 6.1 (1995), 65–78.

57 Robert Putnam, 'Bowling Alone: America's Declining Social Capital', *Journal of Democracy*, 6.1 (1995), 65–78.

58 Michael Peterson și Robert Kraut citați de Dhavan Shah și colaboratorii, 'Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79.4 (2002), 964–87, (p. 965).

59 Patricia Moy, Dietram A. Scheufele și R. Lance, 'Television Use and

Modelul explicativ al alienării

Alți autori consideră că formele media ale participării culturale articulează un simț al insecurității sociale ca urmare a faptului că expun consumatorii (în calitatea lor de telespectatori sau utilizatori de internet) la mesaje ce semnaleză într-un mod continuu și repetat existența pericolelor și amenințărilor în societate⁶⁰. Conform acestei perspective, anumite tipuri de consum cultural de media pot contribui la diminuarea stocului de încredere socială, având astfel consecințe indirecte asupra formării și consolidării cetățeniei democratice⁶¹.

Modelul explicativ al trivializării

O serie de cercetători consideră că formele media ale participării culturale, prin modalitatea de expunere, produc o trivializare a aspectelor aflate pe agenda publică, minimalizând astfel importanța anumitor subiecte și intervenind asupra manifestării interesului față de evenimentele ce se petrec în societate⁶². Conform acestui model explicativ, anumite forme de consum cultural contribuie la pierderea simțului realității, producând o dezorientare a indivizilor în raport cu lumea în care trăiesc. Situația este prezentată de autori ca fiind cu atât mai îngrijorătoare în rândul tinerilor, al căror interes față de subiectele aflate pe agenda publică se dovedește a fi mai redus și care, conform studiilor, au o apartenență identitară mai slab consolidată, au mai puține cunoștințe despre modul în care funcționează instituțiile democratice și un grad mai redus de implicare în viața asociativă⁶³.

Social Capital: Testing Putnam's Time Displacement Hypothesis', *Mass Communication and Society*, 2.1–2 (2011), 27–45, (p. 51).

60 Robert Putnam, *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (New York: Simon & Schuster Paperback, 2000).

61 John Brehm și Wendy Rahn, 'Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital', *American Journal of Political Science*, 41.3 (1997), 999–102.

62 Patricia Moy și Dietram A Scheufele, 'Media Effects of Political and Social Trust', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77.4 (1996), 744–59.

63 Kenneth Newton, 'Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?',

Cu toate acestea, modelul dezangajamentului democratic a primit o serie de critici și a fost contestat de alți cercetători din multiple rațiuni. Una dintre critici subliniază faptul că studiile care au confirmat modelul dezangajamentului democratic s-au concentrat exclusiv asupra intensității consumului de media (prin utilizarea unor indicatori ai timpului petrecut în interacțiunea cu mijloacele de comunicare în masă), dar și-au extins concluziile asupra unui domeniu mult mai vast al participării culturale. Studiile din cadrul acestui model teoretic sunt criticate pentru faptul că au ignorat aspecte ce țin de tiparele de implicare, prin includerea unor măsurători ale tipului de conținut recepționat sau prin sublinierea motivațiilor personale sau ale preferințele subiective de consum.

De asemenea, alte critici aduse modelului dezangajamentului democratic arată că studiile aferente sunt foarte strâns ancorate în filosofia determinismului tehnologic, considerând că impactul consumului cultural asupra cetățeniei democratice depinde, în cea mai mare măsură, de caracteristicile intrinseci mediului de comunicare. Dezvoltarea infrastructurii tehnologice și diversificarea modurilor de utilizare a internetului au arătat că modelul dezangajamentului democratic nu se susține în societatea actuală, întrucât formele de consum cultural în mediul online pot contribui la reducerea costurilor de implicare civică, pot reprezenta surse viabile de informare și de cultivare a cunoștințelor generale, pot promova deschiderea și autonomia și pot reprezenta oportunități de exprimare identitară. Toate aceste aspecte demonstrează că impactul consumului cultural pe plan democratic se produce prin mecanisme mult mai complexe ce țin de caracteristicile personale și sociale sau de modele diferențiate de consum și nu reprezintă o funcție exclusivă a mediilor dominante de comunicare și informare.

British Journal of Political Science, 29.4 (1999), 577–99.

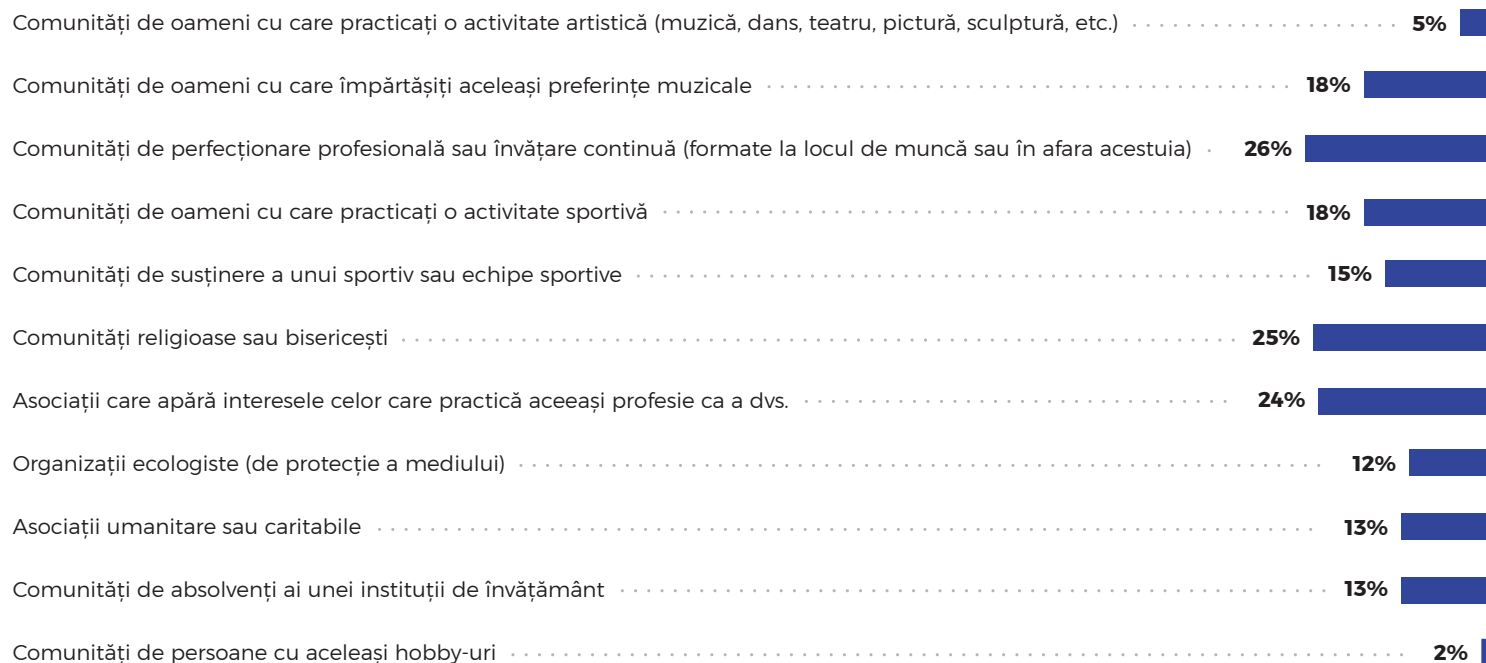
4. Analiza datelor statistice

4.1 Dimensiunea apartenenței sociale

În general, la nivelul societății românești, gradul de apartenență la comunități formale sau informale este relativ mic. De asemenea, nici diversitatea comunităților la nivelul cărora respondenții desfășoară activități nu este foarte mare. În acest context, cel mai bine consolidat sentiment al apartenenței se conturează în cazul comunităților cu specific ocupațional: 26% dintre respondenți declară că fac parte din comunități de perfecționare profesională și învățare

continuă, iar 24% își asumă calitatea de membru în asociații care apără interesele celor care practică o profesie similară. De asemenea, un procent considerabil de respondenți (25%) fac parte din comunități religioase sau bisericești constituite în mod formal sau informal. Sentimentul apartenenței la comunitate se remarcă și în raport cu practicarea unei activități sportive (18%) și cu susținerea unui sportiv sau echipe sportive (15%). Un procent mult mai mic dintre respondenți fac parte din comunități de absolvenți, asociații umanitare, organizații ecologiste, culturale sau de petrecere a timpului liber (sub 15%).

Graficul 1. Procentul persoanelor care manifestă sentimentul apartenenței la diverse comunități sociale
(Vă rog să îmi spuneți dacă sunteți membru al uneia dintre următoarele tipuri de comunități, inclusiv online.)



Poziția în structura socială pare să explice implicarea în viața asociativă. Mai exact, se poate observa că persoanele aflate în poziții sociale mai puțin privilegiate sunt mai puțin implicate în comunități, ceea ce amplifică tendința de marginalizare socială. Spre exemplu, coeficienții de corelație rezultați în urma analizei statistice arată că sentimentul de apartenență la comunitate: (1) este mai pregnant în rândul bărbaților decât al femeilor, (2) este mai pregnant în rândul tinerilor decât al vârstnicilor, (3) este mai pregnant în rândul persoanelor cu educație ridicată decât în rândul persoanelor cu nivel redus de școlarizare, (4) este mai pregnant în rândul celor cu un venit mai ridicat decât în rândul celor care se confruntă cu probleme financiare și (5) este mai pregnant în rândul celor provin din localități cu un număr mai mare de locuitori decât în rândul celor care au domiciliul în localități mici.

De remarcat este faptul că datele prezintă consumul cultural ca fiind un factor ce favorizează manifestarea sentimentului de apartenență la cel puțin o comunitate. Acest lucru este valabil nu doar în ceea ce privește participarea culturală publică sau cea caracteristică mediului online (bazate pe forme care presupun într-o măsură mai mare conștientizarea prezenței altora, angrenând colectivitatea în activități comune), ci și în ceea ce privește participarea culturală în spațiul non-public (bazată pe forme care implică mai degrabă un consum individual). Cu alte cuvinte, persoanele care se implică mai frecvent în mai multe activități culturale, indiferent de natura acestora, sunt cele care fac parte din comunități sociale, având un sentiment al apartenenței puternic consolidat.

Membrii care aparțin comunităților de perfecționare profesională sau învățare continuă (formate la locul de muncă sau în afara acestuia) ascultă cel mai mult muzică, urmăresc programele TV și merg în mall (pentru cumpărături, filme, restaurante). Persoanele care merg mai des la teatru sau la bibliotecă, care vizitează un monument istoric sau un muzeu, o expoziție sau galerie de artă, care citesc ziare/reviste sau cărți, ascultă muzică sau urmăresc programe TV sunt membri în comunități de perfecționare profesională sau învățare

continuă (formate la locul de muncă sau în afara acestuia). Așa cum era de așteptat, comunitățile celor care împărtășesc aceleași preferințe muzicale sunt compuse în special din persoane care ascultă cel mai mult muzică sau vizionează cel mai des programe TV.

În plus față de aceasta, datele indică faptul că simțul apartenenței sociale nu se articulează strict în relație cu activitățile culturale sau de divertisment care se realizează în colectivitate, ci și cu activitățile pot fi realizate mai degrabă individual sau într-un cadru mai restrâns de grup. Astfel, se poate constata că persoanele care fac parte cel puțin dintr-o comunitate vizitează mai des muzee, expoziții, galerii de artă, monumente istorice sau situri arheologice, citesc mai des cărți, merg mai des la cinematograful și participă mai des la spectacole de teatru, de muzică clasică sau de muzică simfonică. De asemenea, persoanele care manifestă un sentiment consolidat al apartenenței sociale merg mai des în excursii în țară sau în străinătate, fiind tot cele care practică mai frecvent sport sau care merg mai des la restaurante, pub-uri sau cafenele. Un alt element ce poate fi punctat este faptul că frecvența participării la competiții sportive în calitate de spectator reprezintă un factor ce consolidează identitatea de grup.



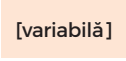
Toate aceste aspecte infirmă, într-o oarecare măsură, rezultatele studiilor anterioare care au arătat că participarea la activități cu caracter cultural elitist (engl. „highbrow culture”) are capacitatea de a activa capitalul social într-o măsură mai ridicată decât participarea la activitățile care au o componentă mai pregnantă de divertisment. De exemplu, efectul pe care frecvența mersului la cinematograful îl exercită asupra posibilității de acumulare a capitalului social este similar cu efectul exercitat de frecvența mersului la spectacole de teatru și la concerte de muzică simfonică sau clasică. Nu în ultimul rând, așa cum era de așteptat, datele indică faptul că persoanele care utilizează rețelele de socializare manifestă un sentiment mai pronunțat de apartenență la o comunitate. Cu toate acestea, accesarea website-urilor cu conținut cultural nu apare a fi un factor semnificativ în explicarea participării la viața asociativă.

Rezultatele studiului nostru pun în evidență un proces care arată că activarea capitalului cultural poate contribui la o activare a capitalului social. Influența consumului cultural asupra sentimentului apartenenței sociale nu dispăre în modelele agregate unde se controlează efectele indirecte ale diferitelor variabile socio-demografice. Mai exact, efectele activităților culturale asupra apartenenței sociale se manifestă independent de influența educației sau a venitului. În plus, indicele participării non-publice apare ca fiind cel mai important factor explicativ al apartenenței sociale, urmat fiind de indicele participării culturale online și de indicele participării culturale publice.

Tabelul 4. Relația dintre indicatorii consumului cultural și manifestarea sentimentului de apartenență socială

	Manifestarea sentimentului de apartenență socială la cel puțin o comunitate (inclusiv în mediul online)
Indicele participării culturale publice	
Indicele participării culturale non-publice	
Indicele participării culturale online	

Notă:

-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariate, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariate)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată din analizele bivariate, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

4.2 Dimensiunea identității sociale

Reperete naționale par a fi ceva mai importante decât reperetele europene în formarea construcțiilor identitare: 85% dintre respondenți consideră importantă și foarte importantă conservarea identității naționale și a sentimentului patriotic, iar 82% dintre participanții la studiu atribuie importanță mare și foarte mare alinierii măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene. Cu toate acestea, cele două aspecte nu apar ca subiecte divergente de interes, ci mai degrabă se prezintă ca elemente complementare: 40% din totalul respondenților consideră că sunt concomitent foarte importante atât aspectele ce țin de conservarea sentimentului patriotic, cât și cele care privesc alinierea măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene.

Conservarea identității naționale și a sentimentului patriotic rezultă a fi o temă de actualitate mai degrabă pentru persoanele tinere, cu educație ridicată, cu venit ridicat și din localități cu un număr mai mare de locuitori. Manifestarea interesului pentru alinierea măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene pare să fie o temă de actualitate mai mare pentru femei, pentru tineri și pentru persoanele din mediul urban.

Atât preocuparea pentru conservarea identității naționale, cât și manifestarea preferinței pentru o identitate europeană sunt aspecte care se află într-o legătură directă cu toate cele trei forme ale consumului cultural. Așadar, persoanele care participă mai frecvent la mai multe activități în spațiul public, non-public și online sunt cele care tind să considere că sentimentul patriotic și orientările valorice europene sunt aspecte deopotrivă importante sau foarte importante în consolidarea unei societăți democratice.

Mai mult decât atât, se poate observa că predispoziția spre conservarea identității naționale și a sentimentului patriotic corelează semnificativ statistic într-o măsură mai mare cu participarea la spectacole de teatru, cu vizitarea unor muzee, expoziții sau galerii de artă, cu participarea la festivaluri de

muzică, cu realizarea de excursii în țară și cu citirea de ziare sau reviste. În contrast, preferința pentru alinierea măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene mai degrabă corelează semnificativ statistic, cu mersul la cinematograful, cu vizitarea unor monumente istorice sau sit-uri arheologice și cu lectura cărților în format tipărit sau în format electronic. De remarcat este că realizarea excursiilor în străinătate nu corelează semnificativ statistic nici cu predispoziția spre conservarea identității naționale și a sentimentului patriotic, nici cu preferința pentru alinierea măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene. Cu toate acestea, un astfel de rezultat poate fi influențat de faptul că perioada de referință a studiului s-a suprapus cu perioada pandemică, ceea ce a afectat în mare măsură mobilitatea spațială și posibilitatea desfășurării unor activități turistice.

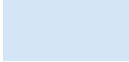

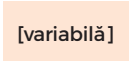
Pe de o parte, analiza pune în evidență faptul că utilizarea rețelelor de socializare și informarea din presa scrisă (ziare, reviste) explică simultan atât asimilarea unor repere identitare naționale, cât și asimilarea unor repere identitare europene, confirmând, așadar, faptul că în conștiința publică nu există o divergență între valorizarea conservării sentimentului patriotic și preferința pentru alinierea măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene. Pe de altă parte, consumul de programe TV și utilizarea rețelelor de socializare nu corelează semnificativ statistic cu niciunul dintre indicatorii ce formează dimensiunea identității sociale.

Cu toate acestea, datele arată că nu expunerea la un anumit conținut cultural i-ar face pe oameni în mod necesar mai predispuși să adopte atitudini patriotice, ci educația este factorul hotărâtor, întrucât influența sa se menține în momentul analizei efectelor agregate. De remarcat, în schimb, este faptul că frecvența participării la activități culturale cu caracter public continuă să explice predispoziția de a pune deciziile naționale în context global, dar nu și tendința spre conservarea identității naționale și a sentimentului patriotic: persoanele care participă la activități culturale în spațiul public percep într-o măsură mai mare necesitatea alinierii măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene.

Tabelul 5. Relația dintre indicatorii consumului cultural și aspectele identității sociale

	Importanță mare sau foarte mare atribuită ...	
	... conservării identității naționale și a sentimentului patriotic	... alinierii măsurilor din țară la directivele Uniunii Europene
	B	B
Indicele participării culturale publice	[educație]	
Indicele participării culturale non-publice	[educație]	[alte aspecte]
Indicele participării culturale online	[educație]	[alte aspecte]

Notă:

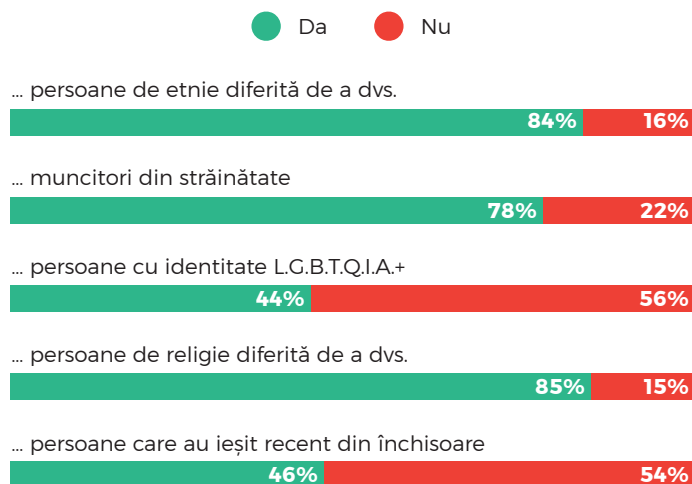
-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariate, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariate)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată din analizele bivariate, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

4.3 Dimensiunea toleranței sociale

Nivelul de toleranță înregistrează variații considerabile în funcție de grupurile sociale de apartenență (categoriile socio-demografice). Cel mai mare grad de toleranță socială se înregistrează pentru persoanele de religie și etnie diferită. Un grad relativ ridicat de acceptare se manifestă în cazul muncitorilor din străinătate. Rezultatele evidențiază faptul că persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+ și persoanele care au ieșit recent din închisoare reprezintă segmentele sociale cu cel mai mare risc de a fi suspuse discriminării: mai mult de jumătate dintre respondenți s-ar simți deranjați dacă ar avea ca vecini persoane care au altă identitate sexuală decât

majoritatea sau care au fost condamnate pentru săvârșirea unor infracțiuni. Ceea ce este important de subliniat este că toleranța socială a fost măsurată cu referire la acceptarea acestor persoane în proximitatea spațiului de rezidență ("ați accepta ca vecini"), iar diferențele se pot explica prin evaluarea subiectivă a consecințelor acestei proximități asupra propriei persoane sau a familiei.

Graficul 2. Nivelul de acceptare a persoanelor aparținând anumitor grupuri sociale („Ați accepta ca vecini...?”)



Pe de o parte, este de remarcat faptul că femeile manifestă mai mult decât bărbații o atitudine de respingere față de muncitorii din străinătate, față de persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+ și față de persoanele care au ieșit recent din închisoare. Pe de altă parte, tinerii manifestă un nivel mai ridicat de toleranță socială față de persoanele de altă etnie, față de muncitorii din străinătate, față de persoanele cu identitate sexuală diferită de majoritatea și față de persoanele de altă religie. În schimb, din punctul de vedere al vârstei, nu există diferențe în ceea ce privește acceptarea socială a persoanelor care au ieșit recent din închisoare. De asemenea, ceea ce apare

semnificativ este faptul că persoanele cu educație ridicată, persoanele cu venit ridicat și persoanele care locuiesc în mediul urban manifestă atitudini mai tolerante față de toate categoriile sociale supuse studiului.

Consumul cultural corelează semnificativ statistic cu gradul de toleranță socială. Situația este valabilă nu doar în ceea ce privește participarea culturală în spațiul public, ci și în ceea ce privește participarea culturală în spațiul non-public sau în mediul online. Cu alte cuvinte, persoanele care participă mai frecvent la activități culturale, indiferent de tipul acestora, îmbrățișează într-o măsură mai mare atitudini de toleranță socială față de toate acele categorii sociale față de care, în general, există tendința de marginalizare (persoane de altă etnie, muncitori din străinătate, persoane cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+, persoane de altă religie și persoane care au ieșit recent din închisoare).

Mai mult decât atât, activitățile culturale specifice care explică, în cea mai mare măsură, toleranța socială sunt următoarele: participarea la cursuri sau programe de pregătire online, participarea la spectacole de divertisment, mersul la cinematograful, vizionarea de filme difuzate prin transmisiune online, participarea la spectacole de teatru și vizitarea unor muzee, expoziții sau galerii de artă. Activitățile culturale enumerate corelează simultan cu acceptarea socială a persoanelor de altă etnie, a muncitorilor din străinătate, a persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+, a persoanelor de altă religie și a persoanelor care au ieșit recent din închisoare.

Toleranța față de grupurile minoritare este explicată, în mod semnificativ, și de frecvența informării din presa scrisă: cu cât persoanele citesc mai frecvent conținuturi din ziare și reviste, cu atât manifestă atitudini mai tolerante față de toate cele cinci grupuri luate în considerare pe parcursul studiului. Utilizarea mai frecventă a rețelelor de socializare explică un nivel mai ridicat de toleranță față de persoanele de altă etnie, față de muncitorii din străinătate, față de persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+ și față de persoanele de altă religie, dar nu și față de persoanele care au ieșit recent din închisoare. De asemenea,

accesarea website-urilor culturale explică semnificativ statistic toleranța față de minoritățile etnice, față de imigranți și față de minoritățile sexuale. Un alt aspect relevant este cel referitor la gradul de toleranță al persoanelor care petrec mai mult timp vizionând programe sau emisiuni la televizor și care tind să manifeste într-o mai mare măsură atitudini discriminatorii față de persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+.

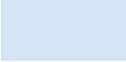

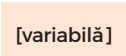
Cu toate acestea, expunerea la conținut cultural în mediul online reprezintă cel mai important factor explicativ al toleranței sociale, dat fiind faptul că indicele atribuit acestei forme de consum cultural rămâne semnificativ statistic în explicarea gradului de acceptare a tuturor categoriilor predispuse la marginalizare, chiar și atunci când se iau în considerare influențele concomitente ale altor diferite caracteristici socio-demografice.

Efectele participării culturale publice și non-publice se estompează în analizele agregate, dat fiind faptul că manifestarea atitudinii de acceptare socială față de persoanele

Tabelul 6. Relația dintre indicatorii consumului cultural și aspectele toleranței sociale

	Acceptarea ca vecini a ...				
	... persoanelor de altă etnie	... muncitorilor din străinătate	... persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+	... persoanelor de altă religie	... persoanelor care au ieșit recent din închisoare
Indicele participării culturale publice	[educație]	[educație]	[vârstă] [educație] [mărimea localității]	[educație] [mărimea localității]	[gen] [venit]
Indicele participării culturale non-publice	[educație]	[educație]			[gen] [venit]
Indicele participării culturale online					

Notă:

-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariate, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariate)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată din analizele bivariate, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

de altă etnie și față de muncitorii din străinătate este explicată prin educație. O tendință asemănătoare se regăsește în cazul acceptării ca vecini a persoanelor care au ieșit recent din închisoare. În această situație, un rol semnificativ în explicarea acceptabilității sociale a persoanelor condamnate pentru săvârșirea unor infracțiuni îl joacă venitul, care scade astfel din influența consumului cultural în spațiul public și non-public.

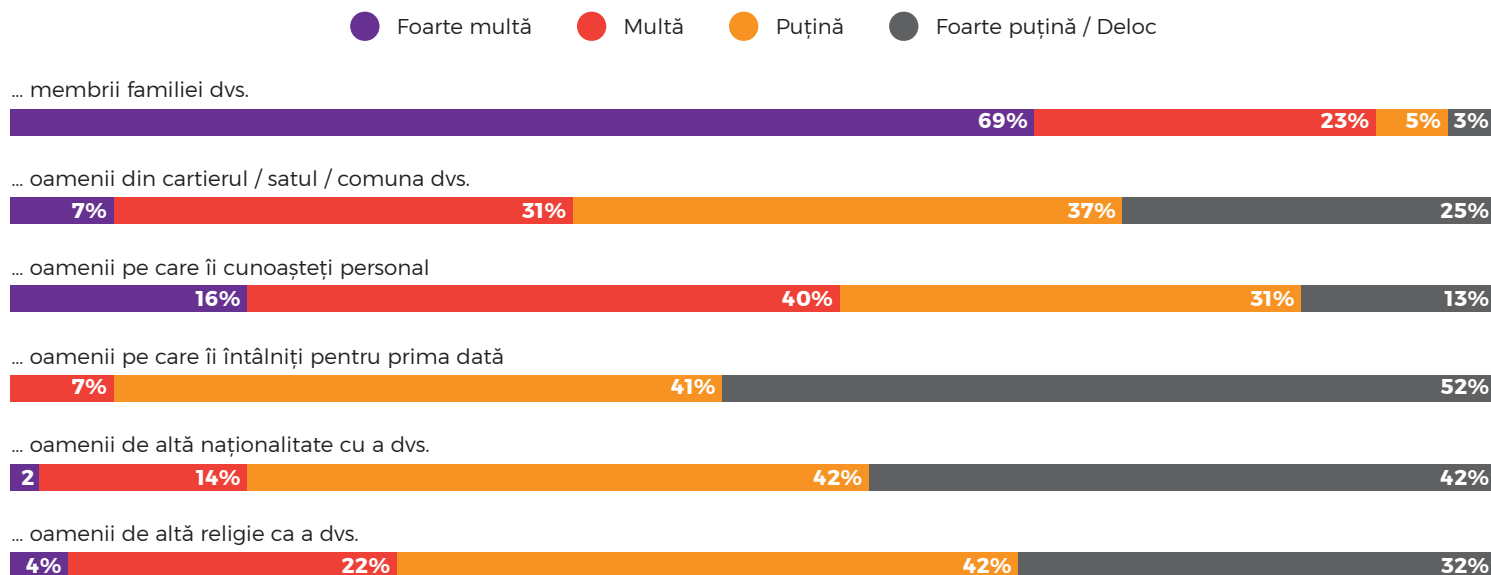
În schimb, nu doar participarea culturală în mediul online, ci și consumul cultural non-public reprezintă factori semnificativi în explicarea acceptării sociale a persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+, alături de vârstă, educație și mărimea localității. Un model asemănător rezultă și în ceea ce privește acceptarea ca vecini a persoanelor de altă religie. În acest context, se poate constata că nivelul de toleranță socială este mai ridicat în localitățile mai mici, ceea ce indică funcționarea unei logici a solidarității, iar atitudinile de acceptare socială rezultă a fi dependente de factorii de coeziune implicați în consolidarea relațiilor și în procesele subscrise interacțiunilor directe.

4.4 Dimensiunea încrederii sociale

Datele indică faptul că în societatea românească se regăsește mai degrabă o cultură a neîncrederii în cei din jur. Acest lucru se poate reflecta la mai multe niveluri: la nivelul cooperării în cadrul organizațiilor, la nivel asociativ, la nivelul interacțiunilor sociale în spațiul public, dar și în spațiul non-public. Respondenții au cel mai mult încredere în membrii familiei (91%), în oamenii pe care îi cunosc personal (56%) și în cei din comunitatea de proximitate (38%) (cartierul, satul sau comuna). În schimb, cel mai mic nivel de încredere se manifestă în raport cu persoanele întâlnite pentru prima dată (7%). Teoriile sociologice definesc încrederea ca o

„atitudine, bazată pe convingeri și sentimente, și care implică așteptări și dispoziții”⁶⁴, fiind vitală pentru interacțiunea socială și în menținerea cooperării. Putnam consideră că încrederea este factorul care face posibilă funcționarea democrației⁶⁵, pentru că este indispensabilă comunicării sociale. Încrederea este bazată deopotrivă pe convingeri ce derivă din experiență și pe așteptări intuitive. Rezultatele studiului nostru confirmă faptul că încrederea în persoanele apropiate fizic și social (numită „încredere densă”⁶⁶), cu valori similare, este cea mai răspândită la nivelul societății românești, în timp ce încrederea în persoanele aflate la o mai mare distanță fizică și socială este mai mică.

Graficul 3. Nivelul de încredere în persoane aparținând anumitor categorii sociale („În general, câtă încredere aveți în ...?”)



64 Trudy Govier, „Încrederea socială și Comunități umane”, Polity Press, Cambridge 1996, p. 4.

65 Barbara A. Misztal, „Trust in Modern Societies The Search for the Bases of Social Order”, Polity Press & Blackwell Publishers Ltd., 1996, p.14.

66 Trudy Govier, „Încrederea socială și Comunități umane” McGill-Queen’s University Press, Montreal & Kingston, 1997, p.6.

În general, femeile tind să aibă mai puțină încredere în oamenii din vecinătatea locuinței, în oamenii cunoscuți personal, în oamenii întâlniți pentru prima dată, în oamenii de altă naționalitate și în oamenii de altă religie. De asemenea, datele indică faptul că tinerii manifestă mai multă încredere în membrii familiei, dar adoptă atitudini mai rezervate față de vecini, față de oamenii de altă naționalitate și față de oamenii de altă religie. În schimb, educația și venitul corelează pozitiv cu nivelul de încredere: cu cât nivelul de educație și venitul sunt mai mari, cu atât nivelul de încredere în diferite categorii de persoane este mai mare. Explicația pentru aceste rezultatele se regăsește în studiile sociologice care au evidențiat relația dintre încredere, vulnerabilitate și toleranță socială. Percepția riscului și a vulnerabilității personale influențează nivelul de încredere, cooperare și toleranță, ceea ce poate explica nivelul mai mic de încredere și toleranță al femeilor și tinerilor, în anumite grupuri sociale. În general, contrar așteptărilor, nivelul de încredere este mai mare în mediul urban, comparativ cu mediul rural: se poate observa că persoanele din mediul urban au mai mare încredere în cei din comunitatea de proximitate, în cei pe care îi cunosc personal și în cei de altă naționalitate sau religie. De remarcat este și faptul că nivelul de încredere în oamenii cunoscuți personal, în oamenii întâlniți pentru prima dată, în oamenii de altă naționalitate și în oamenii de altă religie crește odată cu mărimea localității. Aceste rezultate oarecum surprinzătoare contrazic anumite teorii sociale care au arătat că în comunitățile mai mici, tradiționale, încrederea și cooperarea sunt mai mari față de comunitățile de mari dimensiuni. Pentru explicarea acestor rezultate putem lansa câteva ipoteze care pot fi testate în analize viitoare:

1. societatea românească este marcată de transformări ale valorilor în lumea rurală și în comunitățile mici, ceea ce determină o scădere a încrederii și cooperării,
2. în comunitățile mici și tradiționale se manifestă în prezent un grad ridicat de neîncredere, însă doar temporar, ca o excepție care confirmă regula identificată de Marcel Mauss

în societățile arhaice, în care nu există cale de mijloc⁶⁷, iar neîncrederea poate lua locul încrederii în anumite perioade;

3. societatea românească este marcată de creșterea percepției riscului și a vulnerabilității, iar comunitățile mici par a fi mai expuse situațiilor de risc, ceea ce poate explica rezultatele prezentate anterior ca urmare a situațiilor de criză generate de pandemie.

Rezultatele indică faptul că persoanele care participă la activități culturale cu caracter public și non-public manifestă un nivel mai ridicat al încrederii sociale în raport cu toate categoriile de persoane vizate. În schimb, participarea culturală în mediul online tinde să coreleze doar cu încrederea în oamenii cu care au fost stabilite interacțiuni directe, cu încrederea în oamenii de altă naționalitate și cu încrederea în oamenii de altă religie.

Toți indicatorii ce formează dimensiunea încrederii sociale corelează simultan cu frecvența vizitării monumentelor istorice sau siturilor arheologice, cu frecvența realizării călătoriilor în țară și cu utilizarea internetului în scopul cumpărării de cărți, CD-uri, bilete la teatru, bilete la evenimente. În plus, așa cum era de așteptat, se poate observa că încrederea în membrii familiei corelează cel mai puternic cu frecvența vizitării rudelor sau prietenilor. Încrederea în oamenii din cartier, sat sau comună corelează cel mai puternic cu frecvența participării la competiții sportive și cu cea participării la spectacole de muzică și de divertisment. Încrederea în oamenii întâlniți pentru prima dată este relaționată atât cu frecvența vizitării muzeelor, expozițiilor sau galeriilor de artă, cât și cu frecvența participării la festivaluri de muzică. Activitățile cu o componentă culturală, precum lectura cărților și participarea la spectacolele de teatru, au specificitatea de a fi asociate cu un nivel mai ridicat de încredere în persoanele pe care respondenții le cunosc personal.

Frecvența informării din presa scrisă și accesarea website-urilor cu conținut cultural reprezintă unele dintre aspectele importante care sunt asimilate unui nivel ridicat de încredere

67 Barbara A. Misztal, "Trust in Modern Societies The Search for the Bases of Social Order", Polity Press & Blackwell Publishers Ltd., 1996, p. 17.

socială. Mai exact, persoanele care accesează website-uri culturale au un nivel mai mare de încredere în oamenii din imediata vecinătate (cartier, sat, comună), în oamenii pe care îi întâlnesc pentru prima dată și în oamenii de altă religie. În plus, persoanele care sunt expuse frecvent la conținuturi din ziare și reviste au un nivel ridicat de încredere în membrii propriei familii. Contrar așteptărilor, se poate constata că rețelele de socializare produc un efect ambivalent în ceea ce privește încrederea socială. Cu alte cuvinte, nu se poate spune cu exactitate nici că utilizarea rețelelor de socializare i-ar face pe oameni să aibă încredere mai mare în cei din jur, nici că astfel de platforme online ar genera o atitudine de neîncredere socială. În schimb, timpul mai ridicat petrecut în fața televizorului tinde să favorizeze atitudini de suspiciune față de cei din jur: cu cât frecvența de vizionarea a emisiunilor sau programelor TV este mai mare, cu

atât nivelurile de încredere față de oamenii întâlniți pentru prima dată și față de oamenii de altă naționalitate sunt mai mici.

Se poate constata astfel că participarea culturală non-publică rămâne un factor semnificativ în explicarea încrederii în oamenii din cartierul, satul sau comuna de domiciliu, influența expunerii la conținut cultural păstrându-se, în ciuda aportului adus de caracteristicile asimilate genului, vârstei și educației. Aceste rezultate confirmă teoriile sociale care au demonstrat influența similitudinii valorilor asupra nivelului de încredere. Astfel se explică apariția comunităților de gusturi, prin faptul că „încrederea socială se bazează pe similitudinea valorilor: oamenii tind să aibă încredere în alte persoane și instituții care spun povești”, care exprimă valori importante în prezent, povești care interpretează lumea în același mod ca și ei.”⁶⁸

Tabelul 7. Relația dintre indicatorii consumului cultural și aspectele încrederii sociale

	Încredere multă sau foarte multă în...					
	... membrii familiei	... oamenii din cartier / sat / comuna	... oamenii cunoscuți personal	... oamenii întâlniți pentru prima dată	... oamenii de altă naționalitate	... oamenii de altă religie
Indicele participării culturale publice	[educație] [venit]	[gen] [vârstă] [educație]	[educație]	[alte aspecte]	[vârstă] [educație] [venit]	[vârstă] [educație]
Indicele participării culturale non-publice	[educație] [venit]		[educație]	[alte aspecte]	[vârstă] [educație] [venit]	[vârstă] [educație]
Indicele participării culturale online			[educație]		[vârstă] [educație] [venit]	[vârstă] [educație]

Notă:

- corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariante, cât și a celor multivariate)
- corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariante)
- [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată în analizele bivariante, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

⁶⁸ George Cvetkovich și Ragnar E Lofstedt, "Încrederea socială și managementul riscului", Earthscan, Abingdon, 1999, p. 10.

În alte cazuri, influența participării culturale asupra nivelului de încredere este acaparată de influența altor variabile, dintre care educația apare a fi cea mai importantă pentru explicarea încrederii în membrii familiei, în oamenii cunoscuți personal și în oamenii de altă naționalitate, iar vârsta este un factor important pentru explicarea încrederii în oamenii de altă religie.

4.4.1 Încrederea în informațiile prezentate în mass-media

Datele referitoare la percepția mijloacelor de comunicare în masă arată faptul că organizațiile de presă se confruntă cu un deficit foarte mare de încredere. O astfel de situație tinde să fie indicatorul unei dificultăți pe care publicul o are în identificarea unor surse de informare cu credibilitate și validitate în interpretarea evenimentelor care se petrec în societatea actuală. Astfel, se poate constata că peste 75% dintre respondenți fie au încredere puțină, fie nu au încredere deloc în știrile distribuite prin oricare dintre canalele de informare. Aceasta înseamnă că trei din patru români pun la îndoială veridicitatea mesajelor care sunt aduse în circulație în spațiul public, ceea ce pe termen lung ar putea constitui atât un vector de instabilitate în formarea sistemului de reprezentări asupra lumii, cât și un element care ar putea pune piedici considerabile în articularea reperelor necesare funcționării unei culturi democratice. Aceste date sugerează totodată și dificultatea de a întreprinde campanii eficiente de informare sau conștientizare prin intermediul presei. Habermas consideră că abilitatea de comunicare presupune o înțelegere comună care se bazează pe trei pretenții de validitate: adevăr, corectitudine și sinceritate⁶⁹. În lipsa acestora, așa cum subliniază Bok, „[o] societate ai cărei membri nu sunt capabili să distingă mesajele veridice de cele înșelătoare s-ar prăbuși”.⁷⁰

Cel mai ridicat nivel de încredere pare să fie atribuit știrilor publicate pe rețele de socializare și distribuite de către rude

sau prieteni: 28% dintre respondenți declară că au încredere multă sau foarte multă în astfel de informații. Apare din nou componenta încrederii mai mari în informațiile provenite din surse din proximitatea socială și valorică. Această configurație pare să indice faptul că respondenții tind să-și selecteze liderii de opinie mai degrabă din cercul imediat de cunoștințe sau de prieteni și mai puțin dintre persoanele cu vizibilitate în spațiul public. De asemenea, se poate constata că respondenții au o mai mare încredere în știrile transmise la radio (24% încredere multă sau foarte multă), decât în cele transmise la televizor (21% încredere multă sau foarte multă). De un nivel mult mai mic de încredere se bucură știrile publicate în ziare sau reviste tipărite, alături de știrile publicate pe website-uri sau distribuite pe rețele de socializare de către entități media (sub 15% încredere multă sau foarte multă). O explicație posibilă pentru nivelul mic de încredere în știrile distribuite pe aceste canale este legată de nivelul scăzut de consum de informație la nivel național prin aceste surse mass-media. Nu în ultimul rând, se poate constata că doar 3% dintre respondenți au încredere în știrile distribuite prin intermediul rețelelor de socializare de către necunoscuți, ceea ce în anumite conjuncturi ar putea constitui un factor inhibitor în perpetuarea distribuirii unor informații false.

Datele privind nivelul de încredere a oamenilor în anumite surse de informare pun în evidență o anumită tendință de izolare a publicului în comunități distincte de consum de media. Mai exact, se poate constata faptul că persoanele care utilizează rețele de socializare acordă credibilitate doar surselor de știri asimilate unor astfel de platforme, nefiind deschise spre alte canale de informare. În mod similar, persoanele care vizionează frecvent programe sau emisiuni TV au încredere doar în știrile transmise la televizor sau la radio, nefiind receptive față de informațiile transmise prin intermediul unor alte posibile surse. O altă perspectivă de interpretare a acestor rezultate poate să aducă în discuție legătura între nivelul de încredere și nivelul de consum. Cu alte cuvinte, este posibil ca tocmai încrederea în anumite surse de informare să genereze un nivel mai ridicat de consum. Alte

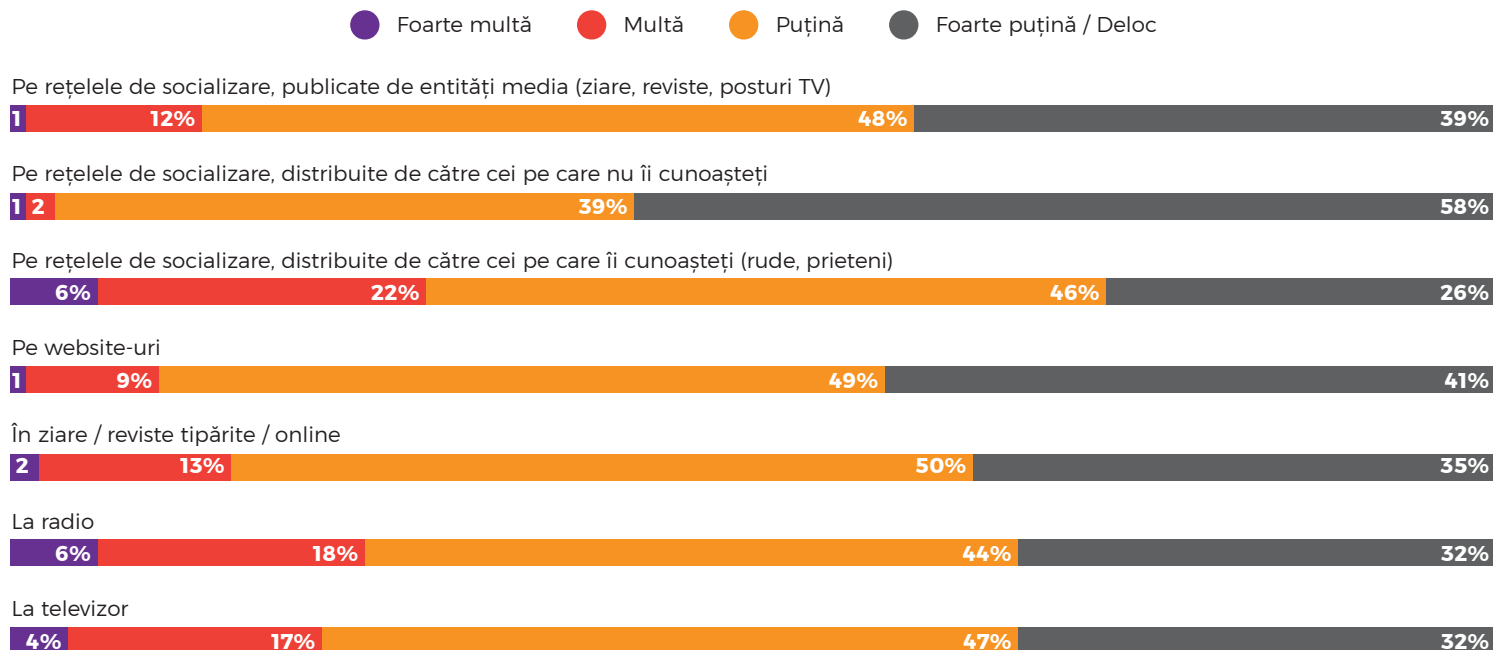
69 Barbara A. Misztal, "Trust in Modern Societies The Search for the Bases of Social Order", Polity Press & Blackwell Publishers Ltd., 1996, p. 13.

70 Idem.

explicații teoretice aduc în discuție legătura dintre factori precum familiaritatea, obișnuința sau ritualul, pe de o parte și nivelul de încredere, pe de altă parte. Toate acestea ar putea

explica încrederea mai mare în aceste surse de informare a celor care consumă în mod frecvent produse ale mass-media clasice.

Graficul 4. Nivelul de încredere acordat știrilor transmise prin diverse canale de informare („Vă rog să îmi spuneți câtă încredere aveți în informațiile prezentate în următoarele surse media. Câtă încredere aveți în știrile transmise/publicate...”

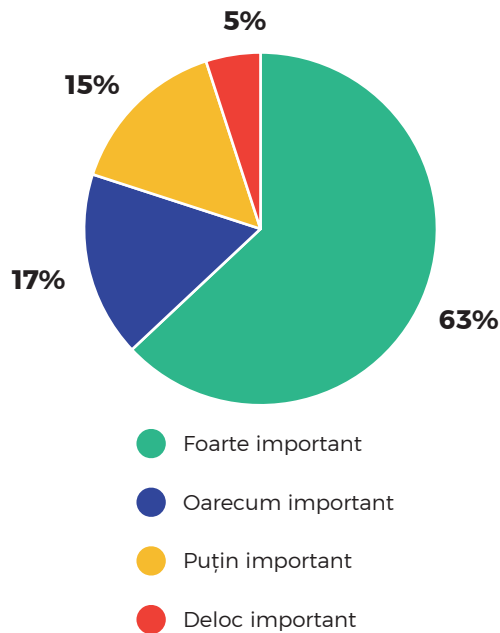


Persoanele care accesează website-uri culturale manifestă încredere ridicată în știrile transmise la radio sau în presa scrisă, dar nu și în știrile transmise la televizor sau în cele vehiculate prin intermediul rețelelor de socializare. În schimb, persoanele care citesc mai frecvent ziare sau reviste sunt mai receptive față de conținutul mai multor canale de știri (televiziune, presă scrisă, presă online, știri distribuite pe rețele de socializare de către prieteni și știri distribuite pe rețele de socializare de către instituții media).

Deficitul de încredere atribuit mijloacelor de comunicare în masă ajunge să se manifeste pe fundalul unui deziderat al exactității și obiectivității în relatarea evenimentelor de actualitate. Acest deziderat este împărtășit la nivel colectiv și pare să reprezinte un criteriu în funcție de care publicul evaluează veridicitatea unei informații. Mai exact, se poate constata că 80% dintre respondenți își doresc știri de calitate, considerând că, pentru bunul mers al lucrurilor în societatea actuală, este important ca presa să informeze corect cetățenii.

Astfel de date tind să sugereze faptul că deficitul de încredere atribuit instituțiilor de presă pare să se fi format în contextul unei experiențe de expunere repetată și generalizată la informații care fie au fost percepute a fi neconforme, fie s-au dovedit ulterior a fi false.

Graficul 5. Importanța atribuită calității presei (Pentru bunul mers al lucrurilor în societatea în care trăim, cât de important considerați că este ca presa să informeze corect cetățenii?)



Persoanelor în vârstă, persoanelor cu educație ridicată și persoanelor cu venit ridicat le este mai ușor să identifice o sursă credibilă de știri în funcție de care să interpreteze evenimentele care au loc în prezent. Corolarul este faptul că tinerii, persoanele cu educație scăzută și persoanele aflate în risc de sărăcie sunt categoriile sociale cărora le este mai dificil să se orienteze în circuitul de informații ce caracterizează sistemul actual de

presă, ceea ce pe termen lung ar putea avea repercusiuni în formarea și practicarea cetățeniei active ca aspect importat într-o societate incluzivă. În același timp, genul și mărimea localității nu corelează cu încrederea în știrile transmise prin cel puțin un canal media; cu alte cuvinte nu există o relație de dependență între încredere și aceste variabile.

În ceea ce privește consumul cultural, se poate constata că indicii participării publice și indicii participării non-publice corelează pozitiv cu nivelul de încredere în canalele media: cu cât frecvența participării la activități culturale practicate în spațiul public sau în mediul privat este mai mare, cu atât crește probabilitatea de a avea încredere în cel puțin un canal media de distribuire a știrilor. Cu toate acestea, indicii participării culturale online nu explică nivelul de încredere în știri, întrucât între cele două variabile asociate nu se constată o corelație semnificativă statistic.

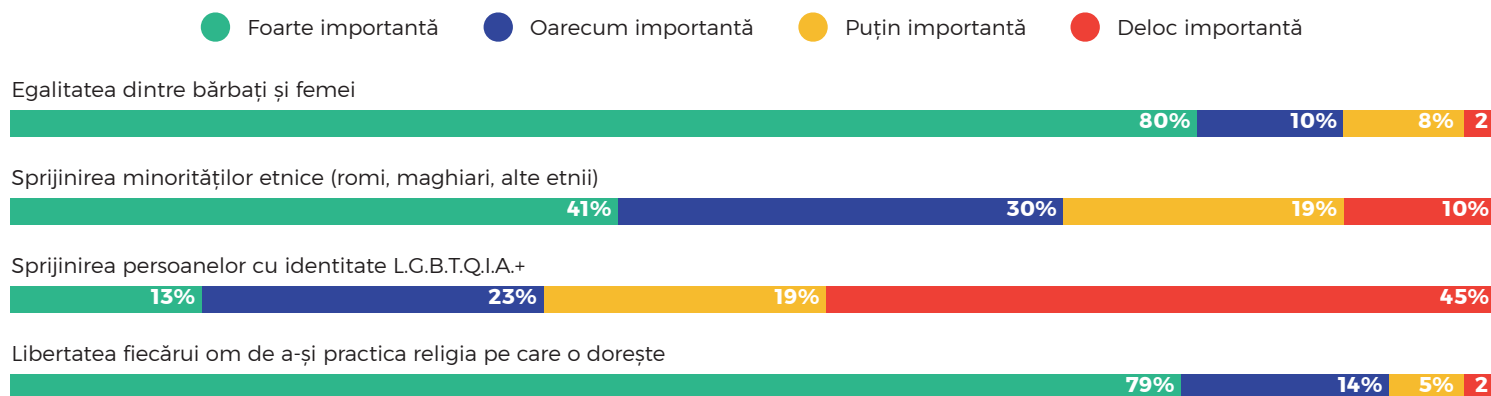
Analiza statistică agregată pune în evidență faptul că efectele participării culturale publice și cele ale venitului asupra nivelului de încredere în știri sunt diminuate de factorii de influență atribuiți participării non-publice, vârstei și, mai ales, educației. Aceasta înseamnă că participarea culturală non-publică este mai importantă decât participarea culturală publică pentru a explica mecanismele implicate în stabilirea reperelor interpretative necesare evaluării conținuturilor media. De asemenea, nivelul educațional este mai important decât nivelul de trai în ceea ce privește capacitatea de a identifica o sursă credibilă de informații.

Ținând cont de specificul activităților culturale non-publice, se poate formula ipoteza potrivit căreia abilitatea de a identifica factori de veridicitate în spațiul mass-media și de a formula repere cognitive în recepționarea informațiilor este mai mare în rândul persoanelor care se implică atât în activități ce presupun o autonomie critică în interpretarea conținutului (ex. lectura cărților), cât și în rândul celor care se implică în practici ce presupun o abordare individualizată a informațiilor (editarea fotografiilor, filmulețelor).

4.5 Dimensiunea incluziunii sociale

Libertatea religioasă și egalitatea de gen reprezintă temele care constituie fundamentul atitudinilor democratice la nivelul societății românești: 93% dintre totalul participanților la studiu consideră că fiecare om trebuie să aibă libertatea de a-și practica religia pe care o dorește, iar 90% dintre respondenți consideră că este important ca bărbații și femeile să aibă aceleași drepturi. Un nivel mai redus de importanță este atribuit

Graficul 6. Nivelul de importanță atribuit incluziunii sociale (Cât de importante considerați că sunt următoarele teme de actualitate pentru bunul mers al lucrurilor în societatea în care trăim?)



Egalitatea de gen reprezintă o preocupare ce se manifestă îndeosebi în rândul persoanelor cu educație superioară și cu venit ridicat. Srijinirea minorităților etnice este mai degrabă inclusă în sfera de interes a femeilor, a tinerilor, a persoanelor care provin din localități mari, dar și a persoanelor cu nivel ridicat de școlarizare și cu o stabilitate financiară. În general, aceste categorii de persoane își manifestă srijinul și față de minoritățile sexuale, cu excepția faptului că în domeniul srijinirii persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+ nu se observă diferențe semnificative între bărbați și femei. Atitudinile de incluziune socială se află într-o relație foarte

respectării drepturilor minorităților etnice, unde se remarcă procentul de 71% ce reunește participanții la studiu care consideră că minorităților etnice ar trebui să li se ofere srijin guvernamental sau neguvernamental. Cel mai redus nivel de srijin este înregistrat de aspectul ce vizează respectarea drepturilor persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+, caz în care se remarcă un procent de 13% al celor care atribuie acestei teme un nivel ridicat de importanță, în timp ce procentul de respondenți care consideră că o astfel de temă nu este deloc prioritară ajunge la 45%.

strânsă cu participarea culturală. Așadar, toți cei trei indici ai participării culturale corelează pozitiv și semnificativ statistic cu importanța atribuită egalității de gen, egalității etnice, egalității sexuale și egalității religioase: cu cât se înregistrează un grad mai mare de participare la activități culturale, cu atât se observă un nivel mai ridicat de manifestare al srijinului față de grupurile minoritare sau față de categoriile sociale vulnerabile. Acest lucru este valabil fie că vorbim despre consumul cultural în spațiul public, fie că raportarea se face la participarea culturală în spațiul non-public sau la cea caracteristică mediului online.

Ținând cont de activități specifice, datele indică anumite particularități ale consumului cultural în funcție de dimensiunea incluziunii sociale. Mai exact, se observă că egalitatea dintre bărbați și femei este susținută cu precădere de persoanele care vizitează mai frecvent monumente istorice și situri arheologice, de persoanele care vizionează mai des filme difuzate prin transmisiune online, de persoanele care citesc mai des (cărți în orice format, manuale, articole) și de persoanele care realizează mai multe excursii în străinătate. Sprijinirea minorităților etnice este susținută, de asemenea, într-o mai mare măsură de persoanele care citesc cărți fie în format tipărit, fie în format electronic, la care se adaugă persoanele care se informează mai des din ziare sau reviste tipărite și cele care vizitează mai des muzee, expoziții sau galerii de artă. Persoanele care manifestă un sprijin mai accentuat pentru persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+ citesc îndeosebi cărți în format electronic, vizitează mai des muzee, expoziții sau galerii



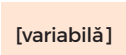
de artă, vizionează mai multe filme prin transmisiune online și merg mai frecvent la cinematograful.

În confirmarea rezultatelor puse în evidență în secțiunile anterioare se poate constata faptul că vizionarea emisiunilor sau programelor la televizor nu corelează cu atitudinile de incluziune socială (adică nu există o legătură de dependență). În schimb, accesarea website-urilor instituțiilor culturale reprezintă cel mai important factor în explicarea preocupării pentru egalitatea de gen, iar informarea din presa scrisă (ziare sau reviste) constituie cel mai important element pentru explicarea preocupării pentru sprijinirea minorităților etnice și pentru respectarea drepturilor minorităților sociale. De remarcat este și faptul că utilizarea rețelelor de socializare corelează îndeosebi cu preocuparea pentru libertatea religioasă (cu cât o persoană utilizează mai mult internetul pentru accesarea rețelelor de socializare, cu atât este interesată mai mult de libertatea religioasă).

Tabelul 8. Relația dintre indicatorii consumului cultural și aspectele incluziunii sociale

	Egalitatea dintre bărbați și femei	Sprijinirea minorităților etnice (romi, maghiari, alte etnii)	Sprijinirea persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A.+	Libertatea fiecărui om de a-și practica religia pe care o dorește
Indicele participării culturale publice		[gen] [educație]	[vârstă] [educație] [mărimea localității]	[educație]
Indicele participării culturale non-publice	[educație] [venit]			[educație]
Indicele participării culturale online			[vârstă] [educație] [mărimea localității]	

Notă:

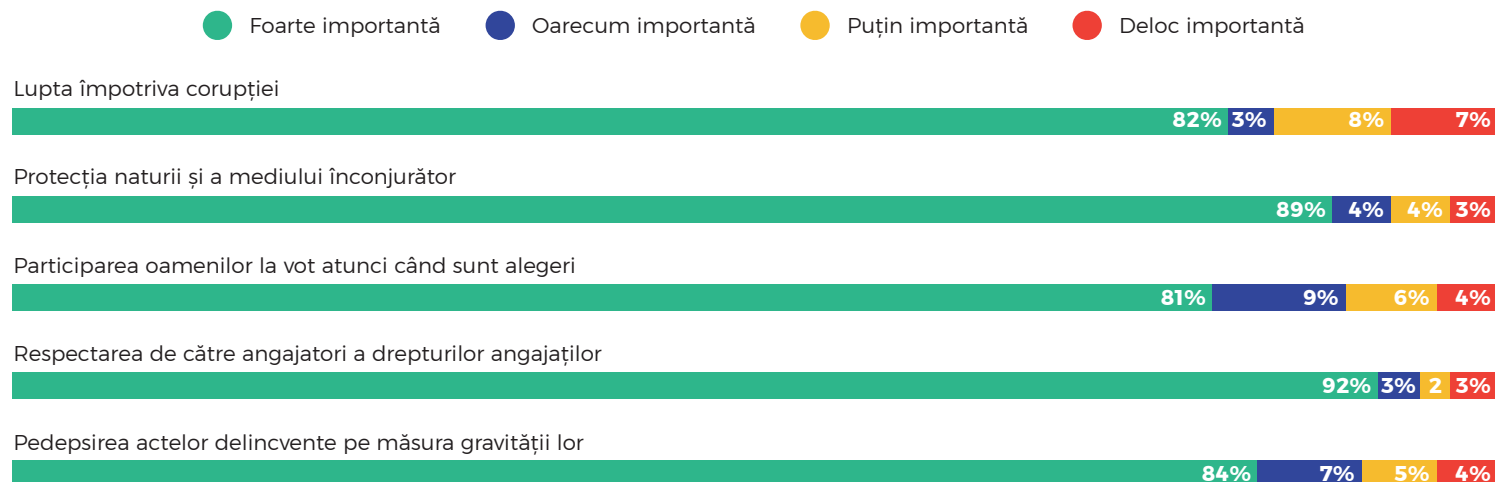
-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariante, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariante)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată în analizele bivariante, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

Influența consumului cultural asupra incluziunii sociale este suficient de puternică încât să se manifeste chiar și atunci când se testează efectele coroborate ale mai multor factori asupra valorilor democratice. Preocuparea pentru respectarea drepturilor minorităților este explicabilă nu doar prin intermediul aspectelor ce țin de educație, ci și prin anumite particularități ale consumului cultural. De exemplu, persoanele care participă la activități culturale în spațiul public și online susțin într-o măsură mai mare egalitatea între bărbați și femei, independent de influența exercitată de anumite variabile socio-demografice. Minoritățile etnice se bucură de un sprijin mai mare din partea persoanelor care participă mai frecvent la activități în spațiul non-public și online. Mai mult decât atât, indicele participării culturale non-publice explică sprijinul atribuit minorităților sexuale, iar indicele participării culturale online apare ca un factor mai important în explicarea atitudinilor favorabile libertății religioase.

4.6 Dimensiunea preocupărilor civice

Respectarea de către angajatori a drepturilor angajaților constituie cea mai relevantă temă de interes public: peste 92% dintre respondenți afirmă că relațiile constructive la locul de muncă reprezintă un ingredient esențial în funcționarea unei societăți democratice. De asemenea, un nivel comparabil de importanță este atribuit unor alte teme, printre care se numără: protecția naturii și a mediului înconjurător, pedepsirea actelor delincvenționale pe măsura gravității lor, lupta împotriva corupției și participarea oamenilor la vot atunci când sunt alegeri (fiecare dintre acestea fiind evaluată ca fiind importantă de peste 80% dintre respondenți).

Graficul 7. Nivelul de importanță atribuit unor teme cu relevanță civică (Cât de importante considerați că sunt următoarele teme de actualitate pentru bunul mers al lucrurilor în societatea în care trăim?)



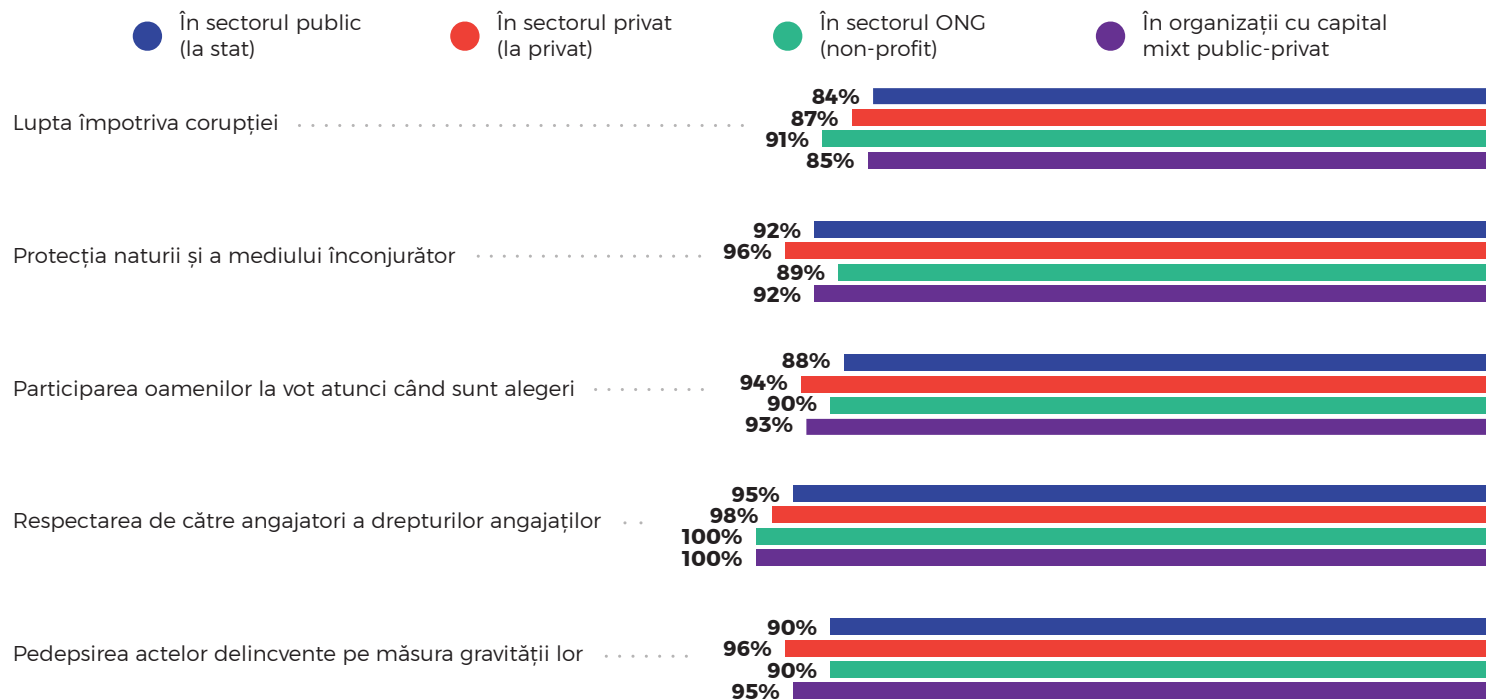
Lupta împotriva corupției și protecția mediului înconjurător sunt teme îmbrățișate mai degrabă de persoane care au un nivel ridicat de educație, de persoane cu stabilitate financiară și de persoane care au domiciliul în localități mari. De asemenea, pedepsirea actelor delincvenționale pe măsura gravității lor constituie o preocupare importantă tot pentru aceste categorii socio-demografice, la acestea adăugându-se tinerii. Participarea oamenilor la vot atunci când sunt alegeri este considerată a fi o prioritate de către tineri, de către persoanele cu studii superioare și de către persoanele care provin din localități dezvoltate din punct de vedere demografic. Venitul nu se dovedește a fi un factor relevant în explicarea interesului pentru manifestarea opțiunii electorale. Un element de particularitate apare în ceea ce privește domeniul respectării de către angajatori a drepturilor angajaților. Profilul celor care împărtășesc această preocupare se conturează în funcție de gen, educație, venit și mărimea localității. Mai exact, femeile consideră într-o măsură mai ridicată decât bărbații că este necesar un cadru instituțional care să stipuleze relații de muncă bazate pe respect reciproc între angajator și angajat. De asemenea, se poate constata că este mai probabil ca persoanele care atribuie importanță mare sau foarte mare respectării drepturilor pe plan profesional să aibă educație superioară și un venit peste medie la nivel național și să provină din medii urbane.

Preocupările față de diferite subiecte de interes public variază, într-o oarecare măsură, în funcție de sectorul ocupațional. Lupta împotriva corupției reprezintă un aspect care capătă o relevanță deosebită în sectorul non-profit, în timp ce interesele ecologiste, participarea electorală și simțul justiției sunt subiecte prezente mai degrabă în spectrul de interes al angajaților din sectorul privat. De remarcat este și faptul că respectarea de către angajatori a drepturilor angajaților constituie o preocupare ce apare a fi în unanimitate îmbrățișată de persoanele care activează în sectorul non-profit și în organizații cu capital mixt.

Datele arată faptul că participarea la activități culturale tinde să favorizeze formarea unor atitudini relevante pe plan civic. Cu cât consumul cultural înregistrează valori mai ridicate, cu atât se conturează un interes mai crescut pentru teme aflate pe agenda publică: lupta împotriva corupției, protecția naturii și a mediului înconjurător, participarea oamenilor la vot atunci când sunt alegeri, respectarea de către angajatori a drepturilor angajaților și pedepsirea actelor delincvenționale pe măsura gravității lor. De asemenea, se poate constata că, în acest caz, consumul cultural în mediul online are un aport direct mult mai mare decât consumul cultural public și non-public, ceea ce sugerează că accesul la internet și utilizarea acestuia în scopuri culturale joacă un rol important în consolidarea interesului pentru temele aflate pe agenda publică.

Un element de specificitate în raport cu dimensiunea preocupărilor civice este acela că utilizarea rețelelor de socializare reprezintă un indicator care corelează puternic (relație de dependență) cu importanța atribuită luptei împotriva corupției, protecției naturii și mediului înconjurător, participării oamenilor la vot atunci când sunt alegeri și pedepsirii actelor delincvenționale pe măsura gravității lor. Același tip de asociere poate fi observată și între aspectele civice menționate anterior și frecvența vizionării de filme difuzate prin transmisiune online. Ținând cont de aceste aspecte, se poate constata că rețelele de socializare pot funcționa ca factor mobilizator în derularea unor acțiuni civice sau în organizarea mișcărilor sociale: persoanele care utilizează rețelele de socializare sunt mai preocupate de mai multe teme cu caracter civic. O astfel de configurație apare semnificativă mai ales în contextul în care accesarea website-urilor cu conținut cultural corelează semnificativ statistic (relație de dependență) doar cu lupta împotriva corupției, cu participarea oamenilor la vot atunci când sunt alegeri și cu respectarea de către angajatori a drepturilor angajaților.

Graficul 8. Procentul persoanelor care atribuie importanță mare sau foarte mare unor teme cu relevanță civică, în funcție de sectorul ocupațional



Totodată, de remarcat este faptul că frecvența vizionării programelor la televizor nu corelează semnificativ statistic cu importanța atribuită vreuneia dintre preocupările civice avute în vedere. Un astfel de aspect tinde să sugereze faptul că televiziunea nu pare să-i influențeze pe spectatori în adoptarea unor atitudini aliniate valorilor democratice, dar o astfel de ipoteză trebuie să fie testată în detaliu prin intermediul studiilor viitoare. În schimb, ceea ce se poate constata este că atât pentru tineri (18-35 de ani), cât și pentru vârstnici (peste 65 de ani) preocupările civice sunt formate îndeosebi prin intermediul utilizării rețelelor sociale. Mai exact, pentru aceste două categorii de vârstă, se observă o corelație puternică între

utilizarea rețelelor de socializare și importanța atribuită temelor cu relevanță civică. În schimb, pentru adulți (35-64 de ani), preocupările civice sunt modelate într-o mai mare măsură prin informarea din presa scrisă (ziare, reviste) decât prin intermediul consumului TV sau al utilizării rețelelor de socializare.

De asemenea, de remarcat este că persoanele care vizitează mai des muzee, expoziții sau galerii de artă atribuie o importanță mai mare tuturor aspectelor ce compun dimensiunea preocupărilor civice, inclusiv celui ce ține de respectarea drepturilor angajaților. Activitățile de lectură în multidimensionalitatea lor (lectura cărților format tipărit sau electronic, consultarea manualelor, articolelor științifice,

articolelor din ziare sau din reviste) corelează semnificativ (relație de dependență) cu importanța atribuită luptei împotriva corupției, participării oamenilor la vot atunci când sunt alegeri, respectării de către angajatori a drepturilor angajaților și pedepsirii actelor delincvenționale pe măsura gravității lor. Un alt aspect ce poate fi adus în vedere vizează asocierea semnificativă statistic care există între frecvența participării la spectacole de teatru și importanța atribuită luptei împotriva corupției. În plus, așa cum era de așteptat, protecția naturii și a mediului înconjurător este mai importantă pentru persoanele care se plimbă mai des în parcuri sau zone verzi și pentru cele care vizitează mai des monumente istorice sau situri arheologice.

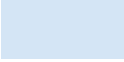

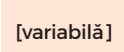
Anumite forme de consum cultural ajung să explice diferite preocupări civice în ciuda influențelor agregate al variabilelor socio-demografice. Astfel, se poate constata că participarea la activități culturale în spațiul public explică atitudinile ecologiste,

independent de nivelul de educație, în timp ce participarea la activități culturale în mediul online constituie un factor explicativ mai important în ceea ce privește sentimentul dreptății sociale. De asemenea, consumul cultural mediat de mijloace digitale explică importanța atribuită participării electorale, scăzând din influența tuturor celorlalți factori explicativi. Preocuparea pentru problematica respectării de către angajatori a drepturilor angajaților este influențată atât de frecvența participării la activități culturale în spațiul public, cât și de cea a implicării în activități culturale specifice mediului online, toate acestea în ciuda influenței exercitate de variabilele socio-demografice. În schimb, interesul pentru combaterea actelor de corupție depinde mai degrabă de nivelul educațional, care acaparează întreaga influență, nefiind determinat de particularitățile ce țin de participarea la activități culturale.

Tabelul 9. Relația dintre indicatorii consumului cultural și preocupările civice

	Lupta împotriva corupției	Protecția naturii și a mediului înconjurător	Participarea oamenilor la vot atunci când sunt alegeri	Respectarea de către angajatori a drepturilor angajaților	Pedepsirea actelor delincvenționale pe măsura gravității lor
Indicele participării culturale publice	[educație]		[alte aspecte]		[vârstă] [educație]
Indicele participării culturale non-publice	[educație]	[educație]	[alte aspecte]	[educație]	[vârstă] [educație]
Indicele participării culturale online	[educație]	[educație]			

Notă:

-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariante, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariante)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată în analizele bivariante, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

În plus, datele sugerează faptul că simțul autonomiei personale ar putea reprezenta un factor explicativ al raportării

la informațiile transmise prin mijloacele de comunicare în masă. Mai exact, se poate constata că nivelul de încredere în știri este

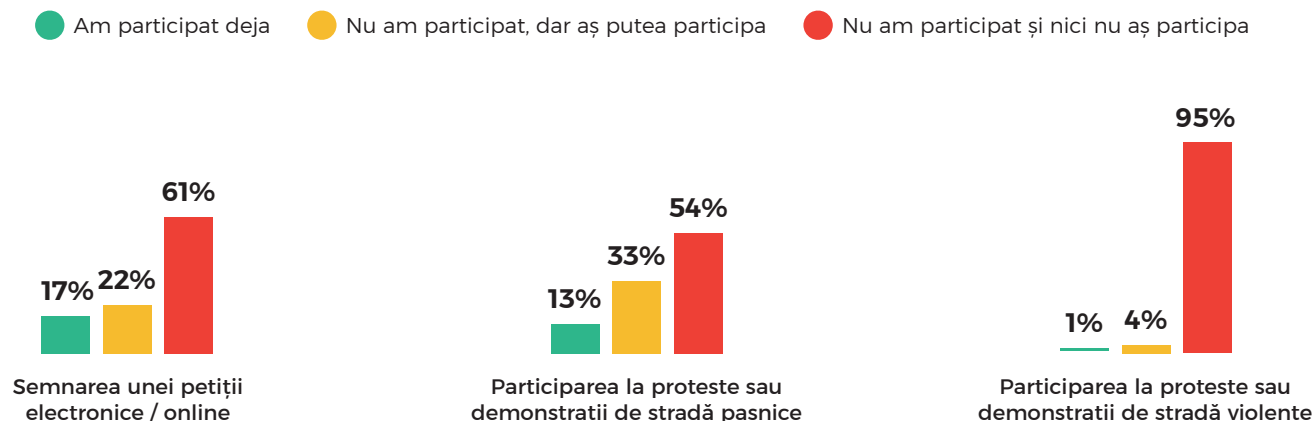
mai ridicat în rândul persoanelor care ar alege libertatea în detrimentul siguranței, în rândul persoanelor care consideră că au un control asupra derulării evenimentelor personale sau sociale, dar și în rândul persoanelor care manifestă disponibilitatea de a semna o petiție sau de a participa la proteste pașnice pentru a-și exprima nemulțumirea față de o situație sau decizie guvernamentală.

Conform datelor studiului, în conjunctura actuală, la nivelul societății românești există o probabilitate relativ redusă de a se coagula mișcări violente de protest care să schimbe în mod semnificativ modurile de organizare socială. De exemplu, se poate constata că 95% dintre respondenți nu au participat și nu au intenția de a participa în viitor la demonstrații de stradă ce implică violență, iar mai bine de jumătate dintre participanții

la studiu nu s-ar implica nici în proteste pașnice și nici nu ar semna o petiție electronică.

Cu toate acestea, se conturează un segment suficient de mare de persoane care pot pune presiune asupra factorilor de decizie și pot determina direcțiile de elaborare a politicilor publice. Mai exact, apare semnificativ faptul că o treime din populație coagulează grupul celor care, deși au fost mai puțini vizibili în spațiul public și nu și-au manifestat atitudinea critică până în prezent, s-ar putea activa prin participarea la acțiuni de protest dacă societatea s-ar confrunta cu o situație în care să fie afectate valorile democratice: 33% dintre respondenți au declarat că nu au participat, dar ar putea participa la proteste sau demonstrații de stradă pașnice dacă situația ar fi de așa natură încât să fie necesare intervenții în sfera publică.

Graficul 9. Disponibilitatea de a participa la acțiuni de protest

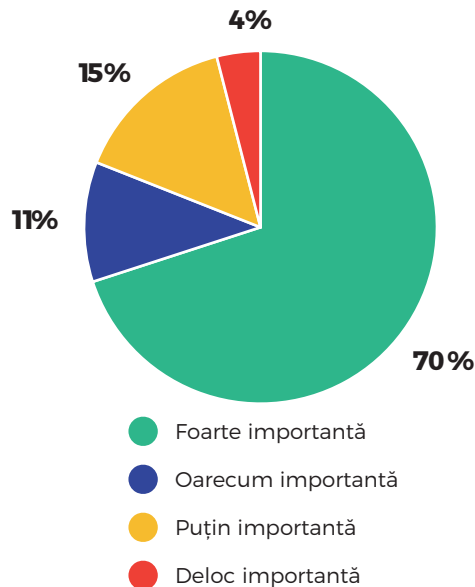


4.7 Dimensiunea libertății sociale

Libertatea socială este înțeleasă ca reprezentând o componentă importantă în consolidarea valorilor democratice. Astfel, se poate observa că 81% dintre respondenți consideră că este important ca o societate să asigure cetățenilor condițiile

necesare exprimării diferitelor puncte de vedere, indiferent dacă acestea sunt aliniate sau nu perspectivei oficiale sau majoritare. De asemenea, poate fi trasă concluzia potrivit căreia respondenții consideră că cenzura sau îngrădirea prin orice mijloace a drepturilor de exprimare sunt aspecte indezirabile, întrucât ar putea afecta bunul mers al lucrurilor în societate.

Graficul 10. Importanța atribuită libertății de exprimare
(Cât de importantă considerați că este libertatea fiecărui om de a-și exprima punctul de vedere pentru bunul mers al lucrurilor în societatea în care trăim?)

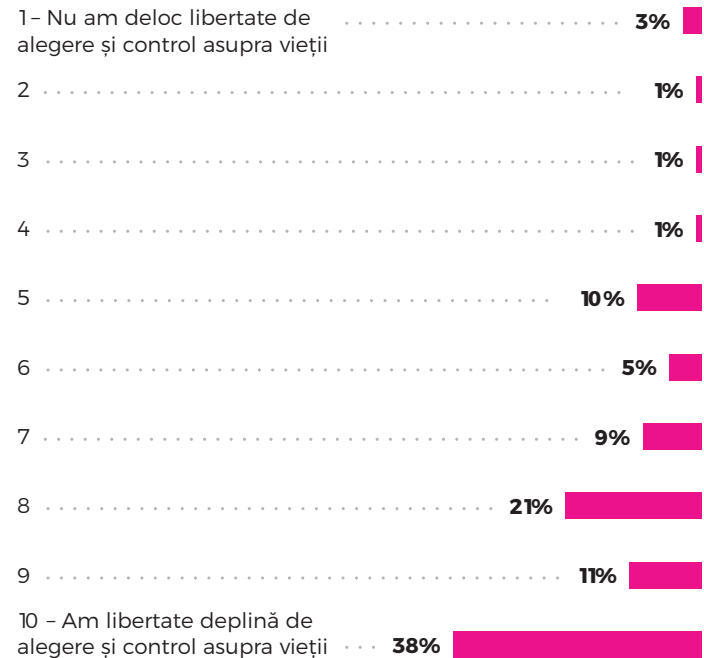


Libertatea de exprimare este o valoare apreciată mai ales de tineri, de persoanele cu educație ridicată și de persoanele cu venit ridicat. De asemenea, se poate constata că mediul de rezidență se află într-o relație strânsă cu importanța atribuită dreptului la liberă de exprimare: cu cât mărimea localității este mai mare, cu atât mai mare este deschiderea spre acceptarea în spațiul public a mai multor puncte de vedere. În schimb, din punctul de vedere al genului nu se observă diferențe în ceea ce privește modul de interiorizare a acestei valori privind libertatea de exprimare.

Datele indică manifestări mai vizibile ale locus-ului de control intern, ceea ce înseamnă că respondenții tind să atribuie o cauzalitate individualizată evenimentelor care fac parte din viața lor. O astfel de atitudine se articulează în detrimentul adoptării unui locus de control extern, perspectivă ce este asimilată unei

tendințe de a considera că factorii din mediul social, cultural sau economic influențează modul în care decurge propria viață. Mai exact, se poate constata că 38% dintre participanții la studiu consideră că au o libertate deplină de alegere și control asupra vieții și doar 3% declară că nu au deloc o astfel de libertate. În plus, analizând procente cumulat, se poate observa că 84% dintre participanții la studiu manifestă mai degrabă un locus de control intern (considerând că au capacitatea de a influența evenimentele care se petrec în societate și că dețin puterea de decizie asupra propriei vieți), în timp ce 16% optează pentru un locus de control extern (considerând că ceea ce se petrece în viața lor este, în cea mai mare parte, determinat de condiții ce acționează independent de propria voință sau acțiune).

Graficul 11. Perspective asupra locus-ului de control extern („Nu am deloc libertate de alegere și control asupra vieții”) și intern („Am libertate deplină de alegere și control asupra vieții”).



De asemenea, datele studiului indică o preferință substanțială a respondenților pentru siguranță în detrimentul libertății: 68% dintre persoanele chestionate la nivel național optează pentru siguranță, în timp ce 32% aleg libertatea ca valoare centrală în conturarea ansamblului de semnificații asupra vieții.

Graficul 12. Exprimarea preferinței pentru libertate sau siguranță (Majoritatea oamenilor consideră atât libertatea, cât și siguranța ca fiind importante. Totuși, dacă ar trebui să alegeți între ele, care ar fi mai importantă pentru dumneavoastră?)



Este important de remarcat faptul că femeile, tinerii, persoanele cu educație superioară și cele cu venit ridicat menționează într-o mai mare măsură faptul că au o libertate de alegere și de control asupra propriei vieți. Modelele explicative pot fi diferite pentru fiecare categorie de persoane: pentru femei și tineri este posibil ca adoptarea acestor atitudini să reprezinte consecințele unor nevoi de emancipare și de afirmare a autonomiei personale, iar în cazul persoanelor cu statut social ridicat simțul controlabilității poate fi explicat printr-un acces mai ridicat la resurse care extind orizontul de acțiune. În aceeași linie de argumentare, poate fi pus în evidență faptul că preferința pentru libertate în detrimentul siguranței se manifestă îndeosebi în rândul bărbaților, al persoanelor cu educație ridicată, al persoanelor cu venit ridicat și al celor care provin din localități mari.

Toate cele trei componente ale consumului cultural (public, non-public și online) corelează nu doar cu importanța atribuită

libertății de exprimare, ci și cu nivelul resimțit de control asupra propriei vieți și cu manifestarea preferinței pentru libertate în detrimentul siguranței. Persoanele care se implică mai frecvent în mai multe tipuri de activități culturale, indiferent de sfera în care acestea sunt întreprinse, tind să aprecieze într-o măsură mai mare relevanța pe care o are deschiderea spre dialog într-o societate democratică și să interiorizeze libertatea ca valoare capabilă să le modeleze perspectiva despre lume și viață.

În mod specific, toate cele trei dimensiuni ale libertății sociale corelează (relație de dependență) cu forme distincte de consum cultural, printre care se numără: utilizarea internetului pentru participarea la cursuri sau programe de pregătire online, frecvența mersului la cinematograful, utilizarea internetului pentru citirea de cărți, manuale, articole, frecvența realizării excursiilor în străinătate și utilizarea internetului pentru desfășurarea activităților profesionale. Aceasta înseamnă că persoanele care internalizează libertatea ca valoare sunt semnificativ statistic mai implicate în activitățile enumerate anterior.

În plus, se poate constata că libertatea reprezintă un aspect valorizat mai degrabă de persoanele care se informează frecvent din presa scrisă (ziare, reviste). La popul opus, se poate observa următoarea relație: cu cât frecvența vizionării emisiunilor sau programelor TV este mai ridicată, cu atât importanța atribuită libertății (în multidimensionalitatea ei) este mai mică. Punctual, datele mai subliniază faptul că utilizatorii rețelelor de socializare apreciază într-o măsură mai ridicată libertatea de exprimare. În schimb, celelalte două forme de libertate socială nu corelează semnificativ cu această formă de consum în mediul online. De remarcat este și faptul că persoanele care utilizează internetul pentru a accesa website-uri cu conținut cultural consideră că au o libertate mai mare de alegere și de control asupra propriei vieți.

Este important de remarcat faptul că participarea culturală în spațiul public joacă un rol mult mai important decât participarea culturală non-publică și decât cea online în atribuirea unei importanțe considerabile libertății de exprimare. De asemenea,

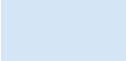

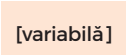
datele subliniază faptul că vârsta și educația contează mai mult decât venitul și mărimea localității în formularea opiniei potrivit căreia într-o societate democratică este necesar să poată fi exprimate mai multe puncte de vedere. Pe de altă parte, în explicarea libertății de control asupra propriei vieți sunt importante alte aspecte decât cele referitoare la particularitățile consumului cultural și cele socio-demografice, dat fiind faptul că niciuna dintre variabile avute în vedere pe parcursul studiului nu își mai păstrează efectele semnificative statistic în analizele agregate. Cu toate acestea, datele indică

faptul că preferința pentru libertate în detrimentul siguranței este explicată exclusiv de consumul cultural în mediul online, a cărui influență rămâne semnificativă în ciuda efectelor educației sau ale altor caracteristici de ordin socio-demografic. Un astfel de rezultat pare să sugereze faptul că tipurile de conținut cultural existente în mediul digital sunt mai susceptibile formării unor atitudini liberale, spre deosebire de tipurile de conținut cultural corespunzătoare spațiului public sau non-public, așa cum sunt înțelese în contextul acestui studiu.

Tabelul 10. Relația dintre indicatorii consumului cultural și aspectele libertății sociale

	Importanță mare sau foarte mare atribuită libertății fiecărui om de a-și exprima punctul de vedere pentru bunul mers al lucrurilor în societatea în care trăim	Manifestarea unei libertăți depline de alegere și control asupra propriei vieți	Exprimarea preferinței pentru libertate în detrimentul siguranței
Indicele participării culturale publice		[alte aspecte]	[gen] [educație]
Indicele participării culturale non-publice	[vârstă] [educație]	[alte aspecte]	[gen] [educație]
Indicele participării culturale online	[vârstă] [educație]	[alte aspecte]	

Notă:

-  → corelație semnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată atât în urma analizelor bivariante, cât și a celor multivariate)
-  → corelație nesemnificativă statistic între variabilele ce descriu consumul cultural și variabilele corespunzătoare valorilor democratice (rezultată în urma analizelor bivariante)
-  [variabilă] → corelație semnificativă statistic rezultată în analizele bivariante, dar care în urma analizelor multivariate este anulată de influența variabilelor indicate în paranteză pătrată

5. Concluzii

Analiza arată că la nivelul societății românești se aplică modelul teoretic al angajamentului, nu cel al dezangajamentului democratic. Aceasta înseamnă că participarea culturală reprezintă un factor ce stimulează (și nu inhibă) cetățenia democratică. De asemenea, datele pun în evidență atât o

conformitate ridicată a modelului explicativ al capitalului social și al împuternicirii sociale, cât și o conformitate parțială a modelului explicativ al mobilizării sociale și al cultivării valorice în explicarea predispoziției spre adoptarea atitudinilor și comportamentelor democratice.

În schimb, modelele explicative ale izolării sociale, ale alienării și ale trivializării nu pot fi considerate aspecte ce înglobează rațiuni valide în raport cu efectele pe care consumul cultural îl joacă în societatea românească. Mai exact, rațiunile asociate modelului teoretic al dezangajamentului democratic sunt infirmate puternic de date, ceea ce înseamnă că formele de

participare culturală non-publică nu influențează în mod negativ participarea democratică. Cu alte cuvinte, la nivelul societății românești, este puțin probabil ca expunerea la conținut media să producă în mod direct fenomene de izolare, alienare și trivializare.

Tabelul 11. Rezultatele sintetice al testării ipotezelor privind relația dintre participarea culturală și cetățenia democratică

Model teoretic	Ipoteză testată	Rezultatele testării
Modelul explicativ al capitalului social	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât capacitatea de a acumula capital social prin implicarea în viața asociativă este mai mare.	Ipoteză confirmată în totalitate de date
Modelul explicativ al cultivării valorice	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât valorile deschiderii față de cei din jur sunt mai puternic consolidate.	Ipoteză confirmată parțial de date
Modelul explicativ al mobilizării sociale	Cu cât indicele participării culturale (publice, non-publice sau online) este mai mare, cu atât predispoziția spre mobilizare socială este mai mare.	Ipoteză confirmată parțial de date
Modelul explicativ al împunerii sociale	Statusul social constituie un factor modelator al relației dintre indicatorii participării culturale și cei ai cetățeniei democratice	Ipoteză confirmată parțial de date (statusul social intervine asupra formelor de cultivare valorică și asupra predispoziției spre mobilizare socială, dar nu și asupra capacității de acumulare a capitalului social)

În schimb, datele arată că participarea culturală exercită cea mai mare influență asupra probabilității de apartenență la o comunitate: cu cât valorile consumului cultural sunt mai mari, cu atât sentimentul apartenenței sociale este mai puternic consolidat. Cu alte cuvinte, persoanele care se implică mai frecvent în mai multe tipuri de activități culturale sunt cele care iau parte la viața asociativă într-o măsură mai mare. Un astfel de rezultat indică faptul că în societatea românească participarea culturală nu izolează, ci din contră, favorizează implicarea socială, oferind oportunități de acumulare a capitalului social derivat din apartenența la o comunitate de oameni ce împărtășesc preocupări, interese sau preferințe comune. Influențele tuturor formelor de consum cultural asupra apartenenței sociale se mențin atunci când sunt controlate efectele statusului social sau ale altor variabile demografice.

Mai mult decât atât, nu doar formele de participare culturală în spațiul public și cele asociate mediului online, ci și activitățile culturale desfășurate în spațiul non-public constituie factori de influență ai apartenenței la comunitate.

Tendința menționată, remarcată pentru indicatorii de apartenență la comunitate, este observabilă și în cazul toleranței față de persoanele de altă religie, caz în care toate formele de consum cultural sunt semnificative în explicarea atitudinilor democratice, independent de influența educației, venitului sau al altor factori demografici.

În general, ipotezele asimilate modelului teoretic al angajamentului democratic sunt confirmate parțial, întrucât rezultă că nu toate practicile specifice de consum cultural joacă un rol în explicarea diferitelor componente ale cetățeniei

democratice independent de influența anumitor variabile, ci doar o anumită formă sau o configurație specifică se dovedește a fi semnificativă.

Așadar, pot fi observate următoarele tendințe:

- *Participarea la activități culturale în spațiul public* explică importanța acordată protecției naturii și importanța atribuită libertății de exprimare. În aceste cazuri, nici educația și nici alte forme de participare la activități culturale în spațiul non-public, inclusiv în mediul online, nu se dovedesc a avea o influență.
- *Participarea la activități culturale în spațiul non-public* explică nivelul de încredere în oamenii din vecinătate – persoanele care locuiesc în același cartier sau comună – și susținerea formelor publice de sprijin dată de persoanelor cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+. În aceste cazuri, nici educația și nici alte forme de participare la activități culturale în spațiul public și în mediul online nu se dovedesc a avea o influență.
- *Participarea la activități culturale în mediul online* explică toleranța față de persoanele de altă etnie și față de muncitorii din străinătate, importanța atribuită pedepsirii actelor delincvenționale pe măsura gravității lor, libertății fiecărui om de a-și practica religia și participării oamenilor la vot. În aceste cazuri, nici educația și nici alte forme de participare la activități culturale în spațiul public și non-public nu se dovedesc a avea o influență.
- *Participarea la activități culturale în spațiul public împreună cu participarea la activități culturale în mediul online* explică importanța atribuită respectării de către angajatori a drepturilor angajaților și importanța atribuită egalității între bărbați și femei. În aceste cazuri, nici educația și nici alte forme de participare la activități culturale în spațiul non-public nu se dovedesc a avea o influență.
- *Participarea la activități culturale în spațiul non-public împreună cu participarea la activități culturale în mediul*

online explică toleranța față de persoanele cu identitate L.G.B.T.Q.I.A+ și susținerea formelor publice de sprijin față de minorităților etnice. În aceste cazuri, nici educația și nici alte forme de participare la activități culturale în spațiul public nu se dovedesc a avea o influență.

Ținând cont de configurațiile prezentate anterior, se poate concluziona că formele de consum cultural în mediul online sunt mai importante decât alte forme de consum cultural în ceea ce privește modelarea atitudinilor și comportamentelor democratice. Există multiple situații pentru care se poate observa că influența participării culturale în mediul online diminuează din influența participării culturale în spațiul public și non-public.

Cu toate acestea, sunt și cazuri în care educația se dovedește a influența mai mult decât participarea la activități culturale anumite componente ale cetățeniei democratice. Mai exact, educația face irelevantă influența consumului cultural în ceea ce privește: (1) importanța atribuită conservării identității naționale și a sentimentului patriotic, (2) încrederea în membrii familiei, în oamenii cunoscuți personal, în oamenii întâlniți pentru prima dată, în oamenii de altă naționalitate și în oamenii de altă religie și (3) importanța atribuită luptei împotriva corupției.

În concluzie, analiza relației dintre participarea culturală și cetățenia democratică oferă o bază empirică capabilă să pună în evidență atât necesitatea implementării unor inițiative care să aibă la bază un model al educației prin cultură, cât și utilitatea elaborării unor măsuri care să urmeze îndeaproape un model al dezvoltării comunitare prin cultură. Pe de o parte, aceste aserțiuni sunt susținute de analizele statistice care pun în evidență rolul deosebit de important pe care variabila educație îl joacă în articularea formelor de consum cultural în spațiul public, în spațiul non-public și în mediul online. Pe de altă parte, se remarcă relația puternică și stabilă existentă între capitalul cultural și cel social: ambele forme de capital reprezintă nu doar vectori ai dezvoltării economice, ci și piloni importanți ai consolidării atitudinilor și comportamentelor democratice.

6. Referințe

- Anheier, H.K., Regina A. List, Olga Kononykhina și Jessica Leong Cohen, *Cultural Participation and Inclusive Societies. A Thematic Report Based on the Indicator Framework on Culture and Democracy* (Council of Europe, 2017)
- Australian Expert Group in Industry Studies of the University of Western Sydney, *Social Impacts of Participation in the Arts and Cultural Activities. Stage Two Report. Evidence, Issues and Recommendations* (The Australian Expert Group in Industry Studies, University of Western Sydney, 2004)
- Bakker, Tom P. și Claes H. de Vreese, 'Good News for the Future? Young People, Internet Use, and Political Participation', *Communication Research*, 38.4 (2011), 451–70
- Bakir, Vian, & Andrew McStay, 'Fake News and The Economy of Emotions', *Digital Journalism*, 6.2 (2018), 154–175.
- Besley, John C., 'The Role of Entertainment Television and Its Interactions with Individual Values in Explaining Political Participation', *Harvard International Journal of Press/Politics*, 11.2 (2006), 41–63
- Bína, Vladimír și Teunis Ijdens, *Social Participation and Cultural Policy: A Position Paper* (Den Haag: Ministerie van Onderwijs, Cultuur en Wetenschap., 2007)
- Boulianne, Shelley, 'Does Internet Use Affect Engagement? A Meta-Analysis of Research', *Political Communication*, 26.2 (2009), 193–211
- , 'Social Media Use and Participation: A Meta-Analysis of Current Research', *Information Communication and Society*, 18.5 (2015), 524–38
- , 'Twenty Years of Digital Media Effects on Civic and Political Participation', *Communication Research*, 47.7 (2020), 947–66
- Brehm, John și Wendy Rahn, 'Individual-Level Evidence for the Causes and Consequences of Social Capital', *American Journal of Political Science*, 41.3 (1997), 999–1023
- Campagna, Desirée, Giulio Caperna și Valentina Montalto, 'Does Culture Make a Better Citizen? Exploring the Relationship Between Cultural and Civic Participation in Italy', *Social Indicators Research*, 149.2 (2020), 657–86
- Comisia Europeană, *Rezoluția Parlamentului European Din 11 Decembrie 2018 Referitoare La Noua Agendă Europeană Pentru Cultură*, 2018 <https://www.europarl.europa.eu/doceo/document/TA-8-2018-0499_RO.html>
- Delaney, Liam și Emily Keane, *Cultural Participation, Social Capital and Civil Renewal in the United Kingdom: Statistical Evidence from National and International Survey Data* (Economic and Social Research Institute (Dublin) & Institute for Public Policy Research (London), 2006)
- Delli Carpini, Michael X., 'Gen.Com: Youth, Civic Engagement, and the New Information Environment', *Political Communication*, 17.4 (2000), 341–49
- DiMaggio, Paul, 'Are Art-Museum Visitors Different from Other People? The Relationship between Attendance and Social and Political Attitudes in the United States', *Poetics*, 24.2–4 (1996), 161–80
- DiMaggio, Paul, Eszter Hargittai, Coral Celeste și Steven Shafer, 'From Unequal Access to Differentiated Use: A Literature Review and Agenda for Research on Digital Inequality', în *Social Inequality*, ed. by Kathryn Neckerman (New York: Russell Sage Foundation, 2004), pp. 355–400

- Doganay, Ahmet, 'A Curriculum Framework for Active Democratic Citizenship Education', în *Schools, Curriculum and Civic Education for Building Democratic Citizens*, ed. by Murray Print and Dirk Lange (Rotterdam: Sense Publishing, 2012), pp. 19–39
- Evered Roger D., A Typology of Explicative Models, Technological Forecasting And Social Change 9, 259-211 (1976)
- Fogel, Henry și Dana Gioia, *The Arts and Civic Engagement: Involved in Arts, Involved in Life* (National Endowment for the Arts, 2008)
- Gil de Zúñiga, Homero, 'Social Media Use for News and Individuals' Social Capital, Civic Engagement and Political Participation', *Journal of Computer-Mediated Communication*, 17.3 (2012), 319–36
- Govier Trudy, "Încrederea socială și Comunități umane", Polity Press, Cambridge 1996
- Hammonds, William, Culture and Democracy: the evidence. How citizens' participation in cultural activities enhances civic engagement, democracy and social cohesion. Lessons from international research, Publications Office of the European Union, Luxembourg, 2023
- Hassan, Mazen, Elisabeth Kendall și Stephen Whitefield, 'Media, Cultural Consumption and Support for Democracy in Post-Revolutionary Egypt', *Political Studies*, 64.3 (2016), 534–51
- Hemingway, J. L., 'Leisure, Social Capital, and Democratic Citizenship', *Journal of Leisure Research*, 31.2 (1999), 150–65
- Hooghe, Marc, 'Watching Television and Civic Engagement: Disentangling the Effects of Time, Programs, and Stations', *Harvard International Journal of Press/Politics*, 7.2 (2002), 84–104
- Jeannotte, Sharon, 'Singing Alone? The Contribution of Cultural Capital to Social Cohesion and Sustainable Communities', *International Journal of Cultural Policy*, 9.1 (2003), 35–49
- Jeannotte, M. Sharon, *The Social Effects of Culture. A Literature Review* (Centre on Governance, University of Ottawa, 2017)
- Kim, Sei-Hill și Miejeong Han, 'Media Use and Participatory Democracy in South Korea', *Mass Communication and Society*, 8.2 (2005), 133–53
- Kobayashi, Tetsuro, Ken'ichi Ikeda și Kakuko Miyata, 'Social Capital Online: Collective Use of the Internet and Reciprocity as Lubricants of Democracy', *Information Communication and Society*, 9.5 (2006), 582–611
- Kwak, Nojin, Nathaniel Poor și Marko M. Skoric, 'Honey, I Shrunk the World! The Relation Between Internet Use and International Engagement', *Mass Communication and Society*, 9.2 (2006), 189–213
- Larason Schneider, Anne și Helen Ingram, 'Public Policy and Democratic Citizenship: What Kinds of Citizenship Does Policy Promote?', în *Handbook of Public Policy Analysis. Theory, Politics, and Methods*, ed. by Frank Fischer, Gerald Miller, and Mara Sidney (London & New York: CRC Press), pp. 329–46
- Leroux, Kelly și Anna Bernadska, 'Impact of the Arts on Individual Contributions to US Civil Society', *Journal of Civil Society*, 10.2 (2014), 144–64
- Livingstone, Sonia și Tim Markham, 'The Contribution of Media Consumption to Civic Participation', *British Journal of Sociology*, 59.2 (2008), 351–71
- Mastin, Teresa, 'Media Use and Civic Participation in the African-American: Exploring Participation Among Professionals and Nonprofessionals', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 71.1 (2000), 115–27
- Misztal, Barbara A., "Trust in Modern Societies The Search for the Bases of Social Order", Polity Press & Blackwell Publishers Ltd., 1996

- Moy, Patricia și Dietram A. Scheufele, 'Media Effects of Political and Social Trust', *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 77.4 (1996), 744–59
- Moy, Patricia, Edith Manosevitch, Keith Stamm și Kate Dunsmore, 'Linking Dimensions of Internet Use and Civic Engagement', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 82.3 (2005), 571–86
- Moy, Patricia, Dietram A. Scheufele și R. Lance, 'Television Use and Social Capital: Testing Putnam's Time Displacement Hypothesis', *Mass Communication and Society*, 2.1–2 (2011), 27–45
- Newton, Kenneth, 'Mass Media Effects: Mobilization or Media Malaise?', *British Journal of Political Science*, 29.4 (1999), 577–99
- Nisbet, Erik C., Elizabeth Stoycheff și Katy E. Pearce, 'Internet Use and Democratic Demands: A Multinational, Multilevel Model of Internet Use and Citizen Attitudes About Democracy', *Journal of Communication*, 62.2 (2012), 249–65
- Norris, Pippa, 'Does Television Erode Social Capital? A Reply to Putnam', *PS: Political Science and Politics*, 29.3 (1996), 474–80
- Putnam, Robert, 'Bowling Alone: America's Declining Social Capital', *Journal of Democracy*, 6.1 (1995), 65–78
- , *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community* (New York: Simon & Schuster Paperback, 2000)
- Shah, Dhavan, Michael Schmierbach, Joshua Hawkins, Rodolfo Espino și Janet Donavan, 'Nonrecursive Models of Internet Use and Community Engagement: Questioning Whether Time Spent Online Erodes Social Capital', *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79.4 (2002), 964–87
- Shah, Dhavan V., 'Civic Engagement, Interpersonal Trust, and Television Use: An Individual-Level Assessment of Social Capital', *Political Psychology*, 19.3 (1998), 469–96
- Shah, Dhavan V., Jaeho Cho, William P. Eveland și Nojin Kwak, *Information and Expression in a Digital Age: Modeling Internet Effects on Civic Participation*, *Communication Research*, 2005, xxxii
- Shah, Dhavan V., Nojin Kwak și R. Lance Holbert, "Connecting" and "Disconnecting" with Civic Life: Patterns of Internet Use and the Production of Social Capital', *Political Communication*, 18.2 (2001), 141–62
- Starkey, Hugh, *Democratic Citizenship, Language, Diversity and Human Rights. Guide for the Development of Language Education Policies in Europe From Linguistic Diversity to Plurilingual Education* (Strasbourg, 2002)
- Stoycheff, Elizabeth și Erik C. Nisbet, 'What's the Bandwidth for Democracy? Deconstructing Internet Penetration and Citizen Attitudes About Governance', *Political Communication*, 31.4 (2014), 628–46
- Stoycheff, Elizabeth, Erik C. Nisbet și Dmitry Epstein, 'Differential Effects of Capital-Enhancing and Recreational Internet Use on Citizens' Demand for Democracy', *Communication Research*, 47.7 (2020), 1034–55
- UNESCO, *Measuring Cultural Participation: A Framework for Cultural Statistics Handbook*, 2012
- Uslaner, Eric M., 'Social Capital, Television, and the "Mean World": Trust, Optimism, and Civic Participation', *Political Psychology*, 19.3 (1998), 441–67
- Wellman, Barry, Anabel Quan Haase, James Witte și Keith Hampton, 'Does the Internet Increase, Decrease, or Supplement Social Capital? Social Networks, Participation, and Community Commitment', *American Behavioral Scientist*, 3, 2001, 436–55
- Wilkins, Karin Gwinn, 'The Role of Media in Public Disengagement from Political Life', *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 44.4 (2000), 569–80
- Xenos, Michael și Patricia Moy, 'Direct and Differential Effects of the Internet on Political and Civic Engagement', *Journal of Communication*, 57.4 (2007), 704–18