

STUDII ȘI CERCETĂRI: PSIHLOGIE

INSTRUMENTELE DE ANALIZĂ STRUCTURALĂ A SPAȚIULUI REPREZENTAȚIONAL: CHESTIONARUL DE CARACTERIZARE

Mihai ȘLEAHTITCHI

Universitatea de Stat din Moldova

Chestionarul de caracterizare face parte din categoria instrumentelor investigaționale prin care poate fi efectuată atât delimitarea conținutului unei reprezentări sociale, cât și identificarea formulei de organizare a acesteia.

Punerea în practică a *chestionarului de caracterizare* presupune parcurgerea mai multor etape. Pentru început, este realizată o *preanchetă* cu două obiective explicite: (a) stabilirea „marilor teme de fundamentare a reprezentării” (adică, a dimensiunilor de bază asociate la obiect) și (b) identificarea „cuvintelor pe care subiecții le utilizează în interiorul fiecărei teme”. Mai apoi, are loc evidențierea și tălmăcirea distribuirii răspunsurilor populației pentru fiecare dintre itemi. S-a constatat că, la acest moment, succesul depinde la modul cel mai direct de antrenarea obligatorie a trei tipuri de ustensile *sui-generis*, intitulate, sugestiv, *profilul elementului central*, *profilul elementului periferic* și *profilul elementului contrastant*.

În opinia specialiștilor, chestionarul de caracterizare constituie o cale de cercetare deja validată, despre care se poate spune că oferă rezultate foarte utile pentru cunoașterea și analizarea oricărei reprezentări sociale.

Cuvinte-cheie: *reprezentare socială, analiză structurală a reprezentării sociale, chestionar de caracterizare.*

STRUCTURAL ANALYSIS TOOLS REPRESENTATIONAL SPACE: CHARACTERIZATION QUESTIONNAIRE

The *questionnaire of characterization* belongs to the category of investigational tools with the help of which one can delimitate the content of a social representation and also identify the formula of its organization.

Putting into practice the *questionnaire of characterization* implies going through several stages. First there is a *presurvey* that has to be completed and that has two precise objectives: (a) determining the "big fundamental themes of the representation" (i.e. the basic dimensions associated with the object) and (b) identifying "the words that the subjects use inside every theme". Next, during takes place the highlighting and interpretation of the distribution of the answers of the population for each of the items. It's been found that, at this moment, the success depends directly on obligatorily involving three types of utensils *sui-generis*, suggestively entitled *the profile of the central element*, *the profile of the peripheral element*, and *the profile of the constant element*.

According to the specialists, the *questionnaire of characterization* constitutes a valid way of research that can offer very useful results in understanding and analyzing any social representation.

Keywords: *social representation, structural analysis of social representation, characterization questionnaire.*

Orice reprezentare socială dispune, precum este bine știut, de o *structură internă* centrată pe doi piloni consistenți – *nucleul central* și *sistemul periferic*.

Nucleul central, dacă e să ne conducem de concluziile pe care le-am formulat de-a lungul timpului studiind cu minuțiozitate lucrările unor eminenți susținători ai teoriei reprezentărilor sociale [1-5], înglobează *elementele fundamentale ale reprezentării*. Prin felul în care se impun, elementele în cauză fac dovada faptului că sunt simple, concrete, coerente și că se află în totală corespundere cu sistemul de valori la care se referă individul sau grupul. Fiind *cele mai caracteristice* pentru obiectele ajunse „în vizorul” simțului comun și îndeplinind trei funcții de bază: *generativă*, *organizatorică* și *stabilizatoare*, ele conferă câmpurilor reprezentative *semnificație*, tonus ideatic, consistență, predictibilitate comportamentală. În lipsa lor, ar fi fost foarte

greu sau chiar cu neputință de realizat studiul comparativ al variatelor tipuri de reprezentări. Or, pentru ca două reprezentări să fie diferite, ele trebuie să fie organizate în jurul a două „nuclee” diferite. Esențialmente, nucleele centrale ale reprezentărilor sociale dispun de patru proprietăți fundamentale – *valoarea simbolică*, *asociativitatea*, *proeminența* și *conexitatea*. Dacă primele două redau proprietăți *calitative*, atunci celelalte sunt de o evidentă conformație *cantitativă*. Caracteristicile de bază ale proprietăților enunțate se prezintă în felul următor:

- *Valoarea simbolică* indică la capacitatea elementelor centrale de a pune în lumină „substanța” obiectului reprezentării, de a reda imagini care au o forță sugestivă impresionantă și care, drept consecință, pot întreprinde legături trainice cu persoanele, lucrurile sau evenimentele care pot suscita emergența „categoriilor de cunoștințe cu funcționalitate socială”. Nucleul central, într-un asemenea context, exprimă o structură simbolică din care izvorăște sensul întregii reprezentări. Dacă, în anumite împrejurări, din nucleu dispăre unul sau mai multe elemente, atunci reprezentarea rămâne fără sens. Pornind, spre exemplu, de la faptul că noțiunile „complex” și „refulare” sunt fundamentale pentru reprezentarea socială a psihanalizei, putem afirma cu toată certitudinea că eliminarea acestora din nucleu ar face imposibilă recunoașterea unui asemenea gen de reprezentare.

- *Asociativitatea* arată că părțile componente ale nucleului central (idei, noțiuni, metafore, atitudini, credințe etc.) dispun de o indubitabilă polisemie și de un puternic caracter asociativ. Cu asemenea caracteristici, pe care, va trebui să remarcăm, le-a pus într-o primă evidență S.Moscovici, aceste părți componente „pot îmbrăca diverse forme gramaticale și se pot alipi de alte cuvinte și expresii pentru a genera noi sensuri”. Cum se „comportă”, bunăoară, noțiunea de „complex”, care, după cum am remarcat mai sus, se regăsește în conținutul reprezentării sociale a psihanalizei? Asumându-și varii forme gramaticale (substantiv, verb sau/și adjectiv) și fiind în stare să primească tot felul de înțelesuri, ea – așa cum relevă specialiștii – „sintetizează, de una singură, toate clasele de concepte, fiecare situație putând crea propriul său complex”. Mai mult, tot ea este aceea care „poate modifica sensul cuvântului căruia i se asociază (sintagmele „complex de inferioritate”, „complex de castrare” sau „complex de timiditate” conferă un statut științific distinct cuvintelor inferioritate, castrare și timiditate)”. Asociativitatea, după cum se poate de observat, este generată „de bogăția posibilităților pe care un termen o ascunde, de realitatea complexă pe care o desemnează și pe care o reprezintă în discurs: cu cât această bogăție este mai mare, cu atât noțiunea respectivă poate stabili mai multe „punți” cu alte realități și, prin urmare, poate ocupa un loc mai important în discurs”.

- *Proeminența* elementelor constitutive ale nucleului central este dată de frecvența înaltă cu care acestea își fac apariția în contextul discursurilor reprezentationale. După cum constată P.Moliner, „(...) unele cogniții, desemnate prin etichete verbale, apar mai des decât altele în discurs, caracteristică a centralității și consecință a valorii sale simbolice”. În aceeași reprezentare socială a psihanalizei, termenul „complex” apare de cele mai multe ori, ceea ce înseamnă că anume lui îi revine misiunea de a se impune în calitate de „valoare structurală sigură”. Înfrățind aspectul cantitativ al valorii simbolice, proeminența desemnează coordonatele zonei centrale a câmpului semantic. Cu cât o noțiune este mai specifică pentru obiectul de reprezentare, cu atât este mai probabil că subiecții o vor evoca mai des în luările lor de poziții. În același timp, pe lângă stabilirea frecvenței de apariție a elementelor reprezentationale (termeni, categorii, noțiuni, puncte de vedere etc.), este important să fie stabilită și însemnătatea pe care subiecții o acordă acestor elemente. Or, dacă în primul caz putem vorbi despre profilarea unei *dimensiuni colective* (= numărul de apariții ale termenului în cadrul unei populații), atunci în cel de-al doilea caz – despre relieful unei distribuții reflectând *poziționări individuale*.

- *Conexitatea* este strâns legată de asociativitate, ea fiind dependentă de existența itemilor ce apar „într-o mai puternică unitate decât alții”. Într-un studiu consacrat reprezentării sociale a imigrantului în rândul francezilor s-a observat, de exemplu, că, dintr-o listă de 60 de itemi, termenul privilegiat (= cu cea mai mare ieșire spre alți itemi) a fost cel de *algerian*. Astfel, în situația în care un anume element demonstrează că dispune de o forță asociativă mare, el va antrena – mai devreme sau mai târziu – o bună parte din acele elemente care nu dispun de o asemenea forță. Esențialmente, conexitatea nu reprezintă altceva decât *volumul legăturilor* sau – într-o altă ordine de cuvinte – *numărul de conexiuni pe care le au unii termeni cu alții*.

În aceleași studii, referindu-ne la *elementele periferice* ale reprezentării, am constatat că acestea, neavând *statut de evidență*, sunt chemate să concretizeze – prin *explicitare*, *ilustrare* sau/și *justificare* – semantica reprezentării. Potrivit specialiștilor, elementele periferice reprezintă scheme mentale care, aflându-se sub imperiul înțelesurilor degajate de „nucleele centrale”, oferă reprezentării *posibilitatea de a descrie varii ipostaze contextuale*. Situate între „nucleul central” și contextul social concret, „elementele periferice” marchează detaliile, creează ambianțele situaționale particulare. Impunându-se în calitate de cea mai flexibilă, cea mai expusă, cea mai vie, cea mai accesibilă și cea mai mobilă parte a reprezentării, elementele periferice au ca proprietate faptul de a fi *mai mult sau mai puțin caracteristice* pentru obiectul reprezentării. În plus, ele, precum estimează A.Neculau, oferă reprezentării *posibilitatea de a se ralia conjuncturii de moment, de a reține și de a tria informațiile, de a formula evaluări și de a elabora credințe*. Asimilând, spre deosebire de „nucleele centrale”, experiențele private ale celor mulți, constructele cerebrale vizate sunt acelea care (x) *fac*

suportabilă eterogenitatea grupului (doar în „cea mai flexibilă parte a reprezentării”, obiectiv vorbind, devine posibilă exprimarea opiniilor separate sau/și reliefaarea particularizărilor apărute în rezultatul fragmentărilor pe subgrupuri), (y) contribuie la *aplanarea contradicțiilor* (doar în „cea mai mobilă și vie parte a reprezentării” poate avea loc, prin definiție, tolerarea antagonismelor, „inițierea negocierilor” și rezolvarea constructivă a problemelor) și (z) asigură *maximum de receptivitate la oscilațiile contextului social imediat* (doar în „partea cea mai expusă și cea mai labilă a reprezentării”, va trebui să recunoaștem, poate avea loc *prima receptare* a influențelor venite din exterior; doar prin acest palier – și nu prin altul! – devine posibil ca schimbarea reprezentățională să se producă în ritm cu vibrația ambientală, propagându-se gradual de la periferie spre centru). Astfel stând lucrurile, elementele periferice îndeplinesc o *funcție de concretizare* (exprimând prezentul, experiența de viață a subiecților, caracteristicile situației), una *de reglare – adaptare* (asigurând conformarea sistemului central la constrângerile și caracteristicile situației concrete cu care se confruntă indivizii) și una *de elaborare a opticienilor interpretative individualizate* (integrând istoria particulară a subiectului în istoria și cultura grupului). Prin funcțiile enumerate, după J.-C. Abric, sistemul periferic vine să înfățișeze un important *mecanism defensiv*, o forță capabilă să protejeze semnificația palierului central, o pârghie aptă să pună mereu în discuție cauza „nucleului central” (în funcție de noile informații, fapte sau/și evenimente absorbite).

Așadar, în timp ce elementele centrale, dispunând de cea mai înaltă cotă în diagramele de frecvență, exprimă credințe, stereotipuri, norme sau/și atitudini puternic marcate, cele periferice redau ilustrări, exemple, variațiuni sau chiar opoziții – pe anumite segmente – între mai multe răspunsuri la aceeași problemă.

Evident, cele două tipuri de elemente nu sunt izolate unele de altele, între ele existând o legătură indisolubilă. În această ordine de idei, pe la începutul anilor '90, într-un studiu dedicat profilului structural al reprezentării, C.Flament arată că există o relație puternică și constantă între „centru” și „periferie”. Potrivit lui, există posibilitatea ca schema periferică, chiar dacă nu încetează să se afle sub imperiul nucleului central, să poată să absoarbă și să activeze o serie de informații (venite din exterior) prin care să condiționeze – mai devreme sau mai târziu – o restructurare a realului, o reconfigurare a „intrinsicului” reprezentării. Dacă elementele periferice sunt proeminente, atenționează autorul invocat, atunci lor nu le rămâne decât să intre în interacțiune cu „centralul tradițional”, propunând un nucleu calitativ nou, încă utopic/abstract, dar apt să profileze o schimbare. Este important, în acest caz, să apară un *element străin* care să se suprapună pe o reprezentare socială deja cristalizată.

Existența celor două sisteme (*central + periferic*) scoate în lumină o caracteristică esențială a reprezentărilor sociale: ele sunt, în același timp, *stabile și dinamice, rigide și suple*. Stabile și rigide pentru că sunt determinate de un „nucleu central” puternic ancorat în sistemul de valori ale grupului. Dinamice și suple, deoarece asimilează modulările individuale ale membrilor grupului, istoria vieții lor, statutul în cadrul grupului, fanteziile, ambițiile, aspirațiile personale.

În linii mari, caracteristicile rezumative ale celor două sisteme pot fi redate conform următorului tabel (adaptat după J.-C. Abric, 1994):

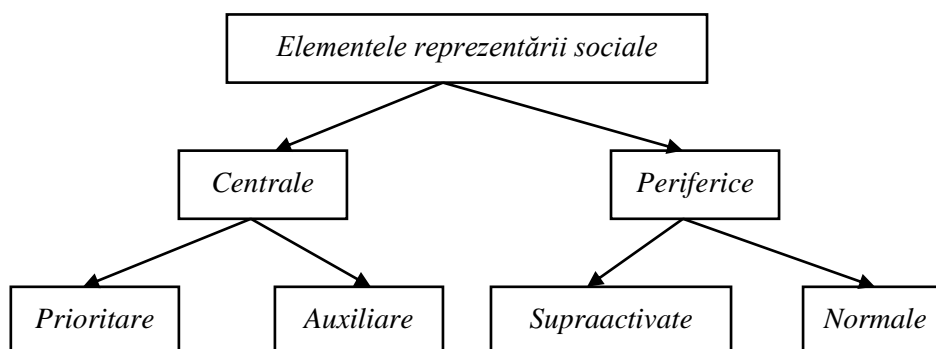
<i>Sistemul central</i>	<i>Sistemul periferic</i>
<ul style="list-style-type: none"> • <i>Legătura cu memoria colectivă și istoria grupului</i> • <i>Consensual: definește omogenitatea grupului</i> • <i>Stabil</i> • <i>Coerent</i> • <i>Rigid</i> • <i>Rezistent la schimbare</i> • <i>Puțin sensibil la contextul imediat</i> • <i>Funcții:</i> <ul style="list-style-type: none"> – <i>generează semnificații ale reprezentării</i> – <i>determină organizarea reprezentării</i> – <i>asigură durabilitatea, rezistența în timp a reprezentării</i> 	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Permite integrarea experiențelor și istoriilor individuale</i> • <i>Suportă eterogenitatea grupului</i> • <i>Suplu</i> • <i>Suportă contradicțiile</i> • <i>Flexibil</i> • <i>Evolutiv</i> • <i>Sensibil la contextul imediat</i> • <i>Funcții:</i> <ul style="list-style-type: none"> – <i>permite adaptarea la realitatea concretă</i> – <i>permite diferențierea conținuturilor</i> – <i>protejează sistemul central</i>

În legătură cu teoria structurală a reprezentărilor sociale, se mai impune o remarcă – una finală. Sensul acesteia constă în următoarele: dacă, timp de aproape patru decenii, de la apariția *La psychanalyse, son image et son publique* a lui S.Moscovici și până la sfârșitul mileniului doi, se pornea de la premisa că atât sistemul central, cât și cel periferic nu pot să admită discriminări la nivelul elementelor constituante (ele dispunând de aceeași pondere, de aceleași „drepturi” și „prerogative”), atunci începând cu anul 2003, moment în care vede lumina tiparului *L’anatomie de idées ordinaires. Comment étudier les représentations sociales* semnată de C.Flament și M.L. Rouquette, tot mai frecvent se vorbește despre existența unei indubitabile *diferențieri interne* în cadrul ambelor sisteme.

În modul acesta, „nucleul central” apare ca o construcție în care se disting *elemente prioritate* (= *principale*) și *elemente auxiliare* (= *secundare*). Dacă cele dintâi sunt necondiționale (= nu sunt supuse vreunei provocări), atunci ultimele capătă o anumită valoare doar raportându-se la cele dintâi. Exemplificând, C.Flament și M.L. Rouquette fac trimitere la modul în care este reprezentat *grupul ideal*. După ei, între cele două elemente centrale ale respectivei construcții psihomentale există o deosebire de necontestat. Și aceasta pentru că, așa cum s-a observat pe parcursul mai multor intervenții experimentale, *grupul se definește ca fiind mai distanțat de modelul ideal* ori de câte ori în prim-planul discuțiilor se impune noțiunea de *egalitate*, și nu cea de *prietenie*. *Prietenia*, așadar, este mai importantă decât *egalitatea*, deoarece anume de la ea pornesc înțelesurile, și nu invers. La cele semnalate de către C.Flament și M.L. Rouquette am putea adăuga și intervenția lui M.Curelaru, care, pornind de la o cercetare realizată (împreună cu A.Neculau) asupra reprezentării sociale a sărăciei, arată că dintre toate elementele constituante ale „nucleului central” depistat (= *lipsa banilor, mizeria, șomajul, lipsa hranei, foamea*) doar unul (= *șomajul*) se evidențiază în mod special. Lucrurile iau o asemenea turnură, constată cercetătorul ieșean, fiindcă anume despre *șomaj*, și nu despre *lipsa banilor, mizerie, foame sau lipsa hranei* se poate spune că reproduce *cauza fenomenului* și că, dat fiind acest fapt, *celelalte elemente nu au decât să derive din el*.

În aceeași ordine de idei și începând cu aceeași perioadă, despre „sistemul periferic” se vorbește ca despre o construcție în care se disting *elemente supraactivate* (= sunt mai vizibile, în cadrul analizelor apar într-o lumină privilegiată) și *elemente normale* (= sunt mai puțin vizibile, nu dețin poziții privilegiate). Drept consecință, în zona periferică a reprezentării se poate observa – în anumite situații – o *substructurare* constând din sisteme relativ autonome. Faptul în cauză oferă indivizilor posibilitatea de a se descurca cu problemele existente *fără a face apel* la zona centrală.

Situația descrisă mai sus poate fi redată prin următoarea schemă:



Pornind de la faptul că nucleele centrale sunt acelea care conferă reprezentării *semnificație* (ele având ca proprietate faptul de a fi *cele mai caracteristice* pentru obiectul reprezentării), iar elementele periferice, redând partea cea mai expusă, labilă și accesibilă a reprezentării, sunt compuse dintr-un set de informații reținute și interpretate în raport cu semnificațiile degajate de nucleul central (ele având ca proprietate faptul de a fi *mai mult sau mai puțin caracteristice* pentru obiectul reprezentării), C.Flament, una din cele mai respectate voci ale psihosociologiei europene contemporane, autorul faimoaselor „*Pratiques et représentations sociales*” și „*Structure, dynamique et transformation des représentations sociales*”, propune, pe la mijlocul anilor '80, ca în studiile de analiză structurală a câmpurilor reprezentationale să fie introdus *chestionarul de caracterizare* [6].

Ce-ar însemna să pui în aplicare un asemenea instrument de cercetare?

Pentru început, *la cea dintâi etapă*, trebuie să fie realizată o *preanchetă* cu două obiective distincte: (a) stabilirea „marilor teme de fundamentare a reprezentării” (adică, a dimensiunilor de bază asociate la obiect) și (b) identificarea „cuvintelor pe care subiecții le utilizează în interiorul fiecărei teme”. Țintind în „adunarea conținutului reprezentării și în definirea organizării acesteia”, *preancheta* va avea la bază o gamă largă de *discuții non-directive* (în anumite cazuri, la dorința cercetătorului, numărul lor ar putea ajunge la câteva zeci).

Evident, și de această dată, *preancheta* va reprezenta o metodă activă de cercetare. Aplicarea ei înseamnă nu doar un „episod investigațional”, ci și o „acțiune socială”, un proces „de influențare și de educare a subiecților antrenați în proba experimentală”, de valorizare a propriilor lor idei și atitudini. Caracterul activ al *preanchetei* va consta în aceea că, prin conținutul întrebărilor emise, ea va atrage atenția respondenților asupra problemei investigate. Opinii și păreri latente, difuze în conștiința celor mulți, vor deveni, ca urmare a punerii ei în aplicare, clare, conștiente, manifeste.

La fel, se va ține cont de faptul că toate *preanchetele*, inclusiv cele axate pe analiza structurală a câmpurilor reprezentationale, sunt supuse pericolului de a cădea sub incidența unor factori distorsionanți. Cu luarea în considerare a unei asemenea perspective, nu se vor comite greșeli la cel puțin trei compartimente: *eșantionarea* (nu se vor admite erori de extrapolare/generalizare a datelor de la eșantion la populația totală) + *instrumentele de preanchetă* (nu se va admite întrebuițarea unor chestionare sau ghiduri de interviu cu întrebări vagi, ambigue, apte să sugereze un anumit tip de răspunsuri) + *operatorii de preanchetă* (aceștia vor avea o pregătire profesională adevărată, nu vor fi superficiali, iresponsabili, prea puțin răbdători sau/și asertorici).

La cea de-a doua etapă, care va începe odată cu finalizarea *preanchetei*, subiecților-țintă li se va propune un chestionar în care se vor regăsi trei tipuri de construcții ideatice: (a) una sau mai multe *întrebări de evocare*, (b) una sau mai multe *solicitări* chemate să asigure efectul „de recunoaștere a obiectului” și (c) una sau mai multe *întrebări de caracterizare*. Primul tip va cuprinde interogații de genul: „Când auziți cuvântul *x*, ce cuvinte sau expresii vă vin în minte?”. Toți subiecții vor trebui să ofere cel puțin trei răspunsuri la rugămintile de tipul: „O să vă citim câteva fraze care definesc un obiect/personaj. Pentru fiecare dintre frazele pe care vi le vom citi, vă rugăm ca, din cele trei posibilități, să o indicați pe cea care convine cel mai bine acestei fraze”. (Pornindu-se de la rezultatele *preanchetei*, subiecților li se va propune, pentru fiecare temă, o listă de itemi al căror număr este un multiplu de 3 (de exemplu, 9), cerându-li-se să desemneze cei trei itemi pe care îi consideră *cei mai* caracteristici pentru obiect; apoi, tot ei vor trebui să desemneze, dintre cei șase itemi rămași, pe alții trei *cei mai puțin* caracteristici. În cele din urmă, fiecărui item i se poate atribui un scor care poate varia de la 1 (dacă a fost ales ca nefiind caracteristic) la 3 (dacă a fost ales ca fiind caracteristic)). Cel de-al treilea tip de interogații va avea ca obiectiv *completarea documentației privind reprezentarea și emiterea de opinii pe categoriile de fundamentare a acesteia*.

Penultima, *cea de-a treia etapă*, va presupune punerea în aplicare, prin mijlocirea chestionarului utilizat anterior sau a unui chestionar suplimentar, a uneia sau mai multor *întrebări „cu caracter specific”* (destinate obținerii unor informații *sui-generis*, particulare, speciale cu referire la obiectul reprezentării). La acest moment, relația cu publicul-țintă ar putea să se prezinte în felul următor: „Vă solicităm un plus de informare cu referire la *x* (se indică obiectul reprezentării). Iată câteva fraze referitoare la *x* și o scală cu cinci poziții: notați cu 1 dacă sunteți de acord cu fraza, potrivit căreia *x* este absolut necesar și cu 5 dacă sunteți total de acord cu fraza, potrivit căreia ne putem lipsi de *x*. Notele intermediare (de 2,3 și, respectiv, 4) vă pot servi la nuanțarea opiniei”.

În unul din studiile sale recente, J.-C. Abric [7] operează cu un exemplu din care se vede cu claritate cum arată „marile teme de fundamentare a reprezentării”, cum pot fi găsite „cuvintele pe care subiecții le utilizează în interiorul fiecărei teme” și cum se prezintă lucrurile în cadrul celei de-a doua și al celei de-a treia etape ale procesului de aplicare a chestionarului de caracterizare:

Ilustrare empirică a metodologiei: studiul „Banca”

(J.-C.Abric și P.Verges, 1996)

În această lucrare era vorba despre cunoașterea și analiza reprezentărilor sociale pe care francezii și le făceau despre bancă... Acest studiu a permis elaborarea și testarea unei metodologii adaptate constrângerilor anchetelor de teren. Subiecților li se acordă puțin timp, puține sau nicio posibilitate de a cunoaște mai multe detalii despre acest domeniu, din considerente teoretice, urmărind o abordare structurală și o exigență metodologică, precum și respectând cele trei etape necesare acestei abordări.

Studiul a fost făcut pe un eșantion de 540 de persoane:

– *Prima etapă*: realizarea unei *preanchete*, fondate pe 34 de discuții non-directive și având ca obiectiv elaborarea unui instrument unic de anchetă, care să permită, în final, adunarea conținutului reprezentării, definirea organizării acesteia și identificarea nucleului central.

– *Etapă a doua*: instrumentul de studiu al reprezentării (506 persoane). Este vorba despre un chestionar organizat în felul următor:

- *întrebarea 1*. Evocare: „Când auziți cuvântul *bancă*, ce cuvinte sau expresii vă vin în minte?” (trebuie să se obțină cel puțin trei răspunsuri);

- *întrebarea 2*. Recunoaștere a obiectului: „Am să vă citesc câteva fraze care definesc un personaj (este un bancher, este probabil un bancher, nu este un bancher). Pentru fiecare dintre frazele pe care vi le voi citi, vă rog ca, din cele trei posibilități, să o indicați pe cea care convine cel mai bine acestei fraze”. Se propun două fraze, pornind de la rezultatele preanchetei, care ar arăta importanța aparentă a acestor itemi pentru populație.

- *întrebările 3-6*. Caracterizare. Ele au ca obiectiv completarea documentației privind reprezentarea, determinând emiterea de opinii pe cele patru categorii de fundamentare a reprezentării revelate de preanchetă: banca în general, informarea, împrumutul și finalitatea băncii.

Exemplu

Iată o listă de șase fraze [se arată lista]. Ele caracterizează împrumutul pe care banca vi l-a acordat sau ar putea să vi-l acorde într-o zi dacă i-ați cere acest lucru:

- Este o experiență greu de digerat
- Este un serviciu care îi aduce câștig băncii
- Banca este tolerantă și destul de suplă. Ea îl acceptă în anumite limite
- Banca ne culpabilizează
- Acest lucru face parte din funcționarea normală a unui cont
- Banca are încredere în mine.

Care sunt cele două fraze ce vi se par a caracteriza *cel mai bine* acest împrumut? Dar care sunt cele două fraze ce vi se par a caracteriza *cel mai nereușit* acest împrumut?

– *Etapă a treia*: căutare de informații specifice.

- *întrebarea 7*. Un plus de informare „clasică” prin chestionare: „Iată câteva fraze referitoare la bancă în general și o scală cu cinci poziții: notați cu 1 dacă sunteți de acord cu fraza din stânga și cu 5 dacă sunteți total de acord cu fraza din dreapta. Notele intermediare vă servesc la nuanțarea opiniei.”

Banca este absolut necesară _____ Ne putem lipsi de ea.

1 2 3 4 5

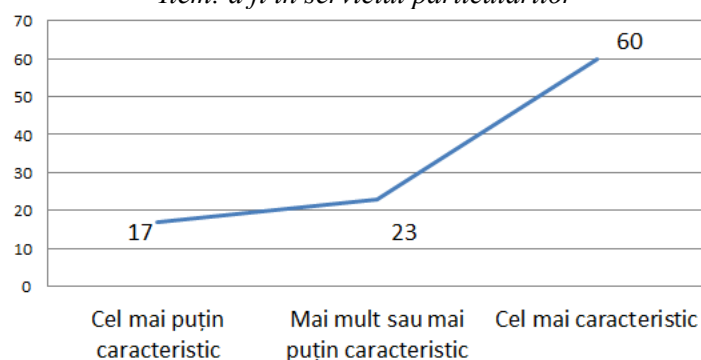
Bancherii ne exploatează _____ Bancherii ne fac un serviciu.

1 2 3 4 5

Imediat ce au fost stabilite „marile teme de fundamentare a reprezentării” și au fost identificate „cuvintele pe care subiecții le utilizează în interiorul fiecărei teme”, în procesul de utilizare a chestionarului de caracterizare intervine, *la cea de-a patra etapă*, „lovitura de grație” – *evidențierea și tălmăcirea distribuirii răspunsurilor populației pentru fiecare dintre itemi*. Potrivit lui J.-C. Abric [8], care a luat în calcul atât propria experiență, cât și experiența altor cercetători consacrați ai câmpului reprezentational, la acest moment succesul depinde de modul cel mai direct de antrenarea obligatorie a trei tipuri de ustensile *sui-generis*, intitulate, sugestiv, *profilul elementului central*, *profilul elementului periferic* și *profilul elementului contrastant*. Din punct de vedere grafic, „forme de relief” la care face trimitere autorul *inconfundabilelor L'artisan et l'artisanat: analyse du contenu et de la structure d'une représentation sociale și Pratiques sociales et representations* se prezintă după cum urmează (ca și mai înainte, drept reper este luat studiul experimental cu referire la bancă):

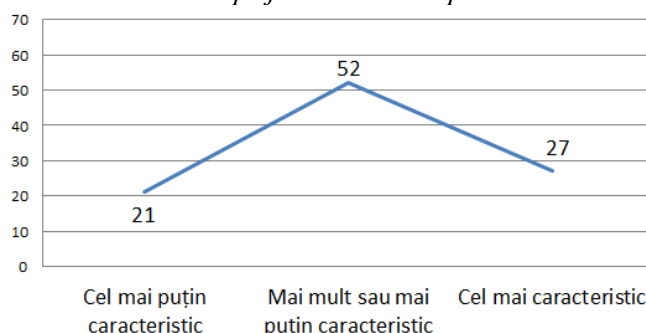
1. Profilul unui element central

Item: a fi în serviciul particularilor



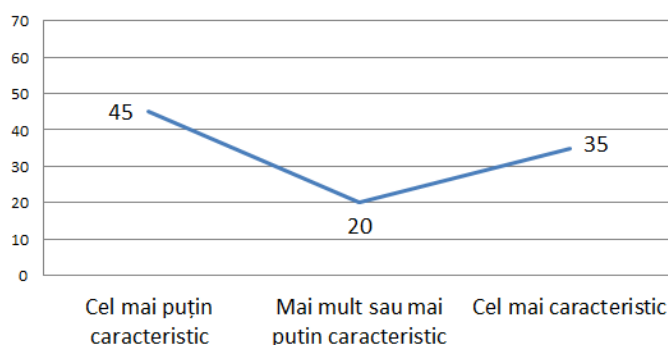
2. Profilul unui element periferic

Item: a sprijini micile întreprinderi



3. Profilul unui element contrastant

Item: a face în așa fel încât banul să lucreze în profitul său



Din figurile prezentate mai sus observăm că fiecărui profil îi corespunde un anumit tip de curbă. Astfel, profilul unui element central se înscrie într-o curbă de forma literei *J*, profilul unui element periferic – într-o curbă de forma literei *A*, iar profilul unui element contrastant – într-o curbă de forma literei *U*. În viziunea lui J.-C. Abric [9], fiecare curbă poate servi, pentru orice cercetător interesat de analiza structurală a spațiului reprezentational, drept instrument de evidențiere a pozițiilor ocupate de elementele constitutive ale acestuia. Situându-se pe o asemenea poziție, cunoscutul om de știință francez vine cu următoarele concretizări:

- *Curba în forma literei J* redă profilul elementelor centrale, acestea bucurându-se de un sprijin masiv ca fiind cele mai caracteristice pentru obiectul reprezentării (în exemplul băncii, profilul în cauză corespunde itemului „a fi în serviciul particularilor”, pe care îl putem, așadar, socoti ca făcând parte din nucleul central).
- *Curba în forma literei A* corespunde elementelor periferice al căror statut este acela de a avea o importanță medie în caracterizarea obiectului (în exemplul băncii, anume itemul „a sprijini micile întreprinderi” are acest statut, el corespunzând unei caracteristici cu pondere neesențială în imaginea pe care o au indivizii asupra „întreprinderilor financiare care efectuează operații de plată și de credit”).
- *Curba în forma literei U* arată că elementul avut în vedere dă naștere unor judecăți foarte contrastante din partea populației – pentru unii indivizi este foarte caracteristic, iar pentru alții deloc. Această stare de lucruri este esențială: tipul respectiv de curbă atrage atenția asupra posibilității existenței a două subgrupuri care se opun în privința centralității elementului avut în vedere. Cazul cu referire la bancă ilustrează foarte bine acest fapt: curba în forma literei U este obținută pe itemul „a face în așa fel încât banul să lucreze pentru profitul său”. Pentru 45% din populație, această caracteristică este centrală, iar pentru 35% – nu este deloc centrală.

Ultima curbă, dacă e să ne abatem de la cazul cu banca, privind lucrurile la general, ne sugerează, între altele, că, în anumite situații, în cadrul unuia și aceluiași grup pot exista două reprezentări sociale diferite cu referire la un obiect concret. Din momentul depistării unei asemenea stări de lucruri, este foarte important să luăm în calcul existența, în cadrul grupului vizat, a două subgrupuri diferite și, deci, a două moduri diferite de a percepe și a înțelege realitatea din jur.

În opinia mai multor specialiști (cum ar fi, bunăoară, J.-C. Abric și P. Vergés [10]), chestionarul de caracterizare „apare destul de simplu de pus în aplicare”, el putând fi „realizat pe eșantioane mari sau chiar foarte mari”. Analiza datelor, în cazul lui, „nu provoacă dificultăți”, ceea ce înseamnă că el „poate constitui dacă nu un model, atunci cel puțin un instrument deja validat, ale cărui rezultate se dovedesc foarte utile pentru cunoașterea și analizarea unei reprezentări sociale”.

Bibliografie:

1. ȘLEAHTIȚCHI, M. *Universul reprezentărilor sociale. Studiu teoretic*. Chișinău: Editura Știința, 1995, p.54-57.
2. ȘLEAHTIȚCHI, M. *Eseu asupra reprezentării puterii*. Chișinău: Editura Știința, 1998, p.152-160.
3. ȘLEAHTIȚCHI, M. O privire generală asupra mecanismelor de formare a reprezentărilor sociale. În: *Psihologie. Pedagogie specială. Asistență socială*: Revista Facultății de Psihologie și Psihopedagogie specială a Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, 2012, nr.2(27), p.6-10.
4. ȘLEAHTIȚCHI, M. Emergența reprezentărilor sociale. Mecanismul de obiectivare. În: *Studia Universitatis: Revistă științifică a Universității de Stat din Moldova*. Seria „Pedagogie, Psihologie, Didactica științei”, 2011, nr.9(49), p.121-127.
5. ȘLEAHTIȚCHI, M. Analiza structurală a spațiului reprezentational: semnificații, principii, etape. În: *Psihologie. Pedagogie specială. Asistență socială*: Revista Facultății de Psihologie și Psihopedagogie specială a Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, 2013, nr.1(30), p.14-25.
6. *Apud* ABRIC, J.-C. Analiza structurală a reprezentărilor sociale. În: S.Moscovici, F.Buschini (coord.). *Metodologia științelor socioumane* / Traducere de V.Savin. Iași: Polirom, 2007, p.455.
7. ABRIC, J.-C. Analiza structurală a reprezentărilor sociale. În: S.Moscovici, F.Buschini (coord.). *Metodologia științelor socioumane* / Traducere de V.Savin. Iași: Polirom, 2007, p.468-470.
8. *Ibidem*, p.455-456.
9. *Ibidem*, p.457.
10. ABRIC, J.-C., VERGÉS, P. La représentation sociale de la banque. În: *Etudes et Recherches du Gijresh*, 1994, nr.26, p.39-40.

Notă: Articolul a fost elaborat în cadrul Proiectului instituțional 11.817.07.36F „Literatura ca spațiu al reprezentărilor”.

Prezentat la 18.06.2013