



EASY LÆRINGSRAMME

MODUL 1.

DEFINITION OG KILDER TIL STEREOTYPER

Redaktør

Wanda Baranowska
University of Lodz, Poland

Forfattere

Wanda Baranowska, Małgorzata Kosiorek, Ewa Kos
University of Lodz, Poland

Graça Gonçalves, Marcia Silva, Guilherme Bastos
AidLearn, Consultoria em Recursos Humanos, Lda., Portugal

Mette Gabrielsen, Nerma Dedic Palomino Aedo, Charlotte Birkebæk Truelsen
HF&VUC FYN, Denmark

Teresa Papagiannopoulou, Lampros Vasileios
Olympic Training and Consulting, Greece

Andreea Emina Panaitescu
AESD, Romania



Dette EASY læringsramme modul er gratis at downloade!

EASY læringsrammen er udviklet som en del af EASY projektet, et Erasmus+ KA2 strategisk partnerskab inden for voksenuddannelse og det er licenseret under Creative Commons Attribution-NonCommercial ShareAlike 4.0 International License.

Peer review

Justyna Sztobryn- Bochomulska
Poland

Sílvia Luís
Portugal

Spyros Zafeiropoulos
Greece

Steen Henningsen
Denmark

Layout og design

Wanda Baranowska, University of Lodz
Debora Pena, Graça Gonçalves & Márcia Silva, AidLearn, Consultoria em Recursos Humanos, Lda.

Sproglig korrektur på engelsk

Michalina Baranowska, University of Lodz



Indholdsfortegnelse

1.1. DEFINITION AF 'STEREOTYPER'	4
1.2. KILDER TIL STEREOTYPER.....	7

Note:

Der bruges mange specialiserede udtryk i modulerne, så hver gang et udtryk bruges første gang, finder du en **definition** eller et **synonym** i EASY projektet i en farvet boks.

1. DEFINITION AF 'STEREOTYPER'

Bartminski og Panasiuk (1993), skrev med henvisning til Walter Lipmann (1922), at en **'stereotyp er et skematisk og ensidigt' billede i en persons sind af et 'fænomen, en person, en ting og samtidig** en mening om det, som er erhvervet fra miljøet, før man lærer om selve objektet'.

"En 'stereotyp', i traditionel forstand, er et **over-generaliseret og forenklet billede af en bestemt socialgruppe, der er kendetegnet ved en let opfattelig egenskab** (køn, race, nationalitet, social klasse, erhverv), som normalt deles af en større gruppe mennesker (Wojciszke, 1991; Bordalo et al., 2016), så **"indholdet af en stereotyp referer til de egenskaber**, som **folk tror** karakteriserer en gruppe (Operairo, Fiske, 2003).

Ifølge Cardwell (1996), definerer vi stereotyper som en **overgeneraliseret idé om en gruppe** eller klasse af mennesker, som i psykologiske termer betyder, at en stereotyp er en 'forudfattet eller **forsimplet generalisering** om en hel gruppe mennesker (dvs. **fordomme**) uden hensyntagen til individuelle forskelle.' (Aronson et al., 1997; Chakkarath, 2010).

Stereotyper 'er **mentale konstruktioner**, baseret på en skematisk og forenklet opfattelse af virkeligheden, farvet på en **evaluerende måde**, ofte baseret på **fordomme** og usikker viden (...)' (Olechnicki, Załęcki, 2002).

'mentale konstruktioner'

Er ganske enkelt et sæt tanker om noget, overbevisninger, vi har om nogen eller noget, uanset fakta.

'evaluerende måde'

Involverer vurderinger af kvaliteten, vigtigheden og værdien af noget eller nogen.

'fordomme'

Følelse, positiv eller negativ over for en person eller ting, forud for eller ikke baseret på faktisk erfaring.

For at opsummere:

EN STEREOTYP er et forkortet, forenklet og evaluerende billede af en gruppe mennesker, der er forbundet med en eller anden egenskab ved dem, og som fungerer i tankerne for medlemmer af andre grupper og er i stand til at skabe fordomme.

En **STEREOTYP** udspringer ikke af viden, men af følelser (Kapuściński, 2004) og bliver et **verbalt udtryk for en overbevisning** rettet mod sociale grupper eller et individ som medlem af denne gruppe. Det har den logiske form af en dom, der på en ubekræftet måde og med en tendens til følelsesmæssig evaluering tilskriver en bestemt klasse af mennesker visse egenskaber eller måder at opføre sig på eller nægter dem visse karakteristika. I **sproglige termer** kan det beskrives som **en sætning**. Stereotyper er stærkt udbredte inden for en given kulturel gruppe (Quasthoff, 2000), deles normalt af mange mennesker og spredes **gennem sprog, billeder og symboler** og bliver med tiden til »tavse« overbevisninger.

STEREOTYPER afspejler 'sprogligt' den viden, der findes i offentligheden om forskellige grupper eller sociale kategorier. Denne viden **kommer fra nogle få kilder og er formet af en række faktorer**, herunder kultur i bredeste forstand: **massemedier, uddannelses- og opdragelsessystemer, religiøse systemer, litteratur og kunst og videnskab**, men er også formet af **socialiseringsprocessen i familien**. (Nelson, 2003; Weigl, 2000; Xantzi, 2006).

Stereotyper er en **registrering af mangelfuld viden**, der skyldes de begrænsede muligheder i det **det menneskelige kognitive system**. Men denne viden hjælper folk med at justere, hvordan de skal håndtere usikkerhed og dermed reducere usikkerheden. Takket være stereotyper kan vi evaluere en bestemt person og afgøre, hvordan vi skal behandle dem. Men denne vurdering kan ofte være unøjagtig og skadelig. (Szacka, 2008).

'socialiseringsproces'

Den proces, hvor mennesker (primært børn) forbereder sig på at blive et aktivt medlem af den kultur/det samfund, de bor i, og hvor de tilegner sig standarder for adfærd, holdninger og færdigheder, der opfattes som passende for den pågældende kultur.

'det menneskelige kognitive system'

er det sæt af færdigheder i det menneskelige sind (hjerne), hvormed det kan opfatte sit miljø, lære af erfaring, forudsige udfaldet af begivenheder, handle for at nå mål og tilpasse sig skiftende omstændigheder



Som Lippman (1992) hævdede [...] er stereotyper et udtryk for en særlig forstået tankeøkonomi, fordi det er umuligt at lære hele den sociale virkelighed at kende og evaluere den. Derfor er stereotyper sådan en **mental genvej**, der **giver os mulighed for at organisere vores billede af virkeligheden**. Samtidig påpegede Lippman, at de er **følelsesmæssigt farvede**. Han advarede om, at stereotypen ikke er fri for evaluering og derfor ikke kun spiller en rolle i organiseringen af vores tænkning om virkeligheden, men også tjener til at forsvare de værdier, vi bekender os til. Derfor forårsager den en **selektiv modtagelse af information, der fungerer i det sociale miljø og forenkler synet på verden**” (Sasińska-Klas, 2010).

Analyse af stereotyper kan betragtes som en bestemt type analyse af den sociale konstruktion af virkeligheden. Derfor er stereotyper ikke specifikke for en bestemt person, men for hele sociale grupper og endda samfund. Så hvis de tænker med de samme klichéer, er det det element, der integrerer dem. Gennem socialisering får en person en bestemt optik af den sociale virkelighed og verificerer derefter ”sine egne” og ”fremmede” på basis af et fællesskab af denne optik (Berting, Villain-Gandossi, 1995). Individuer har en tendens til at danne gunstige, **positive stereotyper om medlemmer af deres gruppe** og **negative, nedsættende stereotyper om medlemmer af andre grupper**, idet de behandler dem som udifferentierede sæt af individer på et tidspunkt, hvor dette ikke svarer væsentligt til virkeligheden i sammensætningen af sociale grupper. (Vonk, 2002; Lampridis, 2004).

For at opsummere:

"STEREOTYPER er en form for bevidsthed (Błuszkowski, 2003; Berting, Villain-Gandossi, 1995):

- 1/ helt eller delvist faktisk korrekt,
- 2/ der udtrykker kognitivt indhold fra kilder, som er helt eller til en vis grad uafhængige af erfaring,
- 3/ som indeholder følelsesmæssige vurderinger og værdidomme (negative eller positive),
- 4/ forbundet med ordet som en impuls til at opdatere forudfattede meninger,
- 5/ disse er relativt holdbare og uflexible”

2. KILDER TIL STEREOTYPER

Fænomenet stereotyper er komplekst. Der er mindst fire kilder til stereotyper (Chlewiński, 1992):

- 1) stereotyper er **resultatet af social indlæring**,
- 2) stereotyper er **resultatet af sociale konflikter**,
- 3) det er **resultatet af personlige faktorer** (og fordomme), og
- 4) det er **resultatet af kognitive determinanter** for stereotyper.

'social læring'

er en teori udviklet af psykologen Albert Bandura og betyder, at vi lærer ved at observere andre menneskers adfærd og konsekvenserne af vores egne handlinger.

Baseret på påvirkningen fra miljøet, omgivelserne og ved at observere, hvordan de reagerer, begynder vi at danne vores eget verdensbillede. Og ved at være opmærksom på resultaterne af vores adfærd (både den observerede og vores egen) får vi større fleksibilitet og mulighed for at ændre den.

'social konflikt'

Social konfliktteori ser samfundet som et system, der er præget af magtdynamik og den uundgåelige tilstedeværelse af konflikter på grund af sociale uligheder, konkurrence om ressourcer og kampe mellem sociale grupper i udformningen af den sociale orden.

Stereotyper skabes og, endnu vigtigere, **reproduceres på alle de sædvanlige sociokulturelle måder**; gennem den **socialisering**, der finder sted **i familien og skolen**, gennem individets gentagne eksponering for dem gennem **medierne** og gennem **daglig kommunikation** og interaktion i det mikrosociale system, som hvert individ bevæger sig i i de forskellige perioder af hans eller hendes liv. Stereotyper er normalt ikke forårsaget af adfærden hos et eller flere medlemmer af den gruppe, som de refererer til. De er snarere andres, medlemmer af andre sociale grupper, hensigt om at skabe bestemte billeder, så de derved kan definere og manipulere den sociale virkelighed til deres egen fordel. (Lepore & Brown, 1997).

Stereotyper afspejler uligheder og konflikter i samfundet og giver et diagnostisk kort over relationer mellem grupper. De grundlæggende dimensioner i dette stereotype kort repræsenterer hver gruppes varme (venlig, oprigtig) og kompetence (dygtig, erfaren). Nogle samfund

grupperer grupper med høje niveauer af begge dele (positive 'os') og lave niveauer af begge dele (negative 'dem') (Durante, Fiske, Gelfand et al, 2017).

Park et al. (1991) og Johnson & Mullen (1994) fremhæver elementet af homogenitet i udgruppen som et centralt kriterium for stereotypisering. Ifølge dette perspektiv skelner personer, der tilhører en bestemt social gruppe og har tendens til at identificere sig selv som medlemmer af denne gruppe, og som nyder alle – efter deres subjektive vurdering – fordelene ved dette medlemskab – ikke mellem medlemmer af andre grupper i henhold til visse karakteristika, der også gør dem forskellige og distinkte. De **foretrækker at ty til hurtige og forsimplede generaliseringer** for at gruppere dem og i sidste ende understrege mangfoldigheden i den gruppe, de tilhører. **De føler sig mere sikre i denne situation.**

Stereotypiseringsprocessen er en grundlæggende og sandsynligvis universel proces, hvor medlemmer af bestemte sociale grupper opfattes på en overfladisk måde, som har tendens til at tildele specifikke karakteriseringer og skabe tilsvarende adfærdsforventninger uden at være blevet testet i sin helhed, og før den er blevet udsat **for integreret kognitiv behandling og udkrystalliseret som en holdning** (Kawakami, Spears & Dovidio, 2002).

Lidt anderledes kilder til stereotyper diskuteres af McGarty et al. (2002). Ifølge forfatterne er stereotyper drevet af tre principper: Det første er **forklaringen af verden**. De er designet til at hjælpe folk med at få en situation til at give mening. Stereotyper er designet til at hjælpe folk med at forstå betydningen af en situation. Stereotyperne er et eksempel på kategoriseringsprocessen. De indtryk, vi får af en gruppe, dannes ved at sammenligne den med en anden gruppe. Dannelsen af stereotyper involverer opfattelsen eller indkodningen af ny information, men også tidligere viden. I et miljø, der indeholder for meget information, opfatter individer verden ved at forsøge **at reducere denne informationsoverbelastning ved at filtrere eller ignorere en stor del af den**. Det andet princip udspringer af det første og antyder, at stereotyper **er en slags energibesparende anordning**.

De er dannet for at **reducere den tid** og indsats, som folk skal bruge på at forklare verden. At se folk som medlemmer af en gruppe sparer energi, fordi det gør det muligt at ignorere alle de forskellige og detaljerede oplysninger, der er forbundet med disse individer. Men det får folk til at anlægge forudindtagede og forkerte opfattelser af verden, som projicerer stereotypernes negativitet. Endelig **er stereotyper** ifølge det tredje princip **almindelige overbevisninger**. De dannes i overensstemmelse med de accepterede synspunkter eller **normer i de sociale grupper**, som individerne tilhører. De tiltrækker sig mere opmærksomhed, når mange mennesker har de samme eller lignende stereotyper. Hvis hver person havde en meget forskellig stereotyp om en eller anden gruppe, ville disse stereotyper ikke være af interesse. Men **fælles**

stereotyper er nyttige til at forudsige og forstå gruppe-medlemmernes adfærd og giver nogle få kvalitative forklaringer på den pågældende tilstand.

Kort sagt

Stereotyper opstår på grund af behovet for at organisere og reducere overskydende information om mennesker og verden, behovet for at udfylde »hullerne« i den viden, vi har, hvilket gør adfærdsmønstre mere sikre og påvirker den enkeltes følelse af sikkerhed som medlem af en social gruppe.

Bibliografi

Aronson, E., Wilson, T.D., Alert, R.M. (1997), *Psychologia społeczna. Serce i umysł, przekł. A. Bezwińska i inni*, Poznań, p. 543.

Bartmiński, J., Panasiuk, J. (1993), *Stereotypy językowe*, [in:] *Współczesny język polski*, J. Bartmiński (red.), Wydawnictwo Wiedza o Kulturze, Wrocław, p. 364.

Berting, J., Villain – Gandossi, Ch. (1995), *Rola i znaczenie stereotypów narodowych w stosunkach międzynarodowych: podejście interdyscyplinarne* [in:] *Narody i stereotypy*, Międzynarodowe Centrum Kultury Kraków, Kraków, p. 14.

Błuszkowski, J. (2003), *Stereotypy narodowe w świadomości Polaków*, Elipsa, Warszawa, p. 49.

Bordalo, P., Coffman, K., Gennaiolo, N., Shleifer, A. (2016), *Stereotypes*, *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 131, Issue 4, November 2016, Pages 1753–1794, <https://doi.org/10.1093/qje/qjw029>

Cardwell, M. (1996), *Dictionary of Psychology*. Chicago IL: Fitzroy Dearborn.

Chakkarath, P. (2010). *Stereotypes in social psychology: The 'West-East' differentiation as a reflection of Western traditions of thought*. *Psychological Studies*, 55(1), 18-25.

Chlewiński Z. (1992), *Stereotypy: struktura, funkcja, geneza. Analiza interdyscyplinarna*. [in:] *Stereotypy i uprzedzenia*. Ed. Z. Chlewiński i I. Kurcz, „Kolokwia Psychologiczne”, T. 1, p. 9.

Durante, F., Fiske S.T., Gelfand, M.J. et al (2017), *Ambivalent stereotypes link to peace, conflict, and inequality across 38 nations*, *PNAS, Psychological and Cognitive Sciences*, 114 (4) 669-674, <https://doi.org/10.1073/pnas.1611874114>

Mullen, B., Johnson, C., & Anthony, T. (1994). *Relative group size and cognitive representations of ingroup and outgroup: The phenomenology of being in a group*. *Small Group Research*, 25(2), 250–266. <https://doi.org/10.1177/1046496494252006>

- Kapuściński, R. (2004), *Autoportret reportera*, Kraków, p. 63.
- Kawakami, K., Spears, R., & Dovidio, J.F. (2002). Disinhibition of stereotyping: Context, prejudice, and target characteristics. *European Journal of Social Psychology*, 32, 517—530.
- Lampridis, E. (2004), *Stereotype Prejudice Social identity*, Athens: Gutenberg.
- Lepore, L., & Brown, R. (1997). Category and stereotype activation: Is prejudice inevitable? *Journal of Personality and Social Psychology*, 72(2), 275–287. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.72.2.275>
- Lippmann, W. (1922) *Public Opinion*. New York: Harcourt Brace.
- McGarty, C., Yzerbyt, V. Y., & Spears, R. (Eds.). (2002). *Stereotypes as explanations: The formation of meaningful beliefs about social groups*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511489877>
- Nelson, T. (2003), *Psychologia uprzedzeń*. GWP, Gdańsk, pp.5- 392
- Olechnicki, K., Załęcki, P. (2002): *Słownik socjologiczny*. Wydawnictwo Graffiti BC, Toruń, p. 204.
- Operario, D., Fiske, S.T. (2003). Stereotypes: Content, Structures, Processes, and Context. In Brown, Rupert; Gaertner, Samuel L (eds.). *Blackwell Handbook of Social Psychology: Intergroup Processes*. Malden, MA: Blackwell. pp. 22–44.
- Quasthoff U. M. (2000), *Etnocentryczne przetwarzanie informacji. Ambiwalencja funkcji stereotypów w komunikacji międzykulturowej. Językowy obraz świata i kultura, „Język a Kultura”, t. 13*, Ed. A. Dąbrowska, J. Anusiewicz, Wrocław, p. 13-14.
- Park, C.W., Milberg, S., and Lawson, R. (1991), "Evaluation of Brand Extensions: The Role of Product Feature Similarity and Brand Concept Consistency", *Journal of Consumer Research*, 18 (September), 185-193.
- Sasińska – Klas, T. (2010), *Stereotypy i ich odzwierciedlenie w opinii publicznej [in:] Mity i stereotypy w polityce. Przeszłość i teraźniejszość*, Ed. A. Kosińska – Metryka i M. Gołaś, Wydawnictwo Adam Marszałek, Toruń, p. 8.
- Szacka, B., (2008) *Wprowadzenie do socjologii*. Warszawa, p. 26
- Weigl B. (2000), *Stereotypy i uprzedzenia*. In: *Psychologia. Podręcznik akademicki*. Strelau J.(red.), T. 3, GWP, Gdańsk 2000, pp. 205-224.
- Wojciszke, B. (1991), *Procesy oceniania ludzi*, Wydawnictwo Nakom, Poznań, p. 180.
- Vonk, R. (2002). Self-serving interpretations of flattery: Why ingratiation works. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(4), 515–526. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.4.515>
- Xantzi, A., (2006), *Social stereotypes and intergroup relations*, at S. Papastamou, *Introduction to Social Psychology*, volume B', Athens, Pedio Publications p. 260.
- Andre kilder**
- Cuddy AJ, et al. (2009) Stereotype content model across cultures: Towards universal similarities and some differences. *Br J Soc Psychol* 48(1), 1–33.

Dragona, Th. (2007), Master keys and duplicates: stereotypes and prejudices, University of Athens, Athens: Ministry of National Education & Religious Affairs.

Fiske ST, Cuddy AJ, Glick P, Xu J (2002) A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902.

Kurcz I. (1992), Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji, [in:] Stereotypy i uprzedzenia. Ed. Z. Chlewiński i I. Kurcz, „Kolokwia Psychologiczne”, T. 1.

Mpakirtzis, K. (1990), *Groups Dynamics*, Aristotel University of Thessaloniki, Thessaloniki.

Mpampiniotis, G. (1998), Stereotype. *Dictionary of the Modern Greek Language*, Lexicology Centre, Athens.

Papadopoulos, G. N. (1994) « Stereotype », *Dictionary of Psychology*, Athens.

Tsaousi, G. D. (1984), *Sociology Dictionary of Utility*, Gutenberg, Athens.

Hansen, K. R., & Blom, J. N. (2017). 12-talspigerne i medierne: Rammesætning og stereotypificering af højtpræsterende piger og kvinder i det danske uddannelsessystem [Straight-A girls in the media: The framing and stereotypification of high performance girls and women in the Danish system of education]. *MedieKultur: Journal of Media and Communication Research*, 33(63), 28 p. <https://doi.org/10.7146/mediekultur.v33i63.26451>

Rafiqi, Arzoo & Thomsen, Jens Peter. (2014). The intergroup contact hypothesis and majority members' negative stereotyping. *Tidsskrift for Samfunnsforskning*. 55. 415-438.

Websites

https://kulczykfoundation.org.pl/edukacja/baza-wiedzy/Stereotypy_Minipodrecznik_Swiadomego_Uzytkownika