

STUDII ȘI CERCETĂRI: PSIHLOGIE

INSTRUMENTELE DE ANALIZĂ STRUCTURALĂ A SPAȚIULUI REPREZENTAȚIONAL: ANALIZA SIMILITUDINII

Mihai ȘLEAHTIȚHI

Universitatea de Stat din Moldova

Analiza de similitudine redă o tehnică de analizare a datelor care vizează revelarea structurilor subiacente din perimetrul unui câmp reprezentational. Ea este instrumentul investigațional care oferă posibilitatea evidențierii legăturilor puternice existente între itemii asocierilor libere, între răspunsurile la un chestionar de caracterizare sau între unitățile de numărare decupate pe parcursul unei analize de conținut. Punând-o în aplicare, specialiștii pot observa că două structuri ideatice sunt cu atât mai aproape una de alta cu cât un număr tot mai mare de subiecți le vor aborda de aceeași manieră. Nefiind „o măsură sau un control al centralității” (expresia lui J.-C. Abric), instrumentul investigațional vizat permite, totodată, formularea unor ipoteze incitative cu referire la componentele esențiale a ceea ce poartă numele de „teorii ale simțului comun”.

Cuvintele-cheie: *reprezentare socială, analiza structurală a reprezentării sociale, analiza similitudinii.*

STRUCTURALANALYSIS TOOLSREPRESENTATIONALSPACE: SIMILARITY ANALYSIS

The analysis of similarity conveys a technique of analyzing data aimed at revealing the underlying structures from the perimeter of a representational field. It is the investigational tool that offers the possibility to highlight the strong links existing between the items of the free association, the answers to a questionnaire of characterization, or the counting units clipped during a content analysis. When applying it, the specialists can observe that the higher the number of subjects who interpret two conceptual constructions in the same manner, the closer the two conceptual constructions are to each other. Without being (in J.-C.Abric's words) "a measure or a centrality control", this investigational tool allows, at the same time, the advancing of some challenging hypotheses as to the essential components of what is called "theories of the common sense".

Keywords: *social representation, structural analysis of social representation, similarity analysis.*

Este știut că orice studiu consacrat analizei structurale a reprezentărilor sociale trebuie, în mod necesar, să parcurgă *trei etape consecutive* (A se vedea: [1, p.451-452] sau/și [10, p.14-25].

Astfel, în cadrul *primei etape* urmează să se producă *delimitarea conținutului*. La acest moment, trei instrumente de cercetare pot fi considerate ca fiind „cele mai pertinente”: pe de o parte, *discuția*, apoi cel numit „*metoda de evocare liberă*” (care constă în a-i cere interviuevatului să facă asocieri în mod independent, pornind de la unul sau mai multe cuvinte inductoare) și, în cele din urmă, un tip aparte de a chestiona – „*chestionarul de caracterizare*”.

Cea de-a *doua etapă* este etapa *identificării nucleului central și a organizării reprezentării*. Acum, „asupra conținutului obținut în faza precedentă se vor aplica instrumente care să permită reperarea legăturilor, a relațiilor și a ierarhiei dintre elemente”. În vederea atingerii obiectivului enunțat, pot fi antrenate, din nou, „*evocările libere*” sau „*chestionarele de caracterizare*”. În același timp, mai poate fi utilizată și tehnica „*schemelor cognitive de bază*” [TSCB] sau tehnica de *analiză a similitudinii* [TAS].

Ultima, cea de-a *treia etapă*, are drept scop *controlul centralității*. Punerea în evidență, pe parcursul etapei premergătoare, a modului în care este organizată reprezentarea asigură, în fond, o cunoaștere mai mult ipotetică a nucleului central. De aceea, după cum ține să menționeze J.-C. Abric, rămâne de văzut dacă „elementele fundamentale” depistate anterior se referă cu adevărat la nucleul central. Și de această dată, în vederea obținerii rezultatului scontat, va fi utilizată o gamă variată de instrumente investigaționale: tehnica „*schemelor cognitive de bază*” [TSCB], la care am făcut deja trimitere, dar și tehnica de „*punere în discuție*” [TPD], cea a „*scenariului ambiguu*” [TSA] sau/și cea a „*recunoașterii obiectului*” [TRO].

Cele trei etape, afirmă specialiștii, sunt esențiale și de neocolit. Respectarea cu strictețe a principiilor care stau la baza lor și a consecutivității în care ele trebuie să-și facă apariția garantează în deplinătate valoarea rezultatelor și a analizelor.

Așa cum, prin mijlocirea unor studii publicate anterior [10-13], ne-am referit deja la *evocarea liberă* și, respectiv, la *chestionarul de caracterizare*, să urmărim în continuare cum se prezintă *analiza similitudinii*, metodă care, în optica lui J.-C. Abric, a fost „special creată în vederea obținerii unei informații foarte exacte și foarte bogate despre organizarea internă a reprezentării” [1, p.452].

Ce reprezintă, așadar, *analiza similitudinii*?

Potrivit lui J.-C. Abric, ea înfățișează o „tehnică de analizare a datelor care vizează revelarea structurii subiacente într-un câmp reprezentational” [1, p.458]. Dintr-o altă perspectivă, cea pe care o împărtășește, bunăoară, L. Radu, aceeași varietate de analiză exprimă o tehnică investigațională care „permite evidențierea legăturilor puternice existente între unele elemente ale unei mulțimi și a unei eventuale organizări a acestora” [7, p.69]. O a treia opinie, care, pentru a da și câteva nume concrete de exploratori ai universului psihosocial, se întâlnește la D.I. Dascălu [5] sau la T. Sima [9], susține că tehnicii vizate îi revine însușirea de a „vorbi cel mai bine despre structura reprezentării sociale, despre muchiile care leagă componentele unei astfel de reprezentări și despre modul în care toate aceste componente sunt amplasate spațial”.

În fond, indiferent de forma în care este talmăcită, entitatea *analizei de similitudine* rezidă în capacitatea ei de a formula ipoteze pertinente cu referire la „arhitectonica” reprezentării sociale, de a „pune în lumină” relația de asemănare dintre părțile constituente ale genului vizat de construcție psihică și de a oferi prilejul evidențierii unor indicatori concreți apti să asigure măsurarea „intensității distanței” observate între aceste părți constituente. Regăsindu-se în cercetările experimentale ale unui număr impunător de adepți ai teoriei reprezentărilor sociale (cum ar fi, de pildă, A. Degenne [6], J.-C. Abric [2;3], J.-C. Abric și P. Vergés [4] sau P. Vergés, luat separat [14;15]), *analiza de similitudine* a făcut mereu dovada faptului că poate oferi o viziune explicită asupra *schemelor care organizează raporturile simbolice dintre indivizi*, că poate surprinde foarte ușor prezența, în cadrul acestor scheme, a ceea ce poartă numele de *nod central* și de *sistem periferic* și că poate întruchipa cea mai operațională modalitate de stabilire a relațiilor existente între elementele *nodului central* și cele ale *sistemului periferic*.

Principiul *analizei de similitudine*, potrivit specialiștilor, este relativ simplu. Iată ce afirmă, spre exemplu, J.-C. Abric [1, p.458-459]:

„ (...) După o culegere de date, *analiza de similitudine* este aplicată pentru a permite (...) apariția relațiilor puternice dintre unitățile analizelor de conținut, dintre itemii asocierilor libere sau a răspunsurilor la un chestionar de caracterizare. Ne vom interesa de relația de asemănare sau de proximitate dintre elementele reprezentării. Se va considera că doi itemi sunt cu atât mai apropiați cu cât un număr tot mai mare de subiecți îi vor trata în același mod (alegându-i pe ambii ca fiind importanți, respingându-i pe ambii sau asociindu-i liber). Prin urmare, putem asocia fiecărei perechi de elemente un scor calculat pornind de la concurența lor într-un grup dat. Acest scor constituie *indicele similitudinii* și variază de la 0 (nicio similitudine între itemi) la 1 (similitudine maximă). Dacă, bunăoară, în cazul unei asocieri libere privind studiul referitor la bancă, 70 de persoane din 100 răspund simultan cu itemii „*Împrumut acordat*” și „*Rezolvă problemele financiare*”, se va considera că indicele de similitudine între cele două elemente este de 70/100, adică egal cu 0,7. De altfel, numeroși alți indici sunt utilizați cu aceeași finalitate”^{*}.

În cazul *analizei de similitudine* relațiile existente între elementele corpusului reprezentational pot fi prezentate grafic, prin așa-numitul *arbore maxim*. Acesta din urmă, arată specialiștii [1, p.459; 5, p.31], redă un *graf finit, conex și fără cicluri*. În vârful lui se situează itemii care dispun de cei mai înalți indici de similitudine, adică itemii despre care se poate spune că sunt cei mai „conexați”. Totodată, în interiorul grafului se

^{*} Inspirându-se din raționamentele lui J.-C. Abric, mai mulți autori (printre care, în mod special, M.L. Rouquette și P. Rateau [8]) propun ca stabilirea indicelui de similitudine să se producă în baza unei formule matematice. Formula în cauză, potrivit lor, ar putea să se prezinte astfel:

$$i = n(I,J)/N,$$

unde: i = indicele de similitudine;

$n(I,J)$ = numărul de apariții simultane ale cuplului de itemi I,J;

N = numărul total al subiecților.

disting *muchi* și *lanțuri de muchii*. *Muchiile* constituie elementele de graf cărora le revin valorile concrete ale indicilor de similitudine. Se ia în considerare ansamblul muchiilor în ordine descrescătoare, reținându-se, pe rând, doar acele muchii care nu formează un ciclu cu cele precedente. Întrucât fiecare muchie, precum am menționat mai sus, este afectată de valori concrete ale indicilor de similitudine, este evident că *arborele maxim* exprimă graficul a cărui valoare de similitudine globală (= suma valorilor ansamblului muchiilor) este cea mai ridicată. Dacă, repetăm, *muchia* constituie elementul de arbore căruia îi revine o valoare concretă a indicelui de similitudine, atunci *lanțul de muchii* redă o succesiune de muchii, în care extremitatea terminală a unei muchii coincide cu extremitatea terminală a altei muchii – a celei care vine în continuare. Esențialmente, un ciclu poate fi luat drept un lanț de muchii închis, adică drept un lanț în care extremitatea finală coincide cu extremitatea inițială.

După cum se poate vedea, edificarea *arborelui maxim* al reprezentării sociale ia forma unui proces, în care se regăsesc mai multe faze consecutive, a unui proces, despre care nu se poate spune în niciun caz că are o construcție simplă sau că este de extracție unidimensională.

Ce întreprinde, bunăoară, D.I. Dascălu atunci când își propune să stabilească cum arăta structura reprezentării sociale a „omului nou” în perioada comunistă? [5, p.23-34] *Pentru început*, el pornește de la premisa că în acea perioadă de tristă amintire „(...) pentru a caracteriza pe candidații la intrarea în partid, cei care veneau cu recomandările de rigoare utilizau, ca grilă de evaluare, o reprezentare socială a „omului nou”, o reprezentare care apărea, în felul acesta, ca fundament al unei teorii implicite a personalității”. Recomandările trebuiau să convingă că „(...) respectivul candidat are „calitățile” necesare pentru a fi membru de partid, că, prin comportamentele sale, prin modul în care gândește, prin valorile la care aderă, îndeplinește criteriile apartenenței la partidul unic”. Se presupunea, pe atunci, că „(...) cel care dădea o asemenea recomandare (de obicei, un coleg de muncă) cunoștea personalitatea candidatului, o aprecia „partinic” și își asuma responsabilitatea asupra comportamentelor viitoare ale celui recomandat”. Așadar, având certitudinea că, în descrierea personalității recomandatului, cei care elaborau recomandările făceau apel nu doar la ceea ce știau despre acesta, la experiența relațiilor lor interpersonale, ci și la modelul „omului nou”, D.I. Dascălu recurge, *mai apoi*, la o analiză de conținut pe un eșantion de documente sociale existente în arhiva fostului Comitet Orașenesc Fălticeni al Partidului Comunist din România. Examinarea a cuprins 85 de dosare de primire în partid. Din aceste dosare au fost preluate doar recomandările date candidaților la primirea în partid de către alți membri de partid (în cazul în care pretendentul făcea parte din Uniunea Tineretului Comunist, în dosarul acestuia trebuiau să se regăsească două recomandări – una semnată de un membru de partid și alta venită din partea organizației de tineret). În cele din urmă, au fost supuse analizei 100 de recomandări elaborate și semnate de către membrii de partid, recomandările organizațiilor U.T.C. fiind date deoparte. Pentru analiza conținutului recomandărilor, s-a recurs la 16 categorii, utilizându-se, ca unitate de înregistrare, *tema*. A fost luată în considerare o singură apariție a temei într-o recomandare, chiar dacă, uneori, ea putea să apară de două sau trei ori. Cele 16 categorii, însemnate, convențional, cu litere, au fost:

- A. **Buna pregătire profesională** (aici au fost incluse formulări ca: *are o bună pregătire profesională, este preocupat de ridicarea pregătirii profesionale, cunoaște bine tehnologia de producție, este bun meseriaș*).
- B. **Realizează sarcinile de producție** (au fost incluse formulări de tipul: *se achită conștiincios cu sarcinile de producție, îndeplinește planul, obține rezultate deosebite la locul de muncă, participă la realizarea normelor*).
- C. **Realizează produse de bună calitate** (au fost incluse formulări de genul: *se preocupă de calitatea produselor, iar pentru cei din domenii neeconomice se făcea trimitere la buna calitate a muncii*).
- D. **Respectă disciplina muncii** (au fost incluse formulări de tipul: *respectă programul de lucru, nu absentează și nu lipsește de la program, folosește în mod util timpul de lucru, respectă disciplina de producție*).
- E. **Preocupat de economisirea materiilor prime, a materialelor, a combustibililor și energiei, de recuperarea și refolosirea materiilor prime și a materialelor** (era perioada în care asemenea construcții atitudinale erau pe placul puterii politice, ele fiind intens mediatizate și „dezbătute” cu ardoare în organizațiile de partid).
- F. **Răspunde la chemările întreprinderii/instituției** (se indica atât atașamentul față de întreprindere, cât și receptivitatea necondiționată față de comenzile «factorilor de conducere»).
- G. **Apară avutul obștesc**.
- H. **Contribuie la îmbunătățirea activității din întreprindere/instituție** (aici au fost incluse atât referiri la persoanele care au atribuții în coordonarea activității din întreprindere sau instituția respectivă, cât și referiri care luau în vizor posibilitățile de îmbunătățire a activităților din cadrul acestora).

- I. Membru activ în organizația politică a tineretului sau în organizațiile „de masă”** (au fost incluse referiri la activitatea din cadrul organizațiilor U.T.C., a structurilor sindicale, a O.D.U.S. – participarea la ședințe, participarea la discuții etc.).
- J. Participă la activități de masă și obștești** (au fost incluse referiri legate de participarea la acțiunile organizate de aceste organizații, „sub conducerea organizațiilor de partid”).
- K. Buna pregătire politico-ideologică.**
- L. Bine informat în legătură cu politica partidului** (citește în mod sistematic presa, este la curent cu evenimentele politice interne și internaționale, cunoaște bine documentele partidului, cunoaște bine legile țării).
- M. Militează pentru transpunerea în practică a politicii partidului** (este combativ, revoluționar, are o concepție politică sănătoasă, mobilizează colegii, oamenii muncii în vederea realizării obiectivelor trasate de partid).
- N. Exemplu în cadrul colectivului și în societate.**
- O. Relații bune cu colegii de muncă** (aici au fost incluse formulări de tipul: este bun coleg, își ajută colegii, este bine integrat în colectiv).
- P. Comportare demnă în familie și în societate** (în strictă conformitate cu Codul eticii și echității socialiste).

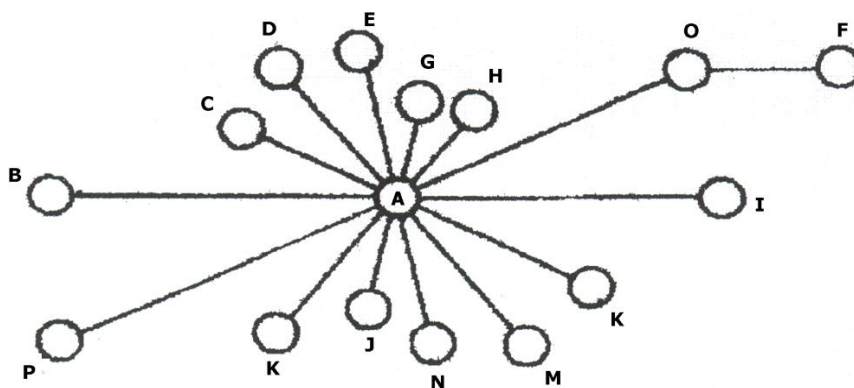
Cel de-al treilea pas, în cercetarea lui D.I. Dascălu, l-a constituit calcularea frecvenței cu care fiecare din cele 16 teme și-a făcut apariția în dosarele de recomandare. Tabloul final la care s-a ajuns a arătat astfel:

Categorii/ Teme	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
Frecvențe	80	67	32	37	26	27	18	24	59	20	37	33	36	31	63	70
%(N=100)	80	67	32	37	26	27	18	24	59	20	37	33	36	31	63	70

În continuare, prin intermediul celui de-al patrulea pas, cunoscându-se frecvența cu care categoriile/temele și-au făcut apariția în recomandările pentru primirea în partid, s-a recurs la metoda analizei de similitudine. Cu această ocazie, pentru a putea spune mai multe despre structura reprezentării sociale a „omului nou”, pentru a scoate în evidență legăturile dintre componentele sale, elementele centrale și cele periferice, s-a recurs, întâi de toate, la calcularea indicelui de similitudine (i) pentru fiecare cuplu de itemi, conform formulei: $i = n(I/J)/N$, unde, precum am arătat deja, $n(I/J)$ este numărul de apariții simultane ale cuplului (I, J), iar N numărul total al subiecților. A fost calculată, așadar, proporția apariției simultane a celor doi itemi. Indicele, după cum și era de așteptat, a luat valori cuprinse între „0” și „1”, „0” semnificând *absența de similitudine*, iar „1” *similitudinea maximă*. În rezultatul calculului efectuate, a devenit posibilă reliefația *matricei indicilor de similitudine*. Pentru frecvențele indicate mai sus și pentru $N = 100$ ea s-a prezentat în felul următor:

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P
A		0,52	0,26	0,28	0,25	0,21	0,16	0,19	0,49	0,19	0,33	0,29	0,31	0,25	0,49	0,56
B			0,23	0,22	0,18	0,16	0,14	0,14	0,43	0,15	0,28	0,24	0,33	0,18	0,44	0,41
C				0,13	0,1	0,1	0,18	0,04	0,1	0,1	0,09	0,11	0,07	0,15	0,18	0,25
D					0,10	0,10	0,15	0,05	0,2	0,09	0,1	0,11	0,14	0,13	0,20	0,2
H						0,0	0,14	0,09	0,2	0,07	0,1	0,14	0,11	0,08	0,17	0,16
F							0,06	0,02	0,13	0,03	0,08	0,07	0,05	0,12	0,22	0,18
G								0,01	0,14	0,05	0,10	0,11	0,05	0,06	0,13	0,08
H									0,10	0,05	0,1	0,08	0,1	0,05	0,14	0,19
I										0,13	0,26	0,25	0,21	0,14	0,36	0,37
J											0,08	0,09	0,06	0,07	0,10	0,17
K												0,19	0,18	0,08	0,22	0,26
L													0,14	0,09	0,21	0,19
M														0,09	0,1	0,2
N															0,22	0,2
O																0,46
P																

Cel de-al cincilea pas al cercetării efectuate de către D.I. Dascălu (ultimul ca număr, nu și ca importanță, bineînțeles) a prevăzut punerea în evidență a structurii reprezentării sociale a „omului nou” prin construirea *arborelui maxim* al acesteia, adică a unui „graf finit, conex și fără cicluri”. Au fost considerați ca vârfuri itemii **A, B, C, ..., P**. Cu luarea în considerare a acestora, a fost, pentru început, figurată muchia **A-P**, având valoarea 0,56, s-a continuat cu muchia **A-B** (0,52), apoi cu muchiile **A-I** și **A-O** (0,49). Muchia **O-P** (0,46) nu a fost figurată pe grafic, pentru că forma un ciclu (**O-A-P**). Arborele maxim obținut a avut următoarea configurație:

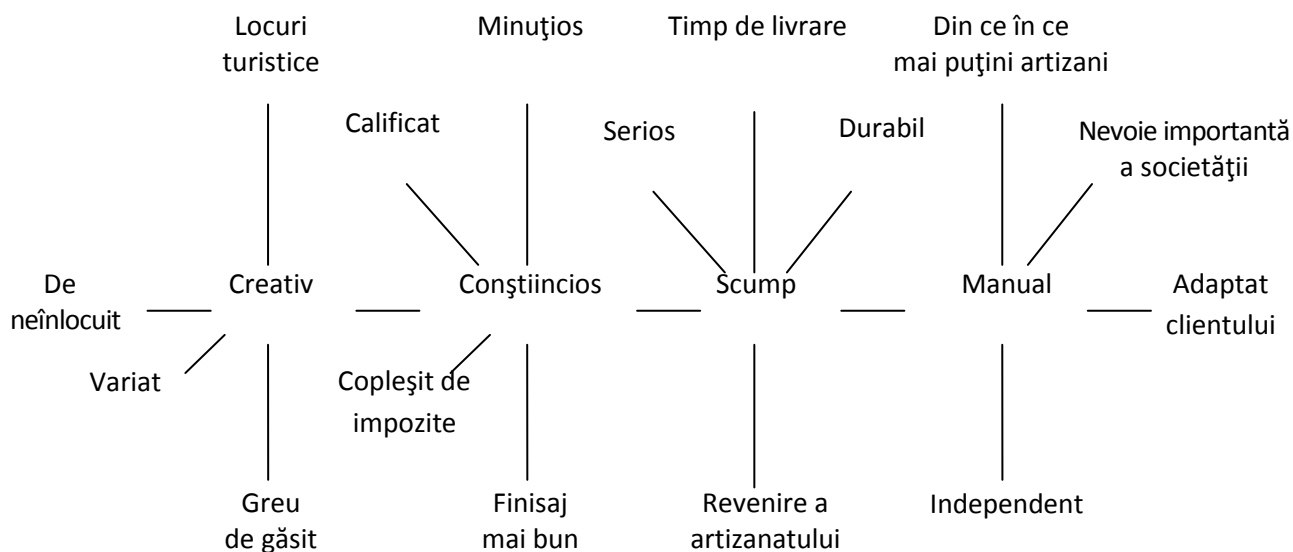


Din matricea indicilor de similitudine se vede că cel mai „conexat” item este **A**, urmat de **B, P, I** și **O**. Putem presupune că aceștia se situează în zona centrată a reprezentării sociale a „omului nou”. De remarcat că trei dintre ei, **A, B** și **O**, definesc „*bunul muncitor*”, unul, **P**, „*bunul cetățean*” și unul, **I**, „*militantul*”. Arborele maxim ne arată că imaginea socială a „omului nou” orbitează în jurul itemului **A**, deci a *bunei pregătiri profesionale*. Lanțurile cele mai semnificative, în raport cu indicii de similitudine, sunt **B-A-P** (la un nivel mai mare de 0,50) și apoi **P-A-I** și **B-A-I**, la un nivel cuprins între 0,41 și 0,50.

Dacă am încerca să traducem aceste lanțuri în „caracterizări”, ele ar avea forma: „*Bine pregătit profesional, realizează sarcinile de producție și are o comportare demnă în familie și în societate*”, „*Este bine pregătit profesional, cu o comportare demnă în familie și în societate, membru activ al organizației de tineret (sindicat, O.D.U.S)*” sau „*Bine pregătit profesional, realizează sarcinile de producție, face parte din organizația de tineret (sindicat, O.D.U.S)*”.

Putem considera că modelul de personalitate la care se raportează subiecții atunci când scriu recomandările nu este „*soldatul ideologic*”, „*militantul*”, ci „*bunul muncitor*”. Se constata o anumită îndepărtare, chiar indiferență, față de ideologie. Pe primele locuri, din punctul de vedere al frecvenței de apariție, se situează teme referitoare la calitățile profesionale și la relațiile cu membrii colectivului, în timp ce calitățile „*militantului*” apar cu o frecvență mult mai mică. Referirile la activismul în organizațiile controlate de partid, la participarea la activitățile politizate și politizante organizate în cadrul acestora, la cunoașterea și punerea în practică a politicii partidului sunt mai puține și, totodată, par să aibă un caracter formal mai pronunțat. Sunt elemente ale unui ritual pe care puterea îl impunea la acea vreme tuturor membrilor societății. Locul al doilea, din perspectiva frecvenței de apariție, îl ocupă „*comportarea demnă în familie și în societate*”. Pare să fie vorba, la acest moment, de respectarea codului moral impus de către regim, de ralierea comportamentului individual la cerințele acestuia. „*Omul nou*”, așa cum se poate deduce din recomandările analizate, pare a fi *individul disciplinat, care realizează sarcinile de la locul de muncă, se comportă cum i se cere de către putere, îndeplinește ritualul ideologic al organizațiilor în care este înregimentat*. Principala caracteristică este *acceptarea autorității puterii politice*. Convingerile ideologice au mai puțină importanță, în măsura în care ritualul ideologic impus de putere este respectat. „*Omul nou*” pare adaptat la această situație de dominare în care este plasat, încearcă chiar să contureze limitele unei anumite „*normalități*” pentru cadrul social în care își duce existența.

Un alt exemplu concludent de aplicabilitate a *arborelui maxim* este adus de J.-C. Abric [2], cu ocazia unei cercetări referitoare la reprezentarea socială a artizanului. Conținutul acesteia din urmă fusese în prealabil obținut printr-un chestionar de caracterizare. *Categoriile de fundamentare* sau – în alți termeni – *dimensiunile asociate la obiect* au fost, în cazul dat, următoarele: caracteristicile proprii artizanului, tipul de muncă pe care el o face, conveniențele și inconveniențele produsului artizanal. Arborele maxim obținut din ansamblul populației studiate a arătat în felul următor:



Din figura prezentată mai sus se vede că reprezentarea artizanului se organizează în jurul a patru elemente, care alcătuiesc, după toate probabilitățile, nucleul central al reprezentării. Se profilează două caracteristici ale artizanului („*creativ*” și „*conștiincios*”), una a muncii sale („*manuală*”) și una a produsului său („*scump*”). În calitate de elemente periferice apar: „*locuri turistice*”, „*variabil*”, „*greu de găsit*”, „*de neînlocuit*” (raliate elementului central „*creativ*”), „*minuțios*”, „*calificat*”, „*copleșit de impozite*”, „*finisaj mai bun*” (raliate elementului central „*conștiincios*”), „*serios*”, „*durabil*”, „*revenire a artizanatului*”, „*timp de livrare*” (raliate elementului central „*scump*”) și „*independent*”, „*nevoie importantă a societății*”, „*din ce în ce mai puțini artizani*”, „*adaptat clientului*” (raliate elementului central „*manual*”).

Rezumând, analiza de similitudine redă o tehnică de analizare a datelor care vizează revelarea structurilor subiacente din perimetrul unui câmp reprezentational. Ea este instrumentul investigațional care oferă posibilitatea evidențierii legăturilor puternice existente între itemii asocierilor libere, între răspunsurile la un chestionar de caracterizare sau între unitățile de numărare extrase în procesul unei analize de conținut. Punând-o în aplicare, specialiștii pot observa că două constructe ideatice sunt cu atât mai aproape una de alta cu cât un număr tot mai mare de subiecți le vor aborda de aceeași manieră. Nefiind „*o măsură sau un control al centralității*” (expresia lui J.-C. Abric), instrumentul investigațional nominalizat permite, totodată, formularea unor ipoteze incitative cu referire la componentele esențiale a ceea ce poartă numele de „*teorii ale simțului comun*”.

Bibliografie:

1. ABRIC, J.-C. Analiza structurală a reprezentărilor sociale. În: S.MOSCOVICI, F.BUSCHINI (coord.). *Metodologia științelor socioumane* / Traducere de V.Savin. Iași: Polirom, 2007.
2. ABRIC, J.-C. L'artisan et l'artisanat: analyse du contenu et de la structure d'une représentation sociale. En: *Bulletin de Psychologie*, 1984, no.37(366), p.861-875.
3. ABRIC, J.-C. L'étude des représentations sociales de la banque en France: une nouvelle approche méthodologique. În: V.Rigas (ed.). *Social representations and contemporary social problems*. En: *Ellinika Grammata* (Atena), 1998, p.3-10.
4. ABRIC, J.-C., VERGÉS P. La représentations sociales de la banque. En: *Etudes et Recherches du Gijresh*, 1994, no.26, p.7-15.
5. DASCĂLU, D.I. „Limba de lemn” și ritualul politic în societățile comuniste. În: *Revista Română de Studii Culturale*, 2003, nr.1, p.20-34.
6. DEGENNE, A. L'analyse similitude et les représentations sociales. En: J.-P. COURTIAL (ed). *Science cognitive et sociologie des sciences*. Paris: Presses Universitaires de France, 1994, p.109-123.
7. RADU, L. Progrese în studiul reprezentărilor sociale. În: C.CONSTANTINESCU (coord.). *Stereotipuri, reprezentări și identitate socială*. Pitești: Editura Universității din Pitești, 2000.
8. ROUQUETTE, M.L., RATEAU, P. *Introduction à l'étude de représentations sociales*. Grenoble: P.U.G., 1998.
9. SIMA, T. *Nivelul de aspirație: definiție și elementele componente* // <http://xa.yimg.com/kg/groups/71002038/207296926/name/PS>

10. ȘLEAHTITCHI, 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.
11. ȘLEAHTITCHI, M. Instrumentele de analiză structurală a spațiului reprezentational: evocarea liberă. În: *Psihologie: Revista științifico-practică a Asociației psihologilor-practicieni din Republica Moldova*, 2013, nr.2, p.87-91.
12. ȘLEAHTITCHI, M. Instrumentele de analiză structurală a spațiului reprezentational: evocarea liberă, harta asociativă și rețeaua de asociații. În: *Psihologie. Pedagogie specială. Asistență socială*: Revista Facultății de Psihologie și Psihopedagogie specială a Universității Pedagogice de Stat „Ion Creangă”, 2013, nr.2(31), p.27-39.
13. ȘLEAHTITCHI, M. Instrumentele de analiză structurală a spațiului reprezentational: chestionarul de caracterizare. În: *Studia Universitatis Moldaviae*: Revistă științifică a Universității de Stat din Moldova. Seria „Pedagogie, Psihologie, Didactica științei”, 2013, nr.5(65), p.102-109.
14. VERGÈS, P. Approche du noyan central: propriétés quantitatives et structurales. En: C.GUIMELLI (ed.). *Structures et transformations des représentations sociales*. Lausanne: Delachaux et Niestlé, 1994, p.233-253.
15. VERGÈS, P. Représentations sociales partagées, périphériques, indifférentes d'une minorité: méthodes d'approche. En: *Les Cahiers Internationaux de Psychologie Sociale*, 1995, no.28, p.77-96.

Prezentat la 17.06.2013