

## Cuprins

<i>Prefață (Adrian Neculau)</i> .....	11
<b>Capitolul 1. Privire generală asupra teoriei reprezentărilor sociale</b>	
1. Introducere .....	16
2. De la reprezentări colective la reprezentări sociale .....	17
2.1. „Naturalizarea” unui concept sociologic : reprezentarea colectivă .....	17
2.2. <i>Reprezentări sociale și forme de comunicare</i> .....	19
Difuzarea .....	20
Propagarea .....	21
Propaganda .....	21
2.3. <i>Critica teoriei reprezentării sociale</i> .....	23
3. Dezvoltări ale teoriei reprezentărilor sociale .....	24
<i>Lecturi recomandate</i> .....	27
<i>Glosar</i> .....	27

## Capitolul 2. Obiect și procese fundamentale

1. Definierea reprezentării sociale .....	30
2. Obiect și subiect, individual și social .....	33
3. În căutarea obiectului : diversitate, criterii .....	35
3.1. <i>Discuția asupra obiectului reprezentării</i> .....	35

3.2.	<i>Criterii de identificare a obiectului</i> .....	36
	Polimorfismul obiectului .....	36
	Grupul social .....	37
	Identitatea și coeziunea .....	37
	Interacțiunea intergrupuri .....	38
	Absența ortodoxiei .....	38
3.3.	<i>Diversitatea obiectelor reprezentării</i> .....	40
4.	<i>De la nefamiliar la familiar</i> .....	42
4.1.	<i>Știință, simț comun și reprezentare socială</i> .....	42
4.2.	<i>Universuri consensuale și universuri reificate</i> .....	46
5.	<i>Procese fundamentale ale reprezentării</i> .....	48
5.1.	<i>Obiectificarea</i> .....	48
5.2.	<i>Ancorarea</i> .....	50
6.	<i>Structura tripartită a reprezentării sociale</i> .....	51
	Componenta cognitivă .....	52
	Componenta afectivă .....	53
	Componenta comportamentală .....	54
	<i>Lecturi recomandate</i> .....	54
	<i>Glosar</i> .....	55

### **Capitolul 3. Integrări conceptuale**

1.	<i>Introducere</i> .....	58
2.	<i>Reprezentări sociale, opinii și atitudini</i> .....	59
2.1.	<i>Opinii</i> .....	59
2.2.	<i>O paradigmă mai cuprinzătoare</i> .....	61
2.3.	<i>Reprezentările sociale - „argumentări”     pentru opinii și atitudini</i> .....	63
2.4.	<i>„Atitudini individuale” vs „atitudini sociale”</i> .....	63
2.5.	<i>Reprezentările sociale : instanțe mediatoare     între ideologii și atitudini</i> .....	68

3. Ideologie și reprezentări sociale .....	70
3.1. <i>Originea și înțelesul noțiunii de ideologie</i> .....	70
3.2. <i>Reprezentările sociale : particularizări ideologice</i> .....	71
3.3. <i>Diferențe ireconciliabile între ideologie și reprezentare</i> ..	75
4. <i>Nexus</i> .....	78
5. <i>Thémata</i> .....	80
6. <i>Modele integratoare</i> .....	81
<i>Lecturi recomandate</i> .....	85
<i>Glosar</i> .....	86

#### **Capitolul 4. Structura reprezentărilor sociale**

1. Teoria nucleului central .....	88
1.1. <i>Teoria structurală a reprezentărilor sociale</i> .....	88
Originile teoriei nucleului .....	88
1.2. <i>Sistemul central (nucleul central)</i> .....	89
Caracteristici principale .....	89
Funcțiile principale ale nucleului .....	91
1.3. <i>Sistemul periferic</i> .....	91
Caracteristici principale .....	91
Funcțiile sistemului periferic .....	92
Observații asupra structurii duale a reprezentării sociale .....	93
1.4. <i>Abordarea empirică a nucleului central         și a sistemului periferic</i> .....	94
1.5. <i>Diferențieri interne</i> .....	95
Elemente prioritare, elemente auxiliare .....	95
Elemente funcționale, elemente normative .....	97
Elemente descriptive, elemente evaluative .....	98
1.6. <i>Funcționarea nucleului central</i> .....	101

1.7.	<i>Verificarea centralității</i> .....	103
	Proprietățile nucleului central .....	103
	Tehnica punerii în discuție a nucleului central (MEC) (Moliner, 1988, 1996) .....	105
	Tehnica inducerii prin scenariu ambiguu (ISA) (Moliner, 1993a) .....	109
	Tehnica prototipic-categorială (Vergès, 1992, 1994) .....	111
1.8.	<i>Ilustrări empirice</i> .....	116
	Reprezentări sociale ale economiei .....	116
	Reprezentări sociale ale științei: consumatori și nonconsumatori de vulgarizare științifică .....	118
	Reprezentări sociale ale șomajului .....	119
	Sărăcia și reprezentarea sa socială .....	120
2.	Dezvoltări ale teoriei nucleului central (modelul SCB) .....	124
2.1.	<i>Subiect ideal vs subiect efectiv</i> .....	124
2.2.	<i>Premise</i> .....	125
2.3.	<i>Schemele cognitive de bază</i> .....	126
2.4.	<i>Scheme stranii și scheme de negare</i> .....	130
2.5.	<i>Utilizarea modelului SCB în cercetare</i> .....	132
3.	Teoria principiilor organizatoare de luări de poziție .....	137
3.1.	<i>Consens și diferențiere</i> .....	137
3.2.	<i>Niveluri explicative</i> .....	139
	Abordarea reprezentării sociale la nivelul cunoașterii comune (cogniții împărtășite de un grup) .....	139
	Abordarea reprezentării sociale la nivelul variațiilor individuale (sau interindividuale) .....	140
	Abordarea reprezentării sociale la nivelul ancorărilor în realități sociopsihologice .....	140
3.3.	<i>Ilustrări empirice</i> .....	141
	<i>Lecturi recomandate</i> .....	145
	<i>Glosar</i> .....	146

## Capitolul 5. Context, practici și transformare

1. Context și reprezentare socială .....	150
1.1. <i>Definiții ale contextului</i> .....	150
1.2. <i>Dificultăți ale cercetării influenței contextului</i> .....	151
Relația dinamică de influență reciprocă și complexă individ-media fizic și social .....	153
Context de selecție și context de influență .....	153
Același context, dar efecte diferite .....	153
Natura ierarhică a influenței contextului .....	153
1.3. <i>Relația strânsă dintre context și reprezentare</i> .....	154
1.4. <i>Cercetarea contextului global-ideologic</i> .....	155
1.5. <i>Contextul situațional și influența sa</i> .....	160
2. Reprezentări sociale și practici .....	170
2.1. <i>Practici, cunoaștere și identitate socială</i> .....	170
2.2. <i>Practici, ideologie și reprezentări sociale</i> .....	172
2.3. <i>Studiul descriptiv al practicilor sociale</i> .....	174
2.4. <i>Abordarea experimentală a practicilor sociale</i> .....	178
2.5. <i>O taxonomie a practicilor sociale</i> .....	181
2.6. <i>Scurtă sinteză : caracteristici generale</i> .....	186
3. Transformarea reprezentărilor sociale .....	188
3.1. <i>Fazele procesului de transformare</i> .....	188
Faza de emergență .....	188
Faza de stabilitate .....	188
Faza de transformare .....	189
3.2. <i>Mecanisme principale de transformare</i> .....	189
3.3. <i>Modelul structural de transformare a reprezentării</i> .....	191
Modificarea contextului social să fie percepută ca ireversibilă .....	193
Implicarea actorilor sociali .....	193

Situția este percepută ca reversibilă .....	193
Situția este percepută ca ireversibilă, definitivă .....	194
3.4. <i>Ilustrări empirice</i> .....	195
4. Practici și reprezentări sociale semnificative .....	198
4.1. <i>Impactul contextului : efect și lipsă de efect</i> .....	198
4.2. <i>Ilustrări empirice</i> .....	199
4.3. <i>Semnificație și influență contextuală</i> .....	201
4.4. <i>Perspective</i> .....	203
<i>Lecturi recomandate</i> .....	204
<i>Glosar</i> .....	204
<i>Referințe bibliografice</i> .....	207

## 1. Definirea reprezentării sociale

Nu se poate vorbi despre o singură definiție a reprezentării sociale și nici despre una general acceptată de cercetători<sup>1</sup>. Willem Doise a analizat acest fenomen și a ajuns la concluzia că au existat o serie de piedici, de dificultăți care au marcat evoluția teoriei (Doise, 1997). Printre cele mai importante au fost enumerate: polisemia extraordinară a termenului, marea varietate a metodelor de abordare (culegerea datelor și descrierea structurii), situarea la intersecția mai multor științe și modestele încercări de delimitare conceptuală.

În concepția lui Moscovici, reprezentările sociale sunt „sisteme de noțiuni, valori și practici”, teorii ale simțului comun, științe colective sui-generis, elaborate cu dublu scop – pentru:

- instaurarea unei ordini care permite indivizilor să se orienteze în mediul social;
- asigurarea comunicării între membrii unei comunități, prin propunerea unor coduri necesare reglării schimburilor sociale, numirii și „clasificării de o manieră univocă” a „elementelor mediului, istoriei individuale și colective” (Moscovici, 1969, 1961/1976).

Reprezentările sociale sunt ansambluri cognitive alcătuite din teme, principii, norme etc. prezentând un anumit caracter unitar, care influențează normele și valorile vehiculate în societate<sup>2</sup> (Moscovici, 1969, 1961/1976). Ele nu sunt oglindiri pasive ale realității (côpii, repetiții, reproduceri), ci elaborări (reconstituiri, retușări) care au puterea de a organiza și filtra elementele de mediu (Moscovici, 1961/1976).

Dintr-o perspectivă mai dinamică, reprezentările sociale sunt rețele de idei, metafore și imagini, mai mult sau mai puțin legate între ele, dar mai mobile și mai fluide decât teoriile (Moscovici, 2000).

---

1. Pentru o trecere în revistă mai completă a definițiilor, vezi Neculau (1997a).

2. „Reprezentările sociale sunt sisteme cognitive care dispun de o logică și de un limbaj particulare, de o structură de implicații atât asupra valorilor, cât și asupra conceptelor, precum și de un stil de discurs care le este propriu.” (Moscovici, 1969, p. 10)

Willem Doise (1986) consideră reprezentările sociale „principii generatoare de luări de poziție în strânsă relație cu inserțiile specifice” regăsite în varietatea raporturilor sociale (Doise, 1986, p. 89). Aceste principii sunt scheme care organizează raporturile simbolice dintre indivizi și fac trecerea de la *metasistemul social* (instituții, apartenențe grupale, valori, norme) la structurări mai specifice, mai fluctuante și mai izolate, cum ar fi atitudinile și opiniile exprimate de actorii sociali.

Urmându-l pe Moscovici, Jodelet (1984, 1989a) afirmă că reprezentările sunt „științe sociale” care, prin comunicare socială, construiesc o viziune comună asupra lumii. Ele sunt sisteme care pun în relație cunoașterea noastră cu alte tipuri de cunoaștere, cum ar fi cea științifică, furnizând cadre utile înțelegerii mediului ambiant (Jodelet, 1989a)<sup>1</sup>.

Abric (1994a) accentuează asupra caracterului funcțional al reprezentărilor sociale, prezentându-le ca viziuni asupra lumii care permit individului sau grupului să dea un sens conduitelor, să acceseze cunoștințe utile în înțelegerea și interpretarea realității<sup>2</sup>. Pe aceeași idee merge și Pascal Moliner, pentru care reprezentările sociale sunt „grile de lectură a realității”, categorii de cunoștințe cu funcționalitate socială, modalități de integrare comunitară a indivizilor și posibilități de a acționa în lumea socială (Moliner, 1988, 1992a, 1996).

Roussiau și Bonardi (2001) concep reprezentările sociale ca 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. Trei dimensiuni sunt invocate de către acești autori pentru definirea reprezentării sociale :

1. „În egală măsură desemnată ca «știință naivă», «naturală», această formă de cunoaștere se distinge, între altele, de cunoașterea științifică. [...] Se știe, în general, că reprezentările sociale, ca sisteme interpretative, guvernează relațiile cu lumea, orientează și organizează conduitele și comunicările sociale. Ele intervin în procesele de difuzare și asimilare a cunoștințelor, de dezvoltare individuală și colectivă, în exprimarea grupurilor și în transformările sociale.” (Jodelet, 1989a, p. 53)
2. „Reprezentarea funcționează ca un sistem de interpretare a realității care determină relațiile indivizilor cu mediul lor fizic și social, influențându-le comportamentele și practicile. Reprezentarea este un *ghid de acțiune*, ea orientează faptele și relațiile sociale ; este un sistem de precodare a realității, deoarece determină un ansamblu de *anticipări și așteptări*.” (Abric, 1994a, p. 13)

Dimensiunea structurală (reprezentarea ca ansamblu organizat de cogniții)	Ideea de organizare a reprezentării este preluată din teoria scripturilor (Schank și Abelson, 1977) și din cea a prototipurilor (Rosch, 1978), însă este adaptată noului concept <sup>1</sup> . Această dimensiune este evaluată de către reprezentanții școlii structurale de la Aix ca fiind de maximă importanță.
Dimensiunea atitudinală (reprezentarea ca ansamblu de poziții evaluative față de un obiect)	Reprezentările sociale sunt cadre de interpretare a realității dependente de factori de context. Evaluările propuse sunt dependente de normele grupului, de raporturile simbolice dintre acestea sau dintre indivizi, de interese variate etc. Herzlich (1972) consideră că dimensiunea evaluativă este cea mai primitivă din structura reprezentării.
Nivelul informației raportate la un obiect	Reprezentarea socială nu este o dare de seamă științifică. Subiectul se folosește de această construcție cognitivă în activitatea sa zilnică fără a solicita de la ea un nivel ridicat de informare și precizie. Este dimensiunea cel mai puțin studiată a reprezentării.

Ideea ansamblului organizat de elemente cognitive (opinii, informații, credințe) referitoare la un obiect social este preluată și în definiția lui Moliner, Rateau și Cohen-Seali (2002). Câteva caracteristici sunt considerate relevante de către autori :

Organizarea internă	structurat în jurul unor semnificații centrale. Între aceste elemente se stabilesc relații specifice de coerență internă, de opoziție, similaritate, subordonare sau supraordonare etc.
Împărțirea socială	Reprezentările sociale sunt credințe larg difuzate, consensuale, omogene la nivelul grupurilor sociale, elaborate pentru satisfacerea nevoilor acestora.
Elaborarea colectivă	Schimbările interindividuale și expunerea la comunicarea de masă permit membrilor unui grup să pună în comun elemente care vor conduce la emergența reprezentării.
Utilitatea socială	Reprezentările sunt sisteme utile în înțelegerea și stăpânirea mediului social. Ele furnizează criterii de evaluare a comportamentelor, orientări pentru acțiune și legitimează anumite conduite.

1. Abric subliniază diferența, considerată calitativă, dintre nucleul central și prototipul lui Rosch: „Nu prezența frecventă a unui element îi definește centralitatea, [...] ci faptul că el dă semnificație reprezentării” (Abric, 1994a, p. 22)

Se poate remarca, în aprecierile de mai sus, generalitatea cu care este calificat acest concept, slaba concordanță între definiții și descrierea sa vagă. Alte definiții, pe care nu le-am mai trecut în revistă aici, reiau într-o formă sau alta aceste caracteristici și funcții ale reprezentării. Caracterul eterogen al acestui concept (opinii, credințe, norme, valori, scheme) nu permite, după opinia noastră, o altfel de abordare și nici o convergență definițională.

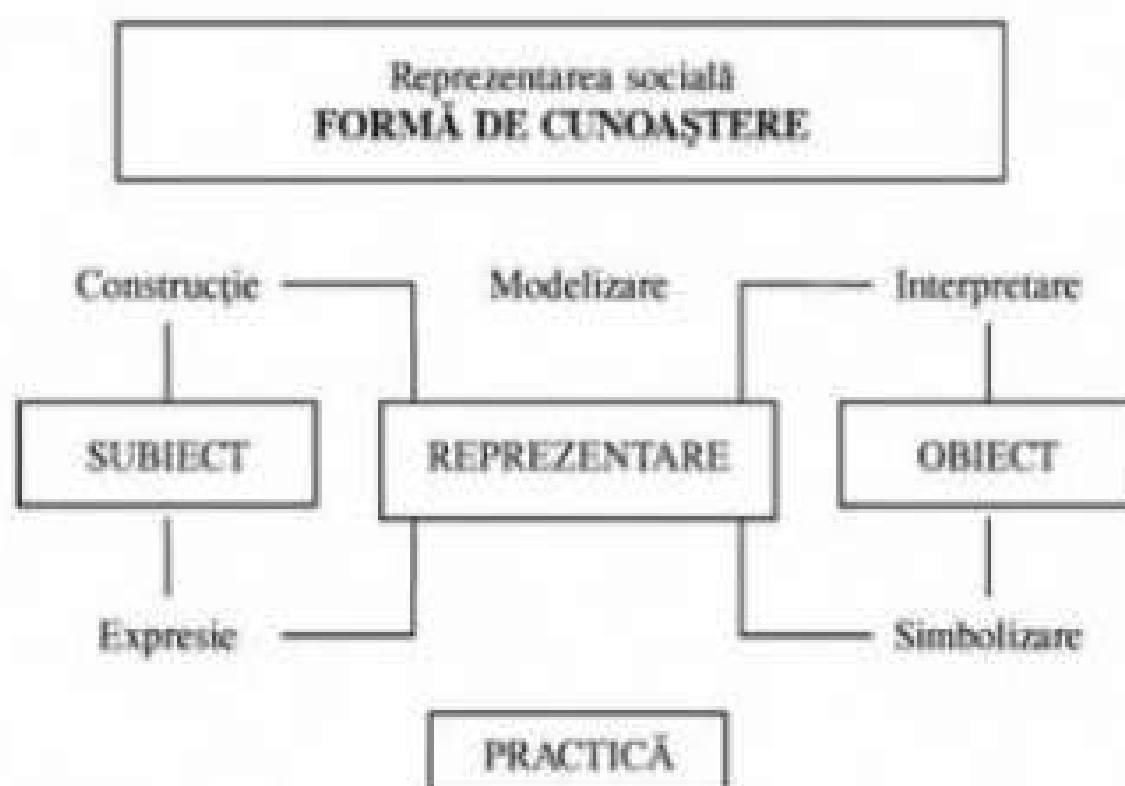
## 2. Obiect și subiect, individual și social

Potrivit lui Moscovici, subiectul are un rol activ în elaborarea unei reprezentări sociale. El se confruntă zilnic cu o mulțime de informații pe care trebuie să le trieze, să le claseze, să le ordoneze și, în sfârșit, să le stăpânească și să le manipuleze. Aceste date sunt preluate din mass-media, din conversații, lecturi etc.; ele sunt amestecate cu experiența proprie și cea a grupului, cu amintirile și trăirile fiecăruia, astfel încât individul devine purtătorul unui tezaur de cunoștințe, posesorul unei „competențe enciclopedice” (Moscovici, 1961/1976). Acest „savant amator”, însetat de informație, se află în fața unei provocări: cum să „indexeze” mulțimea de date, cum să o claseze, să o înzestreze cu semnificații și să o împărtășească celorlalți? Cum să transforme această cunoaștere deseori dificilă, rece, impersonală, științifică într-o cunoaștere comună, practică și ușor transmisibilă?

Distanțându-se de Durkheim, Moscovici accentuează ideea că reprezentarea socială nu face o ruptură între universul exterior și universul interior al individului (Moscovici, 1969, 1961/1976). Este vorba despre un proces de interiorizare prin care individul reconstruiește realitatea, o încarcă de semnificații, „o integrează organizării sale cognitive, sistemului său de valori, istoriei sale, contextului său social și ideologic” (Neculau, 1996, p. 36). 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” (Jodelet, 1989a). Este o *modelizare* a unui obiect în și prin raporturi lingvistice, comportamentale și materiale. Cu acest *obiect* al cunoașterii, reprezentarea

socială se află într-un raport de „simbolizare” (îi ține locul) și de „interpretare” (îi acordă semnificații) și se constituie într-o formă de *expresie*, o *construcție* a subiectului. Prin urmare, elaborarea reprezentării sociale este influențată atât de caracteristicile obiectului, cât și de cele ale subiectului (care se regăsesse, într-o anumită formă, încorporate în această cunoaștere). În final, ea ajută subiectul să-și adapteze conduita la mediu și să se înscrie în *practica* socială (Jodelet, 1989a).

Schema de mai jos redă, într-o formă adaptată, această concepție :



Dintr-o altă perspectivă, s-ar putea spune că reprezentarea socială face legătura între individual și social, prin relația strânsă care se stabilește între aceasta și grupul care o produce. Un prim motiv este faptul că reprezentarea socială este o dimensiune a grupurilor sociale ; ea nu poate exista în afara grupului, independent de acesta (Moscovici, 1961/1976). Grupul este purtătorul informației, depozitarul și propagatorul acesteia. Toate interacțiunile dintre grupurile sociale angajează reprezentări ale acestora, cu rol esențial în definirea și conservarea identității (Doise și Palmonari, 1986 ; Abric, 1994a). De asemenea,

În cadrul grupului se elaborează normele și valorile cu ajutorul cărora membrii își vor regla raporturile sociale din interior și își vor situa propriile acțiuni, iar în exterior vor acționa ca purtători ai identității unui grup. Un alt motiv este procesul de producere a reprezentărilor, pentru că reprezentarea socială este generată colectiv. Dar nu este suficient să definim agentul care o produce, ci trebuie să arătăm și scopul pentru care este produsă. De aceea, apare un al treilea motiv: funcțiile îndeplinite de reprezentările sociale mai cu seamă cele de formare a conduitelor și de orientare a comunicărilor sociale. Reprezentarea socială prevede finalitatea situației (definește de la început tipul de relații sociale pentru subiect, precum și tipul de demers cognitiv care trebuie adoptat în anumite situații), propune un sistem de anticipări și de așteptări (prin selecția unor interpretări care precedă, determină acțiunea) (Abric, 1994a).

### **3. În căutarea obiectului : diversitate, criterii**

#### **3.1. *Discuția asupra obiectului reprezentării***

În ultimii ani s-au studiat numeroase reprezentări sociale. Creșterea numărului de studii publicate i-au determinat pe unii autori să-și pună întrebări cu privire la două aspecte. Pe de o parte, s-a acuzat tendința descriptivă predominantă în aceste studii. Moliner consideră că sunt trei tipuri de cercetări în domeniul reprezentărilor : descriptive, de elucidare și comparative (Moliner, Rateau și Cohen-Scali, 2002). De departe, prima categorie este dominantă. A doua problemă, care se poate ridica după o astfel de recenzare, este legată de specificitatea obiectului reprezentării. Orice element al mediului social, proces sau fenomen, poate fi obiect al reprezentării? Nu avem răspunsuri foarte clare la această problemă. Obiectul poate fi extrem de divers : o persoană, un lucru, un eveniment psihic sau social, un fenomen natural, o idee, o teorie etc.