

**STEREOTIPUL: DE LA COGNIȚIE LA
IMAGINEA LITERARĂ**

Lect. univ. drd. Onorina GRECU
Universitatea "Spiru Haret", Constanța

Abstract: *Stereotypes are as old as human culture itself. They reflect ideas that groups of people hold about others who are different from them. A stereotype can be embedded in single word or phrase, an image, or a combination of words and images. The image evoked is easily recognized and understood by others who share the same views.*

Stereotypes can be either positive or negative. This paper recalls the cognition process in creating stereotypes and their importance when literary view is applied.

Keywords: *stereotype, image, prototype, alterity, ipseity*

Résumé: *Les stéréotypes ont le même âge que la culture même. Ils reflètent l'idéologie de certains groupes d'individus vs. d'autres complètement différents. Un stéréotype peut être un mot, une expression, une image ou une combinaison de lexèmes ou d'images. Ce schéma est facilement reconnu et compris par ceux qui partagent le même point de vue. Les stéréotypes peuvent être positifs ou négatifs. L'article ci-dessous présente le processus cognitif de création des stéréotypes et souligne l'importance du phénomène de la littéralité dans ce contexte.*

Mots-clé: *stéréotype, image, archétype, cliché, altérité, ipséité*

Impactul stereotipurilor asupra judecării este o problemă de primă importanță. Se știe că opiniile stereotipe se dezvoltă ușor într-un sens corespunzător stadiului în care se află relațiile dintre grupuri. Stereotipurile sunt peiorative între grupurile inamice și măgulitoare între aliați. Surprinzător, astfel de reprezentări există referitor la un număr nelimitat de grupuri, în special grupuri care nu sunt nici aliații, nici adversarii noștri.

Unele dintre aceste opinii sunt radicale, alte anodine, dar ele se întâlnesc pretutindeni. Drept pildă: butada care urmează ne face să râdem, pentru că ne sunt cunoscute stereotipurile asociate diferitelor popoare europene.

*Paradisul este locul în care
Francezii sunt bucătarii
Italienii sunt amanții
Englezii sunt polițiștii
Germanii sunt muncitorii
Și totul este organizat de elvețieni.
Iadul este locul în care
Englezii sunt bucătarii
Elvețienii sunt amanții
Germanii sunt polițiștii
Francezii sunt muncitorii
Și totul este organizat de italieni.*

Cei trei părinți fondatori ai stereotipului. Stereotipurile sunt un ansamblu de păreri referitoare la atributele personale împărtășite de un grup de oameni (Leyens, Yzerbyt și Scadron, 1994; Stroebe și Insko, 1989)¹. Exemplul naționaliștilor, prezentat mai sus, corespunde foarte bine acestei definiții. La fel se întâmplă și cu poreclele date de participanții la cercetările lui Sherif membrilor din grupul concurent. De-a lungul a nenumărate studii, cercetătorii au avut ocazia să le sublinieze toate aspectele².

Walter Lippmann este cel care, în 1922, a introdus noțiunea de stereotip în cartea intitulată *Public Opinion*. Acest ziarist împrumuta termenul din lumea tipografiei, unde „stereotip” desemnează o formă metalică care servește la tipărirea unui clișeu tipografic. Alegerea lui avea drept scop sublinierea caracterului stabil, rigid chiar, al imaginii pe care și-o fac indivizii despre mediul lor. În afara acestui aspect, deși n-a formulat nici

¹ Yzerbyt, V., Scadron, G., *Cunoașterea și judecata celuilalt. O introducere în cogniția socială*, Iași, Ed. Polirom, 2002, p. 97.

² Aceste caracteristici sunt diferite și nu întrunesc întotdeauna unanimitatea cercetătorilor. Unii consideră că nu se poate vorbi de stereotipuri decât dacă reprezentarea este peiorativă. Alții consideră că este indispensabil caracterul lor eronat. În sfârșit, după alții, nu putem vorbi de stereotipuri decât în cazul unor convingeri care fac obiectul unui consens ori care dau dovadă de o mare rigiditate. Este imposibil să abordăm aici toate aspectele amintite, așa că ne vom limita la dimensiunile care par absolut esențiale în funcționarea și influența acestor convingeri.

o definiție precisă și explicită a stereotipurilor, Lippmann a încercat să prezinte un ansamblu de alte reflecții privitoare la ele.

Cea mai cunoscută metaforă a sa este aceea a „imaginilor din mintea noastră”. În opinia lui, ființele umane nu răspund în mod direct la realitatea exterioară, ci la o reprezentare a mediului care este mai mult sau mai puțin creată de omul însuși. Este vorba de o versiune simplificată a lumii, susceptibilă de a ne satisface nevoia de a privi oamenii ca fiind mai ușor de înțeles și de controlat decât sunt în realitate. Lippmann numește *quasi-environment* (un fel de mediu înconjurător) această imagine interpusă între persoană și lumea care o înconjoară. Așadar, un aspect funcțional al stereotipurilor era deja subliniat în această primă analiză: stereotipurile nu pot fi decât reprezentări schematice și, prin urmare, inexacte. În concepția lui Lippmann, stereotipurile preced utilizarea rațiunii. Ele sunt o formă de percepție, în sensul că impun un anumit caracter datelor provenite de la simțurile noastre înainte ca acestea să fie preluate de inteligență. Totuși, spre deosebire de numeroși autori care-i vor urma, Lippmann nu consideră că stereotipurile ar fi neapărat eronate sau dăunătoare. Din contră, le privește ca pe un fenomen inevitabil. În opinia sa, „nevoia de a menaja atenția este atât de imperioasă încât abandonarea stereotipurilor în favoarea unei abordări total inocente a experienței ar însemna o sărăcire a vieții umane” (p. 60)¹.

Multe dintre aspectele subliniate în analiza lui Lippmann corespund temelor ce vor fi dezvoltate ulterior în psihologia socială. Astfel, el atribuie stereotipurilor funcții defensive deoarece acestea din urmă ar fi direct legate de identitatea observatorilor. În acest sens, el explică faptul că stereotipurile raționalizează starea în care se află o societate. De altminteri, el le plasează originea în socializarea cetățeanului. În sfârșit Lippmann vede în conștientizarea influenței pe care o au o posibilă soluție la impactul lor. Deoarece noi ne considerăm convingerile drept fapte, realități, ele ne afectează judecata. Dacă le-ar fi fost pus în lumină caracterul subiectiv, prin studierea istoriei de pildă, nocivitatea lor ar fi putut fi limitată. Lippmann stabilește așadar o distincție între impactul conștient și cel inconștient al stereotipurilor, distincție pusă la loc de seamă de numeroși cercetători în ultima vreme.

Allport (1954) în lucrarea sa *The nature of prejudice* (Natura prejudecăților) ca și Lippmann, consideră că procesul de categorizare are drept misiune simplificarea unui mediu prea complex și că stereotipurile constituie un derivat – nefericit – al acestei operații necesare. Trebuind să

¹ Yzerbyt, V., Schadron, G., *op. cit.*, p. 98.

înfrunte concurența teoriilor psihodinamice și mai ales a teoriei șapului ispășitor, analiza lui Allport nu are decât un impact limitat. Totuși, insistența lui Allport asupra proceselor cognitive rămâne de-a dreptul remarcabilă, iar abordarea sa teoretică anticipează preocupările actuale ale curentului cogniției sociale. Interesul precoce al lui Allport pentru fenomenele cognitive apare într-o serie de cercetări clasice asupra zvonurilor, alături de Postman, el publică în 1947, *The Psychology of rumor* (Psihologia zvonului). În urma unui experiment, în care o povestire este transmisă de la unul la altul, de șase interlocutori, Allport și Postman constată că s-au schimbat unele elemente ale scenei, ceea ce dovedește că existența unor păreri stereotipe dirijează achiziționarea de noi informații într-o anumită direcție. Așa cum presupunea Lippmann, stereotipul afectează judecata și se impune realității. Aceasta din urmă este, desigur, condensată, dar cu prețul unei distorsiuni.

Puțini cercetători se pot mândri că au influențat abordarea cognitivă a stereotipurilor atât de mult ca Allport. Singura excepție este, fără îndoială, Tajfel. În cursul celui de-al doilea război mondial, acest polonez de origine evreiască, reprezentant al statului său, se înrolează ca ofițer în armata franceză. Luat prizonier de către naziști, excelenta cunoaștere a limbii franceze îi permite să înșele lumea și să scape de exterminare. La Eliberare, americanii îi plătesc studiile universitare. Fără îndoială că destinul său extraordinar l-a sensibilizat în ceea ce privește problema categorizării. Și în opinia lui, categorizarea ne ajută să ne simplificăm mediul și să ne orientăm în el. În plus, cercetările sale îi permit să constate că *simplul fapt de a categoriza obiectele în grupe distincte modifică felul în care sunt percepute*.

În felul lor, Lippmann, Allport și Tajfel au subliniat toți trei rolul factorilor cognitivi în dezvoltarea percepției și a relațiilor dintre grupuri.

În concepția lor, stereotipurile ar trebui așadar considerate o manifestare – discutabilă, cu siguranță – a necesității de a ne categoriza mediul înconjurător pentru a-l simplifica. Această noțiune de categorizare rămâne în centrul abordării cognitive contemporane.

Categoriile de stereotipuri. Anii '70 cunosc o reînnoire a interesului psihologilor sociali pentru relațiile dintre grupuri. În această perioadă, lucrările din domeniul psihologiei experimentale cognitive și în special cercetările privitoare la memoria semantică și la categorizare încep să exercite un impact considerabil asupra tinerilor cercetători. Metodele experimentale au gustul noului, iar calculatorul se instalează în același timp ca instrument esențial al unei experimentări riguroase și ca metaforă incontestabilă a funcționării creierului. Seduși de perspectiva cognitivă, mulți psihologi sociali reexaminează o serie de probleme din domeniul formării

impresiei și din cel al stereotipurilor și se referă, în esență, la om ca la o mașină de prelucrat informația. Stereotipurile sunt privite ca manifestarea unei funcționări cognitive „normale” și de asemenea, sunt considerate un fel de tribut plătit pentru buna adaptare la lumea care ne înconjoară.

Rosch este cel căruia îi datorăm faptul de a fi dirijat interesul cognitiștilor sociali asupra problemei categorizării. Demersul acestui autor se opune ideii clasice conform căreia conceptele s-ar caracteriza printr-o listă de atribute definită o dată pentru întotdeauna. Cum s-ar putea determina ce anume face un scaun să fie scaun, se întrebă Rosch? Exemplul jocului este fără îndoială și mai ilustrativ. Cum poate fi stabilită lista atributelor care ne pun în fața unui joc și nu a altui lucru? Rosch sugerează că, dimpotrivă, conceptele și, în general, categoriile noastre au la bază o atmosferă de familie. Lucrurile pot fi grupate într-o categorie, pentru că ele împărtășesc un număr apreciabil de caracteristici fără să le posede neapărat pe toate. Ceea ce noi considerăm a fi un scaun nu este întotdeauna prevăzut, și din motive întemeiate, cu ansamblul atributelor care fac un obiect să fie scaun. Nu este mai puțin adevărat că toate scaunele au aspecte comune. Unele trăsături ies din calcul în măsura în care se regăsesc mai des la membrii categoriei în cauză decât la membrii altor categorii. Astfel, prezența unui spătar este o caracteristică tipică scaunelor. Bineînțeles că nu toate scaunele au spătar, dar rareori întâlnim spătare la alte piese de mobilier. În plus, numărul de caracteristici importante împărtășite de un membru definește în ce măsură acesta poate fi considerat tipic. Am dispune astfel de câte o reprezentare prototipică pentru fiecare categorie. În realitate, acest membru prototipic nu se regăsește, poate, în acea categorie, ci reprezintă compromisul ideal al trăsăturilor tipice față de categoriile exterioare. În sfârșit, categoriile ar fi organizate ierarhic, începând cu cele mai cuprinzătoare (de exemplu, mobilele) și mergând până la cele mai restrânse (de exemplu, taburetele de la bar), trecând prin stadii intermediare (de exemplu, scaunele), considerate a fi niveluri de bază.

Această abordare probabilistă seduce imediat psihologii sociali, deoarece este vorba de o reprezentare compatibilă cu intuițiile lor în ceea ce privește grupurile sociale. Într-adevăr, nu poate fi dată cu precizie o listă a caracterelor ce definesc apartenența la un grup social determinat, dar vedem bine că există indivizi care sunt mai reprezentativi decât alții. Cantor și Mischel (1977 – *Traits as prototypes: Effects on recognition memory* (Trăsături ca și prototipuri: Efectele asupra memoriei recunoașterii), 1979 – *Prototypes in person perception* (Prototipurile în percepția personală) sunt primii autori care vor aduce această perspectivă în domeniul social.

Principalul interes al lucrărilor celor doi autori este să demonstreze existența tipologiilor în sfera socială. Într-o experiență clasică, experimenterii au oferit subiecților o serie de treizeci și două de cartoane pe care apăreau numele unor tipuri de persoane: pacifistul, călugărița etc. În realitate, materialul experimental cuprinde patru taxonomii *a priori*, fiecare incluzând cele trei niveluri ierarhice propuse de Rosch. De exemplu, taxonomia care grupează persoanele angajate este formată de religioși și activiști. Printre cei religioși, se numără călugărul budist, călugărița și evreul ortodox. Printre activiști, îi regăsim pe protestatarul pacifist, pe militantul împotriva maltratării copiilor și pe partizanul salvării balenelor. Într-o primă etapă, sarcina subiecților constă în repartizarea celor treizeci și două de cartoane ce reiau nivelurile intermediare și pe cele subordonate sub forma a patru taxonomii, apoi în reîmpărțirea cartoarelor în cadrul fiecărei taxonomii în atâtea grupări câte consideră că sunt necesare. Prin intermediul tehnicilor statistice adaptate, Cantor și Mischel compară clasamentele realizate *a priori*, prin grija lor, cu cele propuse de subiecți. Strânsa corespondență dintre cele două clasamente confirmă intuițiile autorilor referitoare la taxonomiile de persoane.

Aceste studii ne informează despre modul în care categorizăm oamenii, dar important este să cunoaștem din ce cauză și cu ce consecințe. Aceste două probleme, care au fost ridicate și de precursori, rămân deschise. Pe de o parte, care este impactul categorizării și al utilizării categoriilor ca stereotipuri asupra percepției grupurilor și a indivizilor sau asupra comportamentelor care-i privesc? Pe de altă parte, este oare adevărat că funcția stereotipurilor este aceea de a ne simplifica mediul?

Originea stereotipurilor. S-a constatat că acel conținut al reprezentărilor pe care și le fac grupurile unele despre altele poate depinde de tipul de relație sau de interdependență care există între aceste grupuri. Este vorba aici despre un conținut stereotipic dictat de interes, de o motivație: reprezentarea este aceea care se potrivește cel mai bine. Cognația socială are în vedere mai mulți factori ce pot duce la dezvoltarea stereotipurilor.

Stereotipurile provin dintr-o iluzie perceptivă. În opinia lui Hamilton, exagerările caracteristice ale stereotipurilor sunt, la origine, o consecință a limitelor noastre cognitive. În măsura în care noi nu putem prelucra decât un număr limitat de informații, Hamilton sugerează faptul că suntem foarte sensibili la evenimentele distinctive din mediul înconjurător. Ceea ce se produce mai rar ne atrage atenția și se bucură de un tratament privilegiat.

În urma unui experiment, Hamilton și Gifford (1976) au ajuns la concluzia că stereotipurile depind de fapt de o îmbinare dintre pregnanța minorităților sociale și comportamentele sociale și comportamentele nedorite din punct de vedere social, în general cel mai puțin frecvente. Să presupunem că *punks*-ii s-ar comporta ca majoritatea oamenilor: li se mai întâmplă să se comporte și într-un mod reprobabil. Și totuși, noi am avea un stereotip negativ în ceea ce-i privește, deoarece ei sunt relativ puțin numeroși, iar la nivel general actele infracționale sunt mai puțin frecvente.

Stereotipurile se ancorează în realitate. Așa cum am amintit mai sus, Lippmann (1922) vedea în cultura ambiantă adevărata origine a stereotipurilor. Un număr mare de cercetări au descoperit trăsăturile descriptive cele mai populare ale unui grup etnic dat. Aceste eforturi au demonstrat în ce măsură stereotipurile fac parte din peisajul cultural și faptul că în sânul unei societăți date există un larg consens în ceea ce privește caracteristicile atribuite diferitelor grupuri sau naționalități.

Putem presupune că, deși la originea stereotipurilor nu se află nici o motivație deosebită, acestea reflectă diferențele reale observate între diferitele grupuri dintr-o societate sau sunt rezultatele unor influențe sociale prin intermediul mass-media sau al interacțiunilor sociale. În consecință, numeroase lucrări se referă la modurile de inițiere socială, de transmitere a stereotipurilor în media, reviste, publicitate, în grupuri ai căror membri sunt egali între ei sau în interacțiunile reale dintre grupuri. Ce-i drept, aceste studii se ocupă destul de rar de procesele prin care anumite imagini devin stereotipuri în rândul populației. Majoritatea cercetătorilor par să presupună că audiența mass-media înghite pur și simplu tot ceea ce îi este prezentat.

Crearea realității. Corespondența dintre ceea ce observăm și ceea ce ne dictează așteptările noastre poate decurge dintr-un proces invers celui la care ne gândim în mod spontan. Cercetările contemporane demonstrează clar că stereotipurile au într-adevăr, un impact asupra judecății și ne pot deforma perceperea realității.

Stereotipurile sunt susceptibile de a-și crea propria realitate, chiar dacă ele sunt mai degrabă extravagante la început. Altfel spus, așteptările unui individ pot avea repercusiuni asupra comportamentului celuilalt în asemenea măsură încât faptele să confirme prejudecățile.

Cercetările arată că realitatea este alterată de impactul convingerilor observatorului asupra propriilor sale comportamente. Dar influența stereotipurilor poate fi cu atât mai gravă cu cât acestea sunt susceptibile de a funcționa ca profeții care se autorealizează, ca ipoteze care își obțin singure

confirmarea. Într-adevăr, stereotipurile pot determina țintele așteptărilor să se comporte într-un mod ce corespunde acestora.

Stereotipul în literatură

Trebuie să recunoaștem că, de cele mai multe ori, știm despre culturile străine și în mare parte despre propria cultură, lucruri ce ne sunt transmise din familie sau din mediul social în care trăim. Avem o părere, o „imagine” a caracterului național al francezului, rusului, evreului, chiar dacă nu cunoaștem mulți reprezentanți ai acelor țări și nu avem motive întemeiate să asumăm cât de „tipici” sunt acei indivizi pentru națiunea pe care o reprezintă. Chiar și așa, recunoaștem cu ușurință anumite trăsături temperamentale pe care le atribuim ca fiind tipice anumitor națiuni: francezul este îngâmfat, rusul este bețiv, iar evreul avar - aceste lucruri sunt suficient de bine cunoscute pentru noi încât să gustăm poveștile care invocă sau chiar se bazează pe aceste atribute.

„Adevărul” pe care aceste tipologii ale națiunilor îl invocă este destul de incert, vag. Stereotipul național sau etnic, privit prin prisma studiilor literare se numește imagologie. Studiilor imaginilor pornește de la presupuziția că gradul de adevăr ce se ascunde într-un anumit stereotip, într-o prejudecată nu este relevant pentru o asemenea cercetare. Imagologiștii nu discută caracterul obiectiv al valorii informaționale, ci, mai degrabă, răul cauzat de diseminarea imaginilor (vezi tratamentul adus evreilor în diferite țări europene de-a lungul istoriei, dar și poziția așa numitor țări inferioare în spațiul european) în raport cu ponderea acestora în domenii concrete, cum ar fi politica sau economia. Cu alte cuvinte, imagologul are interes de a afla cum aceste stereotipuri au devenit recunoscute și acceptate, nu de a studia procesele cognitive ce le-au dat viață. Astfel, imaginile sunt studiate ca fiind proprietăți ale contextului ce le creează, nu informații asupra realității. Dacă citim undeva că Englezii sunt individualiști, prima întrebare la care căutăm un răspuns nu este „E adevărat?” ci dimpotrivă, ne punem întrebări care se referă la context: „Cine spune asta?”, „Care este audiența cărei se adresează autorul?”, „De ce este important pentru autor să facă această referire?”, „Cum această imagine influențează întregul text și despre ce fel de text este vorba?”

Textele ce conțin informații asupra unor tipologii naționale se bazează, apropoare întotdeauna pe cunoașterea anumitor prejudecăți și foarte rar pe observarea realității. De obicei lanțul stereotipului este același: un autor face referire la un alt autor, care, la rândul lui se bazează pe un text anterior. Așadar, procesul de ancorare a referentului nu se derulează în cadrul raportului text-realitate, ci în relația text-text. Stereotipul literar este, deci, o

construcție intertextuală: convențiile și prejudecățile moștenite din tradiția literară preexistentă sunt mai puternice, dar și mai lesne de utilizat decât observarea realității. De aici vedem, încă o dată, că forța istorică a stereotipului se bazează pe valoarea recunoscută mai mult decât pe sâmburele de adevăr pe care îl conține. Efectul pe care îl are ecoul subconștientului nostru atunci când recunoaște o prejudecată familiară este adesea confundat cu veridicitatea acelei prejudecăți.

Reprezentarea presupuselor tipologii naționale în tradiția literară se supune unor reguli, și acestea prestabilite, care sunt independente de realitatea politico-socială a momentului. De aceea găsim similitudini structurale în această reprezentare în diferite țări.

Iată câteva similitudini structurale în aceste reprezentări:

Nordul oricărei țări este mai prozaic, mai individualist, mai puțin supus decât sudul unei țări, care este mai idilic, mai credul, mai puțin serios. Zona periferică a oricărui areal este întotdeauna văzută ca fiind mai tradițională, mai puțin receptivă la tot ceea ce este nou, mai naturală; centrul, în schimb, este mai cosmopolit, mai modern, mai „cultural”. Aceste valori pot fi privite într-o lumină pozitivă sau negativă, la nivelul unei țări sau regiuni. Un exemplu extrem în acest sens îl constituie Europa și țările din lumea a treia, ca o zonă periferică globală.

Orice țară are stereotipuri cu valoare pozitivă și stereotipuri cu valoare negativă, lucru reflectat în literatură. Astfel, francezul poate fi rațional și distant (ex. Francois Mitterand) sau sangvin și pasionat (ex. Louis de Funès); englezul este băutor de ceai și respectabil (ex. Phileas Fogg) sau robust și supărăcios (ex. Winston Churchill, John Bull). Clișeul suprem ce poate defini orice țară este că aceasta reprezintă multe contraste. Dacă urmărim evoluția unei imagini în istoria literaturii unei țări, observăm cum ambivalența este cauzată de surse antagonice. Dacă autorul A zice că românul este leneș, iar autorul B constată că românul este primitiv, atunci autorul C va folosi ambele surse creionând tipul românului ca fiind leneș dar primitiv. Acesta din urmă va scoate în evidență caracteristica care se potrivește cel mai bine cu atitudinea lui politică sau cu scopul pe care îl urmărește.

Constatăm astfel, că valoarea stereotipului depinde în mare măsură de situația geopolitică a momentului: țările ce reprezintă un pericol din punct de vedere politic sau, chiar, economic sunt descrise în termeni negativi, dând naștere unei xenofobii, pe când țările ce sunt pe picior de egalitate cu cea a autorului sau chiar inferioare, dar care nu reprezintă niciun fel de pericol sunt reprezentate în termeni de laudă, creând o perspectivă exotică sau dând naștere unei xenofilii. În așa fel, imaginea unui popor și stereotipul etnic al

acestui este în strânsă legătură cu circumstanțele politice. Când Spania a devenit o putere mai mică, imaginea ei a căpătat valoare pozitivă și exotică: de la Alva și Marea Inchiziție la „Carmen” și serenade, flamenco, luptele cu taurii și castaniete. Germania, dimpotrivă, odată cu dezvoltarea industrială de proporțiile unei mari puteri economice ale lumii din secolul al XIX-lea, și-a schimbat imaginea dintr-una romantică, reprezentată prin poeți și muzicieni celebri (Schubert, Eichendorff) într-o imagine a ofițerilor prusaci și oameni de știință nebuni. Desigur, flamenco și romantismul a existat în Spania încă din secolul al XVII-lea, pe când Alva și-a găsit un succesor, în persoana lui Franco de curând, imaginea se schimbă nu pentru că așa-zisul caracter național al Spaniei se schimbă, ci din cauza faptul că atitudinea față de Spania se schimbă și oamenii descriu sau pun accentul pe diferite aspecte, ce sunt selectate într-un mod personal și etichetate ca fiind tipic spaniolești.

Concluzii

Imaginile despre Celălalt, chiar și cele nelipsite de prejudecăți conțin un sâmbure de adevăr. În persoana celuilalt ne recunoaștem pe noi înșine. Imago-ul celuilalt, a celui diferit de noi, nici nu este de obicei altceva decât proiecția propriilor noastre însușiri negative sau pozitive în consens cu interesele noastre subiective, cu alte cuvinte, problema s-ar putea pune din perspectiva eventualelor asemănări și / sau diferențe, dar și a felului în care se creează modele de urmat sau exemple de contestat. Pentru că, indiferent că ne place sau nu, societățile umane au nevoie imperioasă de ambele variante.

Utilizarea stereotipurilor este una dintre modalitățile prin care cultura populară realizează reprezentarea diferenței, reducând persoanele la câteva caracteristici simple, esențiale, care sunt prezentate ca fiind stabilite de Natură sau lăsate de la strămoșii noștri. În esență, este vorba de un mecanism care limitează persoanele dintr-o anumită categorie (socială, sexuală, de rasă, profesională etc.) la câteva trăsături pe care le exagerează și le simplifică.

Imaginea ce se desprinde din această trecere în revistă a celor mai importante momente cu referire la stereotip este aceea a unui observator sociabil destul de limitat, care are nevoie de „cârje”, reprezentate de stereotipuri, pentru a face față mediului care-l înconjoară. Este vorba totuși de un observator perfectibil, deoarece, dacă îi acordăm puțin timp, dacă este convins de importanța sarcinii sale și conștient de riscul de a greși pe care îl implică stereotipul, el ar fi gata să facă eforturi și să se îndepărteze de prejudecățile lui.

Totuși, această imagine nu corespunde bogăției mecanismelor de judecare și de adaptare la situațiile de judecare. O examinare mai atentă a

distorsiunilor, permite evidențierea unor capacități de judecată extrem de bogată, mai curând competențe decât lacune. Evident, trebuie să admitem că stereotipurile au și părți rele, care poartă numele de rasism sau segregatie. Și totuși, dacă este posibil să facem abstracție de conținuturile uneori detestabile, pe care le pot vehicula stereotipurile, am putea ameliora și înțelegerea procesului prin adoptarea unei perspective pozitive. Decât să considerăm stereotipurile avataruri ale limitelor noastre cognitive, ar fi mai bine să le privim ca fiind expresia capacităților noastre intelectuale și a competențelor noastre sociale.

Dacă sociologii și psihologii studiază mecanismele de judecare în formarea stereotipului, atunci imagologii studiază mai degrabă contextul, atitudinea autorului în alegerea stereotipului pe care îl consideră a fi caracteristic pentru o națiune. Mai mult decât atât, ei susțin că numai studiind și atitudinea autorului duce la o cercetare completă a imaginii literare a unui popor. Imaginea unui popor, acest stereotip etnic este diferită de la autor la autor, după cum și ei aparțin unor țări diferite. Orice reprezentare a relațiilor culturale este o incursiune într-o confruntare culturală. Cu alte cuvinte, în reprezentare unei culturi străine, găsim întotdeauna un subiectivism puternic, o puternică amprentă a valorilor culturale proprii. Tocmai acest sâmbure de subiectivism este diferența între realitate și imagine, între informația obiectivă și filtrarea acesteia pentru a crea un stereotip.

Joep Leerssen este de părere că nimeni nu este în măsură să descrie o identitate culturală, astfel dând naștere unui stereotip etnic. Ceea ce poate și este descris prin imagini este o diferență culturală, este felul în care o națiune este percepută ca fiind diferită de celelalte.

Bibliografie selectivă:

1. Leerssen, J., *Images-information-national identity and national stereotype*, 2003.
2. Yzerbyt, V., Schadron, G., *Cunoașterea și judecata celuilalt. O introducere în cogniția socială*, Iași, Ed. Polirom, 2002.
3. <http://cf.hum.uva.nl/images/info/leers.html>