

## PSIHOLOGIE SOCIALĂ

### PROBLEMA OBIECTULUI REPREZENTĂRII SOCIALE: PREOCUPĂRI ȘI SOLUȚII

### THE PROBLEM OF SOCIAL REPRESENTATION OBJECT: CONCERNS AND SOLUTIONS

*Mihai ȘLEAHTIȚCHI*

**Cuvinte-cheie:** reprezentare socială, obiect al reprezentării sociale, specificitatea obiectului reprezentării sociale

#### Rezumat

Procesul de reprezentare socială desemnează o formă de cunoaștere specifică, care, „acționând simultan asupra stimulului și asupra răspunsului”, leagă un subiect de un obiect. În cazul lui, avem de-a face esențialmente cu „un mod de a comunica cu exteriorul”, cu o „orientare în lumea fenomenelor și a faptelor”, o „articulare a personalității la contextul social”, un „mecanism prin care se construiesc teorii despre mediul social”, „un stil de conduită orientat spre exterior” sau, în sfârșit, cu o „refacere, o reconstrucție a ambientului prin prisma filosofiei noastre de viață”. Spunând „reprezentare socială”, noi, de fapt, ne referim la o „modelizare a unui obiect în și prin raporturi lingvistice, comportamentale și materiale”. Cu acest obiect, tipul vizat de reprezentare se află „într-un raport de simbolizare (îi ține locul) și de „interpretare” (îi acordă semnificații), constituindu-se într-o formă de expresie a subiectului”.

Ce premise trebuie să existe pentru ca un anume element al mediului social (o persoană, o situație, un eveniment, un fapt, un fenomen sau o idee) să suscite emergența unei reprezentări sociale, a unei științe colective sui-generis susceptibilă să construiască „o viziune comună asupra lumii”, un „sistem de înțelegere și interpretare a realității”, o „strategie de integrare comunitară a indivizilor sau grupurilor”?

**Key words:** social representation, object of social representation, the specificity of the object of social representation.

#### Abstract

The process of social representation designates a form of specific knowledge which, “acting simultaneously on the stimulus and the response”, links a subject to an object. In its circumstance, we are in fact dealing with a “way of communicating with the outside”, with an “adjustment to the world of phenomena and deeds”, with an “articulation of the personality to the social context”, with a “mechanism with which theories about the social environment are built”, with a “style of conduct towards the outside”, or eventually, with a “restoration, a reconstruction of the environment through the perspective of our life philosophy”. By saying “social representation,” we actually mean a “modeling of an object into and through behavioral and material linguistic relations”. With this object, the representation type continue to be “in a relati-

on of symbolization (maintaining it place) and “interpretation” (giving it meanings), being in a frame of expression or in a form of construction of the real”.

What prerequisites must there exist for a certain element of the social environment (a person, a situation, an event, a deed, a phenomenon or an idea) to trigger the emergence of a social representation, of a sui generis collective science capable of building «a common vision of the world», a «system of understanding and interpretation of reality», a «strategy of community agreement between individuals or groups»?

Reprezentările sociale, precum este bine știut, redau o formă de cunoaștere sui generis. Nefiind reprezentări cognitive sau reprezentări colective, opinii, atitudini sau cogniții sociale, imagini simbolice tradiționale sau ideologii<sup>1</sup>, ele fac dovada faptului că exprimă „meta-sisteme suprapuse sistemelor de cunoștințe omenești menite să ofere grile de lectură a realității”. În cazul lor, valorează gândirea practică cotidiană, centrată pe rezolvarea problemelor perceptibile ale vieții de zi cu zi, pe identificarea modalităților de redimensionare a existențialului, și nu gândirea științifică, axată pe descoperirea și explicarea legităților obiective ale lumii materiale sau imateriale. Spunând că o anume reprezentare este socială, trebuie să avem în vedere că ea înfățișează:

- „, categorii de cunoștințe care impregnează majoritatea absolută a raporturilor de origine socială, fără a opera rupturi între universul exterior și cel interior al individului ori grupului ”;

- „,teorii ale simțului comun, elaborate și împărtășite colectiv, având scopuri instrumentale și concurând la construirea unei realități comune pentru un grup social”;

- „,o dimensiune esențială a grupurilor sociale prin care membrii acestora își pot forma o perspectivă adecvată asupra lumii ”;

- „, structuri cognitive sui generis care „circulă” și se „încrucișează” necontenit, alimentându-se din specificitatea pe care le-o imprimă societate și cultura creată de ea”;

- „,sisteme interpretative care organizează și orientează comunicările și conduitele din cadrul universului social”;

- „,construcții mentale care, asigurând înțelegerea și stăpânirea mediului social existent, motivează, evaluează și legitimează tot felul de conduite ”;

- „, un sistem de precodare a realității, determinând într-una ansambluri de anticipări și așteptări”.

<sup>1</sup> Cu demonstrațiile de rigoare, am intervenit, în ultimii ani, nu o singură dată. Vezi, spre exemplu, Șleahțițchi M. Tratat de analiză structurală a reprezentărilor sociale. – Chișinău: Editura Știința, 2016, p.72 – 110; Șleahțițchi M. Statutul reprezentărilor sociale // S. Briceag (coord.). Familia în spațiul reprezentărilor sociale: definiții, concepții, reflecții. Bălți: Editura USARB, 2017, p. 70 – 95; Șleahțițchi M. On the real significance of the social representations-collective representations relation // Bulletin of Integrative Psychiatry, new series, september 2015; year XXI, no.3 (66), p.59-69; Șleahțițchi M. O dilemă psihosociologică presantă:  $R_s = R_c$  sau  $R_s \neq R_c$  ?//Psihologie. Pedagogie specială. Asistență socială: Revista Facultății de Psihologie și Psihopedagogie specială a Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, 2015, nr. 2 (39), p. 1 – 11; Șleahțițchi M. Eseu asupra reprezentării puterii. Cazul liderilor. - Chișinău: Editura Știința, 1999. p. 110 – 128; Șleahțițchi M. Universul reprezentărilor sociale. Studiu teoretic.- Chișinău: Editura Știința, 1995, p. 27 – 43 sau / și Șleahțițchi M. Optici definitorii ale unui fenomen inexplorat // M. Șleahțițchi (coord.). Psihopedagogie socială. - Chișinău: Editura Știința, 1995, p. 133-148.

În fond, orice reprezentare socială desemnează „un aparat evaluator”, „o grilă de lectură a realității”, „o instanță intermediară între percepție, informație, atitudine și imagine”, „o reconstrucție a mediului prin prisma filosofiei de viață a individului sau grupului”, „un mod de a comunica cu exteriorul”, „o orientare în lumea obiectelor și a faptelor și o operație de clasificare a acestora”. Purtând însemnele unei modalități eficiente de racordare a persoanelor și colectivităților la contextul social, tot ea, ca să mai operăm cu câteva construcții sintactice concise preluate din opera unor distinși exponenți ai științei psihosociologice, se impune în calitate de „un mecanism prin care se construiesc teorii despre oameni și evenimente”, „un efort îndreptat spre decodificarea și administrarea relațiilor cu lumea din jur”, „un ecran între presiunea socialului și sistemul personalității”, „o îmbogățire a realului, o re-citire a sa”. Nu încapă îndoială în faptul că teoria reprezentărilor sociale exprimă o teorie unificatoare, capabilă, după cum spun unii specialiști, „să adune la un loc numeroase concepte „atomiste” (ca opiniile, atitudinile sau stimul comun)”. „Extinderea epistemologică” la care asistăm nu face abstracție, evident, de cadrele ideologice și culturale pe seama cărora, precum se știe, cade modelarea comportamentelor individuale și colective.

Intervenind, la 1961, în *La psychanalyse, son image et son publique*, cu prima definiție a reprezentărilor sociale, S. Moscovici arată că acestea constituie expresia unui „sistem de valori, de noțiuni și de practici relative la obiectele mediului social” [9, p. 43]. Construcția determinativă „relativ la obiectele mediului social”, purtând însemnele

unui autentic *punctum saliens*, nu apare, bineînțeles, de dragul formei sau în intenția de a produce „o idee în plus”. Sensul includerii ei este de o cu totul altă natură: de a pune în evidență faptul că orice reprezentare socială înfățișează esențialmente un proces prin care indivizii interiorizează realitatea, descifrând-o, reconstruind-o, încărcând-o cu semnificații și integrând-o plener în sistemul axiologic existent. Acest punct de vedere este pentru S. Moscovici atât de important, încât, după ce îl lansează în *La psychanalyse, son image et son publique*, el se vede obligat să se raporteze la el și cu alte ocazii:

- **anul 1969** (*Préface* la studiul *Santé et Maladie* realizat de C. Herzlich): „reprezentările sociale nu fac o ruptură între universul interior și universul exterior al individului” [2];

- **anul 1984** (*The Phenomenon of Social Representations*): „un lucru este sigur: formele principale ale ambientului nostru psihic și social sunt fixate în reprezentările sociale, iar noi înșine suntem modelați în funcție de acestea” [11];

- **anul 1986** (*L'ère des représentations sociales*): „reprezentările sociale sunt sociale prin natura raportului întreținut de indivizi cu obiectul reprezentat” [12].

Cu timpul, ceea ce afirmă S. Moscovici devine un lucru de netăgăduit și pentru mulți alți cercetători din domeniul psihologiei sociale. Vom enumera, succint, doar câteva cazuri:

- **N. Fischer**: „reprezentarea socială este un proces de elaborare perceptivă și mentală a realității care transformă obiectele sociale (persoane, contexte, situații) în categorii simbolice (valori, credințe, ideologii) și le conferă un statut cognitiv, permițând înțelege-

rea aspectelor vieții obișnuite printr-o racordare a propriei noastre conduite la interiorul interacțiunilor sociale” [6];

• **J.-C. Abric:** „specificul unei reprezentări sociale rezidă în a constitui un sistem coerent în limitele căruia dimensiunile sociale produc o stare cognitivă specifică, adaptată la obiectele care se regăsesc în aceste dimensiuni” [5];

• **D. Jodelet:** „reprezentarea socială este o formă practică de cunoaștere care leagă un subiect de un obiect, un proces de elaborare a realului care «acționează simultan asupra stimulului și asupra răspunsului»” [8];

• **A. Neculau:** „reprezentările sociale desemnează un stil de conduită, un mod de a comunica cu exteriorul, o orientare în lumea obiectelor și o operație de clasificare a acesteia” [3];

• **N. Roussiau & C. Bonardi:** „reprezentările sociale redau organizări complexe de opinii socialmente construite referitoare la un obiect social, rezultând dintr-un ansamblu de comunicări care permit stăpânirea mediului în funcție de elementele simbolice proprii sau ale grupului de apartenență” [13];

• **P. Moliner, P. Rateau & V. Cohen-Scali:** „reprezentările sociale trebuie privite ca niște ansambluri organizate de elemente cognitive (opinii, informații, credințe) referitoare la un obiect social” [14];

• **I. Marková:** „orice obiect sau fenomen, fie el fizic (de exemplu, o bucătărie), fie interpersonal (de exemplu, o prietenie), imaginar (de exemplu, monstrul de la Loch Ness) sau sociopolitic (de exemplu, o democrație), poate deveni obiectul unei reprezentări sociale” [2];

• **J.-M. Seca:** „putem considera reprezentările sociale în generalitatea lor, făcând din ele *asamblări, asocieri,*

*aranjamente, articulații* sau „combinații de ansambluri de semne” mai mult sau mai puțin ierarhizate, calificate drept „splexuri” (...) extrase din „universurile” obiectelor ce compun lumea” [4].

Procesul de reprezentare socială, așadar, desemnează o formă de cunoaștere specifică care, „acționând simultan asupra stimulului și asupra răspunsului”, *leagă un subiect de un obiect*. În cazul lui, avem de-a face, în fond, cu „un mod de a comunica cu exteriorul”, cu o „orientare în lumea fenomenelor și a faptelor”, o „articulare a personalității la contextul social”, un „mecanism prin care se construiesc teorii despre mediul social”, un „stil de conduită orientat spre exterior” sau, în sfârșit, cu o „refacere, o reconstrucție a ambientului prin prisma filosofiei noastre de viață” [3 p. 9]. Operând cu noțiunea de „reprezentare socială”, noi, de fapt, ne referim la o „*modelizare* a unui obiect în și *prin* raporturi lingvistice, comportamentale și materiale”. Cu acest obiect, după cum susțin unii autori – M. Curelaru, de pildă [1], – tipul vizat de reprezentare „se află într-un raport de simbolizare” (îi ține locul) și de „interpretare” (îi acordă semnificații), constituindu-se într-o *formă de expresie a subiectului*”.

Pornind de la constatarea că „o caracteristică principală a reprezentării sociale este aceea că ea *reprezintă* întotdeauna un obiect, că se raportează la un loc, o situație, un fapt, o persoană, un eveniment sau o idee” [3, p. 62], să vedem în continuare cum se prezintă specificitatea obiectului avut în vedere sau – mai exact – ce premise trebuie să existe pentru ca un anume element al mediului social (o persoană, o situație, un eveniment, un fapt, un fenomen sau o idee)

să suscite emergența unei reprezentări sociale, a unei „rețele de idei, metafore și imagini” susceptibile să dezvolte „o viziune comună asupra lumii”, un „sistem de înțelegere și interpretare a realității”, o „strategie de integrare comunitară a indivizilor sau grupurilor”.

Primul care oferă claritate în acest sens este chiar S. Moscovici. În aceeași inegalabilă *La psychanalyse, son image et son publique* [9, p. 246-252], el observă că se poate vorbi despre cel puțin *trei criterii* de identificare a ceea ce poate fi luat drept obiect reprezentational. Mai întâi de toate, este important să existe condiții optime pentru *dispersia* informației cu referire la obiectul reprezentational, o „libertate de circulație a acesteia și accesul tuturor la ea” (într-un asemenea context, „obiectul va determina opinii pestrice și poziționări dintre cele mai felurite ale grupurilor sau indivizilor”). Apoi, contează dacă obiectul avut în vedere este în stare să producă efectul de *focalizare*, generând un proces prin care „unele trăsături ale lui se accentuează, iar altele se ocultează” (celor din urmă revenindu-le statutul de „elemente neadaptate sistemului de valori al actorilor sociali”). Ultimul criteriu, care vine în completarea primelor două abordări, vizează *presiunea la inferență*, o stare care se traduce prin *necesitatea de a ajunge la o explicație consensualizată și la un cod comun* în raport cu „elementele mediului social” (fenomenul se concretizează prin „conversații, descrieri și evaluări ale obiectului în scopul de a obține un acord asupra conținutului respectivei reprezentări sociale”).

Exigențele formulate de către S. Moscovici contribuie, pe parcurs, la apariția unor noi interpretări cu referire la maniera în care trebuie să decurgă va-

lidarea obiectului reprezentational. Afirmând acest lucru, ne referim, cu precădere, la ceea ce reușesc să întreprindă, de la 1993 încoace, P. Moliner, C. Flament și M. L. Rouquette (cel dintâi remarcându-se, în mod special, prin *Cinq questions à propos des représentations sociales* [15] sau *Images et représentations sociales. De la théorie des représentations à l'étude des images sociales* [16], iar ultimii – prin *L'anatomie des idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales* [7]).

Contribuția lui P. Moliner rezidă în emiterea și demonstrarea punctului de vedere potrivit căruia ar trebui întrunite cel puțin *cinci condiții* pentru ca un anume element al mediului social să poată intra în posesia calificativului de obiect reprezentational. *In brevi*, condițiile la care face trimitere cunoscutul profesor de psihologie socială de la Universitatea Paris 13 Nord (*Sorbonne Paris Cité*) arată astfel:

- **polimorfismul** [= obiectul reprezentării trebuie să dispună de mai multe fațete, de o anumită diversitate în câmpul social; or, reprezentarea obiectului urmează să capete conotații particulare/coloraturi specifice determinate de respectivele particularități ale populației sau/și ale mediului];

- **raportarea la grupul social** [= cercetătorul trebuie să surprindă legătura existentă între un grup social și obiectul reprezentării; or, „reprezentările sunt construite, dezvoltate și purtate de grupurile sociale”];

- **identitate și coeziune** [= cercetătorul trebuie să se încredințeze că obiectul reprezentării se află în raport cu anumite mize sociale, în mod special cu cele care vizează identitatea și coeziunea grupului; or, membrii unui

grup tind să ia în considerare obiectul care îi face să-și vadă specificitatea și să se simtă solidari];

• **raportarea la „altul social”**

[= cercetătorul trebuie să constate existența unei relații strânse între obiect și alte instanțe sociale aflate în interacțiune reală sau imaginară cu grupul care produce respectiva reprezentare; or, „dacă nu ar exista un „altul social” la care grupul să se raporteze, reprezentarea nu ar avea sens și nici nu ar exista”];

• **inexistența ortodoxiei**

[= obiectul reprezentării nu trebuie să se raporteze la grupuri care se supun unor instanțe reglatoare sau de control; or, în cazul reprezentărilor sociale, „procesele de organizare și structurare decurg natural, fără presiuni sau imixțiuni externe”].

Cât privește contribuția adusă de C. Flament și M. L. Rouquette, se poate spune că acestora le revine meritul de a acredita ideea potrivit căreia procedura de profilare a obiectului reprezentării sociale poate fi una „minimalistă”, ea incluzând doar două criterii – *saliența sociocognitivă* și *practicile sociale*. De ce *saliența sociocognitivă*? Pentru că, logic gândind, un anume obiect poate suscita emergența curentilor reprezentationali doar atunci când este „înzestrat” cu *funcția de concept* (se are în vedere proprietatea obiectului „de a se constitui într-o abstracție, de a trimite la o clasă de obiecte, a se înscrie într-o etichetare generică”) și când tot lui îi este caracteristică o *prezență masivă în comunicarea socială* (frecvența cu care el apare în circulația curentă a informației – pe dimensiunea comunicării interpersonale, a celei intergrupale sau a celei localizate în mass-media – trebuie să fie ridicată). Și în cazul *practicilor sociale* argumentele sunt la fel de concludente: un anume

obiect poate provoca apariția curentilor reprezentationali doar dacă între el și activitățile de zi cu zi ale indivizilor sau/și grupurilor există o legătură de necontestat (în intenția de a stabili această legătură, cercetătorul poate pune în evidență mai multe aspecte: „absența sau prezența practicii, recurența practicii, modul particular de realizare a unei practici, precum și acțiunile subsumate planificării și materializării scopului”).

Constatând că de la începutul anilor ‘60 ai secolului trecut și până în prezent s-a lucrat cu mult interes asupra aspectelor legate de problema obiectului reprezentării sociale, tuturor celor interesați oferindu-li-se mai multe căi de soluționare a acesteia, ne vedem în drept să afirmăm că *nu tot ce există în câmpul social poate dezlanțui apariția unor „teorii ale simțului comun orientate spre înțelegerea și stăpânirea realității”*. Este important, deci, să avem în vedere că înainte de a începe un studiu în domeniul reprezentărilor sociale trebuie să fie stabilit, în mod obligatoriu, dacă obiectele supuse investigației nu fac „o ruptură între universul exterior și universul interior al individului”, corespunzând criteriilor avansate de S. Moscovici sau P. Moliner, C. Flament sau M. L. Rouquette.

### Referințe bibliografice:

1. Curelaru M. *Reprezentări sociale* / Prefață de A. Neculau. – Ediția a II-a, revăzută. – Iași: Editura Polirom, 2006. – P. 33-34.
2. Marková I. *Vechi și nou în reprezentările sociale* // I. Marková. *Dialogistica și reprezentările sociale* / Argument de A. Neculau; traducere de M. Talpalaru. – Iași: Editura Polirom, 2004. – P. 206.
3. Neculau A. Prefață // A. Neculau

(coord.). *Psihologia câmpului social: reprezentările sociale*. – Iași: Editura Polirom, 1997. – P. 9.

4. Seca J.-M. *Reprezentările sociale* / Traducere de E. Dîrțu. – Iași: Institutul European, 2008. – P. 66.

5. Abric J.-C. *Coopération, compétition et représentations sociales*. – Cousset: Del Val, 1987. – P. 77.

6. Fischer N. *Les concepts fondamentaux de la psychologie sociale*. – Paris: Dunod, 1987. – P. 118.

7. Flament C., Rouquette M.L. *L'anatomie des idées ordinaires*. Comment étudier les représentations sociales. – Paris: Armand Colin, 2003.

8. Jodelet D. *Les représentations sociales*. – Paris: P.U.F., 1989. – P. 38.

9. Moscovici S. *La psychanalyse, son image et son publique*. – Paris: P.U.F., 1961/1976. – P. 43. P. 246-252.

10. Moscovici S. Préface // C. Herzlich. *Santé et Maladie*. Analyse d'une représentation sociale. – Paris: Mouton, 1969. – P. 7-12.

11. Moscovici S. *The Phenomenon of Social Representations*. // R.M. Farr, S. Moscovici (eds.). *Social Representations*. – Cambridge: Cambridge University Press, 1984. – P. 15.

12. Moscovici S. *L'ère des représentations sociales*. // W. Doise, A. Palmonari (eds.). *L'étude des représentations sociales*. – Paris-Neuchâtel: Delachaux et Niestlé, 1986. – P. 34-80.

13. Roussiau N., Bonardi C. *Les représentations sociales*. État des lieux et perspectives. – Sprimont: Mardaga, 2001. – P. 57.

14. Moliner P., Rateau P., Cohen-Scali V. *Les représentations sociales*. Pratique des études de terrain. – Rennes: P.U.R., 2002. – P. 35.

15. Moliner P. *Cinq questions à propos des représentations sociales*. // Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale. – 1993. – No.20. – P. 5-14.

16. Moliner P. *Images et représentations sociales*. De la théorie des représentations à l'étude des images sociales. – Grenoble: P.U.G., 1996.

**ȘLEAHTIȚCHI Mihai**, dr în psihologie, dr. în pedagogie, conf. univ., AAP, Moldova.

**Primit la redacție : 23.10.2017**