

Научная статья

УДК 316.6

<https://doi.org/10.24158/spp.2022.4.13>

Социальные представления как социально-психологическое понятие

Ольга Николаевна Тузова

Мурманский арктический государственный университет, Мурманск, Россия,
olg.tuzova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1906-8702>

Аннотация. Социальные представления как психологический феномен выступают актуальным предметом исследования в различных научных областях. Интерес к данному понятию как основе коммуникации актуализируется в свете современной общественной ситуации. В работе содержится теоретическое описание социальных представлений, что проясняет дискуссионность понимания членами научного сообщества (как отечественных, так и зарубежных) сути этого понятия и формирует единое семантическое пространство для изучения предмета исследования. Отправной точкой в определении социальных представлений как феномена избран подход С. Московичи. Выделяются основные характеристики данной социально-психологической категории, приводятся ключевые ее компоненты, уточняются позиции автора относительно перспектив дальнейшего исследования. Отмечается, что представленный анализ служит теоретической основой для эмпирического исследования социальных представлений подростков и молодежи о социальной успешности.

Ключевые слова: социальные представления, индивид, группа, взаимодействие, социальное пространство, коммуникация

Для цитирования: Тузова О.Н. Социальные представления как социально-психологическое понятие // Общество: социология, психология, педагогика. 2022. № 4. С. 91–95. <https://doi.org/10.24158/spp.2022.4.13>.

Original article

Social perceptions as a socio-psychological concept

Olga N. Tuzova

Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia,
olg.tuzova@yandex.ru, <https://orcid.org/0000-0003-1906-8702>

Abstract. Social perceptions as a psychological phenomenon are a current subject of research in various scientific fields. The interest in this concept as a basis for communication gains relevance in the light of the current social situation. The paper contains a theoretical description of social perceptions, which clarifies the debatable understanding of members of the scholarly community (both domestic and foreign) of the concept and forms a unified semantic space for the study of the subject of research. The starting point in the analysis of this concept is the approach of the founder S. Moscovici. Approaches to understanding this socio-psychological category of both foreign and domestic scientists are also presented. Based on the analysis of various approaches to the definition of this concept, its main characteristics are highlighted, the selected components are given, the theoretical positions of the author regarding further research are clarified. The presented analysis serves as a theoretical basis for an empirical study of the social perceptions of adolescents and young people about social success.

Keywords: social perceptions, individual, group, interaction, social space, communication

For citation: Tuzova, O.N. (2022) Social perceptions as a socio-psychological concept. *Society: Sociology, Psychology, Pedagogics*. (4), 91–95. Available from: [doi:10.24158/spp.2022.4.13](https://doi.org/10.24158/spp.2022.4.13) (In Russian).

Социальные представления сравнительно недавно стали предметом научных исследований. Само понятие было введено в начале 1960-х годов С. Московичи. Он попытался объяснить феномен стереотипов, мнений, убеждений, основываясь на закономерностях функционирования психики индивида. В настоящее время интерес к исследованию различных аспектов социальных представлений людей достаточно устойчив. Актуальность настоящего теоретического анализа обусловлена необходимостью понимания, что же мы изучаем на самом деле при использовании в модели исследования данного конструкта: сами ли социальные представления как отдельный феномен или же одно из слагаемых другого социально-психологического явления, например, со-

циальные представления об успешности. В этой связи проблемой нашего исследования является необходимость в уточнении и конкретизации указанного понятия для обоснования модели эмпирического исследования представлений подростков и молодежи о социальной успешности.

Обратимся к научной литературе как источнику теоретизированных дефиниций рассматриваемого явления. Содержание понятия «социальные представления» различные авторы формулируют по-разному в рамках тех проблем, которые они изучают (Виноградова, Гуриева, 2021).

По мнению С. Московичи, «не следует рассматривать представления как реплику или отражение мира» (Московичи, 1995).

Соглашаясь с ним, Я.В. Кузьмина отмечает, что «социальные представления – наиболее сложное ментальное образование человека, поскольку соотносится с большим количеством психических явлений: памятью, верованиями, убеждениями, идеологиями. Социальные представления – способность человека воспринимать, делать выводы, понимать, вспоминать, чтобы придавать смысл вещам и объяснять личностную ситуацию» (Кузьмина, 2019). Согласно дефиниции исследователя социальные представления являются особой формой познания реальности, они являются фактором, конструирующим повседневную жизнь индивида в процессе его активной деятельности, посредством которой он создает и воссоздает предметы, людей, события в своем сознании.

По мнению С. Московичи, представления – основа взаимодействия: прежде чем индивид вступит в общение с человеком или социальной группой, он должен представить себе возможные связи, результаты этого взаимодействия. Социальные представления одновременно служат основой для коммуникации и являются ее результатом, они обеспечивают разделяемые нормы и правила поведения социальных взаимодействий и групповую идентичность (Московичи, 1995; Moscovici, 1994).

Данное определение подвергалось всяческим преобразованиям: дополнению, уточнению, обобщению. В рамках настоящего исследования мы рассмотрим различные версии, чтобы сформулировать то определение, которое более точно охарактеризует предмет нашего изучения.

Таблица 1 – Подходы к определению понятия «социальные представления»

Авторы 1	Определение понятия 2
К.А. Абульханова-Славская	Задача социальных представлений – исследование реального состояния сознания личности, раскрытие сущности и тенденций его реального изменения. «Можно охарактеризовать личностные особенности социальных представлений в контексте теории социального мышления личности» (Абульханова, 2002)
В. Дуаз	В рамках отношений, свойственных определенному общественному пространству, социальные представления – набор принципов личного отношения к разнообразным ориентирам. Исследование социальных представлений – это не только описание их содержания, но и анализ взаимосвязи этого феномена с динамикой взаимоотношений (Doise, 2001)
Г.М. Андреева, Н.Н. Богомолова, Л.А. Петровская	Индивид, являясь единицей анализа, реагирует на других, а они в свою очередь реагируют на него (Андреева и др., 1978)
К. Херзлиш	Социальные представления могут быть символом некоторых ценностей (Herzlich, 1973)
Д. Жоделе	Социальные представления – это некие знания, содержание которых свидетельствует о действии социально-маркированных порождающих и функциональных процессов. Посредством этих представлений социальные знания обретают форму, с их помощью можно интерпретировать и осмыслять повседневную действительность (Жоделе, 1995)
Л.Г. Почебут, И.А. Мейжис	«Социальные представления – это социально выработанное и разделяемое с другими людьми знание. Они направлены на то, чтобы люди осваивали окружающую среду, понимали и могли объяснить факты и идеи, существующие в мире, могли воздействовать на других и действовать вместе с ними, могли позиционировать себя по отношению к ним, отвечать на вопросы и т.д.» (Почебут, Мейжис, 2010)
Ж.-К. Абрик	Социальные представления – это совокупность двух систем. Первая (центральное ядро) – состоит из ригидных, архаичных норм и ценностей, связанных с коллективной памятью, групповой памятью. Вторая (периферическая) – конкретизирует первую, создает связь между ядром и ситуацией, эта система изменчива и вариативна (Abric, 2003)
А.И. Донцов, Т.П. Емельянова	«Социальные представления – независимая переменная, детерминирующая поведение. Во внутригрупповом межличностном взаимодействии они определяют поле возможных коммуникаций, ценностей или идей, представленных в разделяемых группой точках зрения, и тем самым направляют и регулируют желаемое поведение» (Донцов, Емельянова, 1984)

Продолжение таблицы 1

1	2
Г. Тешфел	Социальные представления – элемент рефлексивных отношений между группами, обусловленный общими социальными факторами и частными, ситуативными особенностями взаимодействий (Tajfel, Turner, 1986)
С. Лахлу	«Социальное представление объекта в популяции – это математический набор индивидуальных представлений, которые индивиды этой популяции имеют для этого объекта. Компоненты представления – это компоненты, используемые для описания этого набора, в интенции в математическом смысле этого термина» (Lahlou, 2021)

Проводя анализ подходов к определению понятия «социальных представлений» можно выделить существенные различия. Необходимо отметить, что «социальные представления» изучаются как отдельный самостоятельный феномен (В. Дуаз, Л.Г. Почебут, И.А. Мейжис, Ж.-К. Абрик, А.И. Донцов, Т.П. Емельянова, Г. Тешфел, С. Лахлу); некоторые исследователи рассматривают социальные представления как вспомогательный конструкт для изучения других социально-психологических феноменов (К.А. Абульханова-Славская, Г.М. Андреева, Н.Н. Богомолова, Л.А. Петровская, К. Херзлиш, Д. Жоделе).

В настоящем исследовании мы фокусируем внимание на таких характеристиках социальных представлений, как:

1. Основное назначение социальных представлений – исследование реального состояния сознания личности, раскрытие сущности и тенденций его реального изменения под воздействием широкого спектра социальных процессов и событий.

2. В рамках отношений, свойственных определенному общественному пространству, социальные представления – набор принципов личного отношения к разнообразным ориентирам.

3. Посредством социальных представлений знания обретают форму, с их помощью можно интерпретировать и осмыслять повседневную действительность. Поведение индивида детерминируют именно социальные представления.

Рассматривая их как самостоятельный феномен, С. Московичи отмечал в его структуре наличие 3 элементов (Moscovici, 1994), среди которых:

– информация (определенный уровень осведомленности о том или ином явлении; познание осуществляется через сенсорный опыт; убеждения и другие когнитивные структуры формируются только в ходе социального взаимодействия);

– поле представлений (наполненная, образная и имеющая смысл качественная характеристика; содержание поля характеризуется принадлежностью к той или иной социальной группе);

– установка (негативное или позитивное отношение к объекту или явлению; интериоризация того, что получено от действия когнитивных схем, информации, от «поля», созданного в группе, и из собственного опыта (первичные установки до «встречи» с группой, объектом, явлением)).

Иная структура социальных представлений как социально-психологического феномена видится Л.Г. Почебут и И.А. Мейжис (Почебут, Мейжис, 2010). По их мнению, социальные представления – это сложное научное понятие, которое включает в себя:

– образы, в которых сконцентрирована совокупность значений;

– системы отсчета, которые позволяют людям интерпретировать происходящие с ними события, осмысливать неожиданное;

– категории, служащие для классификации обстоятельств, феноменов, других людей;

– теории, позволяющие выносить о них решение.

Систематизируя материал зарубежных и отечественных исследований, И.Б. Храпенко предлагает выделить следующие компоненты социальных представлений (Храпенко, 2008):

– когнитивный;

– эмоционально-оценочный (коннотативный);

– ценностно-ориентировочный (аксиологический);

– результативно-поведенческий (деятельностный).

Под когнитивным компонентом понимается форма знания, здравый смысл, который формируется под воздействием функциональных процессов в обществе. В широком смысле данный компонент означает форму социального мышления.

К эмоциональному компоненту, кроме социальных отношений и предрассудков, относится установление психологической связи с миром, его явлениями и объектами на основе эмоций и субъективных переживаний.

При описании результативно-поведенческого компонента стоит обратить внимание на то, что это деятельность, при помощи которой человек не только получает знания, но и соотносит их с собственным мироощущением, реализует в действиях.

Множество факторов влияет на процесс формирования социальных представлений, как отмечает С. Московичи. «Однако так или иначе они складываются у индивида под воздействием разнообразных влияний окружающего социального и природного мира, а также особенностей личности и ранее сформировавшихся представлений. Природная и социальная среда постоянно продуцируют информацию, которая избирательно воспринимается и усваивается человеком. У него формируются социальные представления как некая картина мира, которая направляет его усилия на преобразование среды» (Московичи, 1995). И в этом случае, по нашему мнению, социальные представления выступают как вспомогательный конструкт в исследовании уже иных различных социально-психологических феноменов. Данное понимание для нас является принципиально важным при разработке модели исследования представлений подростков и молодежи о социальной успешности.

Опираясь на все, сказанное выше, мы можем сформулировать следующие выводы.

1. Социальные представления как научное понятие можно рассматривать как самостоятельный предмет исследования, а также как составную часть других социально-психологических феноменов. Данный факт необходимо учитывать при моделировании исследований.

2. В рамках изучения понятия успешности социальными представлениями мы будем называть способность человека воспринимать информацию, делать выводы, вспоминать, придавать смысл вещам и объяснять личностную ситуацию, касающуюся успешности.

3. Нам представляется важным при изучении социальных представлений подростков и молодежи о социальной успешности учитывать структуру данного феномена и рассматривать его в совокупности когнитивного, эмоционально-оценочного, ценностно-ориентировочного и результативно-поведенческого компонентов.

4. Социальные представления являются особой формой познания реальности, они выступают фактором, конструирующим повседневную жизнь индивида в процессе его активной деятельности, посредством которой он создает и воссоздает предметы, людей, события в своем сознании. В этой связи следует помнить о заинтересованности общества в формировании положительных представлений у подростков и молодежи о социальной успешности и не только.

Список источников:

- Абульханова К.А. Социальное мышление личности // Современная психология: состояние и перспективы исследований. М., 2002. С. 88–103.
- Андреева Г.М., Богомолова Н.Н., Петровская Л.А. Современная социальная психология на Западе (теоретические направления). М., 1978. 270 с.
- Виноградова Я.Е., Гуриева С.Д. Методологические приемы и методы изучения социальных представлений // Научное мнение. 2021. № 10. С. 10–13. https://doi.org/10.25807/22224378_2021_10_10
- Донцов А.И., Емельянова Т.П. Концепция социальных представлений в современной французской психологии // Вопросы психологии. 1984. № 1. С. 147–152.
- Жоделе Д. Социальные представления как элементы, опосредующие отношение к отклонению // Психоанализ и науки о человеке. М., 1995. С. 155–190.
- Кузьмина Я.В. Взаимосвязь представлений об этике и личностных особенностей студентов на разных ступенях профессионализации // Актуальные проблемы теории и практики психологических, психолого-педагогических и лингводидактических исследований : в 2 ч. М., 2019. Ч. 1. С. 353–361.
- Московичи С. Социальные представления: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16, № 2. С. 3–14.
- Почебут Л.Г., Мейжис И.А. Социальная психология. СПб., 2010. 672 с.
- Храпенко И.Б. Психологические основы формирования у школьников социальных представлений. Мурманск, 2008. 193 с.
- Abric J.-C. L'analyse Structurale des Représentations Sociales // Les Méthodes des Sciences Humaines. P., 2003. P. 375–392 (на фр. яз.)
- Doise W. Human Rights Studied as Normative Social Representations // Repr-Sentations of the Social: Bridging Theoretical Traditions. Oxford, 2001. P. 96–112.
- Herzlich C. Health and Illness: a Social Psychological Analysis. L., 1973. 159 p.
- Lahlou S. Social Representations and Individual Representations: What is the Difference? And Why are Individual Representations Similar? // RUDN Journal of Psychology and Pedagogics. 2021. Vol. 18, iss. 2. P. 315–331. <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-315-331>
- Moscovici S. Social Representations and Pragmatic Communication // Social Sciences Information. 1994. Vol. 33, iss. 2. P. 163–177. <https://doi.org/10.1177/053901894033002002>
- Tajfel H., Turner J.C. The Social Identity Theory of Intergroup Behavior // Psychology of Intergroup Relation. Chicago, 1986. P. 7–24.

References:

- Abric, J.-C. (2003) L'analyse Structurale des Représentations Sociales. *Les Méthodes des Sciences Humaines*. Paris, pp. 375–392 (in French)
- Abul'hanova, K. A. (2002) Social'noe myshlenie lichnosti [Social Mindset of the Individual]. In: *Sovremennaya psihologiya: sostoyanie i perspektivy issledovaniy*. Moscow, pp. 88–103 (in Russian).

- Andreeva, G. M., Bogomolova, N. N. & Petrovskaya, L. A. (1978) *Sovremennaya sotsial'naya psikhologiya na Zapade (teoreticheskie napravleniya)* [Modern Social Psychology in the West (Theoretical Directions)]. Moscow. 270 p. (in Russian).
- Doise, W. (2001) Human Rights Studied as Normative Social Representations. In: *Repre-Sentations of the Social: Bridging Theoretical Traditions*. Oxford, pp. 96–112.
- Doncov, A. I. & Emel'yanova, T. P. (1984) Konceptiya social'nyh predstavlenij v sovremennoj francuzskoj psihologii [Concept of Social Perceptions in Modern French Psychology]. *Voprosy psihologii*. (1), 147–152 (in Russian).
- Herzlich, C. (1973) *Health and Illness: a Social Psychological Analysis*. London. 159 p.
- Hrapenko, I. B. (2008) *Psihologicheskie osnovy formirovaniya u shkol'nikov social'nyh predstavlenij* [Psychological Foundations of the Formation of Students' Social Ideas]. Murmansk. 193 p. (in Russian).
- Kuz'mina, Ya. V. (2019) Vzaimosvyaz' predstavlenij ob etike i lichnostnyh osobennostej studentov na raznyh stupenyah professionalizacii [Interrelation of Ideas about Ethics and Personal Characteristics of Students at Different Stages of Professionalization]. In: *Aktual'nye problemy teorii i praktiki psihologicheskij, psihologo-pedagogicheskij i lingvodidakticheskij issledovanij*. Vol. 1. Moscow, pp. 353–361 (in Russian).
- Lahlou, S. (2021) Social Representations and Individual Representations: What is the Difference? And Why are Individual Representations Similar? *RUDN Journal of Psychology and Pedagogics*. 18 (2), 315–331. Available from: <https://doi.org/10.22363/2313-1683-2021-18-2-315-331> (in Russian).
- Moscovici, S. (1994) Social Representations and Pragmatic Communication. *Social Sciences Information*. 33 (2), 163–177. Available from: <https://doi.org/10.1177/053901894033002002> (in Russian).
- Moskovichi, S. (1995) Social'nye predstavleniya: istoricheskij vzglyad [Social Representations: a Historical View]. *Psihologicheskij zhurnal*. 16 (2), 3–14 (in Russian).
- Pochebut, L. G. & Meizhis I. A. (2010) *Social'naya psikhologiya* [Social Psychology]. Moscow. 672 p. (in Russian).
- Tajfel, H. & Turner, J. C. (1986) The Social Identity Theory of Intergroup Behavior. In: *Psychology of Intergroup Relation*. Chicago, pp. 7–24.
- Vinogradova, Ya. E. & Gurieva, S. D. (2021) Methodological Techniques and Methods of Studying Social Representations. *Nauchnoe mnenie*. (10), 10–13. Available from: [10.25807/22224378_2021_10_10](https://doi.org/10.25807/22224378_2021_10_10) (in Russian).
- Zhodele, D. (1995) Sotsial'nye predstavleniya kak elementy, oposreduyushchie otnoshenie k otkloneniyu [Social Representations as Elements Mediating the Attitude to Rejection]. In: *Psikhoanaliz i nauki o cheloveke*. Moscow, pp. 155–190 (in Russian).

Информация об авторе

О.Н. Тузова – кандидат психологических наук, доцент кафедры психологии Мурманского арктического государственного университета, Мурманск, Россия.

Information about the author

O.N. Tuzova – PhD in Psychology, Associate Professor, Department of Psychology, Murmansk Arctic State University, Murmansk, Russia.

Статья поступила в редакцию / The article was submitted 31.03.2022;
Одобрена после рецензирования / Approved after reviewing 21.04.2022;
Принята к публикации / Accepted for publication 26.04.2022.