

REPREZENTAREA SOCIALĂ – O FORMĂ DE CUNOAȘTERE SOCIALĂ**Veronica GORINCIOI***Catedra Psihologie*

The article focuses on identifying the role of social representations on social knowledge. The scope of social representations is to transform new unfamiliar things into well-known facts, helping in such a way people to „build” the reality. Actually, people think and behave according to the social representations they are clinging. Each society, each group has its own representations of the reality. To understand where each social representation came from it is important to find out what are the unknown thing which gave birth to it.

Psihologii sociali împărtășesc opinia lui Lewin conform căreia comportamentul social este mai bine înțeles dacă este privit în funcție de percepția pe care o are individul asupra contextului obiectiv decât în funcție de context în sine. O recompensă sau o pedeapsă vor determina o reacție din partea individului în funcție de felul în care este percepută de către acesta. Este știut că omul de rând nu percepe realitatea în manieră normativă. El nu se supune modelelor logice sau statistice de analiză a informației. El ignoră anumite informații, exagerează altele, suprageneralizează. Aceste „erori” în procesarea informației au la bază atât cauze de natură cognitivă (capacitate limitată de procesare a informației), cât și sociale (norme, reguli sociale) și motivaționale (dorința unei stime de sine înaltă). Astfel, percepția realității se supune unei logici și unor reguli cognitive, cât și unor reguli sociale. Unul dintre fenomenele sociale care permite înțelegerea și interpretarea realității este reprezentarea socială. Ea face ca lumea să fie ceea ce credem noi că este sau că trebuie să fie. Și nici o informație pe care o primim noi nu are o altă semnificație decât cea pe care i-o acordă reprezentarea dată. Conceptul de reprezentare socială a cunoscut o lungă cale de integrare în psihologia socială. Cel dintâi care a introdus noțiunea de reprezentare a fost Emile Durkheim. Autorul susține că primul sistem de reprezentări pe care le-a făcut omul vis-à-vis de sine și de lumea înconjurătoare au fost de origine religioasă. În concepția sa, „reprezentările constituie o clasă foarte generală de fenomene psihice și sociale, înglobând ceea ce desemnăm ca fiind știință, ideologie, religie, mit etc. Ele delimitează aspectul individual de cel social și, în mod paralel, versantul perceptiv de versantul intelectual al funcționării colective” [1]. Durkheim a identificat două tipuri de reprezentări: colective și individuale, primele fiind ca o entitate statică, situată dincolo de individ a cărei origine se află undeva în preistorie; a doua ținând de individ, de capacitatea lui de a gândi prin concepte.

În sec.XX, aproape peste treizeci de ani, conceptul de reprezentare socială își redobândește adevăratul interes în toate domeniile socioumane: antropologie, istorie, lingvistică, psihologie socială, psihanaliză și sociologie. Cel care a transformat conceptul de reprezentare socială în domeniul de vârf al psihologiei sociale a fost Serge Moscovici, care a pus baza acestei teorii, odată cu publicarea lucrării „*La psychanalyse, son image et son public*”. Nu se poate vorbi despre o singură definiție a reprezentării sociale și nici despre una general acceptată. După Jodelet reprezentarea socială este “un sistem de valori, de noțiuni și de practici relative la obiect, aspecte sau dimensiuni ale mediului social care permit nu numai stabilirea cadrului de viață al indivizilor și grupurilor, dar constituie în mod egal un instrument de orientare a percepției situației și de elaborare a răspunsurilor” [2]. Doise definește reprezentările sociale „ca niște principii generatoare de luări de poziție ce sunt legate de inserțiile specifice într-un ansamblu de raporturi sociale, propun o definiție în care semnificația ar trebui să aibă puterea de a fi înțeleasă deopotrivă de sociologi și de psihologii sociali ...eu insist asupra faptului că luările de poziție se realizează prin raporturi de comunicare și privesc orice obiect al cunoașterii ca având o importanță în raporturile stabilite cu agenții sociali. Principiile organizatorice se situează la articularea dintre dinamicile sociale și dinamicile cognitive individuale. Ele se manifestă în organizările de conținut reprezentative care presupun dinamicile simbolice ale raporturilor sociale. N-ar trebui să se utilizeze termenul de reprezentări sociale decât în măsura în care se stabilește o legătură între organizarea cognitivă și raporturile sociale simbolice” [3]. În obținerea lui Moscovici, reprezentarea socială „reprezintă un ansamblu structurat de valori, noțiuni și practici relative la obiect, aspecte sau dimensiuni ale mediului social, un sistem sociocognitiv ce permite supraviețuirea individului în societate, direcționarea comportamentelor și comunicărilor, precum și selecția răspunsurilor la stimulii de mediu” [4]. Din ultima definiție reiese că reprezentarea socială ar avea două scopuri: a instaura ordinea care ar permite indivizilor să se orienteze în mediul social și

a asigura comunicarea membrilor unei comunități prin propunerea unor coduri necesare reglării schimburilor sociale. Se constată că reprezentarea exprimă în mod global un raport față de obiect și că îndeplinește un anumit rol în geneza acestui raport. A reprezenta un lucru sau o stare nu înseamnă, de fapt, a o repeat sau a o reproduce, ci înseamnă a o reconstrui, a-i schimba configurația. Astfel, reprezentările convenționalizează obiectele, persoanele și evenimentele cu care ne aflăm în relație. Le conferă o formă precisă și le impun drept model pentru membrii unui grup, însemnând pentru ei un tip de realitate. Apoi reprezentările sunt prescriptive, adică ni se impun cu o forță irezistibilă. Această forță este combinația dintre o structură prezentă, chiar înainte ca noi să începem a gândi, și a unei tradiții care decide ce ar trebui să gândim. „Aceste reprezentări, împărtășite de mulți, se acumulează în mintea fiecăruia și o influențează, dar nu sunt și gândite; pentru a fi mai preciși, sunt re-gândite, re-citate, re-prezentate... Experiențele și ideile noastre trecute nu sunt moarte, ci continuă să fie active, să schimbe și să infiltreze ideile și experiențele prezente. În multe privințe, trecutul este mai real decât prezentul. Forța și claritatea deosebită a reprezentărilor, adică a reprezentărilor sociale, derivă din succesul cu care controlează realitatea de astăzi prin cea de ieri, precum și de continuitatea pe care acest proces o presupune” [5]. Atribuind un semn convențional realității, pe de o parte, și făcând apel la tradiții și structuri extrem de vechi, pe de altă parte, reprezentarea socială nu face altceva decât să constituie realitatea. Prin autonomia lor și prin presiunea exercitată asupra membrilor unui grup social, ele se prezintă drept adevăruri necontestate. Este știut că reprezentările nu sunt create într-o stare de izolare. Indivizii unui grup social și grupurile ca atare le creează în cadrul interacțiunilor sociale cum ar fi comunicarea și cooperarea. O dată create, reprezentările își au propria viață, există, se atrag, se resping sau se combină dând naștere la noi reprezentări, în timp ce cele vechi sunt scoase din circulație și mor. Dar pentru a înțelege și a explica reprezentările vechi și noi, este necesar să identificăm de ce oamenii creează reprezentări. După Moscovici, “scopul tuturor reprezentărilor este de a face ceva nefamiliar sau chiar nefamiliaritatea însăși, familiar” [6]. Grupurile ca și indivizii sunt supuși unei abundențe de informații și lucruri noi. De obicei, nu toate sunt cunoscute, ceea ce creează o stare de dezechilibru. Pentru a reduce tensiunea și dezechilibrul, se impune ca straniul conținut să se deplaseze în interiorul unui conținut obișnuit. Acest proces de transformare a nefamiliarului în familiar se realizează cu ajutorul a două procese. Primul este *obiectivarea* ce presupune un proces cognitiv prin care individul sau grupurile transformă conceptele, noțiunile abstracte în imagini familiare. Funcția de bază a obiectivării este de a simplifica informațiile privitoare la un obiect prin intermediul unui fenomen de „concretizare a noțiunilor”. După Moscovici, acest proces are loc în felul următor: „Societatea preia o idee a științei și o transformă într-un *nod figurativ* încercând să o facă banală, accesibilă, construind în jurul ei, atașându-i sensuri familiare, imagini comune. Prin urmare, noțiunea sau teoria din care s-a clădit această imagine își pierde caracterul arbitrar și dobândește o existență independentă, aproape fizică. Un rol esențial în această construcție îl are limbajul, deoarece la nivelul nodului figurativ cuvântul fuzionează cu imaginea, un complex de idei fiind exprimat printr-un complex de imagini” [7]. A obiectiva înseamnă a descoperi calitatea iconică a unei idei sau ființe imprecise, a reproduce un concept printr-o imagine. A compara înseamnă a umple cu substanță ceva ce este gol de la natură. „Trebuie numai să-l comparăm pe Dumnezeu cu un tată și ceea ce era invizibil devine vizibil instantaneu în mințile noastre, ca o persoană căreia i se poate răspunde ca atare” [8]. Al doilea proces este *ancorarea* care a fost definită de Moscovici ca fiind procesul prin care se transferă ceva străin și perturbator în sistemul nostru particular de categorii, comparând acest nou element cu paradigma unei categorii considerate potrivită. Oamenii se confruntă zilnic cu date, informații noi, străine cunoașterii lor. În asemenea cazuri ei adaptează aceste date, reducându-le la imagini obișnuite, adică la cunoștințele avute. A ancora înseamnă a clasifica și a numi ceva. “În măsura în care un obiect sau o idee este comparată cu paradigma unei categorii, preia caracteristicile acelei categorii și este re-ajustată pentru a se potrivi în interiorul ei. Dacă este acceptată clasificarea obținută astfel, atunci orice opinie care se referă la categorie, se va referi, de asemenea, la obiect sau la idee” [9]. Observăm că reprezentările depind de memorie. Stabilitatea memoriei le apără de modificări neașteptate, pe de o parte, iar pe de alta, le permite o anumită independență față de evenimentele din prezent. Din experiența anterioară extragem cunoștințe ce ne ajută să transformăm nefamiliarul în familiar. Ancorarea și obiectivarea sunt căi de a trata memoria. Prima este orientată mai mult spre interior, deoarece presupune clasificarea și etichetarea obiectelor și fenomenelor; cea de-a doua fiind mai mult orientată spre alții, deoarece are sarcina de a transforma lucrurile nefamiliare în ceva deja cunoscut. De obicei, dezechilibrul apărut în urma percepției obiectelor, ideilor sau informațiilor noi este însoțit de fenomene de panică. Acestea apar din frica de a pierde reperatele obișnuite, de a pierde contactul cu ceea ce oferă stabilitate societății. Actul reprezentării este o cale de

transfer a ceea ce ne deranjează, ne amenință din exterior în interior, din depărtare în apropiere. Iată de ce, când studiem o reprezentare este necesar să descoperim caracteristica nefamiliară care a servit drept cauză a apariției.

Este știut că orice reprezentare este reprezentarea a ceva. Amprenta obiectului care i-a dat naștere se menține atâta timp, cât este necesar. Atunci când necesitatea acestui obiect dispăre, imaginea lui trece în memorie sau se metamorfozează într-un concept. În al doilea rând, înainte de a pătrunde în universul unui individ sau al unui grup, obiectul trebuie să intre într-o serie de raporturi și articulări cu alte obiecte care sunt deja în acest univers și de la care împrumută anumite proprietăți, adăugându-le concomitent pe ale sale. Ceea ce înseamnă că a reprezenta un obiect înseamnă a-i conferi o semnificație, adică orice să fie reprezentarea a ceva. Dar să nu uităm că a ne reprezenta obiectele înseamnă a le re-gândi, a le re-face în modul nostru. „Există o profundă tendință de a încerca să dăm o existență „cu noi” la ceea ce a avut o existență „fără noi”, să ne facem prezență acolo de unde am fost absentă, familiari, față de ceea ce ne apare ca straniu. Adică că orice reprezentare este reprezentarea cuiva” [10]. De aici reiese că reprezentările sunt sociale nu atât prin natura obiectului reprezentat, ci mai degrabă prin natura raportului întreținut de individ cu obiectul în cauză; de faptul că individul însuflețește „realitatea obiectivă” și de legătura cu grupul, colectivitatea care a generat-o. O reprezentare socială nu poate exista în afara grupului social, deoarece el este responsabil de apariția și existența ei. Putem distinge trei componente ale reprezentării sociale: cognitivă, afectivă și comportamentală. Serge Moscovici abordează fenomenul reprezentational dintr-o perspectivă genetică. Astfel, reprezentarea socială trece de la ceea ce este perceput la ceea ce este conceput, trecând prin ceea ce este reprezentat. Este vorba de o *construcție logică* ce ia naștere în urma relației dintre subiect și mediul social și se dezvoltă integrând realitatea externă într-o construcție internă. Caracterul cognitiv al reprezentării ne este sugerat de structura reprezentărilor: fațeta figurativă și cea simbolică, înțelegând că reprezentarea dă un sens oricărei figuri și oricărui sens o figură. La rândul său, Claude Flament consideră „reprezentarea socială un ansamblu organizat de cogniții relative la un obiect, împărțite de membrii unei populații omogene în raport cu acest obiect” [11]. În opinia ambilor autori, componenta cognitivă este cea mai importantă pentru existența reprezentărilor. După cum am menționat mai sus, reprezentarea socială mai are menirea de a reduce tensiunea și dezechilibrul, de a transforma nefamiliarul în familiar. Acest mecanism micșorează tensiunea psihologică, reducând dezechilibrul intern. La rândul ei, Denise Jodelet afirmă că „reprezentările sociale trebuie studiate articulând elemente afective, mentale și sociale și integrând alături de cunoaștere, de limbaj și de comunicare, luarea în calcul a raporturilor sociale ce afectează reprezentările și realitatea materială, socială și ideatică asupra căreia trebuie să intervină” [12]. Reprezentările sociale servesc ca supape emoționale ce duc la eliberarea sentimentelor de disconfort suscitade de situațiile colective creatoare de anxietate sau intoleranță. Relația dintre comportament și reprezentări este cât se poate de evidentă. Oamenii se mișcă și acționează în realitatea socială dirijați de prescripțiile comportamentale furnizate de reprezentările sociale. Una dintre funcțiile reprezentării sociale, descrise de Jean-Claude Abric este cea de orientare, adică de ghidare a comportamentului care intervine direct în prescrierea reacțiilor, a tipurilor de demers cognitiv adaptat la momente și persoane. În viața cotidiană, aceste trei componente se influențează reciproc și se modifică alternativ, ceea ce face posibilă existența reprezentării sociale ca un tot întreg eterogen de cogniții, afecte și comportamente.

În concluzie, reprezentările sociale sunt o formă de cunoaștere a socialului care permit evaluarea proprie a realității. Ele sunt o treaptă intermediară între percepție, informație, concept, atitudine și imagine. Un mod de conduită, o formă de comunicare cu exteriorul, o orientare în lumea fenomenelor și obiectelor și o operație de clasificare a acestora. Serge Moscovici, cu câțiva ani în urmă, în revista *Psychologie et societe*, identifică trei fațete ale conceptului de reprezentare socială. Prin prima dintre ele, „reprezentările sociale sunt responsabile pentru definirea cunoștințelor și convingerilor, a funcționării instituțiilor sociale, inclusiv a limbii; ele sunt generatoare ale realității sociale, orice colectivitate devenind astfel reprezentatională. Prin cea de-a doua, reprezentările sociale au autonomie față de substratul care le produce, ele se schimbă, se combină, născând alte reprezentări, chiar și în absența factorului declanșator. În fine, prin caracterul lor cognitiv-holistic, ele produc forme sociale de cunoaștere, nasc o gândire socială care impregnează mintea oamenilor, fără ca ei să știe, care domină gândurile, relațiile și comportamentele” [13]. O caracteristică principală a reprezentărilor sociale este că ele re-prezintă întotdeauna un obiect, că se raportează la un loc, o situație, un fapt, o persoană, un eveniment, o idee. Și că redau prezența de spirit, starea de conștiință a unui individ sau grup real, decupat din realitate. Ele au capacitatea de a face să fuzioneze percepția și conceptual prin faptul că se generează

reciproc. Reprezentarea nu este o simplă “reflectare” a realității, ci o organizare în funcție de “circumstanțe”. Ele sunt modalități de cunoaștere și reconstrucție a realității sociale de către actorul social. Reflectă cunoașterea naivă, legătura dintre subiect și mediul său sociocultural. Sunt impregnate de normele și modelele specifice unei culturi la un moment dat.

Reprezentările sociale sunt un ansamblu sociocognitiv structurat și organizat de cunoștințe și prescripții comportamentale. Îndeplinesc funcții de cunoaștere, înlesnesc comunicarea, ghidează comportamentul social și permit adaptarea la contextul imediat. Ele ajută la definirea identității sociale și persoanele și la inserția individului și grupului în câmpul social.

Referințe:

1. Moscovici S. Psihologia socială sau Mașina de fabricat zei. - Iași: Polirom, 1997, p.27.
2. Neculau A. Reprezentările sociale. - Iași: Polirom, 1997, p.8.
3. Ibidem, p.9.
4. Neculau A. Manual de psihologie socială. - Iași: Polirom, 2004, p.299.
5. Neculau A. Reprezentările sociale. - Iași: Polirom, 1997, p.21.
6. Ibidem, p.34.
7. Neculau A. Manual de psihologie socială. - Iași: Polirom, 2004, p.303.
8. Neculau A. Reprezentările sociale. - Iași: Polirom, 1997, p.47.
9. Ibidem, p.39.
10. Moscovici S. Psihologia socială sau Mașina de fabricat zei. - Iași: Polirom, 1997, p.45.
11. Neculau A. Reprezentările sociale. - Iași: Polirom, 1997, p.12.
12. Ibidem, p.92.
13. Curelaru M. Reprezentările sociale. - Iași: Editura Universității „Al.I. Cuza”, 2005, p.9.

Prezentat la 15.10.2007