

Reprezentările și comunicarea în spațiul socio-cultural

Conf.univ.dr. Mirela Arsith
Universitatea Danubius din Galati
arsith.mirela@univ-danubius.ro

Abstract. Representations should not be interpreted only as mere collections of past information, meant for further consultation (Denis, 1994), but be regarded as psychosocial configurations actually contributing to solving some cases, approaching of new events and adopting the most appropriate behavior. All these roles are recognized and investigated by various ongoing trends of research in the communication and behavioral sciences.

Keywords: imagism, social representation, social environment, representations' function, shamanism

1. Reprezentarea socială – ca asumare a realității umanului

Cea mai frecventă utilizare filosofică a cuvântului *reprezentare* desemnează formarea de către spirit a imaginilor de orice natură, imagini care provoacă sau acompaniază sentimentele, gândurile, intențiile noastre și aceste imagini însele. Reprezentările individuale sau sociale fac lumea să fie ceea ce credem noi că este sau că trebuie să fie. „*Ele ne arată că, în fiecare moment, ceva absent vine să se adauge și ceva prezent se modifică*“. (Moscovici, 1994, p. 45) Reprezentările mentale dețin, mai întâi, o *substanță simbolică*, iar apoi o *practică* ce le generează (*Ibidem*). Indivizii și grupurile creează reprezentări în cursul comunicării și al cooperării. O dată create, ele își au propria lor viață, circulă, fuzionează, se atrag și se resping, dau naștere la noi reprezentări, în timp ce cele vechi dispar. Astfel, reprezentările se afirmă ca viziuni funcționale asupra lumii, care permit individului sau grupului să dea un sens conduitelor practicate și să înțeleagă realitatea prin „*propriile lor sisteme de referință, să se adapteze, deci, la acesta, să-și defînească un loc în interiorul lor*“. (Abric, 1997, p. 108)

Noțiunea de *reprezentare* se suprapune, parțial, peste alte noțiuni psihosociologice cum sunt mitul, opinia (atitudinea), imaginea mentală sau credința. Considerăm că raporturile reprezentării cu aceste concepte trebuie nuanțate, prin identificarea

notelor comune, dar și a celor care dau specificul fiecăreia. Astfel, pentru omul arhaic, mitul constituie o știință totală, o „filosofie“ unică; pentru omul modern reprezentarea socială este doar una din căile de apropiere a lumii concrete. Opinia este un moment al formării atitudinilor și stereotipurilor. Ea mai are și o valoare predictivă căci, în funcție de ceea ce spune un subiect, se deduce ce anume va face. Or, reprezentarea socială este o pregătire pentru acțiune nu doar în măsura în care ghidează comportamentul, ci și în măsura în care remodelează și reconstituie elementele din mediul înconjurător în care trebuie să se desfășoare comportamentul.

Reprezentările sociale se înscriu într-un cadru de gândire preexistent, într-un sistem de credințe ancorate în valori, norme, tradiții sau imagini. În raport cu acestea reprezentările sociale au menirea de a oferi sensuri (de a clarifica), de a asigura integrarea (încorporarea elementelor noi în cadre familiare), dar și asumarea, împărtășirea în comun a unor sensuri. A reprezenta un lucru sau o stare nu înseamnă a o repeta sau a o reproduce, ci înseamnă a o reconstitui, a-i schimba configurația.

Credința este, în primul rând, un produs al unor fapte intuitive. Putem aprecia că specificul ei este adăugarea a „ceva“ elaborărilor mentale care le face pe acestea mai sigure, mai imperative pentru acțiune și, totodată, mai puțin vulnerabile la contraargumente. Problemele complexe pe care societatea umană le are de înfruntat depășesc cu mult capacitățile de cunoaștere de care actorii sociali dispun la un moment dat. Omul, însă, trebuie să facă mereu estimări, evaluări, să formuleze și să adopte soluții, în condiții de incertitudine.

Limitele capacităților rațional-științifice fac ca procesele cognitive să aibă loc, în aceste cazuri, cu metode și pe căi alternative, predominant intuitive. În societatea actuală cunoștințele noastre sunt investite, de multe ori, cu un plus de valoare, de certitudine, făcându-le mai puțin vulnerabile. În acest context, credința apare ca o reacție de apărare la situația de incertitudine.

Imaginea mentală este concepută ca reflexul intern al unei realități externe, conformă în spirit cu ceea ce se găsește în afara spiritului. Prin urmare, ea poate fi considerată o reproducere pasivă a unui dat imediat. „*Individul poartă în memorie o colecție de imagini despre lume sub diferitele sale aspecte. Aceste imagini sunt construcții combinatorii, analoge cu experiențele vizuale.*“ (Serge Moscovici, 1994, p. 43) Imaginile rezultă dintr-o filtrare a informațiilor posedate sau primite de către subiect în legătură cu satisfacția căutată sau cu o coerență necesară.

Așadar, spre deosebire de opinii și imagini, reprezentările sunt ansambluri dinamice, care *produc* comportamente și relații cu mediul înconjurător (și *nu de reproducere* a acestora). De aceea, considerăm că opiniile, imaginile, „miturile“ și credințele sunt subsumate reprezentărilor.

Fiecare experiență se adaugă unei realități predeterminate de convenții care îi definesc, în mod clar, frontierele, distingând mesajele semnificative de cele ne semnificative. Nicio minte nu este liberă de efectele unei condiționări preliminare, impuse de reprezentări, limbaj și cultură. De aceea, reprezentările *convenționalizează* obiectele, persoanele și evenimentele cu care ne aflăm în contact și, totodată, ele sunt *prescriptive* (Moscovici, 1997, p. 20) având o forță generată de combinația dintre o structură prezentă și tradiția care decretează ce ar trebui să gândim. Psihosociologia evidențiază faptul că reprezentările au o funcție importantă de conservare a informației, de configurare a normelor și a valorilor, îngăduind individului să abordeze evenimente și experiențe inedite, precum și obiective de atins.

Reprezentările conferă elementelor lumii o formă precisă, le localizează într-o categorie dată și le impun, gradual, drept de un anumit tip, distinct și împărtășit de un grup de persoane. Toate elementele noi aderă la model și fuzionează cu acesta. Fiecare experiență se adaugă unei realități predeterminate de convenții care îi definesc, în mod clar, frontierele, distingând mesajele semnificative de cele ne semnificative. „*Nicio minte nu este liberă de efectele unei condiționări preliminare, impuse de reprezentări, limbaj și cultură.*“ (Ibidem). Prin urmare, realitatea socială este determinată pentru individ, în primul rând, de ceea ce este social acceptat ca realitate. Reprezentările sociale, prin manifestările lor, dau sens realității, integrează concepte și fapte noi în cadre familiare și asigură sensuri comune împărtășite de o comunitate. Ele asigură relevanță conduitelor sociale prin asigurarea coerenței opiniilor, judecăților și credințelor.

O reprezentare este socială în măsura în care ea contribuie la formarea conduitelor și la orientarea comunicării sociale: „*Reprezentarea este un ghid pentru acțiune, ea orientează acțiunile și relațiile sociale, fiind un sistem de pre-codaj al realității, căci determină un ansamblu de anticipări și de așteptări.*“ (Abric, 1997, p. 109) Atribuind un semn convențional realității și prescriind, prin structuri și tradiții, ceea ce percepem și imaginăm, reprezentările sociale se constituie într-un mediu social, iar prin autonomia lor și prin presiunile pe care le exercită, ele se manifestă ca realități de necontestat.

2. Interacțiunile și dinamica reprezentărilor sociale

Pentru o analiză a reprezentărilor sociale și a unora dintre modurile lor de manifestare, propunem următorul fragment dintr-un interviu pe care Mircea Eliade l-a acordat lui Claude-Henri Roquet și pe care îl găsim publicat în volumul *Încercarea labirintului*:

„C-H. R - În cele din urmă, sunteți profesor sau guru?

M. E. – Există mereu riscul, în America, mai ales pe coasta Pacificului, și aceasta, pentru unii cel puțin, să fie luați drept guru. Într-un an țineam un curs la universitatea din Santa Barbara despre religiile indiene, de la Rig-Veda la Bhâgavad – Gitâ. Studenții veneau după curs, considerându-mă ca pe un guru care le-ar da soluția pentru viața lor interioară. Le-am spus: «Nu faceți confuzii; aici sunt profesor, nu sunt guru. Pot să vă ajut, dar numai în calitate de profesor. Aici vreau să vă prezint lucrurile așa cum găsesc eu că sunt.»

C.- H. R – Acest tineret American pe care îl cunoașteți îndeaproape și pentru care, uneori, religia nu este o simplă chestiune de studii, cum îl vedeți dumneavoastră și cam ce gândește?

M. E. – Ceea ce am văzut la Chicago și la Santa Barbara este pasionant. În America istoria religiilor este o disciplină la modă, nu numai printre studenții care, așa cum spunea Maritain, sunt niște «analfabeți din punct de vedere religios», ci și printre cei ce sunt curioși să cunoască religiile celorlalți: hinduismul, budismul, religiile arhaice și primitive. Șamanismul a devenit aproape un obiect de delectare. Pictori, oameni de teatru se interesează de el, și mulți tineri; ei cred că drogurile lor îi pregătesc ca să înțeleagă experiența șamanică. Printre acești studenți, unii au găsit absolutul într-o sectă efemeră ca și Meher Baba, Haré Krishna, Jesus Freaks, în anumite secte «zen»...Nu-i încurajez, dar nici nu le critic alegerea, deoarece ei îmi spun:«Înainte, mă drogam, eram o larvă, nu credeam în nimic, am încercat de două ori să mă sinucid, era cât pe ce să fiu omorât când eram complet drogat, și acum, am găsit absolutul!» Nu le spun că acest «absolut» nu este de cea mai bună calitate, fiindcă, pentru moment, acest tânăr care era în haos, în nihilismul total, și era de o agresivitate periculoasă pentru colectivitate, acest tânăr a găsit ceva“. (Eliade, 1990, pp. 99-100)

Serge Moscovici afirmă că „*orice reprezentare este reprezentarea cuiva*“ (1994, p. 49). Datorită faptului că Mircea Eliade le-a prezentat studenților săi filosofia și religia indiană, i-a determinat pe unii dintre aceștia să și-l reprezinte ca pe un maestru, ca pe un guru, ce îi poate conduce spre iluminare, spre cunoașterea mistică a Absolutului.

Reprezentarea socială este o formă de cunoaștere, prin intermediul căreia cel care cunoaște poate ajunge să se re-situeze în ceea ce cunoaște: „*Nu faceți confuzii; aici sunt profesor, nu sunt guru.*“ De aici decurge alternanța dintre când să reprezinti și când să te reprezinti: „*Pot să vă ajut, dar numai în calitate de profesor.*” În demersul comunicativ și explicativ al lui Mircea Eliade, se activează funcția de cunoaștere a reprezentării pe care acesta o propune, permițând înțelegerea și interpretarea corectă a realității. Și cuvântul *guru* ar putea fi tradus ca profesor; numai că acest termen relevă, prin conținutul său, atât aderarea spirituală, cât și asumarea valorilor religiei indiene de către cel ce le împărtășește discipolilor săi; a fi „doar” *profesor* înseamnă să dezvolți un discurs despre spiritualitatea indiană așa cum ai comunica despre orice alt conținut cultural. Astfel, specialistul în istoria religiilor definește, în prezența studentului său, un cadru de referință comun, care îngăduie, prin comunicare, transmiterea unei cunoașteri nesistematice, dar clarificatoare în departajarea notelor definitorii ale conceptelor de „guru” și „profesor”.

Mircea Eliade propune studentului său o reprezentare despre sine care îi conturează identitatea și îi asigură menținerea în specificul grupului social al profesorilor: „*Aici vreau să vă prezint lucrurile așa cum găsesc eu că sunt.*” Elaborarea identității sociale trebuie să fie compatibilă cu sistemele de norme și valori determinate social și istoric. Prin urmare, profesorul prezintă și explică „lucrurile”, dar nu impune asumarea valorilor, a ideologiei ce se promovează prin produsele culturale ce sunt subiecte ale cunoașterii.

Întrebat cu privire la reprezentarea pe care o are despre tineretul american, Mircea Eliade definește drept pasionantă o realitate destul de nuanțată: în America „*istoria religiilor este o disciplină la modă*”; această modă a prins și la tineri, apreciați de Maritain ca fiind „analfabeți” din punct de vedere religios. Acest analfabetism clamat de gânditorul francez are în vedere respingerea de către tineri a religiilor tradiționale, cum sunt creștinismul, iudaismul, islamismul sau budismul. Este o respingere *ab initio*, care nu se fundamentează pe cunoașterea prealabilă a preceptelor și viziunilor, ci pe credința că aceste religii nu pot aparține lumii lor. În schimb, religiile orientale exercită asupra tinerilor o adevărată fascinație. „*Șamanismul a devenit aproape un obiect de delectare.*” Putem identifica, în acest

fragment al interviului o altă funcție pe care o pot dobândi reprezentările: aceea de orientare în lume a subiectului.

Reprezentările sociale ghidează comportamentele și practicile, având un rol important în definirea finalității situației, prin determinarea tipului de relații pertinente pentru subiect și a tipului de demers cognitiv adoptat; „*pictori, oameni de teatru se interesează de el, și mulți tineri; ei cred că drogurile lor îi pregătesc ca să înțeleagă experiența șamanică.*“ Această credință a celor interesați de șamanism este fundamentată pe o anumită reprezentare pe care o au despre acesta, ca fiind o modalitate de obținere a extazului, prin evadarea din lumea terestră și depășire a condiției profane.

Ca acțiune asupra realității, reprezentarea socială produce sisteme de anticipări și de așteptări; totodată, ea definește ceea ce este permis, tolerabil sau acceptabil într-un context social: „*printre acești studenți, unii au găsit absolutul într-o sectă efemeră ca și Meher Baba, Haré Krishna, Jesus Freaks, în anumite secte «zen»*“. Prin aceste orientări, tinerii își asumă anumite reprezentări care determină practici semnificante, ce fundamentează ritualuri specifice. Astfel, reprezentările sociale se impun ca principii generatoare de luări de poziție, legate de inserții specifice într-un ansamblu de raporturi sociale; totodată, ele organizează procesele simbolice ce intervin în aceste raporturi. (Doise, 1997, p. 79)

Mircea Eliade nu împărtășește aceste reprezentări cu studenții săi, dar nici nu își propune să le modifice: „*Nu-i încurajez, dar nici nu le critic alegerea, deoarece ei îmi spun: «Înainte, mă drogam, eram o larvă, nu credeam în nimic, am încercat de două ori să mă sinucid, era cât pe ce să fiu omorât când eram complet drogat, și acum, am găsit absolutul!»*“. Prin reprezentările despre trecut, se reconstruiește realul și se elaborează noi semnificații; normele și relațiile sociale permit alegeri diferite și niciun comportament nu este interzis, în măsura în care nu este dăunător social, relevându-se practici neconstrângătoare ce pot fi generate de reprezentările sociale; realitatea în care evoluează acești tineri este „reprezentată“, adică însușită și reconstruită în sistemul lor cognitiv și axiologic, fiind reconfigurată de istoria lor personală și de contextul social și ideologic în care ei trăiesc.

Mircea Eliade nu impune studenților săi propriile sale reprezentări, modelate de formarea sa profesională și de cea culturală; el înțelege că aceștia își modelează propria lor realitate pornind de la experiențele lor personale, de la propriile lor sisteme de valori, de la propriile lor resurse ce pot fi angajate în identificarea soluțiilor individuale de adaptare și integrare socială: „*Nu le spun că acest «absolut»*

nu este de cea mai bună calitate, fiindcă, pentru moment, acest tânăr care era în haos, în nihilismul total, și era de o agresivitate periculoasă pentru colectivitate, acest tânăr a găsit ceva“. Putem identifica, în acest context, funcția justificativă a reprezentărilor, permițând întemeierea argumentată a comportamentelor și a luărilor de poziție față de alte opinii, atitudini, credințe și conduite.

Comunicarea dintre profesorul de istoria religiilor și studenții săi are rolul de a institui, în final, un univers consensual, în spațiul căruia se modelează reprezentările și demersurile gândirii sociale. Acestea se configurează și acționează ca un sistem de interpretare a realității ce reglementează relațiile dintre indivizi în mediul lor social, determinându-le comportamentele sau practicele.

Bibliografie

Abric, Jean-Claude (1997). *Reprezentările sociale: aspecte teoretice*. în Adrian Neculau (coord.) *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iași: Editura „Polirom“.

Doise, Willem (1997). Reprezentările sociale: definiția unui concept, în: Adrian Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iași: Editura „Polirom“.

Eliade, Mircea (1990). *Încercarea labirintului*. Cluj-Napoca: Editura „Dacia“.

Moscovici, Serge (1997), în: Adrian Neculau (coord.). *Psihologia câmpului social. Reprezentările sociale*. Iași: Editura „Polirom“.

Moscovici, Serge (1994). *Psihologia socială sau mașina de fabricat zei*. Iași: Editura Universității „Al. I. Cuza“.