

INLEDNING:

## Speglar vi oss i varandra?

*Några funderingar kring de nationella stereotypernas beskaffenhet*

BARBARA TÖRNQUIST-PLEWA

ETT INTRESSE för att undersöka stereotyper återfinns inom många discipliner: sociologi, psykologi, sociolingvistik, etnologi, statsvetenskap m.fl. Dessa discipliner har dock inte kunnat enas kring en entydig definition av begreppet. De levererar till och med ganska olika beskrivningar av fenomenet ifråga. Vetenskapliga undersökningar av stereotyper är överhuvudtaget av sent datum; begreppet började undersökas och användas allmänt först efter Walter Lippmanns banbrytande bok *Public Opinion* som publicerades 1922. Han beskrev stereotyper som "pictures in our heads", tankestrukturer som människor skapar för att bearbeta den information de får från omvärlden. Sedan dess har två huvudströmningar utvecklats inom forskningen om stereotyper. Den ena kallas för social-kulturell; den betraktar stereotyper som huvudsakligen *kollektiva* föreställningar och sociala konstruktioner, produkter av mänsklig interaktion. Den andra strömningen kallas för kognitiv, och betraktar stereotyper som inherenta delar av *individernas* tankeprocesser, ett slags kognitiva redskap. Kognitiva psykologer ser stereotyper som resultat av den mänskliga hjärnans begränsade förmåga att bearbeta information och därmed dess behov av att göra ett starkt urval i informationsflödet. Dessa forskare hävdar att stereotyper existerar även då det inte föreligger någon social konsensus kring dem.

I min syn på stereotyper ansluter jag mig till de forskare som anser att det mest fruktbara forskningsperspektivet är att försöka förena de båda ovannämnda inriktningarna (Schneider 1999; Stanger & Schaller 1999). Det individuella och det sociala och kulturella är nämligen

tätt sammanvävda i verkligheten. De flesta artiklar som läsaren finner i denna bok ligger huvudsakligen i linje med det sociokulturella perspektivet. I nedanstående inledande resonemang om stereotyper vill jag dock balansera denna bild och få med också det andra forskningsperspektivet.

### *I. Vad är stereotyper och hur uppkommer de?*

En allmän uppfattning om *stereotyper*, som även delas av flera forskare (med Allport [1954] i spetsen), är att man kan sätta likhetstecken mellan stereotyp och fördom. Därmed betraktas stereotyper som falska, vilseledande och därmed farliga föreställningar. Detta bör ifrågasättas. Det finns anledning att skilja mellan fördomar och stereotyper. Vad är således en fördom? I de flesta uppslagsböcker kan vi finna en definition som ligger nära den följande (ur *Nationalencyklopedin*, vol 7 [1992], 1931):

negativ attityd mot individer och företeelser vilken bygger på vissa lättidentifierbara egenskaper hos dessa utan att annan tillgänglig information blir beaktad. Ofta är fördomar antipatier som bygger på felaktiga och nästan orubbliga generaliseringar, vilka hindrar rättelse även om starka argument skulle uppbringas.

Ur denna definition framgår att den negativa, emotionella värdeladdningen är en outhärlig del av en fördom. Därom finns en enighet bland forskare (se t.ex. Allport 1954; Chlewiński 1992, 13-1 j).

Stereotypen beskrivs däremot vanligtvis som en grovt förenklad och generaliserad föreställning om utmärkande egenskaper hos alla som tillhör en viss grupp (t.ex. en nation, en ras, ett kön) eller en kategori av företeelser (man tänker t.ex. på stereotyper om "polska vägar" eller "tysk humor"). Stereotyper kan vara negativa, såsom t.ex. "polacker är biltjuvar" eller "svenskar är sexfixerade fyllon", och därmed utgöra ett underlag för fördomar. De kan emellertid också vara positiva, t.ex. "polackerna är ett modigt folk", "svenskar är hederliga" eller helt enkelt neutrala som: "svenskar är långa och blonda". Stereotyper ger därför inte automatiskt upphov till fördomar, även om fördomar bygger på *negativa* stereotyper.

De flesta, (men inte alla) stereotyper har en social karaktär dvs. uppkommer, reproduceras och överförs inom människogrupper. Nationella stereotyper hör dit i allra högsta grad. De uppstår när en nations medlemmar beskriver medlemmarna i en annan nation genom att fokusera på några få drag eller beteenden, generalisera dem

och låta dem stå för helheten. Nationella stereotyper är kollektiva föreställningar. Ett individuellt, enskilt omdöme om ett folk eller om en representant för ett folk är inte en *nationell* stereotyp så länge det inte får allmän spridning och reproduceras inom ett samhälle.

Stereotyper har alltid en deskriptiv-informativ komponent, men den information de bär fram är oftast inte verifierbar. Den är inte bara grovt förenklad, utan också filtrerad genom kulturella raster och subjektiva omdömen och oftast behäftad med emotioner. Det är därför poänglöst att försöka diskutera stereotypernas sanningsvärde (även om det finns vissa forskare som hävdar att det är berättigat att göra så, se t.ex. Ryan, Park & Judd 1999). Vad finns det emellertid för sanning i konstaterandet att "svenskar är tråkiga" eller att "polacker är temperamentsfulla"? Vem bestämmer kriterier för detta och hur kan sådana kriterier verifieras? En stereotyp återger inte verkligheten, den förvränger den.

\*

Många forskare (se t. ex. Fischman 1956; Schaff 1981; Maass & Arcuri 1999) menar att stereotyper har verbal karaktär och knappast kan existera utanför språket, de är inbäddade i språket och överförs via språket. Det i svenskan populära uttrycket "polsk riksdag" (som betecknar kaos och oenighet) kan tjäna som exempel på hur stereotyper bärs upp av språket. Bäst demonstreras det dock i s.k. etniska vitsar som folk i hela världen berättar om huvudsakligen grannfolken, liksom i s.k. etniska etiketter (t.ex. "grodätare" om fransmän eller "norrbaggar" om norrmän). Stereotyperna kan emellertid också förmedlas indirekt via ordens konnotationer. Benämningar som kan verka neutrala framkallar i vissa språk speciella associationer och är behäftade med många bibetydelser. Så är t.ex. fallet med benämningarna "Żyd" ('jude') eller "Cygan" ('zigenare') i polskan eller "neger" och "tattare" i svenskan. Med hjälp av språkliga medel - talesätt, vitsar, etniska etiketter, benämningar, ramsor m.m. - förmedlas stereotyperna i personlig kommunikation (inom familjen och vänkretsen) och i masskommunikation (såsom läroböcker, press, TV, radio, litteratur och film). Varje språks ordförråd, ordens denotationer och konnotationer, återspeglar sociala uppfattningar och föreställningar inom den givna språkgruppen vid en viss tidpunkt. Många forskare anser att människor som växer upp inom en grupp anammar sådana uppfattningar (inklusive stereotyperna) automatiskt när de lär

Sig språket. De kan reflektera över stereotyperna först senare och, om de så vill, även distansera sig från dem. Att frigöra sig från stereotyper är emellertid ofta en svår process. Det kan bero på att språket fyller en viktig strukturerande roll för våra tankar. Det levererar nyckeltermerna kring vilka ny information organiseras. En del av den senaste - forskning inom psykolingvistik visar att språkliga kategoriseringar av folkgrupper, dvs. nationers namn och etniska benämningar och etiketter hör till just sådana "organiserande nyckeltermerna". Det innebär att namn eller "etiketter" på en etnisk grupp automatiskt framkallar de negativa eller positiva associationer (betydelser och känslor) som i vårt språk är knutna till namnet, och detta händer innan vi hinner reflektera över innehållet (Gilbert & Hixon 1991, 171 f). På så vis bidrar språket till stereotypernas fortlevnad.

Stereotypernas överföring via språket (som inte sällan åtföljs av icke-verbal känslomässig kommunikation) gör också att människor kan ha stereotypa föreställningar om en viss nation utan att någonsin ha träffat någon representant för denna nation. Stereotyper kan således uppstå antingen som ett resultat av en erfarenhet vi har gjort (och generaliserat utifrån) eller utan någon personlig erfarenhet alls. När vi senare konfronterar våra utan erfarenhet förvärvade stereotyper med verkligheten tenderar de att överleva trots motbevis. Det sker på grund av vår selektiva perception och vårt selektiva minne. Vi ser det vi förväntar oss att se. Vi tenderar att inte märka det som mot-bevisar våra stereotyper. Stereotyper blir till kognitiva mönster med hjälp av vilka vi tenderar att ordna och sortera ny information. Det karakteristiska för stereotyper är att de är mycket långlivade och svåra att förändra. Själva termen 'stereotyp' som kommer från grekiskan, anknyter till dessa drag. "*Stereos*" betyder 'stelnad', 'hård', och "*typos*" - 'mönster', 'avtryck'. I början av 1700-talet var "stereotyp" en term inom tryckkonsten och betecknade en särskild typ av matris som användes vid duplicering (Chlewiński 1992, 9).

Sammanfattningsvis kan stereotyperna beskrivas både som kognitiva strukturer och som sociala konstruktioner av verkligheten, inherent delar av den mänskliga kognitionen och interaktionen. En analys av stereotyper kan leverera ny information om människans kognitiva processer å ena sidan och om kulturella mekanismer bakom vårt tänkande å den andra.

*Vilka funktioner har stereotyper?*

Stereotyperna har en mängd funktioner som hänger ihop med källorna till deras uppkomst. Den första funktion som jag vill nämna är *kognitiv*. Förenklingar, kategoriseringar, typologier och stereotypiseringar är en del av den mänskliga kognitiva processen. Med hjälp av dessa kognitiva strukturer bearbetar människan den information hon får om världen. Människan är inte i stånd att bearbeta all tillgänglig information utan tvingas att göra ett urval. Inre kognitiva strukturer och mönster utgör en grund för detta urval och stereotyperna hör till dessa kognitiva mönster. Människan tänker i kategorier och därför tenderar hon att överskatta skillnaderna mellan element som tillhör *olika* kategorier och underskatta skillnaderna mellan element som tillhör *en och samma* kategori (Tajfel 1969; Kurcz 1992, 33). Stereotyperna leder visserligen till att bilden av verkligheten förvrängs, men å andra sidan effektiviserar de den kognitiva processen. Utan generaliseringar, typologier och stereotyper skulle människan känna sig förlorad i en värld fylld av unika och oförutsägbara ting. Därför är det poänglöst att i all välmening uppmana till kamp mot alla stereotyper. Stereotyperna hjälper människorna att snabbt känna igen sig i sin värld och fatta beslut om sitt handlande. Med stereotypernas kognitiva funktion hänger därmed deras *adaptiva* funktion ihop. Med hjälp av stereotyper försöker människor förutsäga andras beteende och anpassa sitt handlande därefter. Människor agerar utifrån de generaliseringar de gör om andra, utifrån hur de tror att de uppfattas av andra och utifrån de stereotypa uppfattningar de har om sig själva, "autostereotyper". Sociala roller tilldelas ofta på grundval av stereotypa antaganden.<sup>1</sup>

Stereotyperna fyller emellertid också en rad *psykodynamiska* funktioner. Eftersom de levererar en förenklad bild av verkligheten ger de individen eller gruppen en känsla av kognitiv kontroll över världen (Chlewiński 1992, 18) och därmed även en känsla av trygghet. Stereotyperna hjälper också individen och gruppen att upprätthålla en positiv bild av sig själv och den egna gruppen, bidrar till känslan av egenvärde (Tajfel & Turner 1979). Detta sker dock inte sällan på bekostnad av andra. Människan formar sin identitet, dvs. definierar sig

---

<sup>1</sup> Exempel på stereotypernas kognitiva och adaptiva funktion finner läsaren i Mika Larssons artikel i denna bok.

själv, genom att relatera sig till andra. Med hjälp av stereotyper undervärderar hon ofta "de andra" för att framhäva den egna gruppens värde och därmed sig själv (Stangor & Schaller 1999, 33).<sup>2</sup>

Stereotyper har således både psykodynamiska och identitetsbildande funktioner och därmed utgör de ett intressant undersökningsobjekt för de forskare som intresserar sig för det komplicerade samspelet mellan individens och gruppens identitet, för de band som förenar individen med gruppen. En analys av stereotyper kan hjälpa oss att förstå en del av mekanismerna bakom nationalism och etnocentrism (Scheff 1994, 287). Det är inte utan anledning som stereotyper används flitigt under krissituationer, krig och konflikter, då trygghetsbristen är akut och då det finns ett starkt behov av enkla förklaringar och en uppslutning bakom gemensamma mål. Under de svensk-polska krigen på 1600-talet kallades t.ex. polackerna av svenskarna för "jesuitiska ränskmidare" medan polackerna betecknade svenskarna som "Luthers hundar", allt i syfte att beskriva varandra som ärkefiender.<sup>3</sup> Men stereotyper aktiveras, skapas och förändras även under mindre drastiska konflikter, t. ex. när folken ifråga konkurrerar med varandra på något område. Ett exempel på detta ur den svensk-polska erfarenheten är äktenskapsmarknaden. Det förekommer en hel del blandade äktenskap mellan polacker och svenskar. Det gällande mönstret i parbildningen är att kvinnan är från Polen och mannen från Sverige. Det har resulterat i att de av konkurrensen hotade parterna, dvs. svenska kvinnor å ena sidan och polska män å den andra, har skapat negativa stereotyper av konkurrenterna. Svenska män beskrivs därmed av de avundsjuka polska männen som stela, känslolösa tråkmånsar som "måste vara omöjliga att leva med". Polska kvinnor beskrivs däremot av svenskarna såsom "underdåniga och lättkuvade" och samtidigt "listiga förförerskor som är ute efter de svenska männen för att bosätta sig i Sverige och plocka sina äkta makar på pengar". Det är en motsägelsefull bild av offer och förövare i ett. Detta illustrerar väl stereotypernas icke-verifierbara karaktär.

Mot bakgrund av vad som sagts ovan om stereotypernas karakteristiska drag och ursprung framstår det som självklart att stereotyperna som en del av all mänsklig interaktion har en rad viktiga *sociala*

---

<sup>2</sup> Zmuda-Trzebiatowskas och Abrahamsons artiklar i denna volym tillhandahåller många exempel på denna företeelse.

<sup>3</sup> Utförligare beskrivningar av polackernas och svenskarnas stereotypisering av varandra under denna tid finner läsaren i Gerners & Karlssons och Neugers artiklar i denna bok.

funktioner. Först av främst är de viktiga komponenter i gruppens kollektiva identitet. De har en *avgränsande* och *integrerande* funktion. De skapar gemensamma referensramar för en grupp, bekräftar gruppens normer och fastställer hur "de andra" som befinner sig utanför gemenskapen avviker från dessa. De nationella och etniska stereotyper som gruppen delar integrerar dess medlemmar, på samma sätt som gemensamma symboler, myter och ideologier gör. Nationella stereotyper, våra föreställningar om andra nationer och om vår egen nation (autostereotyper) anammas under socialiseringsprocessen och blir till en del av vår egen nationell identitet. En nations medlem kan demonstrera sin nationella tillhörighet genom att visa att han/hon är bärare av vissa stereotyper och blir därmed accepterad som "en av oss". Den som inte behärskar dessa stereotyper och de känslor och associationer som är knutna till dem kan bli betraktad som främling (Stangor & Schaller 1994, 34).

Stereotyper har naturligtvis en given *kommunikativ* funktion. De underlättar kommunikationen inom gruppen. Det räcker t.ex. att säga "han är en typisk svensk" för att den polska mottagaren av denna information skall skapa sig en bild av personen ifråga på grundval av de bland polackerna fungerande stereotyperna om svenskar. (Om bilden sedan är korrekt eller ej är en annan fråga.)

En variant av stereotypernas sociala funktioner är deras *politiska* funktion. Stereotyperna används frekvent i politisk propaganda, ideologier och reklam. Deras användbarhet som politiska instrument beror på deras psykodynamiska och kommunikativa funktioner och deras roll vid uppkomsten av kollektiva identiteter. Stereotypernas emotionella laddning ger dem dessutom en särskild manipulativ styrka. Därmed används de i all politisk mobilisering och särskilt i konfliktsituationer för att stärka den egna gruppen och underbygga dess avstånd till motståndaren, definiera fienden eller syndabocken och rikta gruppens aggression i önskad riktning. En analys av stereotypernas politiska funktion är därför mycket viktig. Den kan ha praktisk betydelse för tolkningen och lösandet av nationella och sociala konflikter.

### *Hur förändras nationella stereotyper?*

Stereotyper är i hög grad immuna mot förändringar, men vår empiriska erfarenhet, bekräftad av en rad undersökningar (se tex. Wilska-Duszyńska 1971; Jasińska-Kania 1991; Bartmiński 1995) visar

att de trots allt är föränderliga. En del stereotyper försvinner när den konfliktsituation (exempelvis krig) som gav dem näring tar slut och de starka känslorna grupperna emellan svalnar. Så blev t.ex. fallet med de ovan nämnda svensk-polska krigsstereotyperna.

Stereotypernas fortlevnad och innehåll påverkas både av subjektiva och objektiva faktorer. Till de subjektiva hör ändrade normer och ändrade värdeskalor hos dem som skapar och bär upp stereotyper. Till de objektiva faktorerna hör ändrade politiska, sociala och kulturella förhållanden. Stereotypernas innehåll beror ofta på hur nära varandra nationerna ligger ifråga om t.ex. religion, dominerande ideologier, politiska system och levnadsstandard (Bartmiński 1995; Jasińska-Kania 1991). Med tanke på detta skulle det vara önskvärt att undersöka huruvida polackernas och svenskarnas stereotyper om varandra har förändrats efter järnridåns fall. Efter införandet av demokrati och marknadsekonomi i Polen har Polen och Sverige närmat sig varandra på det politiska och ekonomiska området. De senaste åren har vi också bevittnat förändringar i värdesystem både i Polen (t.ex. ökande sekularisering och marknadstänkande) och i Sverige (t.ex. folkhemsmytens sammanbrott och konfrontation med olika värderingar inom EU). Allt detta borde få någon avspeglning i de bägge folkens nationella stereotyper.<sup>4</sup>

Ändrade förhållanden leder dock inte till ändrade stereotyper om parterna saknar information om varandra. En betydelsefull roll för stereotypernas förändring spelar institutioner som förmedlar information, huvudsakligen skola och massmedia. De kan exponera gruppens medlemmar för nya stereotyper respektive tona ner de gamla.<sup>5</sup> En intressant observation som forskare har gjort i studier över stereotypernas förändring är att människor lättare kan ändra sin syn på en nationell grupp under inverkan av en ovanlig händelse eller något slags katastrofsituation (Kurcz 1992, 36). Forskarna talar i detta fall om "konversion" eller om "blixtlamp-effekt", dvs. när ett folk hamnar i en exceptionell situation och börjar betraktas i ny dager. Till en viss grad erfor polackerna detta 1980-81, när Solidaritets upp-

---

<sup>4</sup> I denna bok finner läsaren artiklar av Żmuda-Trzebiatowska och Larsson som tar upp dessa frågor.

<sup>5</sup> Inte minst med tanke på massmediernas betydelse för denna förändringsprocess har två journalister, Mika Larsson och Kjell Albin Abrahamson, kända specialister på nyhetsbevakning av Polen, inbjudits att bidra till denna volym.



komst och den stora uppmärksamheten som rörelsen fick i världen modifierade eller till och med helt förändrade en del stereotyper om den polska nationen.

Ett mycket omdiskuterat sätt att påverka och förändra nationella stereotyper är att intensifiera kontakten mellan folkgrupper. En omfattande forskning (se redovisning av denna i Hewstone 1999, 264-95) visar emellertid att "kontakt" som sådan inte är något självklart medel för att motverka stereotyper och bota fördomar. Tvärtom kan det leda till en bekräftelse av stereotyper. Även om människor gör personliga erfarenheter som motbevisar en stereotyp, kan de alltid avvisa dem med den klassiska kommentaren att "detta är undantaget som bekräftar regeln". Kontakt är dock trots allt den mest framkomliga vägen till förändring. Den ger ingen garanti för att negativa stereotyper rubbas, men ger ändå individerna en chans att "avstereotypisera" varandra och grupperna en chans att få positiva stereotyper av varandra. Allt beror på kontaktens karaktär. Om kontakten blir positiv och man lyckas samarbeta kring gemensamma mål är chansen för positiv förändring stor. Skapar däremot kontakten hot eller konkurrenssituationer kan förändringen bli till det sämre. Exempel på detta kan hämtas ur de polsk-svenska affärskontakter som intensifierats på senare tid. Beroende på affärskontaktens karaktär och resultat får de inrotade nationella stereotyperna olika värdeladdning. Vid en negativ erfarenhet kan en positiv stereotyp som "svenskar är duktiga och pålitliga organisatörer" övergå till uppfattningen "svenskar är stela och oförmögna att handla utanför den utstakade planen". Vid en positiv erfarenhet kan en negativ stereotyp om polacker som "oförmögna att planera och organisera" ändras till uppfattningen att "polackerna är påhittiga och duktiga på att improvisera". Den typen av förändring av stereotyper är den vanligaste: det deskriptiva elementet, stereotypens innehåll förblir detsamma men den värderande och emotionellt laddade komponenten i stereotypen förändras (Bartmiński 1995, 18). Stereotypernas långsamma förändring leder till att stereotyper skapade under olika epoker och olika omständigheter kan leva sida vid sida trots att de motsäger varandra. Sedan århundraden finns det i Polen en av litteraturen överförd bild av svensken som en hänsynslös, vild, barbarisk krigare. Samtidigt cirkulerar det även en nyare stereotyp som uppstod under och efter andra världskriget, om svensken som en undfallande opportunist som gör allt för att hålla sig borta ifrån strider och konflikter. I Sverige å andra sidan finns sedan 1800-talet en stereotyp av polacker som irrationella

romantiker, beredda att offra livet för en idé, och samtidigt en nyare stereotyp av polacken som materialist, som småhandlare fixerad vid pengar, med "kassaapparat i stället för hjärna". Dessa motsägelsefulla stereotyper kan leva kvar sida vid sida eftersom deras existens inte beror av någon bevisföring. Vid tolkning av olika situationer används antingen den ena eller den andra stereotypen beroende på vilken som passar bäst, och man utestänger motbevis och alternativa tolkningar.

### *Hur påverkar stereotyperna relationer mellan nationella grupper och individer ?*

Stereotyper genomsyrar relationerna mellan etniska och nationella grupper. Man kan därför inte komma ifrån att våra stereotyper påverkar vår inställning till andra. På basis av stereotyper kan ett folk definiera ett annat folk som vänner, rivaler eller ärkefiender. Andras stereotyper om oss kan också påverka vår egen självuppfattning. De kan bli till en del av vår egen självbild, våra autostereotyper. De kan också ha effekten av en självuppfyllande profetia (Jussim & Fleming 1999, 132-60). Det finns t.ex. anledning att fråga sig huruvida en stereotyp bild av polackerna som ett rebelliskt folk har påverkat deras egen syn på sig själva och stimulerat dem till återkommande uppror mot makten under hela 1800- och 1900-talet.

Vi kan inte frigöra oss helt från stereotyper. Därför är det viktigt att vi blir medvetna om stereotypernas beständiga existens och påverkan och att vi därmed undviker att upphöja dem till sanning. Okritiskt anammade stereotyper kan leda till missförstånd mellan folk och individer som en följd av t.ex. felgrundade förväntningar. (Tänk er en svensk man som gifter sig med en polsk kvinna i hopp om att skaffa sig en underdånig hustru för att senare upptäcka motsatsen!)

Det är emellertid särskilt angeläget att vara på sin vakt då det gäller *negativa* stereotyper, vilka utgör en grund för fördomar. Varje stereotyp är inte en fördom, men varje fördom är behäftad med negativa stereotyper. Med hjälp av negativa stereotyper kan man försöka förklara och rationalisera motviljan för en nationell grupp; en sådan motvilja kan leda till att en folkgrupp behandlas illa och diskrimineras. Det bör dock påpekas att det inte finns några enkla samband mellan stereotyper, fördomar och diskriminering. Flera sociologiska

undersökningar visar att man helt ärligt kan vara motståndare till all diskriminering och ändå hysa fördomar mot olika folkgrupper (se Wilska-Duszynska 1971, 106). En del forskningsresultat tyder på att stereotyper kan aktiveras hos människor automatiskt, innan de hinner få medveten kontroll över dem (Devine 1989). Det finns ibland en diskrepans mellan våra känslor och attityder å ena sidan och våra handlingar å andra sidan. Fördomar leder därför inte automatiskt till diskriminering men de kan ändå påverka vårt handlande, ibland till och med omedvetet och i synnerhet då vi hamnar i pressade situationer. Vid ett första möte med en individ från en viss folkgrupp tenderar vi att se denna individ som en representant för gruppen och bedöma honom/henne utifrån de stereotyper vi har om gruppen. Hyser vi fördomar om denna grupp kan det hindra oss att se individens verkliga drag och det finns en risk att vi aldrig ger personen ifråga en chans att bli vår närstående (som vän eller arbetskamrat). Fördomar söver också vårt samvete i situationer som kräver moraliska val. De kan tjäna som bortförklaringar (rationaliseringar) för att neka någon hjälp (med den klassiska kommentaren "han får skylla sig själv"); "den andre" klassificeras som fiende och/eller främling och därmed kan vi lättare frikänna oss ett etiskt ansvar för honom/henne (Bauman 1991). Främlingarna hamnar utanför gemen-skapen; de omfattas inte av den solidaritet och de etiska regler som gäller inom gruppen, och kan därmed lämnas utan hjälp eller räddning. Negativa stereotyper kan ha dessa konsekvenser.

Forskningen kring stereotyper har vuxit fram ur forskningen om fördomar och ur behovet att motverka dessa och förebygga diskriminering. Detta behov är ständigt aktuellt. Därför är det viktigt att forska vidare i de fortfarande ouppklarade sambanden mellan stereo-typisering, fördomar och diskriminering.

### *Kan en analys av stereotyper bli en källa till självkänedom?*

Trots det som sagts ovan om stereotypernas ringa sanningsvärde kan det vara mycket lärorikt att studera de stereotyper som andra har om oss och de stereotyper vi har om andra.

Att lära känna andras stereotyper om vår egen nationella grupp kan paradoxalt nog bli en källa till självkänedom. När vi analyserar de stereotyper om vår nation som andra skapar känner vi ofta inte igen oss eller uppfattar oss själva som orättvist behandlade. Icke desto

mindre kan andras omdömen fungera som tankeställare och föranleda en diskussion om vad som gör att vi uppfattas på ett visst sätt. Ser vi kanske i spegeln som de andra håller fram åt oss några delar ur vår historia som vi helst vill glömma och förtränga? Det skulle man kanske kunna säga t. ex. om den polska antisemitismen eller om den svenska opportunisten.

\*

Mest givande är det emellertid att analysera de stereotyper som vi, själva skapar om andra. Dessa stereotyper utgör nämligen kognitiva redskap som vår egen kultur har givit oss. Därför är det viktigt att vi analyserar dessa redskap, hur de uppkommit, hur de styr oss och hur (och om) vi kan få kontroll över dem. En analys av dem kan ge oss kunskap om vår egen kultur och om hur den programmerar vårt tänkande. Bakom vår grupps föreställningar om andra nationer finns alltid vår egen föreställning om oss själva, om vårt lands plats i den internationella ordningen och vår nationella grupps värdeskala. Vår självuppfattning är den referenspunkt utifrån vilken vi bedömer andra nationer. Vi definierar oss själva i hög grad genom att bestämma hur vi skiljer oss från andra och vad vi inte är. Identiteten byggs genom opposition. Nationella stereotyper som bygger på enkla oppositioner försöker göra världen tydlig och lättfattlig. Dessa nationella stereotyper är transparenta. Bakom dem kan man ana de värden som omhuldas av dem som skapade stereotyperna.

Större insikter om vår egen kultur, kopplade till en medvetenhet om att denna fungerar som raster när vi beskriver andra folk, låter oss också bättre förstå hur vi uppfattar och missuppfattar andra (Peterson-Royce 1982, 168). "Skönheten finns i betraktarens öga" förkunnas i ett vanligt talesätt. Stereotyper levererar således inga sanningar om det betraktade objektets "skönhet" eller "fulhet", men de kan berätta om vad som finns i betraktarens ögon.

LUND

## Referenser

- Allport, G. W.: *The Nature of Prejudice*. Reading, Mass. 1954.
- Bauman, Z.: *Auschwitz och det moderna samhället*. Göteborg 1991 (originaltitel: *Modernity and the Holocaust*. Cambridge 1989).
- Bartmiński, J.: Wie ändert sich das Stereotyp des Deutschen in Polen. *Zeitschrift für Empirische Textforschung*, 2 (1995), 18-29.
- Chlewiński, Z.: Stereotypy: struktura, funkcje, geneza. Analiza interdyscyplinarna. *Stereotypy i uprzedzenia* (= Kolokwia psychologiczne, 1). Warszawa 1992, 8-28.
- Devine, P. G.: Stereotypes and prejudice: Their automatic and controlled components. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56 (1989), 5-18.
- Fishman, J. A.: An examination of the process and function of social stereotyping. *Journal of Social Psychology*, 44 (1956), 75-109.
- Gilbert, D. T. & Hixon, J. G.: The trouble of thinking: Activation and application of stereotypic beliefs. *Journal of Personality and Social Psychology*, 60 (1991), 509-517.
- Hewstone, M.: Kontakt i kategoryzacja: zmiana stosunków między-grupowych w ujęciu psychologii społecznej. Macrae et al. 1999, 263-295.
- Jasińska-Kania, A.: Transformacja ustrojowa a zmiany postawy Polaków wobec różnych narodów i państw. *Kultura i Społeczeństwo*, 35:4 (1991), 153-166.
- Jussim, L. & Fleming, Ch.: Samospełniające się przepowiednie a utrzymywanie się stereotypów społecznych: rola interakcji diadycznych i sił społecznych. Macrae et al. 1999, 133-160.
- Kurcz, I. : Stereotypy, prototypy i procesy kategoryzacji. *Stereotypy i uprzedzenia* (= Kolokwia psychologiczne, 1). Warszawa 1992, 33-44.
- Lippmann, W.: *Public Opinion*. New York 1922.
- Maas, A. & Arcuri, L.: Język a stereotypizacja. Macrae et al. 1999, 161-188.
- Macrae, C. N., Stangor, Ch. & Hewstone, M., red. : *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie*. Gdańsk 1999 (originaltitel: *Stereotypes and Stereotyping*. New York 1996).
- Nationalencyklopedin*, 7 [Fredl-Gral]. Höganäs 1992.
- Petterson-Royce, A.: *Ethnic Identity. Strategies of Diversity*. Bloomington 1982.
- Schaff, A.: *Stereotypy a działania ludzkie*. Warszawa 1981.

- Scheff, T.: Emotions and identity: a theory of ethnic nationalism. *Social Theory and the Politics of identity*, red. C. Calhoun. Oxford 1994, 277-303.
- Ryan C. S., Park, B. & Judd, Ch. M.: Pomiar trafności stereotypów: implikacje dla zrozumienia procesu stereotypizacji. Macrae et al. 1999, 97-123.
- Schneider, D.J.: Współczesne badania nad stereotypami: niedokończone zadanie. Macrae et al. 1999, 335-367.
- Stangor, Ch. & Schaller, M. Stereotypy jako reprezentacje indywidualne i zbiorowe. Macrae et al. 1999, 13-41.
- Tajfel, H.: Cognitive aspects of prejudice. *Journal of Social Issues*, 25 (1969), 79-97.
- Tajfel, H. & Turner, J. C.: An integrative theory of intergroup conflict. *The Social Psychology of Intergroup Relations*, red. W. G. Austin & S. Worchel. Monterey, Calif. 1979.
- Walas, T., red.: *Narody i stereotypy*. Kraków 1995.
- Wilska-Duszyńska, B.: Rozważania o naturze stereotypów etnicznych. *Studia Socjologiczne*, 3 (42) (1971), 97-113.