

## **PSIHOLOGIE SOCIALĂ**

### **PROTOTIPICALITATE ȘI CATEGORIALITATE ÎN STUDIUL REPREZENTĂRILOR SOCIALE**

### **PROTOTYPICALITY AND CATEGORYALITY IN STUDY OF SOCIAL REPRESENTATIONS**

**Mihai ȘLEAHTIȚCHI**

*doctor în psihologie, doctor în pedagogie, conferențiar universitar  
Universitatea Americană din Moldova*

**Cuvinte cheie: prototip, categorie, tehnica prototipic-categorială, reprezentări sociale**

#### **Adnotare**

*Ancorarea criteriilor de prototipicalitate și categorialitate în studiul reprezentărilor sociale presupune realizarea unei congruențe între frecvența de apariție și rangul mediu de apariție ale elementelor care compun aceste reprezentări (cu titlul de excepție, în funcție de predilecțiile cercetătorului, în locul rangului mediu de apariție a unui termen în asociație, se poate folosi rangul mediu de importanță a aceluiași termen). Congruența avută în vedere se poate obține fie în mod tradițional - prin calculul coeficientului de corelație Spearman - fie pe o cale mai puțin obișnuită - prin intermediul tehnicii tabelare prototipic-categoriale, a unei proceduri investigaționale constituite din cinci faze distincte - culegerea datelor, calculul indicatorilor de frecvență și rang mediu, crearea tabelului, lectura tabelului, crearea categoriilor.*

**Key words: prototype, category, prototypical – categorical technique, social representations**

#### **Summary**

*The anchoring of the prototypicality and categoryality criteria in the study of the social representations implies the achievement of a congruence between the frequency of occurrence and the average rank of occurrence of the elements that make up these representations (as an exception, according to the researcher's predilections, instead of the average rank of the occurrence of a term, the average rank of the relevance of the same term may be used in the association). The previously mentioned congruence can be obtained either traditionally - by calculating the Spearman's correlation coefficient - or in a less usual way - through the tabular technique of an investigative procedure consisting of five distinct phases - data collection, the calculation of frequency and average rank indicators, table making, table reading, the creation of categories.*

Prototipul, după cum se arată în varii opere ce caracter lexicografic<sup>1</sup>, este ceea ce exprimă „primul tip, prima formă, primul exemplar”, adică „un model ilustrativ (pozitiv sau negativ) înfățișând tipul original după care se realizează ceva” sau – altfel spus – „un obiect care este exponențial pentru o anumită clasă de obiecte”. A opera cu un asemenea termen înseamnă a avea în vedere una sau mai multe *descrieri condensate*, care, făcându-și apariția în mintea fiecăruia dintre noi, funcționează ca niște *repere decisive în clasificarea și interpretarea realității înconjurătoare*.

O precizare semnificativă: raportându-se la lucrurile/stările de fapt care există efectiv, prototipul *nu le vizează direct pe acestea*, ci prin mijlocirea *categoriei*, ultima semnificând „ansamblul de elemente care au în comun una sau mai multe caracteristici”<sup>2</sup>. Or,

<sup>1</sup> Vezi, spre exemplu, *Coteanu I., Seche L., Seche M.* (coord). Dicționarul explicativ al limbii române. – București: Editura Academiei Române, 1984. – P. 755; *Marcu F, Maneca C.* Dicționar de neologisme. – București: Editura Academiei Române, 1986. – P. 881; *Chihaia L., Cișor L., Ciobanu A., Ciubotaru M., Cobeț D.* ș.a. Dicționar enciclopedic ilustrat / Prefață de *M. Avram.* – Chișinău: Editura Cartier, 1999. – P. 810 sau/și *Scriban A.* Dicționarul limbii românești: etimologii, înțelesuri, exemple, citațiuni, arhaisme, neologisme, provincialisme / Ediție anastatică îngrijită și prefațată de *I. Opreșan.* – București: Editura Saeculum I.O., 2013. – P. 1068.

<sup>2</sup> Expresia este preluată din *Grand dictionnaire de la psychologie* (Sous la direction de *H. Bloch, R. Chemama, A. Gallo, P. Leconte, J.-F. Le Ny, J. Postel, S. Moscovici, M. Reuchlin et É. Vurpillot.* – Édition mise à jour. – Paris : Larousse, 1992. – P. 116). Tot aici, dăm de următorul comentariu : „În psihologie, noțiunea de *categorie* este folosită în general pentru a desemna o entitate de natură cognitivă. Este

precum putem constata, analizând lucrările unora dintre cei mai importanți specialiști din domeniu<sup>3</sup>, orice prototip

vorba, în plan cognitiv, despre reprezentarea unei clase de obiecte grupate pe baza unor proprietăți comune. Studiul categoriilor naturale, care sunt cel mai adesea desemnate printr-un lexem („păsări”, „plante”, „veșminte” etc.), evidențiază organizarea lor în rețele ierarhice (sau taxonomii), așa cum apartenența unei categorii la o categorie supraordonată este definită prin faptul că posedă toate caracteristicile acesteia din urmă. Relațiile de incluziune categorială sunt reprezentate în extensiune, fiecare categorie fiind definită, în esență, prin relația cu celelalte categorii. O abordare complementară constă în considerarea categoriilor în intensiune, adică în caracterizarea lor mai ales prin atributele care definesc clasele corespunzătoare. Există unele proprietăți susceptibile să confere un relief cognitiv aparte anumitor categorii. Una dintre aceste proprietăți este gradul de reprezentativitate al categoriei în raport cu categoria supraordonată. Această proprietate definește gradul de tipicitate al categoriei. O altă proprietate este nivelul de abstracție al categoriei în ierarhia de care aparține. „Nivelul de bază” corespunde nivelului cel mai ridicat dintr-o ierarhie ale cărei elemente au în comun și un număr ridicat de proprietăți care pun în joc programe motorii identice și posedă caracteristici figurative similare”.

<sup>3</sup> Vezi, în acest sens, *Rosch E.* On the internal structure of perceptual and semantic categories // *T. Moore* (ed.). Cognitive Development and the Acquisition of Language. – New York: Academic Press, 1973; *Rosch E.* Principles of Catégorisation // *E. Rosch, B.B. Lloyd* (eds.). Cognition and Catégorisation. – New Jersey: Erlbaum, 1979. – P. 28-49; *Cantor N., Mischel W.* Prototypes in Person Perception // *L. Berkowitz* (ed.). Advances in Experimental Social Psychology. – Vol.12. – New York: Academic Press, 1979. – P. 3-52; *Buss D.M., Craik K.H.* The Act-frequency Approach to Personality // *Psychological Review.* – 1983. – No. 90. – P. 105-126 sau/și *Askevis-Leherpeux F.* Prototype // *R. Doron, F. Parot.* Dictionnaire de psychologie. – Paris: Presses Universitaires de France, 1991. – P. 621.

nu este altceva decât **(i)** un „rezumat cognitiv” care redă „aerul de familie” al unei categorii, **(ii)** punctul central în jurul căruia se definește și se organizează o categorie de obiecte naturale sau **(iii)** un model care întruchipează trăsătura/combinatia de trăsături cea mai frecventă dintr-o categorie. În definitiv, prototipul face dovadă faptului că este fie un „ansamblu de trăsături tipice ale unei categorii”, fie „un model care trimite la media trăsăturilor acoperite de o categorie”, fie „un reprezentant concret al unei anumite categorii”.

Este de remarcat faptul că, în timp, noțiunii de prototip i-a revenit un rol important în statornicirea sau/și dezvoltarea viziunilor cu referire la mediul social și modalitățile de cunoaștere a lui. Prin antrenarea ei, s-a demonstrat, între altele, existența următoarei legi-tăți: atunci când indivizilor li se cere să enumere atribute relative la categorii personale (*persoană cultivată* sau *persoană extrovertită*, spre exemplu), aceștia se referă, de cele mai multe ori, la niște trăsături care rezultă din comunitatea sau coincidența de păreri. Mulțumită descoperirii vizate, a devenit posibilă realizarea unui ciclu impunător de lucrări care au scos în lumină prototipurile consensuale necesare efectuării diagnosticărilor cu caracter curent sau clinic, stabilirii profilului de personalitate (anxios, paranoic, schizofrenic etc.) sau tipului de situație socială (sărbătoare, confruntare, reuniune științifică etc.). În toate cazurile, prototipul a servit ca „intermediar pentru procesele de memorare, amintire și recunoaștere”<sup>4</sup>

<sup>4</sup> Pentru confirmare și alte detalii, vezi, spre exemplu, Cantor N., Mischel W. Prototypes in Person Perception // L. Berkowitz (ed.). *Advances in Experimental Social Psychology*.

Mai aproape de zilele noastre, noțiunea de prototip este semnificativ implicată și în procedurile investigaționale orientate spre identificarea schimbărilor care intervin, de zi cu zi, la nivel atitudinal și comportamental. Ce descoperă, bunăoară, F. Gibbons, M. Gerrard, H. Blanton și D. Russell, patru cunoscuți psihosociologi americani, în momentul în care finalizează un impunător studiu experimental cu referire la comportamentele umane riscante? La acel moment – ne referim la anul 1998 –, ei reușesc să scoată în evidență faptul că predicția de acuratețe a comportamentelor umane riscante (cum ar fi, de pildă, *sexul neprotejat* sau *consumul de alcool*) trebuie să includă, alături de variabilele clasice (= experiența de viață acumulată, atitudinea față de ceea ce înseamnă primejdie, normele sociale împărtășite, intențiile comportamentale etc.), încă două elemente – gradul de voință/consimțirea în a te angaja în asemenea comportamente și prototipul de referință. Oferind explicațiile de rigoare, autorii studiului arată că includerea binomului *gradul de voință – prototipul de referință* nu este deloc întâmplătoare. Or, potrivit lor, intensitatea voinței este mereu determinată de prototipul luat ca reper, adică de cum sunt perce-

– Vol.12. – New York: *Academic Press*, 1979. – P. 3-52; Buss D.M., Craik K.H. The Act-frequency Approach to Personality // *Psychological Review*. – 1983. – No. 90. – P. 105-126; Semin G. Prototype // *Grand dictionnaire de la psychologie / Sous la direction de H. Bloch, R. Chemama, A. Gallo, P. Leconte, J.-F. Le Ny, J. Postel, S. Moscovici, M. Reuchlin et É. Vurpillot*. – Édition mise à jour. – Paris : *Larousse*, 1992. – P. 606 sau/și Semin G. Prototip // S. Chelcea (ed.). *Dicționar de psihosociologie*. – București: Editura *I.N.I.*, 1998. – P. 173-174.

puți că arată în mod tipic indivizii care practică comportamente riscante.<sup>5</sup>

Întrunind, precum am văzut, caracteristicile unui „rezumat cognitiv” susceptibil să exprime „aerul de familie” a ceea ce poate fi luat drept „clasă de obiecte grupate pe baza unor proprietăți comune”, prototipul a atras, în mod firesc, și atenția specialiștilor interesați de problematica analizei structurale a reprezentărilor sociale. Acest lucru s-a întâmplat, pentru prima oară, acum douăzeci și ceva de ani, când P. Vergès, nume de referință în știința psihosociologică contemporană, pune la dispoziția comunității științifice două importante articole regeneratoare - *L'évocation de l'argent, une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation* [1] și, respectiv, *Approche du noyau central: propriétés qualitatives et structurales* [2]. Prin mijlocirea lor, se vine cu inițiativa ca în determinarea centralității unei reprezentări sociale să fie luată în calcul nu doar *tehnica punerii în discuție a nucleului central* sau *tehnica inducerii prin scenariu ambiguu*, ci și *tehnica de analiză prototipic-categorială a termenilor asociați*.

Ultima tehnică, spre deosebire de celelalte două, urmează a fi pusă în practică prin realizarea unei congruențe între *frecvența de apariție* și *rangul mediu de apariție* ale elementelor reprezentațio-

nale (cu titlul de excepție, în funcție de predilecțiile cercetătorului, în locul *rangului mediu de apariție* a unui termen în asociație se poate folosi *rangul mediu de importanță* a aceluiași termen). Bineînțeles, spune P. Vergès, congruența acestor indicatori poate fi lesne realizată prin calculul coeficientului de corelație Spearman. Pentru aceasta, nu avem decât să facem uz fie de formula

$$\rho = 1 - \frac{6 \times \Sigma d^2}{n(n^2 - 1)}$$

(care este valabilă în cazurile în care indicatorii corelați nu au mărimi egale și în „arhitectura” căreia  $d$  reprezintă diferența dintre parametrii valorilor măsurate la un subiect, iar  $n$  se referă la numărul total de subiecți antrenați în cercetare), fie de formula

$$\rho = \frac{n(\Sigma r_x r_y) - \Sigma r_x \times \Sigma r_y}{\sqrt{n \Sigma r_x^2 - (\Sigma r_x)^2} \sqrt{n \Sigma r_y^2 - (\Sigma r_y)^2}}$$

(care este aplicabilă atunci când variabilele corelate au mărimi egale și în „țesutul” căreia și reprezintă indicii acestor variabile). Cu cât valoarea coeficientului de corelație, calculat în baza uneia din cele două formule, se va apropia mai mult de zero, cu atât variabilele avute în vedere vor fi tot mai necorelate, tot mai „străine” una față de alta (un coeficient de corelație egal cu zero semnificând lipsa oricărei legături între aceste variabile). Și invers, cu cât valoarea coeficientului de corelație va fi mai aproape de +1, cu atât aceleași variabile vor fi mai asociate, mai strâns legate între ele, dispunând de mai multe elemente comune (un coeficient de corelație care va avea exact valoarea +1 va indica la faptul că variabilele în cauză dispun de aceiași indici ai scorurilor). Totodată, coeficientul de corelație cu mărimi apropiate de -1 va însemna că

<sup>5</sup> Pentru confirmare și alte detalii, vezi, spre exemplu, Gibbons F., Gerrard M., Blanton H., Russell D. Reasoned action and social reaction: Willingness and intention as independent predictors of health risk // *Journal of Personality and Social Psychology*. – 1998. – No. 65. – P. 57-72 sau/și Ivan L., Iluț P. Prototip // S. Chelcea, P. Iluț (coord.). Enciclopedie de psihosociologie. – București: Editura Economică, 2003. – P. 272-273.

rangurile dintr-o variabilă sunt inversul rangurilor din cealaltă variabilă (un coeficient de corelație egal cu -1 va arăta că rangurile dintr-o variabilă redau inversul perfect al rangurilor din cealaltă variabilă)<sup>6</sup>.

Făcând trimitere la coeficientul de corelație Spearman, prin a-i invoca importanța în stabilirea gradului de congruență între *frecvența de apariție și rangul mediu de apariție* (sau, după caz, *rangul mediu de importanță*) a elementelor de origine reprezentatională, P. Vergès ține să accentueze, totodată, că aceeași operațiune poate fi efectuată și prin intermediul *tehnicii tabelare*, a unei proceduri investigaționale constituite din cinci faze distincte - *culegerea datelor, calculul indicatorilor de frecvență și rang mediu, crearea tabelului, lectura tabelului, crearea categoriilor*. În mare, caracteristicile definitorii ale fiecărei faze se prezintă după cum urmează:

• **Prima fază** [= *culegerea datelor*]

<sup>6</sup> Descrierea detaliată a coeficientului de corelație Spearman nu constituie obiectul prezentului studiu. Genul vizat de descriere, o spunem pentru cei interesați, poate fi găsit, bunăoară, în *Clocotici V., Stan A. Statistică aplicată în psihologie*. - Iași: Editura *Polirom*, 2001. - P. 242-244; *Rateau P. Metodele și statisticile experimentale în științele umane / Traducere din franceză de A. Gruev-Vintilă*. - Iași: Editura *Polirom*, 2004. - P. 191-197; *Opariuc-Dan C. Statistică aplicată în științele socio-umane. Analiza asocierilor și a diferențelor statistice*. - Sibiu: Editura *Arhip-Art*, 2011. - P. 19-26; *Наследов А. Д. Математические методы психологического исследования. Анализ и интерпретация данных*. - СПб: Речь, 2012. - С. 121-134 sau/și *Racu I. Psihodiagnoza. Statistica psihologică*. - Chișinău: Editura *Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”*, 2017. - P. 139-151.

Datele se obțin printr-o sarcină de asociere liberă. Dându-le subiecților din eșantion un cuvânt inductor, cercetătorul le va cere imediat să pună pe hârtie toți termenii asemănători care le vin în minte. Caracterul spontan, mai puțin controlat al intervențiilor asigură, într-o asemenea împrejurare, o deschidere rapidă și relativ ușoară spre elementele care constituie universul semasiologic al obiectului studiat.<sup>7</sup> Cerința înaintată de către cercetător poate lua următoarea formă: „Când roștiți cuvântul ... [se formulează itemul inductor], care sunt acele primele cinci<sup>8</sup> cuvinte asemănătoare care vă vin în minte?”. În cele ce urmează, sarcina va fi completată cu o ordonare a asocierilor efectuate în funcție de importanța pe care le-o atribuie subiecții în raport cu obiectul reprezentării. Consemnul,

<sup>7</sup> M. Curelaru și V. Curelaru, spre exemplu, desfășurând, la sfârșitul anilor '90, o cercetare empirică pe tema practicilor de gen, au obținut pentru cuvântul inductor *femininitate* următorii termeni asociați: *frumusețe, gingășie, eleganță, rafinament, sensibilitate*. Pentru confirmare și alte detalii, vezi *Curelaru M., Curelaru V. Efectele de semnificație și context în reprezentările sociale ale practicilor de gen la elevii de liceu // Analele Științifice ale Universității „Al. I. Cuza”*. - Seria *Psihologie*. - 2000. - Nr. IX-X. - P. 205-220.

<sup>8</sup> În general, nu există reguli stricte cu privire la numărul de asocieri care pot fi solicitate subiecților incluși în eșantion. Dacă unii cercetători, după cum observă M. Curelaru, trecând în revistă mai multe studii de specialitate, nici măcar nu specifică acest aspect, lăsând subiectului posibilitatea de a produce câte asociații dorește, atunci alții - cei mai mulți, de fapt - optează pentru un număr finit, de regulă între trei și șapte asocieri verbale. Pentru confirmare, vezi *Curelaru M. Reprezentări sociale / Prefață de A. Neculau*. - Ediția a II-a, revăzută. - Iași: Editura *Polirom*, 2006. - p. 112.

la acest moment, poate fi formulat astfel: „Gândiți-vă, în continuare, la ... [se prezintă, din nou, itemul inductor], așezând cuvintele care v-au venit în gând prin asociație în ordinea importanței, de la *cel mai important* la *cel mai puțin important*”. Este evident că prima sarcină ne va furniza datele necesare pentru identificarea *frecvenței de apariție* și a *rangului mediu de apariție*, iar cea de-a doua sarcină – datele necesare pentru reliefaarea *rangului mediu al importanței*.

• **A doua fază** [= calculul indicatorilor de frecvență și rang mediu]

Sunt trecute în registrul datele obținute în urma realizării celor două sarcini din cadrul primei faze. În baza lor, se calculează, pentru început, *frecvențele* fiecărui item în populația desemnată de o variabilă. După aceea, se obține pentru fiecare element/termen *rangul mediu de apariție*, indicator care reprezintă poziția medie a elementului/termenului respectiv în lanțul asociativ. Exact la fel se procedează și pentru calcularea *ran-*

#### A. Tabelul FA x RA

	<b>Rang înalt în apariție</b> <i>Elemente plasate pe primele locuri ale lanțului asociativ</i> (sub un anumit prag)	<b>Rang scăzut în apariție</b> <i>Elemente plasate pe următoarele locuri ale lanțului asociativ</i> (peste un anumit prag)
<b>Frecvență ridicată</b> (peste un anumit prag)	<i>Frecvență ridicată – rang înalt</i> <b>Elemente centrale</b> (TEME CENTRALE)	<i>Frecvență ridicată – rang scăzut</i> (STATUT AMBIGUU)
<b>Frecvență slabă</b> (sub un anumit prag)	<i>Frecvență slabă – rang înalt</i> (STATUT AMBIGUU)	<i>Frecvență slabă – rang scăzut</i> <b>Elemente periferice</b> (TEME PERIFERICE)

#### B. Tabelul FA x RI

	<b>Rang înalt în importanță</b> <i>Elemente plasate pe primele locuri ale lanțului asociativ</i> (sub un anumit prag)	<b>Rang scăzut în importanță</b> <i>Elemente plasate pe următoarele locuri ale lanțului asociativ</i> (peste un anumit prag)
<b>Frecvență ridicată</b> (peste un anumit prag)	<i>Frecvență ridicată – rang înalt</i> <b>Elemente centrale</b> (TEME CENTRALE)	<i>Frecvență ridicată – rang scăzut</i> (STATUT AMBIGUU)
<b>Frecvență slabă</b> (sub un anumit prag)	<i>Frecvență slabă – rang înalt</i> (STATUT AMBIGUU)	<i>Frecvență slabă – rang scăzut</i> <b>Elemente periferice</b> (TEME PERIFERICE)

gului importanței.<sup>9</sup> **A treia fază** [= crearea tabelului]

Conform algoritmului elaborat de P. Vergès, mai întâi trebuie pusă în evidență *frecvența de apariție* (= indicatorul de bază), după care se poate alege unul din ceilalți doi indicatori (luați drept *secundari*) – *ordinea de apariție* sau *ordinea de importanță* (selecția se va face în funcție de sarcina pe care au primit-o subiecții incluși în eșantion). În consecință, se pot construi două categorii de tabele: cel în care *frecvența apariției* [FA] este încrucișată cu *rangul apariției* [RA] sau cel în care *frecvența apariției* [FA] este încrucișată cu *rangul importanței* [RI].

Din punct de vedere grafic, categoriile de tabele la care facem referință se înscriu în următoarele forme:

Pentru a face tabelele operaționale, P. Vergès propune ca în ele să nu fie trecute toate elementele, ci numai acele dintre ele care depășesc o anumită frecvență (identificată de către cercetător).

• **A patra fază** [= lectura tabelului]

La o examinare mai atentă a tabelului [indiferent de forma în care se înscrie: **FA x RA** sau **FA x RI**], se va observa că elementele asociate situate în căsuța din stânga-sus sunt cel mai probabil *centrale*, iar cele situate în căsuța din dreapta-jos sunt cel mai probabil *periferice*. Celelalte elemente – situate fie în căsuța din dreapta-sus, fie în căsuța din stânga-jos – vor intra, pentru o vreme, sub semnul întrebării, „clarificarea statutului lor necesitând metode suplimentare”.

<sup>9</sup> Pentru a înlesni procesul de identificare a indicatorilor avuți în vedere, P. Vergès și colaboratorii săi au pus la dispoziția tuturor celor interesați un program statistic specializat numit *EVOC 2000*. Vezi, în acest sens, *Scano S., Junique C., Vergès P. Ensemble de programmes permettant l'analyse des evocations – EVOC 2000* [Manuel]. – Aix-en-Provence: Aix-en-Provence Université, 2002.

• **A cincea fază** [= crearea categoriilor]

Acum, atenția este concentrată asupra creării unor *categorii tematice* prin care asocierile obținute anterior nu mai apar răzleț, ci grupate în jurul unor teme care ocupă un loc privilegiat în discursurile subiecților. În opinia lui P. Vergès, „capacitatea unor elemente de a agrega termenii asociați le conferă acestora o valoare calitativă corespunzătoare poziției centrale”.

În intenția de a oferi un exemplu concludent cu raportare la utilitatea tehnicii prototipic-categoriale, ne vom referi, din nou, la P. Vergès și la modalitatea prin care acesta identifică, la 1992, reprezentările sociale ale banului [3].<sup>10</sup> Eșantioanele, la acel moment, au fost ex-

<sup>10</sup> Evident, am fi putut recurge și la alte studii. Tehnica prototipic-categorială este utilizată, bunăoară, de către A. Neculau și M. Curelaru într-un proiect consacrat reprezentării sociale a sărăciei (vezi, în acest sens, *Neculau A., Curelaru M. Reprezentarea socială a sărăciei – impactul apartenenței sociale și al implicării în relația de ajutor // A. Neculau, G. Ferréol* (coord.). Aspecte psihosociale ale sărăciei. – Iași: Editura *Polinom*, 1999. – P. 164-177) sau de către A. Neculau și L.M. Iacob într-un studiu centrat pe identificarea particularităților procesului de reprezentare socială a puterii (vezi, pentru confirmare, *Neculau A., Iacob L.M.* Sub semnul paradoxului. Aspecte ale reprezentării sociale a puterii în context românesc // *Psihologia socială* [Universitatea „Al.I. Cuza”, Iași]. – 2013. – Nr. 32 (II). – P. 105-125). Am ales, însă, să exemplificăm prin studiul lui P. Vergès, deoarece, într-un anume fel, lui îi revine statutul de *probă exponențială* (or, anume de el se face uz în literatura de specialitate atunci când vine vorba despre tehnica prototipic-categorială și rolul ei în decelarea reprezentărilor sociale). În plus, am ținut cont de faptul că în acest studiu s-a operat în exclusivitate cu tehnica avută în vedere, accentul punându-se doar pe ea (or, în studiul semnat de A. Neculau și M. Curelaru „în joc” mai intră *interviul semidirectiv* și *tehnica analizei de conținut*, iar în cel semnat de A. Neculau și L.M. Iacob mai apar *interviul semi-structurat* și *diferențiatorul semantic*).

trase din trei populații franceze: un grup de 367 de subiecți din regiunea marseieză, 400 de subiecți de gen feminin din zona Nîmes și un lot de studenți din anul III de la Universitatea Aix-en-Provence. Pentru început, autorul studiului a utilizat cel mai simplu procedeu de culegere a detaliilor- *asociația liberă*. Fiind contactați telefonic, subiecții incluși în eșantioane au fost rugați să pună în pagină

cuvintele care le vin imediat în minte în legătură cu termenul *bani*. Calculele cu care s-a operat în continuare au avut în vedere doi indicatori – frecvența de apariție a termenului și ordinea /rangul apariției lui. Datele obținute și-au găsit reflectare în trei tabele cuadricompartimentate. Tabelul pentru subiecții din regiunea marseieză, spre exemplu, a căpătat următoarea expresie:

<b>Rang mediu</b>		
	<1,8	≥1,8
<b>Frecvență</b>		
≥18	51 Muncă 48 Bunăstare 24 Fericire 21 Confort 22 Bogăție 23 Viață 18 A trăi	24 Putere 33 Timp liber 20 Cumpărături
<18	15 Salariu 15 Facilitate 14 Monedă 12 Gologani 11 Bancnotă	16 Sănătate 16 Lux 15 Călătorie 14 Necesitate 14 Nevoie 14 Siguranță 13 Plăcere 11 Economii 11 Impozit

Având la îndemână tabelul care arăta că în mediul studenților din Marsilia reprezentarea socială a banului cuprinde, cel mai probabil, șapte elemente centrale („muncă”, „bunăstare”, „fericire”, „confort”, „bogăție”, „viață” și „a trăi”) și respectând într-un-totul logica tehnicii pe care a avansat-o, P. Vergès mai întreprinde un pas – vine cu o multitudine de *etichete categoriale* pe care le raportează, printr-un alt tabel, atât la termenii asociați

întâlniți anterior, cât și la niște termeni de care nu s-a știut anterior („care nu au fost prezenți în tabele în categoriile astfel definite”, după cum preferă să spună M. Curelaru<sup>11</sup>). În definitiv, s-a ajuns la următorul tablou: regruparea elementelor în baza celor nouă etichete categoriale a contribuit la apariția unui *plus de informație*. Pentru a demonstra acest fapt, P. Vergès mai propune un tabel – al treilea la număr – în care apar categoriile (cu denumiri în variantă prescurtată),

<sup>11</sup> Vezi, în acest sens, Curelaru M. Reprezentări sociale / Prefață de A. Neculau. – Ediția a II-a, revăzută. – Iași: Editura Polirom, 2006. – P. 115.



<b>Lista categoriilor utilizate</b>	
1. Banul câștigat	1.1. Munca 1.2. Salariul
2. Banul ca mod de viață	2.1. Bunăstarea, Fericirea, Confortul 2.2. Viața, A trăi (Ceea ce trebuie pentru a trăi) 2.3. Nevoia: de la Lipsuri la Abundență (Dificultate, Facilitate, Siguranță)
3. Banul și lucrurile sale	Bunuri și Servicii (Casă, Călătorie, Timp liber, Haine, Mâncare, Mașină etc.), Avere, Proprietatea
4. Bugetul familial	4.1. Bugetul familial 4.2. Cumpărături, Cheltuieli 4.3. Cumpătare, Economii 4.4. Familia
5. Actorii economici	5.1. Banca 5.2. Bursa 5.3. Statul 5.4. Întreprinderea 5.5. Comerțul
6. Banul ca substanță	6.1. Denumirea argotică 6.2. Materialitatea banului
7. Banul apreciat	
8. Banul sub impactul moralei	8.1. Pericol moral sau social (Corupție, Arivism, Orgoliu) 8.2. Banul ca fruct al norocului sau al riscului 8.3. Valoarea 8.4. Etică personală (Generozitate, Cupiditate) 8.5. Modulările deontice (Necesitate, Permisivitate, Constrângere) 8.6. Luxul și obiectele sale
9. Politica	

importanța fiecărei categorii redată prin numărul evocărilor emise (în %), indicele de apariție al etichetei categoriale în primul rang ( % din totalul ca-

tegoriei) și partea ocupată de „cuvintele organizatoare ale categoriei” în ansamblul evocărilor. Tabelul avut în vedere se prezintă în felul următor:

<b>Categorii</b>	<b>% din evocări</b>	<b>% în primul rang</b>	<b>% din categorie</b>
<i>Muncă-salariu</i>	<b>10,5 %</b>	<b>55 %</b>	<b>76 %</b>
<i>Mod de viață</i>	<b>27,5 %</b>	<b>46 %</b>	<b>84 %</b>
Lucruri	13,2 %	22 %	58 %
Buget familial	8,5 %	39 %	43 %
Actori economici	7,0 %	38 %	36 %
Materialitate	9,0 %	58 %	50 %
Calitate	2,7 %	59 %	**
Morală	15,9 %	35 %	40 %
Politică	5,7 %	47 %	51 %

Ce rezultă din tabelul prezentat mai sus? Din el rezultă – și aici este cazul să recunoaștem existența aceluia *plus de informație* – că *munca împreună cu termenul salariu, bunăstarea, fericirea, confortul, viața și a trăi* sunt elementele care par să se ralieze criteriilor de centralitate. Or, din toate elementele prezente în ultimul tabel, enumele ele sunt acelea care **(i)** domină prin numărul de evocări exprimate și **(ii)** organizează în jurul său categorii în care peste 75% dintre evocări le aparțin în totalitate.

### **Referințe bibliografice:**

1. Vergès P. L'évocation de l'argent, une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation // *Bulletin de psychologie*. – 1992. – No. XLV (405). – P. 203-209.
2. Vergès P. Approche du noyau central: propriétés qualitatives et structurales // C. Guimelli (ed.). Structures et transformations des représentations sociales. – Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1994. - P. 233-253.
3. Vergès P. L'évocation de l'argent, une méthode pour la définition du noyau central d'une représentation // *Bulletin de psychologie*. – 1992. – No. XLV (405). – P. 203-209.

**Primit la redacție 02. 02. 2018**