

TIPARE ALE IDENTITĂȚII OCUPAȚIONALE ȘI COMPORTAMENTE DIN PERSPECTIVA LUI SCHEIN ȘI MYRES-BRIGGS

RÎȚĂ Elena – Monica¹

¹Facultatea: Ingineria și Managementul Sistemelor Tehnologice, Specializarea: MIIV, Anul de studii I
e-mail: ritamonica84@gmail.com

Conducător științific: Lector dr. **Gabriela Beatrice COTEȚ**

REZUMAT: Identitatea este un termen generic folosit în toate științele sociale pentru a descrie concepția și expresia individualității unei persoane, care sunt determinate inclusiv de afilierile persoanei la diverse grupuri. În sens psihologic, identitatea depinde în mod direct de o multitudine de elemente precum imaginea de sine (modelul mental a unei persoane despre ea însăși), stima de sine și individualitatea. În sociologie, termenul de "identitate" este pus în corelație cu conceptele de comportament și de rol social.

CUVINTE CHEIE: comportament, tipar, identitate, Schein, Myres-Briggs

Introducere

Una dintre cele mai controversate probleme în Europa a fost, încă din secolul al XVIII-lea, modul de organizare a puterii - în funcție de rațiune sau în funcție de identitate. Această controversă continuă și astăzi și nu poate fi limpezită. Ea afectează, în principiu, fiecare domeniu al vieții noastre, și are consecințe importante în chestiuni banale cum ar fi cetățenia și dreptul la bunăstare, care decurge din aceasta. Dezvoltarea cetățeniei europene ca și concept legal, politic, economic, cultural sau social face parte de asemenea din această polemică. Identitatea europeană, controversată la rîndul ei, vine în sprijinul acestor drepturi.

Există diferite puncte de vedere în această polemică. De o parte se situează cei care contestă însăși ideea legitimității politicii identitare sau care încearcă să o reducă la minim. Aceștia ar prefera ca drepturile să derive în întregime din funcție și rațiune. Mai există apoi aceia cărora le plac doar anumite identități.

Această lucrare vrea să demonstreze că, în cele din urmă, contradicția dintre rațiune și identitate este una falsă. Desigur, ele sînt diferite conceptual și trebuie să fie distinse. Dar sînt amîndouă autentice și nici una nu o va învinge pe cealaltă întrucît se presupun reciproc. Acest studiu este, deci, o sinteză, o încercare de a surprinde relația dinamică dintre rațiune și identitate, felul în care ele se sprijină și se energizează una pe cealaltă și în care coexistă într-un fel de interdependență intimă și complexă.

În esență, recursul la rațiune oferă claritate în înțelegerea acțiunii, coerență, responsabilitate, anticipare, capacitatea de a pune sub semnul întrebării motivele și de a le plasa într-un cadru de referință. Dimpotrivă, identitatea oferă unui om siguranța comunității și a solidarității, a unor tipare de înțelegere comune, o lume limitată în care poate trăi și poate găsi și alții asemeni lui. Puterea acționează în ambele zone. Excluderea rațiunii sau a identității creează disconfort. Fără rațiune, există pericolul real ca puterea să fie arbitrară, să genereze dezordine și să producă teamă. Dar în cazul în care se pune baza exclusiv pe rațiune și identitatea este ignorată, individul rămîne izolat și poate fi suspectat de lipsa unei dimensiuni morale. De asemenea, cînd toate acțiunile, toate motivațiile sînt atribuite identității, efectul este o concepție simplificatoare masivă, o negare a individului și a opțiunii. Răspunsul trebuie să fie

în sinteza celor două. Această perspectivă este opusă în mare parte actualei polemici asupra identității. Există o tendință foarte puternică în a vedea rațiunea și identitatea ca excluzându-se reciproc.

În comparație cu alte fenomene organizaționale, cum ar fi motivarea sau leadership-ul, cultura organizațională este o arie de interes relativ nouă în domeniul managementului și organizațiilor. Potrivit autorilor Reichers și Schneider (1990), interesul și cercetarea în domeniul culturii organizaționale a fost începută de Pettigrew în 1979. În articolul său publicat în revista *Administrative Science Quarterly*, Pettigrew (1979) a introdus conceptul antropologic de cultură și a arătat cum concepte conexe precum simbolism, mit, ritual și altele ar putea fi folosite în studierea organizațiilor. Cartea „Corporate Cultures” a autorilor Deal și Kennedy (1982) aducea în discuție idei similare. În 1983, revista *Administrative Science Quarterly* a dedicat un număr special conceptului de cultură, eveniment care a determinat creșterea interesului pentru acest concept în literatura de specialitate. În ciuda acestei popularități, încă nu s-a dezvoltat un cadru universal, general acceptat de înțelegere a acestui concept (Peterson și Spencer, 1990). Există multiple interpretări și teorii privind definirea, conceptualizarea și măsurarea culturii organizaționale.

Cultura organizațională este un fenomen pe atât de larg acceptat pe cât este de diferit interpretat (Cameron și Quinn, 1999). Studiarea literaturii de specialitate ne arată că există o lipsă de precizie și de consens în ce privește definirea culturii. De exemplu, Martin și Siehl (1983) o definesc ca fiind „ceea ce ține organizația unită prin împărțirea unor modele care furnizează înțelesuri. Cultura se axează pe valori, convingeri și așteptări pe care membrii organizației ajung să le împărtășească”.

Cooke și Rousseau (1988) cred că cultura organizațională include „felul de a gândi, modul de comportament și convingerile pe care membrii unui anumite organizații le au în comun”. În opinia lui O'Reilly (1989), cultura organizațională este pur și simplu „un potențial sistem de control social”.

Când este tratată ca o variabilă dependentă, cultura este considerată obiect de studiu, iar când e tratată ca variabilă independentă, cultura este folosită ca predictor pentru comportament sau performanță. Într-o manieră similară, Cameron și Ettington (1988) sugerează că literatura antropologică tinde să vadă cultura ca pe „ceva ce organizația are” și că aceste diferențe de viziune sunt strâns legate de controversa metodologică existentă deja în studiul culturii organizaționale.

În celebra sa carte, „Organizational Culture and Leadership”, Schein (1985) identifică cinci semnificații cel mai des întâlnite în literatura de specialitate pentru cultura organizațională: 1) Tiparele comportamentale observate în timpul interacțiunilor dintre oameni; 2) Normele care se dezvoltă în grupuri de oameni care muncesc împreună; 3) Valorile dominante îmbrățișate de o organizație; 4) Regulile sociale nescrise de bună conviețuire dintr-o organizație; 5) Sentimentul sau climatul resimțit într-o organizație prin elementele fizice, vizibile. Integrând toate aceste semnificații, Schein a identificat trei niveluri ale culturii organizaționale: artefacte (elemente fizice, vizibile), valori și asumptii de bază (certitudini):

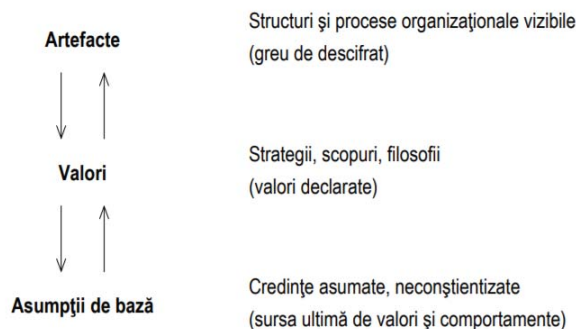


Figura 1: Cele trei niveluri ale culturii organizaționale
Sursa: Adaptare proprie după Schein (1985)

Schein (1985, 1990) crede că procesul de socializare reflectă valorile oamenilor, crezul lor legat de cum „ar trebui” să fie lucrurile în loc de cum „sunt”. Când un grup se confruntă cu o nouă problemă, soluția propusă pentru a rezolva problema are doar statut de „valoare” pentru că încă nu există o bază comună pentru a determina ce anume este bun, real, adevărat, corect. Cineva din grup are convingeri puternice privitoare la natura realității și cum anume să-i facă față și va propune, în consecință, o soluție la problema apărută. Dacă soluția e bună și funcționează, iar grupul realizează acest lucru (succesul), „valoarea” începe un proces de transformare cognitivă în „convingere” și, în cele din urmă, în „certitudine”.

Doar printr-o imersiune într-o anumită cultură poate un cercetător să descopere certitudinile care stau la baza comportamentului membrilor organizației, în timp ce nivelurile vizibile ale culturii pot fi măsurate prin metode cantitative.

Teoria ancorelor carierei identifica opt tipare distincte de talente, scopuri, nevoi și valori în percepția proprie, care apar în urma primelor experiențe profesionale. Termenul “ancoră” este folosit pentru a desemna nuclee consistente specifice individului ce fac parte din identitatea ocupațională a individului și cu timpul se manifestă ca niște ancore. Acestea, pe măsură ce se formează, determină influențe puternice în orientarea carierei.

“Ancora carierei” este imaginea de sine a fiecăruia. Pentru că avem valori diferite, scopuri diferite, suntem ghidați de motive și ambiții diferite, ceea ce ne apropie sau ne îndepărtează este ancora carierei pe care ne-am creat-o conștient sau nu.

Cele opt ancore de carieră sunt:

- competența funcțională/tehnică
- competența managerială
- autonomia/independența
- securitatea/stabilitatea
- creativitatea antreprenorială
- servirea unei cauze
- sfidarea/provocarea pură
- stilul de viață

Competențe identificate prin intermediul testului:

- 1. Competența tehnică/funcțională:** candidatul îți dorește să obțină performanțe înalte în activitate, este centrat pe cât de bine își îndeplinește sarcinile, este perfecționist, atent la detalii, este important pentru el să îți îndeplinească sarcinile la timp.
- 2. Competența managerială generală:** candidatul îți dorește să conducă echipa de lucru, este un bun organizator, își asumă riscuri, dorește recunoașterea celor din jur.
- 3. Autonomie/independență:** candidatul îți dorește cel mai mult să fie propriul șef, libertate decizională, program de lucru flexibil, nu îi plac rutina și procedurile, nu sunt buni executanți deoarece sunt greu de convins să respecte regulile care vin în contradicție cu propriile dorințe sau percepții.
- 4. Securitate/stabilitate:** candidatul dorește un post stabil, care să îi ofere în primul rând satisfacții de natură materială, preferă un post sigur și mai prost plătit decât unul bine plătit, dar care este perceput ca fiind mai puțin sigur, nu își asigură riscuri cu ușurință.
- 5. Creativitate antreprenorială:** candidatul este foarte creativ în ceea ce privește posibilitățile de a “face bani”, se gândește adeseori la propria afacere, este în căutarea contextului favorabil pentru aceasta, cei mai mulți caută surse alternative de venit, sunt persoane active care nu se mulțumesc cu un singur post pentru a obține satisfacție profesională.
- 6. Servirea unei cauze:** candidatul simte nevoia de a se simți util organizației, are nevoie de recunoașterea celor din jur, de a-i învăța pe cei mai neexperimentați (sunt buni mentori), se implică în activități de voluntariat, sunt percepuți de ceilalți ca fiind generoși.
- 7. Provocare pură:** candidatul dorește un post dinamic, activități extrem de variate, se plictisește în general repede, are nevoie crescută de stimulări diverse pentru a menține motivația la cote înalte.
- 8. Stil de viață:** candidatul dorește armonizarea vieții profesionale cu cea personală, acordă importanță mare timpului petrecut alături de familie, vede cariera ca pe un mijloc, mai degrabă decât ca pe un scop în sine.

Indicatorul Tipului Myers-Briggs (MBTI)

În anii 1920, teoria lui Jung a fost remarcată de Katharine Cook Briggs, care mai târziu a devenit co-autor al unuia dintre cei mai renumiți indicatori ai personalității folosiți astăzi – Indicatorul Tipului Myers-Briggs (MBTI). Briggs a fost un profesor dedicat studierii tipologiilor personalității, dezvoltându-și propria teorie înainte de a afla de scrierile lui Jung. Împreună cu fiica ei, Isabel Briggs Myers, aceasta a dezvoltat o modalitate convenabilă de a descrie ordinea preferințelor jungiene ale fiecărei persoane – în acest mod au luat naștere acronimele formate din patru litere.

Testul Myres-Briggs se concentrează mai mult pe modul în care oamenii experimentează viața, cum o percep și cum o filtrează. Raspunde la întrebarea “cum?” și explică cum interpretăm și cum acționăm pe dorințele noastre, frici pe care le avem și fixațiile cu care ne confruntăm.

Cele cinci aspecte ale personalității

1. Mental: acest aspect ne arată modul în care interacționăm cu alți oameni:

- 1.1. Indivizii introverți (I) preferă activități solitare, gândesc înainte de a vorbi, se simt obosiți în urma interacțiunii sociale.
- 1.2. Indivizii extraverți (E) preferă activitățile în grup, gândesc în timp ce vorbesc, sunt energizați în urma interacțiunii sociale.

- 2. Energie:** acest aspect determină modul în care vedem lumea și procesăm informația:
- 2.1. Indivizii intuitivi (N) sunt creativi, se bazează pe intuiția lor, sunt absorbiți de idei, se concentrează pe ceea ce s-ar putea întâmpla.
 - 2.2. Indivizii realiști (S) sunt pragmatici, se bazează pe simțurile lor, sunt absorbiți de chestiuni practice, se concentrează pe ceea ce s-a întâmplat.
- 3. Natură:** acest aspect determină modul în care luăm decizii și facem față emoțiilor:
- 3.1. Indivizii centrați pe logică sunt duri (T), își urmează rațiunea, se concentrează pe obiectivitate și rațiune.
 - 3.2. Indivizii centrați pe principii (F) sunt senzoriali, își urmează inima, se concentrează pe armonie și cooperare.
- 4. Tactici:** acest aspect reflectă modul de abordare al muncii, planificării și luării deciziilor:
- 4.1. Indivizii organizatori (J) sunt determinați, preferă regulile și indicațiile clare, respectă întotdeauna termenele limită, caută finalizare.
 - 4.2. Indivizii căutători (P) se pricep să improvizeze, preferă să își păstreze opțiunile deschise, sunt relaxați în ceea ce privește munca, caută libertatea.
- 5. Identitate:** aspectul identității stă la baza celorlalte aspecte, evidențiind gradul de încredere pe care îl avem în abilitățile și deciziile noastre:
- 5.1. Indivizii asertivi (-A) sunt stabili din punct de vedere emoțional, calmi, relaxați, refuză să se îngrijoreze prea mult.
 - 5.2. Indivizii precauți (-T) sunt conștienți de sine, le pasă de imaginea lor, sunt motivați de succes, perfecționiști.

Obiectivele lucrării sunt de a scoate în evidență tipurile de personalitate, talente, nevoi, etc. prin prisma angajaților din mediu privat (cultura organizațională). În urma testelor și a rezultatelor obținute, se pot identifica motivația, nevoile fiecărui individ și afinitatea la mediul de lucru.

2. Stadiul actual

În urma studiului efectuat, comparând cele doua modele de chestionare, am vrut sa aduc în evidență prin rezultatele obținute, modul în care angajații din domeniul privat au libertate de alegere, libertate în gândire, felul în care își desfășoară activitatea zilnică, punctele forte și ariile de dezvoltate, precum și afinitatea lor de a fi un lider. Rezultatele aduc în evidență diferențele comportamentale și organizaționale dintre manageri și lideri în mediul privat.

3. Grafice

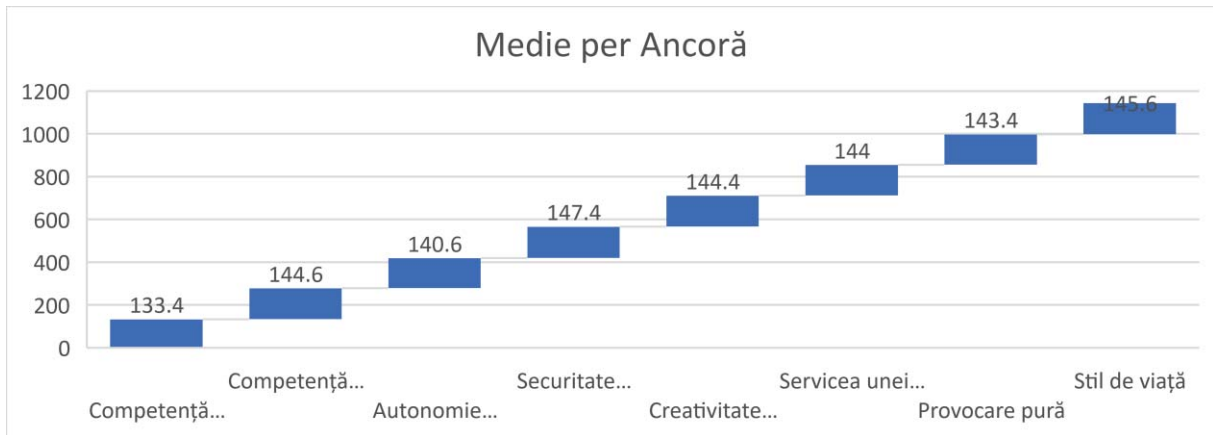


Figura 2: Media rezultatelor per Ancoră

Media per Ancoră arată, ca și punctaj, alegerile primare ale subiecților în funcție de nevoi, motivație și dorințe.

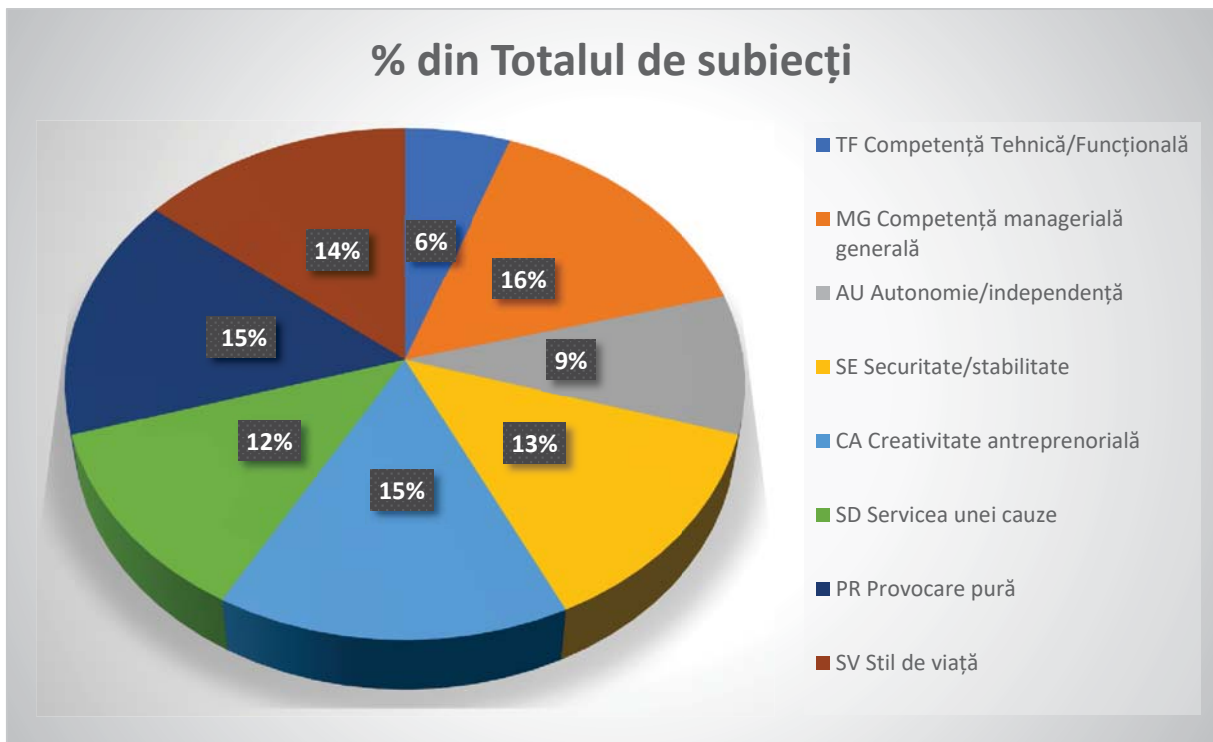


Figura 3: Procentajul rezultatelor per Ancoră din totalul de subiecți

Graful din Figura 3 reflectă nevoile primare ale subiecților, astfel că 16% din totalul de 30 de subiecți consideră Competența managerială generală ca fiind primordială, iar 15% dintre subiecți consideră Provocarea Pură și Creativitatea Antreprenorială ca fiind decizive în cultura organizațională.

Tabelul 1. Rezultatele per Ancoră pentru totalul de 30 subiecți

Subiect	TF	MG	AU	SE	CA	SD	PR	SV
1	3.2	4.4	4.2	5.6	5.6	5.6	3.8	5.6
2	4.6	5	4.6	4.8	4.4	5.4	4.2	4.2
3	4.4	4	5.4	4.2	5.2	4.2	4.2	4.6
4	3.8	5	4.2	5	4.8	4.6	4.8	4.6
5	5.8	4.4	5	4.6	4.2	5.6	3.8	4
6	3.8	5.4	4.4	5.2	4.2	5.6	3.6	3.6
7	4.8	5	4.2	5.4	5.2	4.4	4.6	5.2
8	5.4	4.8	4.6	5.8	4.2	4	5.2	5
9	4.6	5	3.6	4.8	4.2	4.6	5	4.6
10	4	4.8	4.4	4.4	5	3.8	4	4.6
11	4.2	4	4.4	4.8	4	4.4	5.4	4.6
12	4.8	4.6	4.4	4.2	5	4.2	5	4.4
13	4.8	4.4	5.4	4.4	5.4	4.4	5.6	5
14	5	5.2	4.8	4.8	4.4	5.8	3.4	5.8
15	4.6	5.6	4.6	4.6	5.6	5.8	4.8	4.6
16	4.4	5.6	4.4	5.8	4.2	4.8	5.2	4.8
17	4.6	5.6	4.8	4.8	4.6	4	5.6	4.4
18	5	4.8	4.8	5.4	5.2	4.6	5.8	4.8
19	4	5.2	4.6	5.4	4.2	4.6	4.2	4.8
20	4.2	4.2	4	5.4	4.8	4.6	5.4	5.6
21	4	5	4.6	4	4.2	5.4	4	5
22	3.6	5	5.4	4.4	4.2	5.2	4.2	6
23	4.8	4	5.4	5.6	4	5.2	5.4	5
24	4.6	6	4.2	4.6	5.6	4.8	5.4	4.8
25	4	4	4.6	4.8	4.4	5.4	4.6	5.6
26	4.8	3.4	6	5	5.2	4.8	4.6	4.6
27	3.6	4.4	5.8	4.4	5.8	4	5.8	5
28	5.4	5.8	4	5	5.8	5	4.8	4.6
29	4.2	5.6	4.8	5.4	5.4	4.8	5.6	5.2
30	4.4	4.4	5	4.8	5.4	4.4	5.4	5

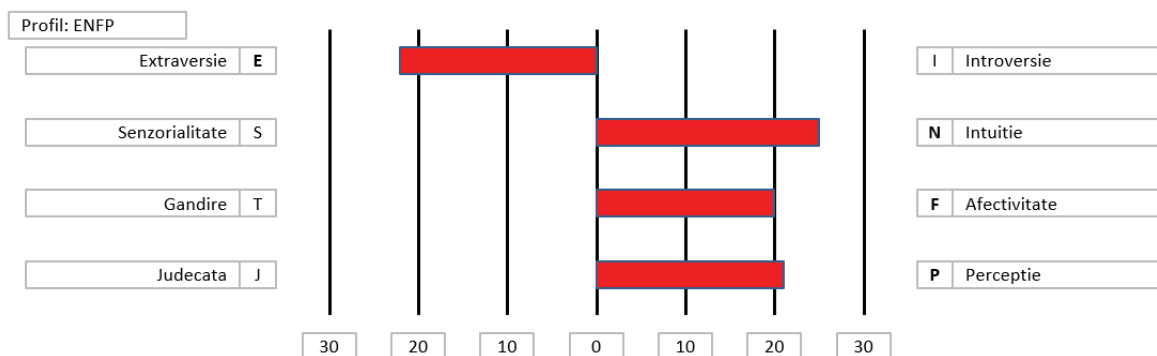


Figura 4: Profil ENFP (Myres-Briggs) al unui subiect cu funcție de Leadership

Graficul de mai sus reflectă un profil ENFP (Extraversie-Intuiție-Afectivitate-Percepție) al unui subiect care este dominat spre exterior (extravertit) care analizează lucrurile mai mult prin prisma intuiției. Este cald, entuziast, foarte isteț și capabil. Ia de la viață tot ce se poate, iar entuziasmul lor este molipsitor, fiind un bun mentor și sursă de inspirație.

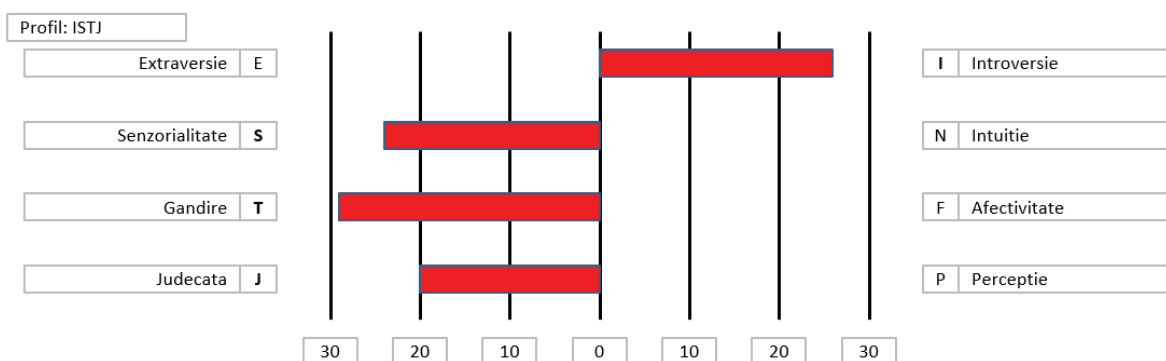


Figura 5: Profil ISTJ (Myres-Briggs) al unui subiect cu funcție de Management

Graficul de mai sus reflectă un profil ISTJ (Introversie-Senzorialitate-Gândire-Judecată) al unui subiect care este dominat spre interior (Introvertit), care este o persoană tăcută și rezervată, interesată de liniște și stabilitate. Are un puternic simț al datoriei, este o persoană organizată, metodică care nu se simte confortabil când se încalcă legea.

Din grafiul cu de mai jos, se poate observa că profilele predominante sunt ESTP (Extraversie-Senzorialitate-Gândire-Percepție) și ENTJ (Extraversie-Intuiție-Gândire-Judecată) cu un procent de 10% fiecare din totalul de 30 de subiecți. În partea opusă, profilele mai puțin rezultate sunt ISFJ (Introversie-Senzorialitate-Afectivitate-Judecată), ESFJ (Extraversie-Senzorialitate-Afectivitate-Judecată), ISFP (Introversie-Senzorialitate-Afectivitate-Percepție) și ENFJ (Extraversie-Intuiție-Afectivitate-Judecată).

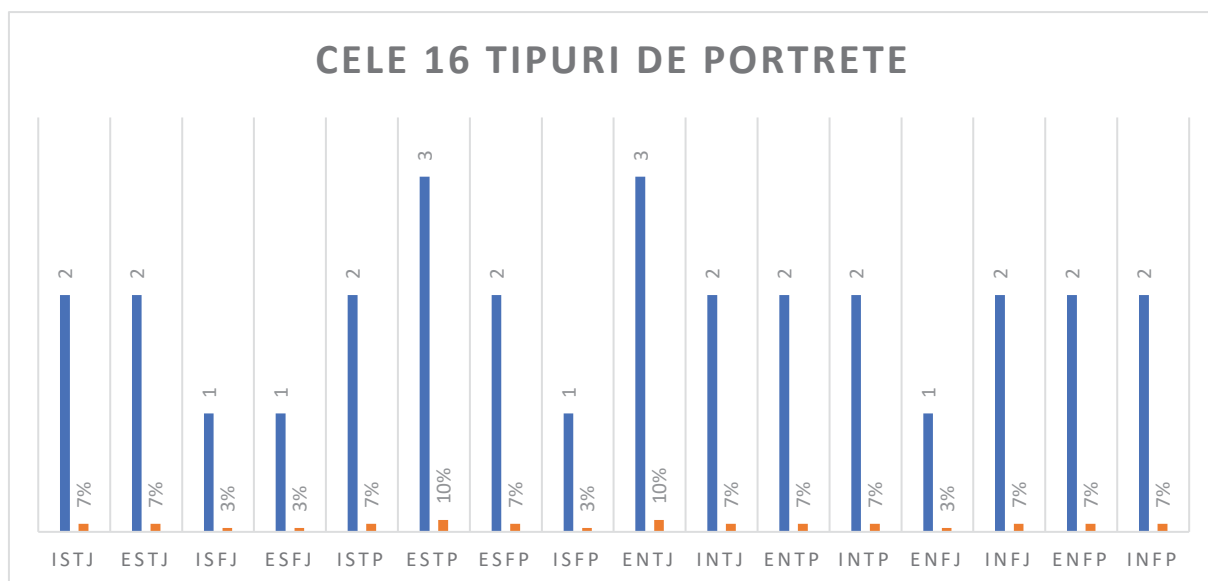


Figura 6: Cele 16 Tipuri de Portrete conform Myres-Briggs

4. Concluzii

În urma rezultatelor chestionarelor, atât din punctul de vedere al lui Schein cât și din prisma MBTI (Myres-Briggs), se poate observa, comparativ, care sunt calitățile și ariile de dezvoltate pentru management și leadership.

Un manager este calculat, introvertit, exercită putere și oferă indicații, pe când un leader pune întrebări, este preocupat de bunăstarea echipei sale, creează schimbări și se bazează pe extraversie. Motivația este prezentă în ambele arii, însă este predominantă la leadership, aceștia având puterea și capacitatea de a inspira oamenii din jur, de a lăuda succesul și de a conduce oamenii. În polul opus, managerii nu au aceeași capacitate de a conduce, nu merg pe intuiție și caută greșeli în cadrul echipei în loc să conducă.

5. Bibliografie

1. <http://altera.adatbank.transindex.ro/pdf/11/006.pdf>
2. [https://ro.wikipedia.org/wiki/Identitate_\(%C8%99tiin%C8%9Be_sociale\)](https://ro.wikipedia.org/wiki/Identitate_(%C8%99tiin%C8%9Be_sociale))
3. <http://rtsa.ro/rtsa/index.php/rtsa/article/viewFile/480/477>
4. <https://innovativehrromania.wordpress.com/2013/01/21/66/>
5. <http://www.opr.ro/portrete>