

## **Теория социальных представлений как методологическая основа изучения имиджа**

*Дагаева Елена Александровна*

*кандидат социологических наук, доцент*

*Таганрогский институт управления и экономики, Таганрог, Россия*

*E-mail: [dagaeva@yandex.ru](mailto:dagaeva@yandex.ru)*

Недостаточная проработанность, неопределенность имиджа как конструкта актуализирует потребность в теоретико-методологическом осмыслении данной категории – анализе ее статуса, природы и механизмов формирования.

Не умаляя значимости вклада психологической науки в разработку концепции имиджа – (А.А. Бодалева, являющегося основоположником изучения процессов социальной перцепции, механизмов, эффектов и ошибок первого впечатления; Л.С. Выготского, обосновавшего особенности формирования образа в сознании индивида; А.Н. Леонтьева о рассмотрении образа восприятия в качестве «ориентировочной основы поведения» и некоторых других, Г.М. Андреевой о механизмах социального познания и др.), – отметим, что изучение категории имиджа было бы неполным без рассмотрения концепций таких известных социологов, как П. Бурдьё, Г. Мид, И. Гофман и т.д. Что касается методологической базы изучения имиджа, его структуры и закономерностей функционирования, то плодотворным, на наш взгляд, представляется использование теории социальных представлений (СП). В рамках данной статьи мы попытаемся обосновать эвристический потенциал теории социальных представлений в контексте изучения феномена имиджа, в частности, его структуры.

В 60-х гг. XX столетия представителем французской социально-психологической школы С. Московичи была предложена концепция, получившая название «теории социальных представлений». По сей день предметной областью теории социальных представлений является изучение механизмов и закономерностей формирования системы значений и личностных смыслов субъекта в ходе социальных интеракций. «Под социальными представлениями, – пишет Московичи, – мы подразумеваем набор понятий, убеждений и объяснений, возникающих в повседневной жизни по ходу межличностных коммуникаций. В нашем обществе они являются эквивалентом мифов и систем верований традиционных обществ; их даже можно назвать современной версией здравого смысла. Наш подход фокусируется на том, как люди думают и создают свою разделяемую реальность, а также на содержательном аспекте их мышления» [5].

По мнению С. Московичи, представления объясняют окружающее в рамках определенной когнитивной структуры. Основной чертой такой структуры является трансформация информационных когнитивных элементов в «репрезентативно-образные». Люди не только деформируют или избирательно воспринимают какую-либо информацию в соответствии с разделяемыми представлениями, но и сама реальность, с точки зрения автора концепции, структурируется на основе представлений, служащих своеобразными критериями при ответе на вопрос о реальности происходящего. В соответствии с этим, представления можно рассматривать как форму социальной реконструкции реальности [3].

Изначально, согласно модели, предложенной С. Московичи, структуру социального представления составляли такие параметры, как:

- информация,
- поле представления,
- установка [2].

Информация несет сумму знаний об объекте и является необходимой базой для формирования представления. Понятие «поле представления» выражает организацию содержания представления. Оно представляет собой иерархизованное единство его образных и смысловых элементов. В установке проявляется общее (позитивное или негативное) отношение субъекта к объекту представления, а также готовность высказать то или иное суждение. Как отмечал С. Московичи, установка существует при недостаточной информированности и нечеткости поля представления.

В дальнейшем возникла необходимость пересмотра структуры СП. Согласно концепции последователя С. Московичи Ж.-К. Абрика, структура социального представления представлена следующими компонентами.

1. **Центральное ядро**, которое связано с коллективной памятью и историей группы. Ядро определяет гомогенность группы через консенсус. Основной особенностью является ее стабильность и устойчивость. Ядро СП не очень чувствительно к конкретному контексту; позволяет определять значение СП и его организацию.
2. **Периферическая система**, обеспечивающая интеграцию индивидуального опыта каждого члена группы и поддерживающая ее гетерогенность. В отличие от ядра, эта система подвижна, чувствительна к определенному контексту, несет в себе противоречия, адаптируется к конкретной реальности. Периферическая система допускает дифференциацию содержания, предохраняет центральное ядро от внешних воздействий [4].

Благодаря проведенным эмпирическим исследованиям ядра и периферии СП удалось обнаружить, что структура представления зависит от изменения аттитюда, но меняется при этом только периферическая система, а ядро остается стабильным. Были доказаны некоторые закономерности функционирования ядра: так, его элементы могут активизироваться в разной степени в зависимости от контекста; на факт активации влияют критичность ситуации и уровень практического освоения объекта группой. Большое влияние оказывают также контекст высказывания и характеристики нормативной модели [4].

Итак, последние данные теории СП являются значимыми в контексте разработки теории имиджа. Вопрос об устойчивости имиджа, его ригидности может быть разрешен путем анализа полученных в теории СП данных о наличии как изменяемой, так и не изменяемой составляющих социального представления. Положения же о структуре социального представления могут быть использованы как методологическая основа рассмотрения структуры имиджа.

Важным преимуществом данной модели, как инструмента анализа структуры имиджа, на наш взгляд, является ее использование в различных социокультурных и профессиональных группах общества. Являясь формой коллективного знания, имидж, понимаемый как разновидность социального представления, строится на основе информации, оценок, знаний, получаемых посредством различных видов коммуникаций.

Таким образом, изучение феномена имиджа может идти по пути исследований, сделанных в области изучения «социальных представлений», а при принятии исследователем определенной методологической позиции имидж понимается, как разновидность социального представления, и закономерности его функционирования могут быть объяснены в терминах теории социальных представлений.

#### **Литература:**

1. Андреева Г.М. Психология социального познания. М., 2000.
2. Московичи С. От коллективных представлений - к социальным // Вопросы социологии. 1992. № 2.
3. Московичи С. Социальное представление: исторический взгляд // Психологический журнал. 1995. Т. 16. № 1. С. 3-18; №2. С. 3-14.
4. Abric J.-C.I. Central system, peripheral system: their functions and roles in the dynamics of social representations // Papers on social representations. 1993. V. 2. №. 2. P. 75-78.
5. Moscovici S. On Social representations // Social cognition: Perspectives on everyday understanding / Ed. by H.J. Forgas. L., 1981. P. 181-209.