

Unicitatea personală – către o perspectivă sociologică

Sergiu Bălțătescu*

Universitatea din Oradea, România

Abstract: *In this paper we review the biases associated with the sense of personal uniqueness: better-than-average effect, illusory superiority, person-positivity bias, leniency error, sense of relative superiority, third-person effect, unrealistic optimism, illusion of control, and Lake Wobegon effect. These biases are encountered in many domains of life such as health behaviours, driving, academic life, media use, personal relationships and happiness. Explanations offered until now are either motivational (the need to increase and maintain self-esteem) or non-motivational (such as informational differences, focalism, naive realism or egocentrism). However the sociological explanations cannot be ignored, parts of these effects being discussed in known theories in the field such as spiral-of-silence (Noelle-Neumann), organic solidarity (Durkheim), social distance (Bogardus) and social systems (Parsons). Likewise, the positive effects of personal uniqueness (self-enhancement, happiness in relationships, and recovery after traumatic events) are socially constructed and the line between functional and dysfunctional is rather thin. The negative effects exist at individual level (lack of strong health prevention measures, permeability to the damaging media messages, and consumerist attitudes). At societal level, the dangers are rather neglected but may be even more serious: exacerbated personal uniqueness may conduce to an erosion of solidarity, of interpersonal and political trust, of individuality and of tolerance. Remedies are in most cases hard to find and implement, giving the complex nature of these biases, the resistance that individuals and organizations oppose to the debiasing strategies.*

Keywords: personal uniqueness; biases; consumption; well-being; sociological interpretation.

Cuvinte-cheie: unicitatea personală; distorsiuni cognitive; consum; bunăstare; interpretare sociologică.

Introducere¹

Conștiința unicității este un efect al statutului nostru existențial – de ființe *aruncate-în-lume* (potrivit expresiei lui Martin Heidegger) (Wheeler, 2011). În același timp, simțul unicității cunoaște o dezvoltare temporală. Ne naștem, avem motive să o credem, fără aproape nicio reprezentare a spațiului exterior și cunoaștem o singură alteritate stabilă – sânul mamei. Abia atunci când conștiința noastră începe să se cristalizeze vom începe să înțelegem natura noastră socială – aceea de a fi o persoană printre altele. Mai apoi, cele mai importante crize ale copilăriei, adolescenței și maturității vor fi legate de relația cu ceilalți sau cu lumea ca

întreg. Trecând prin aceste experiențe (ce au de multe ori un impact major asupra noastră) vom încerca întotdeauna să ne păstrăm simțul unicității ca scut împotriva adversităților lumii înconjurătoare. Ca reacție la aceste procese individuale și sociale vom fi permanent înclinați să ne considerăm unici.

În acest cadru putem înțelege cel mai bine efectele din sfera unicității personale – categorie de erori sistematice sau distorsiuni (*biases*) care apar destul de frecvent în viața de zi cu zi. Ne propunem aici să trecem în revistă conceptualizări și rezultate de cercetare privind tipologia efectelor din sfera unicității personale. Vom prezenta apoi formele paradoxale pe care aceasta le îmbrățișează: *efectul mai bun decât*

* Universitatea din Oradea, Departamentul de Sociologie și Asistență socială, Str. Universității nr. 1, Corp V, Oradea. E-mail: bsergiu2@gmail.com.

media, superioritatea iluzorie, efectul erorii de pozitivitate, al erorii de indulgență, simțul superiorității relative, efectul terței persoane, optimismul nerealist, iluzia controlului și efectul Lacul Wobegon.

Vom trece mai apoi în revistă câteva domenii unde se manifestă unicitatea personală: comportamentele legate de sănătate, șofatul, viața academică și profesia de profesor, folosirea mass-media, relațiile interpersonale și fericirea. În partea următoare vom discuta efectele pozitive, dar și cele negative ale unicității personale. Deoarece aspectele discutate sunt complexe și departe de a fi pe deplin explicate într-un cadru psihologic, sunt destule motive să presupunem că mediul extern modelează apariția și dezvoltarea acestor distorsiuni. Prin urmare, vom schița o interpretare sociologică a erorilor din sfera unicității personale. În final, vom trece în revistă câteva strategii de eliminare a acestor erori și vom trage concluzii.

Formele unicității personale

Unicitatea personală este inclusă în categoria *biasurilor* – termen tradus și ca *eroare sistematică, deformare, distorsiune sau iluzie cognitivă*. Termenul de *bias* a fost introdus de psihologi pentru a desemna acele judecăți care se abat sistematic de la normal (spre deosebire de erorile întâmplătoare, ca de exemplu cele de măsurare) (Caverni et al., 1990). Trimiterea la „normal” din acest text clasic arată însă că, departe de a fi procese pur psihologice, *biasurile* sunt puternic condiționate social.

Biasurile unicității personale apar într-o varietate de forme. Primul dintre acestea este *efectul „mai bun ca media” (better-than-average effect)*: tendința unui individ de a se evalua ca fiind peste media grupului de referință, ceea ce desigur, este imposibil din punct de vedere matematic (a se vedea pentru o trecere în revistă Dunning et al., 2004).

O altă formă este numită *superioritate iluzorie (illusory superiority)*: tendința individului de a-și supraestima calitățile și capacitățile și de a-și subestima defectele în raport cu alții (Van Yperen

și Buunk, 1991, apud Hoorens, 1993), cunoscută și ca *eroarea superiorității (superiority bias)* (Hoorens, 1993). Un concept asemănător este *simțul superiorității relative (sense of relative superiority)* – predispoziția pe care indivizii o au de a se evalua mai pozitiv decât alții în diferite domenii ale calității vieții (Headey și Wearing, 1988). O variantă a acestei distorsiuni are un nume desprins din literatură. Maxwell și Nan (1994) au introdus *efectul Lacului Wobegon (Lake Wobegon effect)*, numit după romanul cu același titlu al umoristului Garrison Keillor (1985), unde acesta descrie un oraș fictiv în care „toate femeile sunt puternice, toți bărbații sunt arătoși și toți copiii sunt peste medie”.

Când este vorba de evaluarea rezultatelor viitoare ale unui eveniment care îi privește ori a unei acțiuni realizate sau pe care o vor realiza, individul obișnuit afișează un *optimism nerealist (unrealistic optimism)*, adică o încredere exagerată într-un rezultat bun (Weinstein, 1987).

În mod similar, oamenii simt că au controlul asupra evenimentelor independente de capacitățile sau voința lor (de exemplu, aruncarea zarurilor), eroare care se numește *iluzia controlului (illusion of control)* (Taylor și Brown, 1988).

Voi include două erori din aceeași sferă, dar care sunt mai degrabă o proiecție a falsei unicități în evaluarea altor persoane în raport cu grupul. Astfel, *eroarea pozitivă privind persoana (person-positivity bias)* definește fenomenul în care indivizii sunt evaluați într-un mod mai pozitiv în comparație cu grupul în care fac parte (Sears, 1983). O eroare similară de evaluare (dar cu efecte opuse) este *eroarea de indulgență (leniency error)*, adică tendința managerilor, formatorilor sau profesorilor de a supraestima capacitățile medii ale grupului (fiind însă mai obiectivi când evaluează un singur membru al acestui grup) (Jawahar și Williams, 1997).

Etiologie și cauze

Dacă distorsiunile cognitive referitoare la unicitatea personală par a se întâlni la orice vârstă, o teorie asupra etiologiei acestora susține că sunt

legate de „fabula personală a adolescentului” (Elkind, 1967). Potrivit psihologului american, *unicitatea* (credința că nimeni nu-i poate înțelege experiențele personale), alături de *omnipotență* și *invulnerabilitate*, face parte dintre cele trei „fabule personale” pe care adolescentul le dezvoltă ca urmare a propriului egocentrism (Aalsma et al., 2006). Aceste fabule ajută adultul în curs de dezvoltare să facă față provocărilor pe care le ridică formarea identității.

Psihologii oferă două tipuri de explicații pentru efectele de unicitate: motivaționale și non-motivaționale (cognitive). Modelele din prima categorie sunt legate de *evidențierea/accentuarea de sine (self-enhancement)*, concept ce ține de nevoia de menținere și stimulare a stimei de sine. În cele mai multe cazuri, ne simțim bine atunci când avem credința că suntem unici sau cel puțin mai buni decât media celor din jurul nostru, ceea ce ne motivează să dezvoltăm și să menținem astfel de concepții.

În psihologia cognitivă au fost dezvoltate mai multe alternative ale acestui model, cum ar fi *diferențele de informare* (tendința pe care o avem de a ști mai mult despre noi înșine decât despre ceilalți), *focalismul* (tendința de a ne axa asupra sinelui nostru atunci când facem judecăți comparative), *realismul naiv* (tendința de considera că perspectiva personală asupra lumii este doar o reflecție pasivă a lumii așa cum este de fapt) și *egocentrismul* (tendința de a oferi o pondere exagerată propriei perspective). Brown (2012, 201), care enumeră aceste abordări, le numește „remarcabil de inventive, sofisticate și prolifiche”.

Vom discuta unele dintre aceste explicații în secțiunea următoare, dedicată trecerii în revistă a domeniilor în care se manifestă unicitatea personală. Totuși, niciunul dintre aceste modele nu oferă o explicație suficientă a fenomenelor studiate. Sociologia poate avea o contribuție semnificativă la acest domeniu, explicând cadrele sociale care condiționează dezvoltarea simțului unicității personale.

Domenii de manifestare

Comportamente legate de sănătate

Cea mai abundentă literatură de specialitate asupra distorsiunilor cognitive se referă la relația acestora cu comportamentele de sănătate. Lucrarea de referință semnată de S.E. Taylor și J.D. Brown (1988) a stârnit o dezbateră intensă în rândul specialiștilor în domeniul prevenției bolilor și accidentelor. Pe scurt, cei doi autori afirmă că persoanele sănătoase mintal își distorsionează în mod sistematic cognițiile. În cele mai multe cazuri, mintea acestora denaturează realitatea într-un mod care „sporește stima de sine, susține convingerile în eficacitatea personală și promovează o viziune optimistă asupra viitorului” (204). Acest lucru ne poate predispune să adoptăm comportamente nesănătoase.

O astfel de viziune este susținută de rezultate de cercetare acumulate. Astfel, majoritatea indivizilor raportează că au obiceiuri sănătoase mai des decât ceilalți și că se abțin de cele mai multe ori de la comportamente nesănătoase (Hoorens și Harris, 1998). Această eroare de evaluare nu este decât o variantă a efectului *superiorității iluzorii* în domeniul sănătății (oamenii cred că posedă o mai mare capacitate decât ceilalți de a-și păstra sănătatea), dar și a *efectului terței persoane* (individul tinde să creadă că este mai puțin afectat decât alții de promovarea în mass-media a produselor și obiceiurilor nesănătoase). Mai mult decât atât, așa cum arată Weinstein (1987), proiectăm în viitor faptul că nu avem în acest moment probleme de sănătate, socotind că e improbabil să ne fie afectată sănătatea mai târziu în viață.

Prejudecățile legate de sănătate sunt, desigur, mai acute, dar putem găsi erori similare în aproape toate domeniile activității umane. Vom trece în revistă câteva din acestea, fără pretenția de exhaustivitate.

Conducerea automobilului

Șoferii (amatori sau profesioniști) consideră că sunt superiori mediei în cele mai multe dimensiuni ale competenței de conducere (Dejoy, 1989; Horswill et al., 2004; Svenson et al., 1985). Dejoy (1989) demonstrează că optimismul nerealist în ce privește posibilitatea de a evita un accident este legat de percepția exagerată a controlului pe care îl au șoferii asupra situațiilor de pe șosele. Erorile de evaluare sunt chiar mai puternice când e vorba de competențele care pot preveni accidentele (cele privind percepția riscului). Un studiu concluzionează că „părerile exagerate ale conducătorilor auto asupra propriilor capacități de percepție a riscurilor” pot submina beneficiile privind siguranța la volan pe care le aduce credința lor asupra importanței percepției riscului (Horswill et al., 2004, 191).

Viața academică

Cross (1977) citează un studiu care arată că 94% la sută dintre profesorii universitari se evaluează ca fiind peste medie. Mai mult, două treimi dintre aceștia se consideră ca făcând parte dintre cei mai buni 25% în această privință².

Dar nu numai profesorii se consideră a fi peste medie. 87% dintre studenții la masteratul de administrarea afacerilor organizat de Universitatea Stanford din S.U.A. își evaluează performanțele academice ca fiind mai ridicate decât media (Zuckerman și Jost, 2001). Într-adevăr, studenții – subiecții obișnuiți ai multor experimente – se declară a fi peste media colegilor lor în privința celor mai multe dintre competențe (Alicke et al., 1995). Una din cauze este așa-numitul „Efect Downing”. Cum arată Kennedy, Lawton și Plumlee (2002), „abilitățile ce dezvoltă competența într-un anumit domeniu sunt de multe ori identice cu cele necesare pentru a-ți evalua propria competență în acest domeniu”. Astfel, studenții sau profesorii cu performanțe reduse sunt și cei care se evaluează ca fiind mai calificați decât alții, iar acest lucru contribuie formarea și menținerea efectelor de tip *mai-bun-ca-media*.

Fericire

Oamenii se consideră a fi mai fericiți decât media celor pe care îi cunosc. Klar și Giladi (1999), într-o sinteză a literaturii de specialitate, constată că acest lucru se întâmplă pentru că oamenii își amplifică percepția asupra propriei bunăstări subiective și în același timp estimează ca mai redusă bunăstarea subiectivă a celorlalți.

Noelle-Neumann (1977), analizând datele unei anchete pe un eșantion reprezentativ al populației R.F.G., constată un fenomen similar. La întrebarea: „ai impresia că cei mai mulți oameni din Republica Federală sunt mai degrabă mulțumiți de viața lor în general sau nu sunt atât de mulțumiți?” 47% dintre respondenți consideră că majoritatea oamenilor din țară sunt mulțumiți de viața lor. Dar, când sunt întrebați despre propria satisfacție cu viața ca întreg, 79% dintre respondenți se declară a fi mulțumiți.

Cercetătoarea germană explică acest rezultat prin mecanisme psihosociale. Ea deduce că oamenii își observă și evaluează continuu mediul social, prin intermediul mass-media. Cum mass-media descrie viața oamenilor obișnuiți într-un mod mai degrabă negativ (relatând cu predilecție crime, dezastre și proteste), se clădește percepția individului că membrii națiunilor lor sunt mai degrabă stresați sau nemulțumiți de condițiile sociale.

Abordând această problemă, am adăugat la teoria explicativă distanța față de grupurile evaluate³, găsind că persoanele din localitate sau cele din țară (aflate deci mai departe din punct de vedere social de individ) sunt considerate de respondenți a fi mai puțin satisfăcute cu viața lor decât aceștia, dar și decât membrii familiilor, prietenii sau vecinii acestora (Bălătescu, 1999). Această relație, pe care am numit-o *curba descendentă a satisfacției cu viața*, a fost reprodușă pe eșantioane de studenți în 14 din cele 15 țări de pe glob⁴ – singura excepție fiind Vietnamul. Această curbă este mai puțin abruptă în țările colectiviste (Bălătescu et al., 2012).



Figura 1: Curba descendentă a satisfacției cu viața pe un eșantion de studenți din 15 țări. Sursa: Bălțătescu la al. (2012).

Într-un alt studiu am arătat că un consum mai mare de mass-media este asociat cu niveluri mai mici de evaluare a satisfacției cu viața a oamenilor din țară. Dacă ne dăm seama prin experiență directă de modul cum se simt mulțumiți de viață membrii familiei, colegii și prietenii, în ceea ce privește oamenii din localitate sau din țară, imaginea noastră este mediată de televizor, radio, presă ș.a.m.d. (Bălțătescu, 2001). O explicație alternativă (deși necontradictorie) pe care am formulat-o este de natură cognitivă, pe baza *teoriei nivelului constructului* (*construct-level theory*), dezvoltată de Trope și Liberman (2003, 2010). Potrivit acestor autori, judecăm persoanele apropiate de noi pe baza unor trăsături concrete (*construct de nivel scăzut*). În schimb, persoanele aflate la distanță de noi sunt evaluate pe baza câtorva caracteristici abstracte (*construct de nivel ridicat*). Teoria are nevoie de un complement sociologic, întrucât caracteristicile abstracte sunt deduse însă din rapoartele mass-media asupra acestor grupuri de persoane care de multe ori descriu evenimente și experiențe negative (Bălțătescu, 2014).

Relațiile interpersonale

Formarea și păstrarea relațiilor interpersonale sunt dictate de motive opuse: nevoia individului de a se simți unic și necesitatea acestuia de a fi similar cu grupul. Sinele, în cadrul relațiilor personale, trebuie să pășească la limita nesigură

dintre aceste impulsuri: pe de-o parte, el poate dezvolta distorsiuni de tipul *unicității personale*, iar pe de altă parte *distorsiuni de consens* (*consensus bias*) (convingerea eronată că toți ceilalți gândesc la fel ca el/ea). Mikulincer și Shaver (2005, 247) arată că aceste distorsiuni antitetice sunt asociate cu tipurile de atașament: „Persoanele cu *atașament anxios* au o probabilitate mai mare decât cele cu *atașament securizat* de a-i percepe pe alții ca fiind similari cu ei înșiși și de a prezenta o eroare de tipul falsului consens, atât ca descrieri ale trăsăturilor cât și ale opiniilor. În schimb, persoanele cu *atașament evitant* au mai multe șanse decât cei cu *atașament securizat* să-i perceapă pe alții ca fiind diferiți și să prezinte o eroare de tipul *caracterului fals distinctiv* (*false-distinctiveness bias*)”. Dat fiind că rezultatele acestor cogniții pot fi manipulate experimental prin amenințări simulate, Mikulincer și Shaver găsesc și că persoanele care manifestă un *atașament securizat* „pot face față amenințărilor fără a deforma realitatea” (2005, 247).

Expunerea la mass-media

În general, credem că suntem mai puțin afectați decât alții de mesajele mass-media dăunătoare (violență, pornografie, valori consumeriste sau atitudini rasiste). Sociologul W. Phillips Davison a introdus pentru această distorsiune numele de *efectul terței persoane* (*third-person effect*). El explică faptul că invocarea unei a treia persoane a fost inspirată de faptul că întotdeauna pretindem că o terță persoană ar fi influențată de aceste mesaje. „Pe de altă parte, din punctul de vedere al unui propagandist sau altui comunicator persuasiv, a treia persoană sunt cei care sunt într-un fel preocupați de atitudinile și comportamentul presupusului lor public. Într-adevăr, propagandistul poate încerca să manipuleze comportamentul acestor terțe persoane încercând, în aparență, să influențeze pe altcineva” (Davison, 1983, 3).

Printre altele, efectul terței persoane a fost studiat în legătură cu reclame legate de sănătate, mesaje de prevenire a sexului neprotejat

(Chapin, 2000) și a fumatului (Henriksen și Flora, 1999). În cele mai multe cazuri, efectul a fost asociat mesajelor persuasive, ideologice sau dăunătoare din mass-media, cum ar fi versuri misogine ale muzicii rap (McLeod et al., 1997), pornografie (Gunther, 1995; Lo și Wei, 2002), știri despre președinți în campania electorală (Golan et al., 2008), sau pur și simplu bârfele despre viața vedetelor. Astfel, de exemplu, respondenții americani și-au exprimat convingerea că alții, nu ei, sunt mult mai interesați de relatările privind aventurile sexuale ale lui Bill Clinton (Berke, 1998, citat în Perloff, 2008).

Legături între diferite forme ale simțului unicității personale

O privire mai atentă asupra distorsiunilor legate de unicitatea personală arată că avem tendința de a subestima ponderea celor care împărtășesc trăsăturile și comportamentele noastre dezirabile și de a supraestima proporția celor care nu le împărtășesc. Astfel de erori nu sunt întotdeauna pozitive. Uneori avem prejudecăți negative în ceea ce privește percepțiile despre noi înșine. Erorile sistematice în acest sens s-au dovedit a fi asociate cu depresia (Rude et al., 2003). Totuși, cum se exprimă Daniel Gilbert (2008, 321): „nu întotdeauna ni se pare că suntem *superiori*, dar mai mereu ne considerăm *unici*”.

Vera Hoorens (1993) atrage atenția, pe bună dreptate, că toate efectele de comparație mai sus menționate sunt legate între ele. Ele reflectă mai degrabă o structură a psihicului sau a unor patternuri fundamentale ale modului în care sinele se raportează la lume. Totuși, unele dintre efecte sunt mai interesante ca altele din punct de vedere teoretic.

De exemplu, distorsiunile pozitive sunt auto-referențiale: oamenii nu-și supraestimează numai trăsăturile pozitive, dar se consideră și mai puțin afectați de astfel de erori decât ceilalți. Într-un studiu de tip follow-up, experimenterii au arătat subiecților lor paradoxurile pe care le implică evaluările de tip *mai-bun-ca-media*. Subiecții au refuzat însă să recunoască faptul că sunt supuși

erorilor autofavorizante și au considerat că alții din grup gândesc mai distorsionat decât ei. Această constatare a fost numită *eroare de unghi mort* sau *eroarea petei albe (bias blind spot)* (Pronin et al., 2002). O primă explicație pornește de la faptul că respondenții se bazează mai mult pe informații introspective decât pe informații comportamentale atunci când judecă prezența sau absența acestor erori sistematice (Pronin și Kugler, 2007). Drept urmare, oamenii tind să creadă că sunt mult mai obiectivi atunci când judecă un subiect în care sunt implicați decât atunci când judecă un subiect abstract (de pildă, un magistrat crede că este mai obiectiv decât alții atunci când judecă în procesul unui prieten pe viață). În schimb, tindem să considerăm că, în cazul altora, legătura cu sau implicarea în subiectul evaluării este mai degrabă o sursă de părtinire (Ehrlinger et al., 2005).

Măsurarea distorsiunilor de evaluare

Cu toții avem simțul unicității personale, dar operaționalizarea acestuia constituie o provocare pentru cercetători. Psihologii vorbesc despre *nevoia de unicitate (need for uniqueness)* (Lynn și Snyder, 2002), definită ca necesitatea de a te simți distinct și special. Snyder și Fromkin (1980), cei care au introdus conceptul de *căutare a unicității (uniqueness seeking)*, observă că suntem mereu în căutarea unui echilibru între nevoia de unicitate și nevoia de similitudine, respingând extremele într-o direcție sau în cealaltă.

Ei introduc, de asemenea, prima scală de măsură cu 32 de itemi (NU – nevoia de unicitate). Potrivit autorilor, aceasta are trei factori: lipsa de preocupare pentru reacția altora, dorința de a nu urma întotdeauna regulile și disponibilitatea de a-și apăra în mod public convingerile. Abordarea lor a fost criticată pentru că se concentrează mai mult pe afișarea în public a unicității, când de fapt oamenii aleg moduri mai acceptabile social de a fi unici (Lynn și Snyder, 2002). Să ne amintim că sociologul Georg Simmel conceptualiza moda ca formă reglementată social de exprimare și

negociere a unicătăii și conformării (Ritzer și Goodman, 2007).

Există și o scală mai scurtă, denumită SANU (*Self Attributed Need for Uniqueness*) – Nevoia auto-atribuită de unicătate, cu doar patru itemi (exemplu: *A fi deosebit este important pentru mine*). Aceasta este utilizată în multe studii privind comportamentul consumatorului (a se vedea, de pildă, Lynn și Harris, 1997). Totuși, pe ansamblu, este nevoie de un mai mare efort de cercetare pentru măsurarea efectelor de unicătate.

Efecte

Cognițiile privind unicătatea personală au și efecte adaptive, dar și unele contrare adaptării. Ponderea acestor efecte depinde de contextul individual, de grup și social.

Efecte pozitive

Pentru a discuta efectele pozitive ale distorsiunilor de unicătate ar trebui să începem cu motivațiile pentru formarea și păstrarea acestor convingeri. Prima dintre acestea ține de menținerea stimei de sine. Pentru Elkind (1967), egocentrismul adolescentin care generează aceste biasuri legate de unicătate îi ajută să facă față schimbărilor petrecute în identitatea, dar și în mediul lor social. Așa-numitele fabule personale pe care le inventează adolescenții (*invulnerabilitate, omnipotență și unicătate personală*) nu sunt decât rezultatul nevoii lor de a-și crește stima de sine. Totuși, în cazul fabulei unicătăii personale granița dintre caracterul adaptiv și opusul acestuia este foarte subțire, întrucât fabula unicătăii personale este asociată cu depresia și ideea suicidară (Aalsma et al., 2006).

Unicătatea personală mai este invocată și resimțită în contextul relațiilor interpersonale. Simțul unicătăii pare a fi veriga lipsă în cercetarea relațiilor dintre prietenie și fericire. „Un motiv pentru care calitatea prieteniei este legată de fericire este pentru că experiența prieteniei promovează simțul unicătăii” (Demir

et al., 2012, 1201). Mai mult, s-a susținut că unicătatea este un corelat al fericirii în general, moderând relația dintre extroversie și deschidere asupra bunăstării subiective (Koydemir et al., 2014).

Simțul unicătăii, de asemenea, este un mediator între traumă și tulburarea de stres post-traumatic: se pare că persoanele cu o mai puternică conștiință a unicătăii trec mai ușor printr-un eveniment stresant sau traumatism major (Stamm și Friedman, 2000).

În general, cognițiile legate de unicătatea personală aduc confort psihologic. „Mulți (probabil majoritatea) celor care vin la psihoterapie doresc să fie ascultați și tratați ca fiind speciali. De aceea probabil intervențiile terapeutice care vizează creșterea percepției clienților asupra a cât de răspândite sunt problemele pe care le au nu au funcționat [...] Din perspectiva clientului, faptul de a auzi că propria problemă este ceva comun subminează orice simț de unicătate” (Lynn și Snyder, 2002, 404). Sociologii au discutat însă de multă vreme opoziția dintre universal și particular cu în ceea ce privește actorii procesului terapeutic. Parsons (1951), de exemplu, include dihotomia *universalism* (caracteristic medicului) – *particularism* (caracteristic pacientului) în lista sa de *variabile-model (pattern variables)*.

Sociologii și-au exprimat, de asemenea, părerea favorabilă privind unicătatea cu mult înainte ca un psiholog să remarce: „Pe lângă faptul că promovează bunăstarea psihologică a indivizilor, căutarea unicătăii aduce beneficii societății prin promovarea diversității. Pe măsură ce oamenii caută să se diferențieze de ceilalți, ei urmăresc interese și obiective diferite. Această dispersie a preocupărilor reduce concurența și conflictele pentru resurse limitate. De asemenea, creează un nou teren de succes pentru oameni. Pe măsură ce vom crește numărul de arene de succes în cadrul societății noastre – cei cu o puternică nevoie de unicătate contribuind la stabilirea acestor noi arene – un număr sporit de oameni vor fi capabili să reușească în contextul societății în ansamblu” (Lynn și Snyder, 2002, 404). Într-adevăr, încă

din secolul al nouăsprezecelea, Émile Durkheim vorbea despre solidaritate organică, care asigură contacte frecvente între oameni. La baza acestei sinergii de persoane și roluri unice rămâne diviziunea muncii, care face ca indivizii să fie „suficient în contact unul cu altul pentru a putea reciproc să acționeze și să reacționeze unul față de altul” (Durkheim, 1893).

Este de asemenea important de remarcat că evaluarea negativă sau pozitivă a unicității sau conformării este construită social și cultural. Astfel, unicitatea este mai apreciată în Occident, unde are conotații de libertate și independență. În schimb, în Orient este mai valorizată conformarea, conotațiile acesteia fiind de conexiune cu ceilalți și armonie socială (Kim și Markus, 1999).

Efecte negative

După cum am menționat deja, efectele negative ale *biasurilor* asociate unicității personale predomină în literatura de specialitate în raport cu efectele pozitive. Le vom trata în cele ce urmează atât pe cele la nivel personal, cât și pe cele la nivel social.

La nivel personal

Cele mai cercetate efecte negative au fost studiate de specialiștii în prevenție. Atitudinea față de comportamente de risc este mediată de cognițiile „persoanei sănătoase din punct de vedere psihic” (Taylor și Brown, 1988). Motto-ul „mie nu mi se poate întâmpla așa ceva” este foarte dăunător, afirmă specialiștii. Ar trebui să fim conștienți că această distorsiune cognitivă apare la fiecare persoană, cu excepția depresivilor, care sunt mai degrabă realiști în aceste chestiuni.

Un alt domeniu în care se manifestă efectele negative este cel al mesajelor media. Efectul terței persoane îi face pe indivizi să creadă că sunt mai puțin afectați decât alții de mesaje dăunătoare din mass-media, lăsându-i astfel neapărați de influența acestora (Perloff, 2008).

Unicitatea personală este puternic corelată

cu narcisismul. Persoanele narcisiste au tendința de a se angaja în comportamente care să le întărească simțul propriei unicități, ca de exemplu consumul de produse rare sau cu prestigiu ridicat (Lee și Seidle, 2012; Sedikides et al., 2007). Deși acest lucru nu este considerat un risc în sine, trebuie remarcat faptul că astfel de comportamente materialiste au multe consecințe negative pentru individ (vezi trecerea în revistă realizată de Chancellor și Lyubomirsky, 2014).

Efecte la nivel societal

Un simț exagerat al unicității personale are efecte grave mai ales la nivel social. În primul rând, el conduce la *erodarea solidarității*. Există un continuum între similaritate și unicitate, iar echilibrul între aceste două tendințe este reglementat prin procese socio-culturale (Kim și Markus, 1999). Totuși, unicitatea exagerată aduce pericolul de erodare a solidarității. Descoperirile științifice recente, cum ar fi cele din genomică, „oferă posibilități de personalizare, diferențiere și stratificare a riscului, punând în evidență unicitatea cuiva în raport cu alții”, afirmă Hoyweghen (2014), întrebându-se pe bună dreptate: „Ce fel de solidaritate va persista într-o societate obsedată de singularizarea dorințelor și scopurilor, inclusiv cele care privesc sănătatea individuală?”.

Unul dintre pericolele reducerii solidarității este *erodarea încrederii*. Tendința de a subestima proporția celor care tind să se comporte într-un mod dezirabil social îi face pe oameni mai puțin motivați să se comporte în acest fel. Astăzi, locuitorii au mai puțină încredere în ceilalți, iar erodarea încrederii interpersonale și politice este un fenomen grav. Desigur, un anumit grad de scepticism cu privire la procesul politic este mai degrabă o atitudine sănătoasă. Totuși, încrederea erodează legitimitatea oricărui guvern. Membrii societăților cu grad scăzut de încredere sunt, de asemenea, mai nefericiți (pentru o trecere în revistă a argumentelor și dovezilor vezi și Bălătescu, 2009).

Un al treilea mod în care simțul exagerat al unicității este dăunător din punct de vedere social

este *erodarea individualității*. Efectul paradoxal al faptului de a crede prea mult în propria unicitate este credința că nimeni nu gândește la fel în privința temelor publice. Ajungem aici la o *spirală a tăcerii* (Noelle-Neumann, 1974), prin supraestimarea numărului compatrioților cu păreri politice și sociale opuse. Acest efect a fost identificat în multe societăți și cu privire la multe teme de actualitate (Scheufele și Moy, 2000).

În sfârșit, unul dintre cele mai dure efecte sociale ale exacerbarii simțului unicității este *erodarea toleranței*. Unii autori recunosc că ne confruntăm cu o „epidemie de narcisism”: o creștere a acestuia în rândul populației concomitentă cu o schimbare a valorilor, convingerilor și practicilor (Twenge și Campbell, 2009). Unul dintre rezultate este că individul este mai expus la stereotipurile asupra *out-grupului*, stereotipuri în mod evident autofavorizante. Tendința de a privi oamenii ca fiind mult mai diferiți de noi decât sunt cu adevărat ne predispune la intoleranță. Gilbert (2008) avertizează asupra pierderii compasiunii. El trimite la rezultate de cercetare care arată că, neavând acces direct la sentimentele altcuiva, avem tendința de a crede că alții nu trăiesc emoțiile cu aceeași intensitate ca noi (Barr și Kleck, 1995).

Ce e de făcut?

Confrunțați cu așa-numita „epidemie de narcisism” care crește frecvența și intensitatea erorilor asociate cu simțul unicității personale, unii s-ar putea întreba cu siguranță dacă nu există o tendință a actualei civilizații, împotriva căreia orice luptă ar fi inutilă. Totuși, o mai bună înțelegere a efectelor simțului unicității și a distorsiunilor asociate pot conduce la modalități practice de contracarare a acestor tendințe. Avem de aceea nevoie să înțelegem mai profund cauzele (atât psihologice (motivaționale sau cognitive) cât și sociologice) ale acestor erori. S-ar putea să observăm că acestea pot fi tratate doar ca simptome ale unei stări ascunse, ca în cazul stilului de atașament evitant, care este

urmat de o exacerbare a simțurilor unicității personale (Mikulincer și Shaver, 2005).

Prin intervenții la nivel individual și social ar trebui crescut gradul de conștientizare a acestor distorsiuni. La nivel individual, strategiile de eliminare conștientă a erorilor de apreciere (*debiasing*) în domeniul sănătății sunt adesea ineficiente, oamenii manifestând rezistență la schimbare (Weinstein și Klein, 1995). Totuși, unele strategii s-au dovedit a fi de succes în reducerea, de exemplu, a optimismului nerealist (Ayers și Myers, 2012).

Și în cadrul organizațiilor, rezistența la schimbare este puternică. Aici, intervențiile pot lua forma modificării obișnuințelor manageriale, cum ar fi de exemplu stabilirea unor termene în scopul de a lupta cu tendința de a amâna realizarea sarcinilor (Coelho, 2010).

La nivel social, tendințele narcisiste ar trebui să fie contrabalansate de eforturile de a face oamenii mai sensibili la ideea că sunt similari cu cei în nevoie. Această abordare ar putea contracara așa-numita „trivializare a suferinței” (Raoul, 2007, 36) perpetuată de producțiile culturii de masă.

În romanul science fiction *Disfuncția realității* (2009), autorul britanic Peter F. Hamilton descrie o societate în care, prin ameliorare genetică, telepatia este disponibilă pentru toată lumea. Datorită capacității de a simți direct suferința altcuiva, așa-numiții *Edeniști* sunt mult empatici, iar societatea pe care au construit-o are o solidaritate puternică. Până când o îmbunătățire similară a naturii umane va fi disponibilă (presupunând că astfel de alterări ale condiției umane ar fi dezirabile), orice acțiune la nivel societal pentru a contracara pierderea empatiei, încrederii și toleranței sunt cât se poate de binevenite.

Concluzii

În acest articol am trecut în revistă formele, domeniile în care se manifestă și efectele asociate cu simțul unicității personale. Această distorsiune are mai multe forme similare, cum ar fi *efectul mai-bun-ca-media*, *superioritatea*

iluzorie, efectul terței persoane, efectul erorii pozitivității, eroarea de indulgență, simțul superiorității relative, optimismul nerealist, iluzia controlului și efectul Lacul Wobegon. Toate acestea se manifestă în multe domenii ale vieții, cum ar fi comportamentele legate de sănătate, conducerea automobilului, viața academică, expunerea la mass-media, relațiile interpersonale și fericire.

Conștiința unicității personale se dezvoltă în adolescență, ca răspuns la provocările cu care se confruntă ființa umană în curs de dezvoltare. Începând cu această vârstă va apărea și se va dezvolta simțul de unicitate. Acesta va servi în special în principal interesul evidențierii/ accentuării de sine (*self-enhancement*) – mai precis pentru menținerea și stimularea unei bune imagini de sine. Alte explicații pentru aceste efecte sunt de natură cognitivă, dar latura sociologică nu poate fi nicidecum ignorată.

Oricare ar fi explicațiile sale, simțul de unicitate personală are atât efecte pozitive cât și negative. În privința celor pozitive am discutat despre dezvoltarea personală, satisfacția cu relațiile personale și recuperarea după evenimente traumatice. Aceste efecte depind de construcția socială și culturală a sinelui, iar linia dintre funcțional și disfuncțional este destul de subțire.

Note

¹ Lucrarea dezvoltă ideile prezentate în lectura publică: „Personal uniqueness obsession and how is detrimental to our own well-being” prezentată la III Simpozion „Przereklamowana Konsumpcja?”, desfășurat la Universitatea din Gdansk, Polonia, în 17 aprilie 2013.

² Este, de exemplu, unul din motivele pentru care avem de-a face cu o așa mare rezistență la schimbare în universitățile românești. E greu să-i faci pe membrii departamentelor academice să-și crească pregătirea profesională dacă se consideră ca fiind deja mult peste medie...

În privința efectelor negative, la nivel individual am discutat despre lipsa de motivație a insului de a lua măsuri de prevenire a riscurilor, dar și de permeabilitatea la mesaje mass-media dăunătoare. Unicitatea personală pronunțată se asociază cu narcisismul și materialismul. Cei care urmăresc să dobândească unicitatea personală prin intermediul consumului se pot confrunta însă cu serioase efecte negative.

Pericolele la nivel social sunt mai degrabă neglijate în literatura de specialitate, dar pot fi la fel de grave. Am dedus că exacerbarea unicității personale poate conduce la o eroziune a solidarității, a încrederii interpersonale și politice, a individualității și toleranței. Toate acestea sunt fenomene care afectează societățile moderne.

Specialiștii din științele sociale atrag atenția asupra acestor consecințe negative la nivel individual și social. Remediile sunt în cele mai multe cazuri greu de găsit și de pus în aplicare, dată fiind natura complexă a acestor distorsiuni și rezistența pe care indivizii și organizațiile le opun strategiilor de contracarare a acestor efecte. Ar trebui dedicate eforturi de cercetare suplimentare pentru elaborarea unui model teoretic integrat al simțului unicității personale și al distorsiunilor asociate cu acesta. Rezultatele în acest sens ar fi de mare ajutor și în eforturile de prevenire a efectelor negative.

³ Conceptul este denumit *distanță psihologică* (Bălțătescu, 2014), pentru a se deosebi de *distanța socială* (Bogardus, 1947), adică dintre grupuri. La o reflecție mai adâncă denumirea poate părea nedreaptă, ceea ce numim distanță psihologică fiind un caz particular al distanței sociale, care este de natură mai degrabă sociologică.

⁴ Țările în care s-a desfășurat studiul au fost Algeria, Bulgaria, Republica Cehă, Estonia, Georgia, Germania, Mexic, Norvegia, Olanda, Puerto Rico, România, Slovacia, Uruguay, Vietnam și S.U.A.

Bibliografie

- Aalsma, M.C., Lapsley, D.K. și Flannery, D.J. (2006) Personal fables, narcissism, and adolescent adjustment. *Psychology in the Schools*, 43, 4, 481-491. DOI: 10.1002/pits.20162.
- Alicke, M.D., Klotz, M.L., Breitenbecher, D.L., Yurak, T.J. și Vredenburg, D.S. (1995) Personal Contact, Individuation, and the Better-Than-Average Effect. *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 5, 804-825.
- Ayers, B. și Myers, L.B. (2012) Do Media Messages Change People's Risk Perceptions for Binge Drinking? *Alcohol and Alcoholism*, 47, 1, 52-56. DOI: 10.1093/alcalc/agr052.
- Bălțătescu, S. (1999) Modele ale percepției calității vieții. *Calitatea vieții*, 10, 3-4, 179-185.
- Bălțătescu, S. (2001) Media, Climate of Opinion and Subjective Well-Being in Romanian Transition, International conference: "The Role of Mass Media and the New Information and Communication Technologies during the Democratization Process of the Societies in Central and Eastern Europe", 11-14 October, Oradea.
- Bălțătescu, S. (2009) Differential effects of interpersonal and political trust on happiness and life satisfaction, CINEFOGO Workshop: "The Social Differentiation of Trust and Social Capital", 8-9 June, Aalborg, Denmark. Disponibil la http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1952595.
- Bălțătescu, S. (2014) Psychological Distance, în A. C. Michalos (ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research*: Springer Netherlands, 5145-5146.
- Bălțătescu, S., Żemojtel-Piotrowska, M., Piotrowski, J., Calogero, R., Chargazia, M., Clinton, A., de Leon, P.P., Letovancova, E., Liik, K., Nord, H.T., Paspalanova, E., Rojas, M., Habib, T., van den Boss, K. și Troung, H.K. (2012) A first international test of the downward sloping curve of life satisfaction. 10th ISQOLS Conference: "Discovering new frontiers in Quality-of-Life research", November 1-4 Venice, Italy. Disponibil la http://www.aiquav.it/isqols2012/Content_en/2012%20XI%20ISQOLS%20Conference%20-%20track%20by%20track.pdf.
- Barr, C.L. și Kleck, R.E. (1995) Self-Other Perception of the Intensity of Facial Expressions of Emotion: Do We Know What We Show? *Journal of Personality and Social Psychology*, 68, 4, 608-618.
- Berke, R.L. (1998) The Nation: Scandalous Opinions; Clinton's O.K. in the Polls, Right?, The New York Times, 4, 15 February.
- Bogardus, E.S. (1947) Measurement of personal-group relations. *Sociometry*, 10, 4, 306-311.
- Brown, J.D. (2012) Understanding the Better Than Average Effect: Motives (Still) Matter. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 38, 2, 209-219. DOI: 10.1177/0146167211432763.
- Caverni, J.P., Fabre, J.M. și Gonzalez, M. (1990) Cognitive biases: their contribution for understanding human cognitive processes, în J. P. Caverni et al. (eds.), *Cognitive Biases*, Burlington: Elsevier, 7-12.
- Chancellor, J. și Lyubomirsky, S. (2014) Money for happiness: The hedonic benefits of thrift, în M. Tatzel (ed.), *Consumption and Well-Being in the Material World*, Dordrecht: Springer, 13-47.
- Chapin, J.R. (2000) Third-Person Perception and Optimistic Bias Among Urban Minority at-Risk Youth. *Communication Research*, 27, 1, 51-81.
- Coelho, M.P. (2010) Unrealistic optimism: Still a neglected trait. *Journal of business and psychology*, 25, 3, 397-408.
- Cross, P.K. (1977) Not can, but will college teaching be improved? *New Directions for Higher Education*, 1977, 17, 1-15. DOI: 10.1002/he.36919771703.
- Davison, W.P. (1983) The third-person effect in communication. *Public Opinion Quarterly*, 47, 1, 1-15.
- Dejoy, D.M. (1989) The optimism bias and traffic accident risk perception. *Accident Analysis and Prevention*, 21, 4, 333-340.
- Demir, M., Şimşek, Ö. și Procsal, A. (2012) I Am so Happy 'Cause My Best Friend Makes Me Feel Unique: Friendship, Personal Sense of Uniqueness and Happiness. *Journal of Happiness Studies*, 14, 1201-1224. DOI: 10.1007/s10902-012-9376-9.
- Dunning, D., Heath, C. și Suls, J.M. (2004) Flawed Self-Assessment: Implications for Health, Education, and the Workplace. *Psychological Science in the Public Interest*, 5, 3, 69-106. DOI: 10.1111/j.1529-1006.2004.00018.x.
- Durkheim, É. (1893) *De la division du travail social: étude sur l'organisation des sociétés supérieures*. Paris: F. Alcan.
- Ehrlinger, J., Gilovich, T. și Ross, L. (2005) Peering Into the Bias Blind Spot: People's Assessments of Bias in Themselves and Others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 31, 5, 680-692. DOI: 10.1177/0146167204271570.
- Elkind, D. (1967) Egocentrism in adolescence. *Child Development*, 38, 4, 1025-1034.
- Gilbert, D. (2008) *În căutarea fericirii*. București: Curtea Veche.

- Golan, G.J., Banning, S.A. și Lundy, L. (2008) Likelihood to vote, candidate choice, and the third-person effect: Behavioral implications of political advertising in the 2004 presidential election. *American Behavioral Scientist*, 52, 2 278-290.
- Gunther, A.C. (1995) Overrating the X-Rating: The Third-Person Perception and Support for Censorship of Pornography. *Journal of Communication*, 45, 1, 27-38.
- Hamilton, P.F. (2009) *Disfuncția realității*. București: Nemira.
- Headey, B. și Wearing, A. (1988) The sense of relative superiority: Central to well-being. *Social Indicators Research*, 20, 5, 497-516.
- Henriksen, L. și Flora, J.A. (1999) Third-Person Perception and Children - Perceived Impact of Pro-and Anti-Smoking Ads. *Communication Research*, 26, 6, 643-665.
- Horens, V. (1993) Self-enhancement and superiority biases in social comparison. *European Review of Social Psychology*, 4, 1, 113-139.
- Horens, V. și Harris, P. (1998) Distortions in reports of health behaviors: The time span effect and illusory superiority. *Psychology and Health*, 13, 3, 451-466.
- Horswill, M.S., Waylen, A.E. și Tofield, M.I. (2004) Drivers' Ratings of Different Components of Their Own Driving Skill: A Greater Illusion of Superiority for Skills That Relate to Accident Involvement. *Journal of Applied Social Psychology*, 34, 1, 177-195. DOI: 10.1111/j.1559-1816.2004.tb02543.x.
- Hoyweghen, I.V. (2014) 'One for all, all for one'. Genomics and its acts of solidarity, EASST conference: 'Situating Solidarities: social challenges for science and technology studies', Torun, 17-19 September.
- Jawahar, I.M. și Williams, C.R. (1997) Where all the children are above average: The performance appraisal purpose effect. *Personnel Psychology*, 50, 4, 905-925.
- Keillor, G. (1985) *Lake Wobegon days*. New York: Viking.
- Kennedy, E.J., Lawton, L. și Plumlee, E.L. (2002) Blissful ignorance: The problem of unrecognized incompetence and academic performance. *Journal of Marketing Education*, 24, 3, 243-252.
- Kim, H. și Markus, H.R. (1999) Deviance or uniqueness, harmony or conformity? A cultural analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77, 4, 785-800.
- Klar, Y. și Giladi, E.E. (1999) Are Most People Happier Than Their Peers, or Are They Just Happy? *Personality and Social Psychology Bulletin*, 25, 5, 585-594.
- Koydemir, S., Şimşek, Ö.F. și Demir, M. (2014) Pathways From Personality to Happiness: Sense of Uniqueness as a Mediator. *Journal of Humanistic Psychology*, 54, 3, 314-335. DOI: 10.1177/0022167813501226.
- Lee, S.Y. și Seidle, R. (2012) Narcissists as Consumers: The Effects of Perceived Scarcity on Processing of Product Information. *Social Behavior and Personality*, 40, 9, 1485-1499.
- Lo, V.-h. și Wei, R. (2002) Third-Person Effect, Gender, and Pornography on the Internet. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 46, 1, 13-33. DOI: 10.1207/s15506878jobjem4601_2.
- Lynn, M. și Harris, J. (1997) Individual Differences in the Pursuit of Self-Uniqueness Through Consumption. *Journal of Applied Social Psychology*, 27, 21, 1861-1883.
- Lynn, M. și Snyder, C.R. (2002) Uniqueness seeking. *Handbook of positive psychology*, 395-410.
- Maxwell, N.L. și Lopus, J.S. (1994) The Lake Wobegon effect in student self-reported data. *The American Economic Review*, 201-205.
- McLeod, D.M., Eveland, W.P. și Nathanson, A.I. (1997) Support for censorship of violent and misogynic rap lyrics an analysis of the third-person effect. *Communication Research*, 24, 2, 153-174.
- Mikulincer, M. și Shaver, P.R. (2005) Mental Representations of Attachment Security. Theoretical Foundation for a Positive Social Psychology, în M. W. Baldwin (ed.), *Interpersonal cognition*, New York: Guilford Press.
- Noelle-Neumann, E. (1974) The Spiral of Silence: A Theory of Public Opinion. *Journal of Communication*, 24, 2, 43-51.
- Noelle-Neumann, E. (1977) Turbulences in the Climate of Opinion: Methodological Applications of the Spiral of Silence Theory. *Public Opinion Quarterly*, 41, 2, 143-158.
- Parsons, T. (1951) *The social system*. Glencoe: Free Press.
- Perloff, R.M. (2008) Mass Media, Social Perception, and the Third-Person Effect, în J. Bryant și M. B. Oliver (eds.), *Media effects: Advances in theory and research*: Routledge, 252-268.
- Pronin, E. și Kugler, M.B. (2007) Valuing thoughts, ignoring behavior: The introspection illusion as a source of the bias blind spot. *Journal of Experimental Social Psychology*, 43, 4, 565-578. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.jesp.2006.05.011>.

- Pronin, E., Lin, D.Y. și Ross, L. (2002) The Bias Blind Spot: Perceptions of Bias in Self Versus Others. *Personality and Social Psychology Bulletin*, 28, 3, 369-381. DOI: 10.1177/0146167202286008.
- Raoul, V. (2007) *Unfitting stories: narrative approaches to disease, disability, and trauma*. Waterloo, Ont.: Wilfrid Laurier University Press.
- Ritzer, G. și Goodman, D.J. (2007) *Modern sociological theory*. New York; London: McGraw-Hill.
- Rude, S.S., Valdez, C.R., Odom, S. și Ebrahimi, A. (2003) Negative Cognitive Biases Predict Subsequent Depression. *Cognitive Therapy and Research*, 27, 4, 415-429. DOI: 10.1023/A:1025472413805.
- Scheufele, D.A. și Moy, P. (2000) Twenty-five years of the spiral of silence: a conceptual review and empirical outlook. *International Journal of Public Opinion Research*, 12, 1, 3-28.
- Sears, D.O. (1983) The person-positivity bias. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 2, 233-250.
- Sedikides, C., Gregg, A.P., Cisek, S. și Hart, C.M. (2007) The I That Buys: Narcissists as Consumers. *Journal of Consumer Psychology*, 17, 4, 254-257. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S1057-7408\(07\)70035-9](http://dx.doi.org/10.1016/S1057-7408(07)70035-9).
- Snyder, C.R. și Fromkin, H.L. (1980) *Uniqueness: The human pursuit of difference*. New York: Plenum Press.
- Stamm, B.H. și Friedman, M. (2000) Cultural Diversity in the Appraisal and Expression of Trauma, în A. Shalev et al. (eds.), *International Handbook of Human Response to Trauma*: Springer US, 69-85.
- Svenson, O., Fischhoff, B. și MacGregor, D. (1985) Perceived driving safety and seatbelt usage. *Accident Analysis and Prevention*, 17, 2, 119-133.
- Taylor, S.E. și Brown, J.D. (1988) Illusion and Well-Being: A Social Psychological Perspective on Mental Health. *Psychological Bulletin*, 103, 2, 193-210.
- Trope, Y. și Liberman, N. (2003) Temporal construal. *Psychological Review*, 110, 3, 403-421.
- Twenge, J.M. și Campbell, W.K. (2009) *The narcissism epidemic: Living in the age of entitlement*. New York: Atria Books.
- Van Yperen, N. și Buunk, B.P. (1991) Illusoire superioriteit: Het verband met het belang en van de verifieerbaarheid van de vergelijkingsdimensies, în J. Van der Pligt et al. (eds.), *Fundamentele sociale psychologie*, Tilburg: Tilburg University Press, 186-200.
- Weinstein, N.D. (1987) Unrealistic optimism about susceptibility to health problems: Conclusions from a community-wide sample. *Journal of Behavioral Medicine*, 10, 5, 481-500. DOI: 10.1007/BF00846146.
- Weinstein, N.D. și Klein, W.M. (1995) Resistance of Personal Risk Perceptions to Debiasing Interventions. *Health Psychology*, 14, 2, 132-140.
- Wheeler, M. (2011) Martin Heidegger, în E. N. Zalta (ed.), *Stanford Encyclopedia of Philosophy*, Stanford, CA: Stanford University. Disponibil la <http://plato.stanford.edu/entries/heidegger/>.
- Zuckerman, E.W. și Jost, J.T. (2001) What makes you think you're so popular? Self-evaluation maintenance and the subjective side of the "friendship paradox". *Social Psychology Quarterly*, 64, 3, 207-223.