

RĂSPUNS LA COMENTARIILE DESPRE “DRUMUL ANTREPRENORIAL ...”

Dumitru Sandu

În numărul 2 din 1999 al acestei reviste am publicat un studiu¹ despre relația dintre capitalul social și orientarea antreprenorială. Materialul a beneficiat, în cadrul aceluiși număr de revistă, de comentariile critice dar, pe ansamblu, extrem de civilizate, a trei dintre colegii mei, Gabriel Bădescu (GB), Sebastian Lăzăroiu (SL) și Cătălin Stoica (CS)².

Trei autori, trei stiluri și trei direcții de critică diferite. Pentru GB și SL principalul centru de interes în comentariu îl constituie capitalul social și problemele legate de măsurarea acestuia. CS, de departe cel mai ambițios, aspiră la un gen de critică totală, se raportează și la antreprenori și la capital social. În plus desfășoară ample considerații normative asupra modului în care ar trebui făcută teoria sociologică în genere, teoria problemei în speță, și detaliază prin ceea ce consideră a fi propria sa teorie. Dincolo de stiluri și interese diferite de comentare a materialului, îmi face plăcere să remarc tonul viu al criticilor propuse, utilitatea intervențiilor în spațiul problematic dat de

intersectarea celor două teme - capital social și orientări antreprenoriale. În calitate de prim beneficiar al acestor comentarii critice voi încerca în continuare să îmbogățesc spațiul problematic al discuției prin câteva comentarii la comentarii.

Direct sau indirect, cei trei recenzenti își manifestă nemulțumirea în legătură cu modul în care am definit conceptul de capital social (vezi nota 6 la GB) sau genul de operaționalizare pe care l-am adoptat. SL pune sub semnul întrebării în special includerea încrederii în instituții, cu măsurarea aferentă ei în material, în seria dimensiunilor definiției pentru capitalul social. CS nu are un punct de vedere specific. În lipsa acestuia procedeză la o utilă trecere în revistă a unor puncte de vedere din literatura de specialitate. El notează, ca și GB, faptul că nu am făcut referiri la clasici ai domeniului precum R. Putnam, J. Coleman, P. Bourdieu. Desigur, cei trei sunt clasici și lectura lor face parte din ABC-ul intrării în domeniu. Efortul meu a fost concentrat însă pe operaționalizarea conceptului din perspectiva formelor de sociabilitate, a mediilor umane de interacțiune. Așa se explică faptul că referirile teoretice la care apelez sunt asociate cu alte surse – Luhman, Giddens, Parsons, Inglehart.

Întrebarea fundamentală pe care o formulează GB și SL este legată de oportunitatea modului de agregare folosit în operaționalizarea conceptului. Este “capitalul social” un concept unidimensional? Răspunsul pe care îl propun în introducerea teoretică la material susține că există un nucleu valoric puternic format din încredere, asociere și toleranță. Reciprocitatea este dimensiunea lor latentă fundamentală. Nucleul valoric menționat, cel care dă unidimensionalitatea conceptului, este manifest prin opinii și comportamente la

¹ “Drumul antreprenorial: fără încredere dar cu relații”

² În afara conținutului științific, dezbateră pe care am provocat-o prin oferirea studiului spre a fi comentat odată cu publicarea are și o plăcută componentă de “joc al distanțelor”. Doi dintre cei trei comentatori, SL și CS, mi-au fost studenți. GB este un tânăr sociolog de la Cluj cu care, de asemenea, am avut șansa de a interacționa didactic și științific. Nu încap îndoială că modul în care sunt scrise comentariile și răspunsul oferă și o imagine asupra concepției în care fiecare dintre participanți înțelege să gestioneze și relația de la fost student la fost profesor. În proiectarea și desfășurarea dezbaterii nu am fost preocupat de căutarea vreunei “nișe” (SL, p.155) în care să mă așez confortabil. Îmi este suficient jocul argumentelor și al distanțelor.

nivel de capital relațional, încredere în instituții și încredere difuză. Două analize factoriale de gradul doi, una pe date referitoare la mediul urban și alta pe date culese în rural sunt menite să falsifice ipoteza. Capitalul social apare în această abordare ca factor de factori. Stratul de mare profunzime este cel al capitalului social ca potențial de sociabilitate productivă, de interacțiune socială capabilă să se convertească în alte forme de capital. În acest strat de mare profunzime își au rădăcinile capitalul de rețea, încrederea difuză și încrederea în instituții. Pentru fiecare dintre acestea există forme manifeste de comportament și/sau opinie. Datele par să susțină ipoteza de conceptualizare deși apar anumite "fracturi" în special pentru modelul cu referent rural. Desigur, SL și GB au dreptate să fie sceptici având în vedere numărul mare de variabile care intră în etape succesive de agregare. Problema este una complicată și răspunsuri nu pot fi date decât prin replicarea modelului teoretic pe alte date. GB semnaleză, în context, o anume instabilitate a modelului. Deși datele cu care domnia sa a experimentat se referă numai la unul din cele două sondaje care au stat la baza analizei mele, problema merită să constituie subiect de preocupare în continuare. Obiecția de super-agregare nu îmi pare însă suficient de susținută. Modelul cu variabile latente cu care am lucrat include opt variabile manifeste (indici construiți aditiv sau multiplicativ) și patru variabile latente. Fiecare dintre cele opt variabile manifeste de tip indice are un grad foarte mare de consistență empirică și teoretică. Or, cu un astfel de punct de pornire și cu un algoritm extrem de bine structurat, rezultatele obținute, fiind în plus și interpretabile, sunt greu de contestat. Ceea ce se obține este o structură complexă de variabile latente și manifeste. Testele de semnificație care i se aplică indică în mod

clar că s-a ajuns la o ordonare capabilă să explice ordonările empirice date de coeficienții de corelație dintre cele opt variabile manifeste. În fapt, ceea ce realizează efectiv prin analiză este verificarea unei concordanțe structurale între modelul teoretic al capitalului social cu cele trei subdimensiuni - relații, încredere difuză, încredere în instituții - și configurația empirică a relațiilor dintre cele opt variabile manifeste prin care sunt măsurate cele trei tipuri de capital. Verificarea unei concordanțe structurale printr-o analiză factorială confirmatorie poate fi numită și agregare dar este, în principal, validare de model teoretic. Rezultă că încrederea în instituții, încrederea difuză și capitalul de relații utile au în comun o sursă de variație. Este într-adevăr o problemă dacă această sursă poate fi numită capital social sau nu. Nu cumva eticheta mai bună ar fi cea de "integrare socială"? Întrebarea este în consonanță cu constatarea făcută de Richard Rose care susține că "Pe măsură ce termenul de capital social a intrat în utilizările la modă, s-a apropiat tot mai mult ca sens de conceptul familiar de <integrare socială>"³.

Modelul teoretic propus funcționează în cadrul unui studiu de caz, cel al României, cu specificare pe urban și pe rural. Legitimitatea unui astfel de studiu pare să fie contestată de CS. Domnia sa nu ezită să îmi atribuie ideologia "unicității cazului românesc" (p.148).⁴

³ Richard Rose, Modern, pre-modern and anti-modern social capital in Russia, Studies in Public Policy 324, University of Strathclyde, Glasgow 1999, p.12.

⁴ Tipul de atitudine științifică pe care mi-am bazat structurarea demersului este în bună măsură concordantă cu cea susținută și de Bourdieu (Rațiuni practice. O teorie a acțiunii, București: Meridiane, 1999, p.9) pentru cazul analizelor sale centrate pe Franța. Intrarea în domeniu cu o abordare exploratorie, cu analize care sunt teoretice și empirice, cu un studiu de caz național, nu cred că

Cel puțin pentru relația dintre încrederea difuză și încrederea în instituții există evidențe suplimentare care susțin gradul lor puternic de integrare. Cu analize întreprinse pe date românești, diferite de cele din studiul discutat aici, am argumentat în alt context⁵, că încrederea în instituții este semnificativ condiționată de încrederea interpersonală și de credința religioasă. Desigur sunt fenomene sociale diferite. Ele au însă între ele vase comunicante puternic structurate. Încrederea în instituții ca și încrederea difuză reprezintă indicatori cu dublă semnificație. Nivelul lor semnifică pe de o parte nivelul capitalului social iar, pe de altă parte intensitatea atitudinii de critică socială. În special încrederea în instituții, dinamica ei, are încorporată și această componentă de critică socială. Încrederea în instituții este măsură de capital social sau de critică socială funcție de indicatorii cu care este pusă în relație. Este vorba de un semn a cărui semnificație este funcție de context. Sau, altfel spus, același indicator poate fi abordat din perspectiva capitalului social și din cea a criticii sociale. Tendința colegului SL de a exclude încrederea în instituții în forma în care am măsurat-o din sfera capitalului social (p.158) îmi pare a fi mai mult o formă de substanțialism dihotomic.

Relația dintre orientarea antreprenorială și capitalul social este tema centrală a materialului în discuție. Concluzia de bază – antreprenorii rurali sunt “fără încredere dar cu relații” este susținută în material prin argumente teoretice și empirice. Modelul “provocare-răspuns” (p.125) încearcă să ofere cadrul teoretic de înțelegere a acestei relații. CS îl ignoră

complet și preferă soluția etichetărilor⁶ și a prezentării propriului model. SL pare să aibă o raportare pozitivă la modelul de interpretare pe care îl propun (p.158)⁷.

În continuare mă voi raporta mai în detaliu la comentariul colegului meu CS dat fiind faptul că intervenția domniei sale este cea mai întinsă (7 pagini, comparativ cu 3 pagini semnate de GB și 4 pagini datorate lui SL).

Construcția comentariului propus de CS este realizată prin patru tipuri de discursuri: critică argumentată, critică neargumentată, așa-zisă critică pozitivă -

⁶ În aceasta serie intră, în materialul semnat de CS : “neprezentarea unor propoziții teoretice generale și ale unor ipoteze”, “efect de orbire al spațiului și realităților în care ne găsim” (p.148). Cât privește modelul propus de CS nu mă pot pronunța asupra lui atâta vreme cât prezentarea pe care o face este, firesc, foarte sumară iar un text publicat în volum sau revistă de specialitate care să cuprindă concepția domniei sale nu există după știința mea.

⁷ În introducerea comentariului său, SL pune și problema paternității ideilor cu care am lucrat. Referirea domniei sale este la o discuție pe care am avut-o în septembrie 1998, în legătură cu unul dintre capitolele la care lucra pentru volumul colectiv (Ionica Berevoescu, D. Chiribucă, M. Comșa, Narcisa Grigorescu, Andra Lăzăroi, Marilena Pană, L. Pop, Manuela Stănculescu) Fetele schimbării, publicat de NEMIRA în 1999. În dezbaterea purtată și prin poșta electronică, în interacțiune cu întreg grupul de autori care a semnat Fetele schimbării, îi semnalăm colegului meu SL că “În momentul în care vorbești despre neîncrederea în oameni a celor orientați spre investiții intri în conflict cu literatura de specialitate și cu propriile date.” Și mai departe erau semnalate efecte de circularitate în modelul de regresie pe care îl propunea. Altfel, nota numărul 10 din studiul meu face o referire directă la contribuția adusă de SL. Cât privește anterioritatea constatării că în mediul românesc al anilor 1990 între orientarea antreprenorială și încredere este o relație negativă, așa putea face trimitere la un material din 1997 în care constatam că persoanele care cred că strategia potrivită de viață este să te bazezi pe sectorul privat mai mult decât pe cel de stat manifestau un nivel scăzut al încrederii în instituții (comunicare inclusă inițial în volumul Les Enjeux de la Communication, Academie Roumaine, coord. de prof. Ioan Drăgan și reluat în capitolul despre “spațiul regional al încrederii” din Spațiul social al tranziției.)

exclde abordările comparative. Este vorba de o simplă complementaritate.

⁵ Dumitru Sandu, Spațiul social al tranziției, Iași: POLIROM, 1999, pp. 80-82.

reprezentând opțiuni teoretice sau metodologice ale recenzentului superioare, în concepția domniei sale, celor promovate de studiul analizat - și, în finalul materialului, aprecieri asupra autorului, nelegate de conținutul propriu-zis al materialului .

Asupra criticii neargumentate nu este cazul să ne oprim prea mult. Pasajele respective sunt ușor de recunoscut în textul lui CS prin formulări de tip “mi se pare”, “mă mărginesc să spun că.... distincțiile ..sunt problematice” etc. Domniei sale spre exemplu, nu îi place sintagma de “val antreprenorial” și nici cea de “secvențe de difuziune a inovației” (vezi nota 1 în comentariul recenzentului). De ce? Pentru că folosirea lor ar fi fost legitimă numai dacă “sondajele ar fi înregistrat momentul începerii afacerilor (numai pentru antreprenori) ori acest lucru nu a fost făcut”. Val antreprenorial este un concept interpretativ care “se leagă de date” prin intermediul unui tip ideal precum cel al orientărilor antreprenoriale, definit operațional în tabelul 2 din textul meu. Pentru a afla ceva în legătură cu succesiunile probabile de tipuri de antreprenori din mediul rural a fost nevoie de tipul ideal al orientării antreprenoriale, cu valorile (1) non-antreprenori, (2) antreprenori prin dorință, prin (3) intenție și prin (4) comportament. Relația între aceste tipuri este evident una de tip ordinal, pe dimensiunea “grad de manifestare a atitudinii antreprenoriale”. Cel care are deja o firmă proprie se cheamă că a adoptat deja inovația pe care aceasta o constituie. Tipul 2 îi desemnează pe cei care au o dorință vagă de a deschide of firmă proprie, dacă ar câștiga o sumă mare de bani, dar nu au încă efectiv intenția de a deschide necondiționat o afacere. Evident, atitudinea antreprenorială este mai puțin intensă în cazul tipului 3 decât pentru tipul 2. Tipul 1 este definit negativ prin absența de dorințe, intenții

sau comportamente antreprenoriale efective. Algoritmul de definire a acestor tipuri este descris în matricea din tabelul 2. Codurile folosite pentru variabila “orientare antreprenorială” sunt exact cele menționate anterior .Prezentarea lor explicită în textul de baza ar fi evitat , are dreptate CS, multe dintre discuțiile asupra variabilei “orientare antreprenorială”. Definirea acesteia este însă clar făcută în tabelul 2. Paragraful imediat superior acestuia menționează explicit și faptul că orientarea antreprenorială nu se limitează la antreprenorii efectivi ci îi include și pe cei prin dorință și pe cei prin intenție.

Variabila dependentă din modelele de regresie multiplă bazate pe metoda celor mai mici pătrate este cea definită operațional în tabelul 2 . Includerea ei într-un astfel de model se face în ipoteza intervalelor egale între valorile de scală. Asumarea ei comportă anumite riscuri, în speță o posibilă inegalitate între valorile de scală. Riscuri comportă însă și soluția pe care CS o recomanda atât de doct, în speță nested regression (regresia prin partiții succesive). Metoda respectivă presupune calcularea mai multor ecuații de regresie logistică pentru combinații relativ arbitrare de valori ale variabilei dependente. Între arbitrarul partițiilor și riscul inegalității intervalelor am acceptat această ultimă soluție De ce? Pentru că este mai simplă, mai ușor de citit și servește mai bine ideea de comparație între predictorii orientării antreprenoriale în mediul rural față de cel urban. În plus, am avut în vedere faptul că variabila orientare antreprenorial așa cum am contruit-o este una de tip ordinal dar cu o importantă particularitate . Ea are un gen de punct zero absolut în sensul că ne-antreprenorii nu reprezintă o categorie convențională ci una foarte naturală, cea a persoanelor lipsite de dorință, intenție și implicare efectivă în conducerea unei firme. Or, un astfel de punct de minim neconvențional conferă certe avantaje

metodologice. Dincolo de toate aceste aspecte de măsurare mai este unul de eficiență metodologică. Modelele de regresie care au ca variabilă dependentă orientarea antreprenorială funcționează foarte bine ca modele sociologice. Dintre cei 10 predictorii utilizați, 7 sunt variabile factuale (vârstă, sex, educație, educație relativă, starea materială a gospodăriei, capitalul relațional, regiunea istorică de rezidență). Dacă variabila dependentă ar fi una artificial construită atunci este foarte puțin probabil că ea s-ar lega semnificativ statistic și consistent sociologic cu variabilele din model. În ultimă instanță, această consistență sociologică a modelelor de regresie din tabelul 9 probează eficiența metodologică a modului de definire conceptuală și operațională a "orientării antreprenoriale". În același tabel apare nu numai un model de regresie pentru predicția orientării antreprenoriale în mediul rural ci și modelul echivalent pentru mediul urban. Pentru cel care știe că sociologia înseamnă în bună măsură comparație și mai știe și lucrul elementar că termenul relevant de comparație pentru sat este orașul, opțiunea de a pune față în față cele două modele de regresie apare ca fiind naturală și necesară. Pe CS îl nemulțumește o astfel de opțiune, îi apare ca abordare a unei alte teme (p.147). Nemulțumirea este dublă. Pe de o parte pentru faptul că am comparat antreprenorii din rural cu cei din urban prin intermediul a doua modele de regresie iar, pe de altă parte pentru că pierd "o distincție ipotetică fundamentală" (p.147) referitoare la rolul antreprenorilor în formarea clasei de mijloc în cele două medii rezidențiale. Desigur tema este importantă dar de abia tratarea acesteia ar fi constituit o ieșire din sfera, obiectivul meu de studiu.

În treacă fie spus, obiectivul studiului este clar formulat în cel de-al doilea paragraf al materialului: analiza "rolului jucat de

capitalul social (CS) în influențarea orientării antreprenoriale la populația rurală". Și, în continuare se specifică intenția de a evidenția acest rol și prin controlarea celorlalți factori care influențează respectiva orientare. CS apreciază, chiar și în raport cu aceste formulări de intenție plasate la început de material, ca obiectivul studiului este neclar.

Nu voi continua comentarea unor astfel de obiecții ci voi nota în final un alt punct de controversă legat de ideologie. În modelele de regresie din tablele 9 și 10 am inclus ideologia asupra privatizării ca predictor al orientării antreprenoriale. După CS "este redundantă" includerea ideologiei în seria predictorilor pentru orientarea antreprenorială (p.152). Argumentul domniei sale este că "și printre nespecialiști sunt extrem de puțini cei care s-ar fi așteptat ca antreprenorii să fie împotriva privatizării, componentă majoră a marketizării." (152).⁸ Poate fi ideologia privatizării un predictor pentru orientarea antreprenorială? În continuare cred că da. Oricât de banală ar fi constatarea, pentru un specialist chiar contează să identifice în ce măsură o orientare de tip valoric sau ideologic precum susținerea privatizării mai are o influență asupra intenției sau dorinței de a deschide o afacere în condițiile în care sunt controlate variabilele de resurse de status. Ceea ce poate fi pus în discuție este un alt aspect legat de oportunitatea considerării respectivului predictor pentru primul model din tabelul 10 consacrat antreprenorilor prin comportament. Folosirea lui în legătură cu antreprenorii prin intenție și cei prin dorință este perfect

⁸ Altfel spus, autorul "Drumul antreprenorial..." s-ar afla în acest caz sub nivelul profesional nespecialiștilor. Nu cred că a fost intenția tânărului meu coleg CS de a formula o astfel de etichetare. Și, la urma urmei, interesează nu jocul intențiilor ci cel al argumentelor.

legitimă. În plus este și surprinzător să constatăm că ideologia pro-privatizare nu contează semnificativ pentru antreprenorii prin intenție dar apare ca factor activ la antreprenorii prin dorință. În cazul modelului de regresie referitor la antreprenorii prin comportament există însă riscul unui efect de circularitate: ideologia pro-privatizare a favorizat comportamentul dar și situația de a fi antreprenor la rândul său a putut fi un stimulator al ideologiei pro-privatizare. Motive de comparabilitate între cele trei modele din tabelul 10 ar putea justifica numai parțial reținerea ideologiei pro-privatizare ca predictor al adoptării comportamentului antreprenorial.

Mai sunt și alte aspecte asupra cărora ar putea fi formulate comentarii sau răspunsuri. Asupra lucrurilor esențiale cred, însă, că am discutat. Prin semnele de întrebare și ipotezele pe care le generează, prin stilul pe care îl propune, dezbateră pe tema "Drumului antreprenorial..." este una care merită să fie continuată. Continuată în substanța ei tematică dar și în cea a spiritului dominant în care a fost purtată. Este firesc să închei răspunsul meu prin mulțumiri și urări de succes mai tinerilor mei colegi Gabriel Bădescu, Sebastian Lăzăroiu și Cătălin Stoica.