

3. Stereotipii și prejudecăți

Cercetătorii fenomenelor legate de formarea și interacțiunea grupurilor consideră că funcționarea unui grup în general implică și o evaluare părtinitoare, favorabilă grupului propriu (bias) a diferențelor (reale sau imaginate) dintre grupul propriu și celelalte grupuri. Practic această evaluare părtinitoare a diferențelor duce la o relație de reciprocitate negativă. Preferențialitatea, favoritismul față de membrii grupului propriu implică o raportare negativă în relație cu cei care nu fac parte din acest grup (Brewer 1999) (Hewstone et al 2002). Modul de raportare părtinitor favorabil grupului propriu este analizat din trei perspective: cognitivă (conceptul de bază fiind *stereotipia*), atitudinală (termenul de referință fiind *prejudicata*) și comportamentală (centrându-se pe *discriminare*).

3.1. Dimensiunea socială a cunoașterii și stereotipiile

Cunoașterea umană are o dublă dimensiune: pe de o parte se bazează pe mecanismele și procesele neuro-psiologice individuale care conectează individul cu realitatea înconjurătoare, pe de alta pe reprezentările internalizate (modelele mentale) ale realității care organizează percepția (Macrae & Bodenhausen 2000). Sau, după cum spune Walter Lippman (cel care a introdus într-o carte publicată în 1922 termenul de stereotipie), în mintea noastră preexistă imagini pornind de la care realitatea înconjurătoare devine unitară, văzută ca un șir logic și coerent de interacțiuni a unor entități clar identificabile (Lippman 1965).

De exemplu, pentru cineva care a crescut izolat de lume, forfotul de pe străzile unui mare oraș poate părea haotic și total neordonat: unii stau așezați pe marginea drumului unde circulă mai mulți oameni, dar dintre aceștia unii doar primesc ceva fără să dea, alții primesc aceleași obiecte mici dar și dau ceva în schimb; alții stau izolați, unii expuși în mijlocul drumului, gesticulând cu mâinile către mașinile care trec, alții, calm, încercând să se izoleze la marginea drumului, etc. Pentru sălbaticul din acest exemplu, dinamica și poziția aparent haotică a corpurilor capătă sens doar dacă sunt ordonate la nivel mental cu ajutorul unor categorii cum ar fi: cerșetor, vânzător stradal, polițist sau funcționari ieșiți în fața instituțiilor la o țigară.

Deci realitatea înconjurătoare capătă sens doar dacă avem la dispoziție categoriile necesare pe baza cărora putem ordona, sistematiza și atribui sens informațiilor brute oferite de percepția noastră. Hagendoorn definește aceste categorii ca scheme cognitive funcționale, înțelese ca structuri informaționale preexistente actului percepției și care organizează informațiile transmise de simțuri (Hagendoorn 1993). Aceste cadre organizatoare ale informațiilor furnizate de simțuri comportă două dimensiuni:

(a) *informații de identificare* (trăsături exterioare): elemente pe baza cărora putem include indivizii în anumite clase (caracteristici antro-po-fizice, miros, cod vestimentar), respectiv
 (b) *informații de conținut*: atribuirii ale unor comportamente, manifestări, atitudini tipice pentru cei care au fost incluși într-o anumită categorie. De exemplu, un agent de circulație poate fi recunoscut pe baza vestimentației, a unor embleme purtate vizibil, a

unor gesturi tipice și a poziției ocupate în spațiu. Deasemenea, sub aspectul conținutului comportamentului, ne așteptăm ca persoana identificată drept agent de circulație să încerce să-și impună autoritatea, să fie ferm (chiar inflexibil) în aplicarea unor reguli și sancțiuni, etc. Astfel, individul devine posesor al unei cunoașteri pe baza căreia va ști cu o precizie relativă la ce să se aștepte (chiar și unde, când și din partea cui), astfel că lumea înconjurătoare devine un spațiu relațional cu sens, ordonat și predictibil (Macrae / Bodenhausen 2000:94)

În acest sens, stereotipiile etnice sunt și ele categorii ale percepției sociale, deoarece oferă o cunoaștere despre trăsăturile, manifestările pe baza cărora o persoană poate fi inclusă într-un anumit grup etnic, și în același timp sunt credințe despre caracteristicile, acțiunile și reacțiile predictibile ale indivizilor incluși în categoria etnică respectivă.

3.2. Particularitățile stereotipiei ca formă a cunoașterii sociale

Dacă stereotipiile etnice reprezintă o formă a categorizării sociale, prin ce se justifică introducerea unui termen aparte, prin ce diferă stereotipizarea de alte forme ale percepției sociale bazate pe categorizare? Într-un sens general, specificul stereotipiei este descris de Milton Rokeach în termenii (mai degrabă metaforici) ai unei dihotomii dintre gândirea *deschisă* și *închisă*, implicând ideea general confirmată că fenomenul denumit stereotipizare reprezintă un caz aparte al percepției sociale, în acest sens fiind invocate mai multe aspecte și dimensiuni (Brewer, 1985 #99, Brewer, 1999 #36, Fiske, 1993 #100, Hilton, 1996 #28, Hewstone, 2002 #76):

- 1.) **Gradul de cuprindere a informațiilor.** Comparativ cu majoritatea altor categorii utilizate în procesul percepției persoanelor și a relațiilor sociale, stereotipiile se diferențiază prin gradul mare de cuprindere a informațiilor, oferind un portret într-un spațiu multidimensional al persoanelor aparținând categoriei respective. Altfel spus, informațiile de conținut ale stereotipiei acoperă mai toate aspectele personalității celor în cauză: temperamentul lor, moralitatea, talentele și viciile tipice, viziunea asupra lumii, comportamentul economic și statusul social tipic, scopurile lor politice, etc. (Hagendoorn, 1993 #26, Gallisot et al 2000).
- 2.) **Dominanța prototipului și ideea de omogenitate a grupului.** Se consideră că grupul este omogen, în sensul că toți indivizii identificați ca făcând parte din grupul etnic respectiv posedă și manifestă caracteristicile prototipului circumscris de stereotipie.
- 3.) **Rigiditatea reprezentărilor și contactelor sociale bazate pe stereotipie.** Organizarea contactelor sociale implică o alternare și o negociere a categoriilor în care sunt plasați partenerii participanți în interacțiune. De exemplu, o persoană poate fi privită din perspectiva categoriei socio-profesionale, de gen, etnice, etc. de care aparține. Stereotipizarea implică o rigiditate sub acest aspect, în sensul că indivizilor încadrați într-o categorie stereotipă li se refuză încadrarea în alte categorii. De exemplu sexismul înseamnă, între altele, tratarea unei persoane exclusiv din perspectiva stereotipiilor de gen, și refuzul de a recunoaște anumite competențe care nu sunt în concordanță cu imaginea femeii *tipice*. În acest context, rigiditatea poate însemna că o persoană de sex feminin, care de exemplu are ca hobby automobilismul nu este considerată ca un partener serios de discuție la acest capitol, căci *femeile n-au simțul tehnic*.

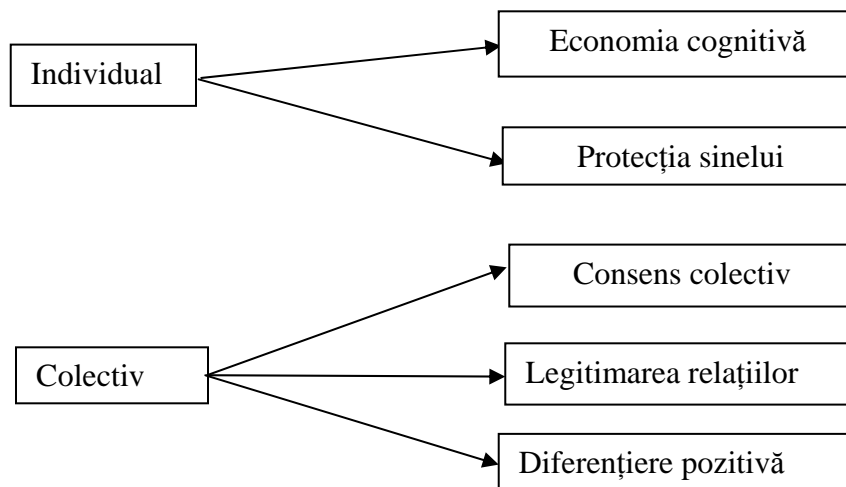
- 4.) **Invocarea stereotipului este forma cea mai frecventă a procesului de atribuire.** Atribuirea înseamnă forme naive, cotidiene de explicare a cauzelor, a gesturilor, manifestărilor, acțiunilor unor persoane. Atribuirea poate face referire la a) *circumstanțele acțiunii* (acțiunile celorlalți care apar ca o constrângere pentru cei care acționează, respectiv normele exterioare, coercitive relevante pentru situația respectivă) b) *personalitatea indivizilor care acționează* (caracterul, temperamentul, profilul lor moral, etc.). În cazul dominanței stereotipiilor, atribuirile invocă cu precădere însușirile indivizilor care acționează, mai precis însușirile indivizilor așa cum ele pot fi *deduse* din apartenența la un anumit grup etnic a persoanei respective.

3.3. Funcțiile stereotipizării

Stereotipia îndeplinește multiple funcții cognitive, comunicaționale, motivaționale și relaționale. Aceste funcții pot fi analizate pe două niveluri: individual și colectiv. La nivel individual, stereotipiile facilitează percepția socială (economia cognitivă) prin faptul că, pornind de la informații sumare de identificare (date percepției imediate), oferă individului un portret complex al persoanei identificate ca făcând parte dintr-un grup, astfel ajutând la reducerea incertitudinii în contexte interacționale inedite. Deci, utilizând stereotipiile, actorii sociali au impresia unei cunoașteri relativ aprofundate a unor persoane, care, cu toate că sunt total străini ca indivizi, pot părea familiari ca reprezentanți tipici ai unor grupuri.

Pe de altă parte, în contextul unor interacțiuni frustrante (conflicte de interese, asimetrie de status, etc.) stereotipiile pot funcționa ca mijloace de protecție și reactualizare a sinelui, în sensul considerării că la originea experiențelor neplăcute stau anumite caracteristici negative (indezirabile, moralmente intolerabile, etc.) atribuite indivizilor făcând parte din celălalt grup. *De exemplu un minoritar poate atribui eșecul la angajarea la o firmă condusă de un majoritar diferențelor etnice, considerând că refuzul de a fi angajat se datorează „șovinismului tipic” majoritarilor.*

Funcțiile stereotipiei*



*după (Tajfel & Forgas 2000)

Stereotipia este o formă a reprezentărilor colective, face parte din reprezentările pe baza cărora se configurează lumea în care trăim, facilitând comunicarea și crearea unui consens în legătură cu anumite situații ce necesită un exercițiu colectiv de conferire a unui sens. De exemplu, imaginea musulmanilor ca fanatici religioși reprezintă un mod generalizat și culturalmente acceptat de a explica anumite procese politice globale, dar și anumite aspecte neplăcute ale vieții cotidiene (cum ar fi creșterea prețului carburanților în contextul conflictelor din Irak).

Tot sub aspectul funcțiilor colective și strâns legat de dimensiunea reprezentărilor ce se bucură de un consens cultural, putem menționa și faptul că stereotipiile pot funcționa ca legitimări ale unor manifestări, poziționări față de anumite grupuri sau categorii sociale. Situațiile asimetrice economice și politice sunt adesea explicate prin invocarea unor clișee și stereotipii despre anumite caracteristici ale grupurilor subordonate. Imaginea rromilor marginali este adesea însoțită, ca o formă de legitimare colectivă, de stereotipului rromului leneș care refuză munca. O atare asociere nu este nimic altceva decât legitimarea prin stereotipie a unei situații, de altfel moralmente intolerabile, de marginalitate și sărăcie.

Cum în cazul indivizilor stereotipia poate îndeplini funcții psihologice legate de o protecție și reactualizarea sinelui, stereotipia furnizează o reprezentare colectivă a identității, o formă de diferențiere pozitivă și nu o dată ierarhică față de alte grupuri. Etnocentrismul, atât de frecvent întâlnit în cazul contactelor interetnice, este construit pe auto- și heterostereotipii care furnizează o formă de diferențiere și identitate colectivă pozitivă.

3.4. Stereotipia ca produs cultural

Ca toate reprezentările sociale, și stereotipiile etnice sunt produse colective înmagazinate în diferitele produse ale culturii. Mai mult, există o particularitate majoră: începând cu secolul 18-19 (în perioada romantismului), elaborarea și reiterarea stereotipiilor ca produse culturale devine o întreprindere legitimă valorizată de instanțele culturii majore. Invocăm aici romanul secolului al 19-lea, dar și diferitele sinteze filosofice ale începutului de secol 20, când caracterologiile naționale capătă o formă elaborată, cizelată și estetizată. Iată în acest sens un citat din Cioran:

Ungurii au în ei instincte de nomazi. Așezându-se și fixându-se într-un spațiu determinat, ei n-au putut înfrînge o nostalgie de rătăcitori. Agricultură și păstoritul nu convin sufletului lor barbar. Setea lor de spațiu și-au domolit-o prin cântec și urlat. E singurul popor care mai știe zbiera. Urletul este o disperare în fața spațiului. De aceea, de câte ori ești nemîngîiat la șes sau pe culmi, urletul pare singurul răspuns la tentația imensității. Am cel mai mare dispreț pentru acei care nu-și pot regăsi instinctele în singurătate. Natura te înnebunește ca și oamenii; ea prin infinit, și ei prin platitudine.

Lamentațiile maghiare își au sursa în această tristețe a instinctului. Aviditatea de spațiu se satisface în acele lungimi monotone, care trezesc automat reprezentarea unui infinit spațial. Tărăgâneala melodică este expresia cea mai adecvată a progresiunii nedeterminate în structura spațiului.

*Cioran, Emil: Schimbarea la față a României
Humanitas, 1990*

Așadar, stereotipiile etnice, sub forma unor caracterologii naționale, au devenit parte a culturii noastre majore, reiterate, și ca atare devin forme legitime de exprimare și comunicare a opiniilor referitoare la diferențele culturale.

2.1.2. Particularități ale percepției organizate de stereotipii

Stereotipia precede și organizează experiența dintre grupuri. Conform opiniei a numeroși autori, această organizare a percepției reprezintă un anumit grad de distorsionare.

De obicei, anterior oricărui contact interetnic, dobândim o cunoaștere despre grupul respectiv, *învățăm* trăsăturile grupului înainte să avem orice fel de contact cu indivizi făcând parte din grupul respectiv. În acest sens se accentuează faptul că stereotipiile se propagă în primul rând prin contactul cu cei care vehiculează stereotipiile și nu prin contactul cu indivizi din grupul despre care avem stereotipii. În ceea ce privește modalitățile prin care stereotipia organizează (după unii distorsionează) percepția putem menționa următoarele:

- a.) Atenția selectivă - mai degrabă observăm ceea ce este în concordanță cu conținutul stereotipiilor despre grup.
- b.) Sensibilizarea percepției – suntem mult mai atenți și acordăm mult mai mare importanță elementelor care sunt în concordanță cu conținutul stereotipiei decât celor care sunt în disonanță.
- c.) Ajustarea percepției – „potrivim” realitatea la conținutul stereotipiei.
- d.) Eroarea fundamentală de atribuire – tendința persoanelor marcate de percepția stereotipă de a accentua în procesul de atribuire dimensiunea de personalitate colectivă în cazul indivizilor aparținând out-grupului, respectiv influențele situaționale în cazul comportamentului persoanelor făcând parte din in-group, grupul propriu. Altfel spus, în cazul erorii fundamentale de atribuire, acțiunile unor persoane aparținând altor grupuri etnice sunt explicate prin invocarea stereotipiilor etnice, prin invocarea caracterului, temperamentului, moralității persoanelor aparținând grupurilor respective. Respectiv când se încearcă explicarea comportamentului persoanelor din grupul propriu se invocă mai degrabă circumstanțele exterioare.