

Daniela Robasto

Il consumo televisivo
e la rappresentazione del ruolo
di genere negli adolescenti



Copyright © MMIX
ARACNE editrice S.r.l.

www.aracneeditrice.it
info@aracneeditrice.it

via Raffaele Garofalo, 133 A/B
00173 Roma
(06) 93781065

ISBN 978-88-548-2579-6

*I diritti di traduzione, di memorizzazione elettronica,
di riproduzione e di adattamento anche parziale,
con qualsiasi mezzo, sono riservati per tutti i Paesi.*

*Non sono assolutamente consentite le fotocopie
senza il permesso scritto dell'Editore.*

I edizione: giugno 2009

Indice

Prefazione	9
Capitolo primo	
Il concetto di stereotipo. Prospettiva storica e processi cognitivi	11
1.1. Concetto di stereotipo	11
1.2. Lo stereotipo e la percezione della propria identità	14
1.3. Gli effetti del processo di categorizzazione	15
1.4. Alla base degli stereotipi. Processi ordinari, processi eccezionali	18
Capitolo secondo	
Il sesso, il genere e la costruzione dell'identità personale	
2.1 Sesso e genere. Differenze terminologiche e concettuali	23
2.2. L'identità di genere	25
2.3. Modelli teorici sull'identità di genere	27
Capitolo terzo	
Stereotipi e ruoli di genere	
3.1 Le schematizzazioni stereotipiche di genere	31
3.2 Definizioni dei termini utilizzati per le polarità uomo/donna	34
3.3 Il ruolo di genere	48
Capitolo quarto	
La socializzazione tramite i media e la rappresentazione dei ruoli di genere	
4.1 L'influenza dei media sulla socializzazione	51
4.2 Le cause della socializzazione tramite i mass media e le sue caratteristiche	55
4.3 L'identità e il ruolo di genere nei media	57
4.4 La rappresentazione del ruolo di genere nei media	59
4.5 In tv, quale rappresentazione del ruolo di genere? Prospettiva storica	60
Capitolo quinto	
L'adolescenza e il consumo mediale	
5.1 L'adolescenza e le sue fasi	69
5.2 Il consumo multimediale negli adolescenti	71

Capitolo sesto	
Consumi televisivi e stereotipi. L'indagine sul campo	79
6.1 I concetti chiave della ricerca	79
6.2 Problema conoscitivo e obiettivi della ricerca	81
6.3 Le ipotesi di ricerca	82
6.4 La definizione operativa dei fattori coinvolti nelle ipotesi	83
Capitolo settimo	
La rilevazione dei dati sui programmi televisivi	
7.1 Osservare i comportamenti dei personaggi tv	85
7.2 Scelta delle trasmissioni televisive	90
7.3 L'Osservazione degli episodi	92
Capitolo ottavo	
Uno strumento per indagare la rappresentazione dei ruoli di genere negli adolescenti	
8.1 La tecnica delle "storie"	133
8.2 Il campione di indagine e la somministrazione dello strumento di rilevazione	144
8.3 Distribuzione di frequenza delle variabili di sfondo	145
8.4 Seconda sezione dello strumento di rilevazione	152
Capitolo nono	
I ruoli di genere degli adolescenti in relazione al consumo televisivo dichiarato	
9.1 L'ipotesi "La rappresentazione dei ruoli di genere degli adolescenti e quella presente in alcune trasmissioni televisive hanno elementi in comune"	161
Capitolo decimo	
Quali effetti ha il mezzo televisivo sulla rappresentazione dei ruoli di genere degli adolescenti?	
10.1 Le conclusioni dell'indagine	165
10.2 Nuova femminilità, nuova mascolinità? Non in Tv	176
10.3 I ruoli di genere degli adolescenti. Verso una nuova interdipendenza	177
Allegati tecnici	179
Bibliografia	225

Prefazione

di Roberto Trinchero

I media influenzano la costruzione delle “visioni del mondo” da parte degli adolescenti? È questo l’interrogativo di ricerca a cui il lavoro di Daniela Robasto intende dare una risposta.

Partendo dall’analisi del concetto di “stereotipo”, l’Autrice svolge una puntuale e dettagliata analisi di come gli individui costruiscano “scorcioie mentali” che consentono loro di rappresentare il mondo e spiegarne le dinamiche senza dover prendere in considerazione le specificità di ciascun singolo caso. La costruzione di stereotipi per spiegare e rappresentare il mondo è particolarmente importante perché legata ai processi di costruzione della propria identità. In ogni adolescente è presente un progetto di vita: a partire dall’età della pubertà il ragazzo si chiede “chi è” e “chi vuol essere” in futuro, ma soprattutto quali ruoli intende recitare nel *theatrum mundi*. È qui che entrano in gioco i modelli che vengono offerti agli adolescenti dalle diverse agenzie di socializzazione: la famiglia, l’istituzione scolastica, i centri di aggregazione giovanile, i gruppi amicali, i media. Proprio sui modelli offerti da questi ultimi si focalizza il presente lavoro.

Pur accettando il presupposto che i minori hanno un ruolo attivo nel rapporto con i media, che gli effetti di questi dipendono dalla differente socializzazione ed appartenenza dei soggetti, dalla loro capacità di riflettere e di adottare un approccio critico alle fonti informative, di autodeterminarsi e di pianificare un consumo consapevole, di selezionare i contenuti, di adottare modalità differenziate di fruizione a seconda delle strutture ed abitudini familiari e dei programmi, di interpretare i messaggi ed esprimere giudizi sui prodotti, è necessario sottolineare come sia estremamente difficile per gli adolescenti proporre spontaneamente modelli di identità e progetti di vita totalmente originali, che si discostino sensibilmente dai modelli, spesso stereotipati, che i media propongono.

L’obiettivo della presente indagine empirica è quindi quello di capire se effettivamente i giovani siano in grado di cogliere gli stereotipi

presenti nell'offerta televisiva a loro rivolta ed adottare verso di essa un approccio critico, formulando previsioni relative al proprio "sé adulto" dotate di originalità, criticità e distacco verso i modelli esperiti nel loro consumo televisivo.

Il tema su cui si focalizza l'indagine è particolarmente delicato: quello delle rappresentazioni dei ruoli di genere. Cosa voglia dire essere "uomo" o "donna" è uno dei temi che nella storia ha risentito pesantemente (e risente tuttora) della presenza di stereotipi diffusi. I programmi televisivi attuali rappresentano "uomini e donne" secondo modelli discretamente costanti, i quali denotano evidenti stereotipi, inconsapevoli o voluti, negli autori degli stessi. Questa costanza di rappresentazioni può contribuire a perpetuare tali stereotipi nel pubblico. Gli adolescenti di oggi sono in grado di affrontare in modo adeguatamente critico queste rappresentazioni? Il lavoro di Daniela Robasto, che ovviamente non punta a proporre risposte definitive e univoche, ci offre una valida guida per affrontare il problema da una prospettiva di ricerca educativa, di matrice empirica, teoreticamente e metodologicamente fondata.

L'analisi di 432 episodi di trasmissioni televisive preferite dagli adolescenti e 1242 questionari somministrati presso Istituti superiori piemontesi, fa emergere un quadro variegato ed interessante, che mette in discussione le polarità adottate in passato, in cui alla figura maschile venivano attribuiti caratteri di operatività, orientamento all'azione, controllo della situazione, forza e virilità, etica orientata all'individualismo, identità autocentrica, gestione della sfera sociale prevalentemente attraverso relazioni che coinvolgono ampi gruppi, mentre alla figura femminile venivano attribuiti caratteri di emotività, altruismo, cura dell'altro, grazia e docilità, etica orientata alla reciproca responsabilità, identità legata alla dimensione relazionale, gestione della sfera emotiva prevalentemente attraverso relazioni di tipo duale. Il dibattito è tuttora aperto e il presente contributo vi si inserisce a pieno titolo, fornendo preziosi spunti per la progettazione di interventi educativi e formativi volti ad incrementare consapevolezza critica ed autonomia decisionale degli adolescenti.

Roberto Trinchero

Dipartimento di Scienze dell'Educazione e della Formazione
Università degli Studi di Torino

Capitolo primo

Il concetto di stereotipo. Prospettiva storica e processi cognitivi

1.1. Concetto di stereotipo

La nozione di stereotipo (dal greco: *stereos* = rigido; *tupos* = impronta, forma, modello) è uno degli argomenti più studiati della psicologia sociale². Dal significato originario di stereotipo che identifica una procedura settecentesca di riproduzione tipografica la quale utilizza lastre fisse non modificabili per effettuare la stampa (ossia lo stampo tipografico originario da cui derivano le copie tutte uguali di un giornale)³, si arriva, nei primi anni del millenovecento, ad un significato figurato per definire le caratteristiche psicologiche degli stereotipi che sarebbero rigidi ed immutabili e, soprattutto, poco sensibili al cambiamento della realtà⁴. Il termine, inteso in senso figurato, venne proposto per la prima volta dal giornalista Walter Lippmann nel 1922, il quale, nel suo libro *Public Opinion*⁵, sottolineò il ruolo fondamentale delle “piccole immagini” che portiamo dentro la nostra mente nella percezione degli eventi sociali e delle altre persone. Così come lo stampo tipografico dà origine a copie di giornali identiche, così gli stereotipi creano, nelle menti delle persone, inserite in un dato ambiente, “piccole immagini” sempre uguali riguardanti avvenimenti o gruppi sociali.

² P. Villano, *Pregiudizi e Stereotipi*, Roma (2003), Carocci Editore.

³ Definizione presente in B. Mazzara (1997), *Stereotipi e pregiudizi*, Bologna, il Mulino.

⁴ Altre informazioni relative al passaggio dal senso letterale a quello figurato del termine, si possono reperire consultando il seguente link <<http://www.lettere.unipd.it/mediazione/ricerca/>>.

⁵ Lippman W. (1922), *Public Opinion*, New York, Macmillan; trad. it. *L'opinione pubblica*, Roma 1999, Donzelli.

Gli stereotipi sociali vengono definiti da Lippmann come rigide generalizzazioni riguardanti gruppi sociali, dal contenuto illogico, inesatto. La stereotipizzazione, quindi, viene considerata come un processo di pensiero che produce rappresentazioni distorte e tendenziose.

Le iniziali intuizioni di Lippmann diedero via a numerose ricerche sugli stereotipi. Lo studio pionieristico fondamentale fu condotto negli Stati Uniti all'inizio degli anni trenta da Katz e Braly (1933), i quali studiarono le credenze stereotipiche e tentarono di determinare il contenuto degli stereotipi etnici e razziali. Ad un gruppo di studenti universitari bianchi della Princeton University venne chiesto di selezionare, da una lista di 84 aggettivi riferiti a tratti di personalità (aggressivo, laborioso, amante della musica...) quelli che essi ritenevano maggiormente caratteristici di dieci gruppi etnici proposti.

I principali risultati furono i seguenti:

- Le associazioni aggettivo-gruppo rivelavano i condizionamenti dei mezzi di comunicazione, il che faceva pensare che gli stereotipi venissero acquisiti per la maggior parte durante la socializzazione o attraverso i mass media, piuttosto che derivati dalle esperienze personali;
- Gli stereotipi comprendevano credenze verso aspetti fisici e comportamentali dei membri dei gruppi e le valutazioni di tali aspetti (esempio: neri/muscolosi/violenti);
- Gli aggettivi maggiormente associati ad un gruppo costituivano le caratteristiche primarie dello stereotipo di quel gruppo (italiano/artistico; nero/superstizioso; tedesco/razionale etc...).

Da questo studio Katz e Braly definirono lo stereotipo come un'impressione fissa e immutabile, che poco si adatta alla realtà che presume di rappresentare. *Esso è il risultato di una tendenza individuale a definire prima di osservare*⁶.

Gli stereotipi dunque sono delle immagini molto semplificate riguardanti una categoria di persone, che vengono condivise dalla gente.

⁶ D. Katz, E. K. Braly, «*Racial stereotypes of 100 college students*», Journal of abnormal and social psychology, 1933 citato da Mazzara B.; Villano P.; Taurino A.

Esistono numerosi tipi di stereotipi che investono gruppi diversi di persone: stereotipi di genere; stereotipi etnici; stereotipi verso gli anziani, verso i disabili, verso gli omosessuali ecc.

Come sostiene Rupert Brown (1997)⁷ ciò che accomuna tutte queste tipologie è che lo stereotipo è una rappresentazione della realtà spesso guarnita di aspetti valutativi e affettivi, i quali segnalano alla persona che opera la rappresentazione quali aspetti giudicare positivi e quali invece siano irrilevanti o negativi.

Partendo dall'esperimento di Katz e Braly per arrivare agli studi di Brown è possibile definire lo stereotipo come una scorciatoia mentale che influenza la percezione⁸ dell'individuo, spingendolo a operare delle inferenze scorrette e soprattutto innaccurate delle realtà⁹. Tale "scorciatoia mentale", secondo la rilettura data Paola Villano (2003), è strettamente collegata con l'attuazione di meccanismi di difesa. Seguendo tale interpretazione¹⁰, gli stereotipi servirebbero per rigettare sugli *outgroup*¹¹ i propri difetti e le proprie frustrazioni. Cioché l'ostilità verso i gruppi più deboli pare manifestarsi maggiormente in momenti di alta frustrazione, quando la vera causa della frustrazione non è di per sé attaccabile (teoria dei capri espiatori)¹². Ad esempio, tanto più si è in contatto con un datore di lavoro autoritario, tanto più si tenderà ad essere autoritari verso i gruppi professionali meno influenti di quello a cui si appartiene, con i quali non si ha nulla da perdere.

Pur tuttavia la definizione dello stereotipo come meccanismo di difesa non ha convinto il filone di sociologi (Mantovani 2003) che tende a sottolineare la relazione tra stereotipi e norme socioculturali¹³.

⁷ R. Brown, *Psicologia sociale del pregiudizio*, Bologna (1997), il Mulino.

⁸ Il termine "percezione" in luogo di rappresentazione viene utilizzato in P. Villano.

⁹ Cfr. Villano 2003.

¹⁰ L'interpretazione dello stereotipo come meccanismo di difesa ha le proprie origini nel filone psicoanalitico iniziato con Freud.

¹¹ Per *outgroup* si intendono i gruppi dei quali non si fa parte per proprie caratteristiche, fisiche, etniche, professionali etc; per *ingroup* si intendono i gruppi dei quali si fa parte. Alcuni studiosi (Buccoliero, Maggi, 2005), relativamente all'analisi dei fenomeni di bullismo hanno definito come in psicologia sociale si possa intendere *ingroup* "chi è degno di essere dei nostri" e come *outgroup* "chi deve rassegnarsi a starsene fuori" (Buccoliero E., Maggi M. (2005), *Bullismo, bullismi. Le prepotenze in adolescenza*, Milano, FrancoAngeli.

¹² La teoria dei capri espiatori verrà approfondita nel seguito del presente lavoro.

¹³ Per l'interpretazione socioculturale è possibile rifarsi agli studi di G. Mantovani (a cura

Secondo tale approccio (spiegazione culturale), la realtà non è data all'individuo, bensì risulta costruita da nostri sistemi categoriali che ci vengono dalla cultura di appartenenza. Nel momento in cui dobbiamo interpretare (e giudicare) una determinata realtà, intervengono in sostanza le norme culturali che abbiamo inconsciamente acquisito. Gli stereotipi sono così un prodotto del contesto sociale, con una dimensione collettiva radicata nella storia e nel linguaggio della comunità.

1.2. Lo stereotipo e la percezione della propria identità

Trovandosi di fronte a due interpretazioni antitetiche del concetto di stereotipo (quella socioculturale riferita al gruppo e quella psicoanalitica riferita alla persona), Henri Tajfel, ebreo sopravvissuto allo sterminio nazista, riconcettualizza l'idea di stereotipo integrando l'aspetto culturale con le istanze personali nella Teoria dell'identità sociale (1979).

Secondo la teoria dell'identità sociale elaborata da Tajfel e Turner lo stereotipo deriverebbe dall'immagine che le persone hanno di se stesse in relazione con l'appartenenza ad un gruppo sociale specifico.

Secondo questa interpretazione, le persone sono motivate a raggiungere e mantenere un'identità sociale positiva e quindi sono portate a appartenere a gruppi (ad esempio professionali) valutati positivamente in base al confronto sociale. La consapevolezza di appartenere ad un certo gruppo (es. essere ingegnere, essere insegnante, essere donna) si riversa sull'immagine che le persone hanno di se stesse. In questo tipo di inquadramento diventano allora basilari il concetto di *ingroup* e di *outgroup* (gruppo di appartenenza e gruppo esterno). L'attivazione di stereotipi negativi verso l'*outgroup* deriva dal desiderio di raggiungere un'identità personale positiva. Se dunque da un lato la teoria dell'identità sociale profila un auto-stereotipo positivo, dall'altro segna il contorno di un stereotipo negativo verso i gruppi di non appartenenza¹⁴. Tale

di), *Manuale di psicologia sociale*, Firenze 2003, Giunti Editore.

¹⁴ H. Tajfel, J.C. Turner, (1979), *An integrative theory oh intergroup conflict*, Brooks/Cole, Monterey.

distacco dall'*outgroup* non è riconducibile a giudizi non razionali della persona, come aveva proposto la teoria psicoanalitica, quanto piuttosto ad un processo normale del pensiero umano, socialmente condivisibile.

Sostanzialmente, come hanno recentemente sostenuto Capozza e Brown, le persone compiono una differenziazione favorevole del proprio gruppo per valorizzare la propria identità e non per il valore del gruppo stesso¹⁵. La valorizzazione del gruppo di appartenenza, secondo la loro interpretazione, è una sorta di escamotage per nascondere la valorizzazione di se stessi.

Il processo di categorizzazione, a partire dal 1987 con Turner, diventa il nuovo approccio per lo studio dello stereotipo. Infatti, volendo definire la categorizzazione come l'attribuire l'appartenenza ad un raggruppamento¹⁶, possiamo notare come il processo di categorizzazione sia strettamente connesso con la creazione di classi di oggetti (o persone).

Categorizzare se stessi come membri di un gruppo o classe accentua il carattere stereotipico del gruppo: comporta cioè la creazione di un *Noi* con caratteristiche di omogeneità.

Come sintetizza Paola Villano¹⁷ [20]

per categorizzazione si intende il processo secondo cui gli individui ordinano mentalmente il loro mondo sociale e riducono la quantità di informazioni con cui si confrontano. Essa è vista come il processo di ordinamento dell'ambiente in termini di categorie, attraverso il quale si raggruppano le persone....

1.3. Gli effetti del processo di categorizzazione

Come scriveva Tajfel nel 1969 (p. 79)

Gli stereotipi nascono dal processo di categorizzazione. Essi producono semplicità ed ordine dove c'è complessità...essi ci possono aiutare soltanto se le differenze sfuocate che si manifestano tra i gruppi vengono trasformate in chiare distinzioni. In ciascuna situazione rilevante noi dobbiamo raggiungere

¹⁵ Capozza D, Brown R, 2000, *Social identity process*, Sage, London.

¹⁶ Definizione tratta da Devoto – Oli, 2003 p. 372.

¹⁷ Villano P. 2003.

il massimo della semplificazione basata sullo stereotipo, senza per questo esercitare una non necessaria violenza sui fatti¹⁸.

Cosicché l'accentuazione delle somiglianze nella categoria e delle differenze tra le due categorie messe a confronto diventa allora un effetto, che si realizza in maniera relativamente automatica, a cui il processo di categorizzazione dà inevitabilmente luogo¹⁹. Ulteriore effetto del processo di categorizzazione, qualora chi giudica faccia parte di una delle due categorie o classi, è quello di produrre, sempre automaticamente, una discriminazione valutativa a vantaggio del proprio gruppo di appartenenza.

L'effetto di accentuazione delle differenze si rivela un meccanismo interessante anche all'interno dei compiti di memoria. Illustre in questo caso l'indagine condotta da Taylor e collaboratori nel 1978 in seguito denominata *who says what*. All'interno di questo esperimento un gruppo di persone devono riuscire a ricordare le frasi di una discussione avvenuta tra uomini bianchi e tra uomini neri su di una campagna pubblicitaria. Dopo l'ascolto del nastro ed in seguito ad un compito di disturbo, vengono presentate le trascrizioni delle frasi pronunciate con la consegna di attribuire alle sei persone (appartenenti ai gruppi neri/bianchi) le frasi riportate. I risultati dimostrano come i soggetti della ricerca siano stati mediamente bravi nell'individuare il gruppo di appartenenza delle frasi pronunciate, ma siano stati mediocri nell'attribuire correttamente la frase ai singoli soggetti all'interno di uno dei due gruppi. Le frasi dette vengono attribuite tanto più esattamente quanto più esse riflettono uno stereotipo della gente così gli errori intracategoriali sono decisamente più numerosi degli errori intercategoriai. Si stereotipizza in sostanza una posizione che viene ampliata a tutto il gruppo, senza distinzione tra gli individui appartenenti al gruppo stesso.

Risulta utile introdurre il concetto di *prototipo* utilizzato dalla Rosch nel 1978. Secondo Rosch²⁰, i soggetti che si rappresentano un

¹⁸ H. Tajfel, 1969, *Cognitive aspects of prejudice*, in *Journal of Social Issues*, n. 25, p. 79-97.

¹⁹ L. Arcuri, M. Cadinu, *Gli stereotipi*, Bologna 1998, capitolo terzo e capitolo quarto, il Mulino.

²⁰ E. H. Rosch, 1978 *Principles of categorization*. In: E. Rosch & B. Lloyd, eds., *Cognition and Categorization*. Hillsdale, N.J.: Erlbaum Associates. 27-48.

gruppo depositano nella memoria delle rappresentazioni astratte degli aspetti tipici del gruppo (prototipi) e giudicano i singoli membri in relazione al grado di somiglianza che essi presentano con il prototipo. In pratica non si memorizza una singola persona per rappresentare un gruppo, ma la categoria viene assunta in termini generali da un elemento che costituisce una sorta di media tra le diverse esperienze su quel gruppo²¹.

L'analisi del processo di categorizzazione ha dato vita a due differenti modi di interpretarlo.

Da un lato la categorizzazione viene percepita come un processo di astrazione avente come scopo principale la riduzione delle quantità di informazioni da gestire e quindi un aiuto per la mente umana: un sistema di elaborazione la cui capacità è, per definizione, limitata²². È questa la tesi di autori come Fiske²³, Neberg e Brewer²⁴ secondo i quali, nel momento in cui si utilizza il processo di categorizzazione, la realtà si impoverisce, si perdono dettagli e caratteristiche personali. Il processo di categorizzazione diviene allora un rimedio per ovviare all'estrema complessità della percezione con connesso l'effetto collaterale di rendere la realtà grossolana e semplificata (es: fenomeno del razzismo).

Seguendo invece un approccio differente, il processo di categorizzazione porterebbe con sé la possibilità di arricchire la percezione del reale.

Ritornando a uno dei più significativi autori della psicologia sociale, J. S. Bruner (1957) considera la categorizzazione lo strumento principale per sviluppare inferenze e dare significati a semplici stimoli²⁵. Secondo la tesi di Bruner, uno stimolo acquista un significato nel momento in cui diventa riconducibile a un oggetto collocato in una categoria generale, ricca di significati, proprietà, dettagli. Diametralmente opposta alla tesi precedente, tale interpretazione trasforma la categorizzazione nello strumento basilare di arricchimento della realtà percepita. In sostanza,

²¹ Rosch E., 1978, *Principles of categorization*, p. 33.

²² Cfr. Arcuri 1998.

²³ Fiske S., Taylor S., 1991, *Social cognition*, New York McGraw-Hill.

²⁴ Brewer M., *Contact and cooperation: when do they work*, in A. Katz (a cura di), *Eliminating racism: Profiles in controversy*, New York 1988, Plenum.

²⁵ Bruner J.S., 1957, *Going beyond the information given*, in Gruber (a cura di), *Contemporary approaches to cognition*, Cambridge, Mass, Harvard University Press.

secondo Bruner, nel momento in cui si classifica si aumentano i dettagli e le sfumature dell'oggetto di cui abbiamo ricevuto lo stimolo perché riconduciamo quello stimolo ad altri oggetti di cui abbiamo avuto esperienza. In questo senso non si hanno stereotipi limitanti e negativi quanto piuttosto rappresentazioni di classi di oggetti che arricchiscono di dettagli un semplice stimolo. Così, se ad esempio si vede un fiore, secondo la teoria di Bruner, grazie alla categoria "fiori" o meglio, grazie alla rappresentazione della classe dei fiori, avremo una serie di informazioni aggiuntive rispetto allo stimolo che abbiamo ricevuto: sapremo che quel fiore presumibilmente prima era un bocciolo e che probabilmente dopo sfiorirà; sapremo ad esempio che quel fiore verosimilmente ha un profumo particolare, etc. Tutte queste informazioni andranno ad arricchire la nostra conoscenza, senza in realtà aver visto "quel fiore" in boccio o senza averlo visto sfiorire, o ancora senza averlo odorato.

Il processo di categorizzazione produce quindi stereotipi quando, per ordinare o arricchire la nostra conoscenza del reale (a seconda delle interpretazioni) si ricorre a determinate classi o categorie; nel momento in cui queste categorie riguardino gruppi di persone e nel momento in cui le caratteristiche connesse a tali categorie siano accettate dall'opinione pubblica hanno vita gli stereotipi.

1.4. Alla base degli stereotipi. Processi ordinari, processi eccezionali

Uno dei criteri per classificare le diverse definizioni del concetto di stereotipo è quello della ordinarietà. Partendo da tale canone, è possibile considerare lo stereotipo o come processo ordinario oppure come processo eccezionale. Ed in questo tipo di analisi il concetto di stereotipo diventa sinergicamente correlato con il concetto di pregiudizio, dove il primo termine (stereotipo) diventa *conditio sine qua* non per giungere al secondo (pregiudizio).

La tesi che vede lo stereotipo come un processo assolutamente ordinario²⁶ nasce nel filone antropologico-sociale. Discipline, quali ad esempio l'etologia, hanno dimostrato come la preferenza a stare con i

²⁶ Gordon W. Allport, 1973 *La natura del pregiudizio*, La Nuova Italia.

propri simili e l'avversione per gli estranei siano comportamenti comuni e necessariamente universali. Ma, come argutamente sottolinea Mazzara [1997, 60]²⁷,

parlare con serenità dei fondamenti naturali dei pregiudizi e degli stereotipi, vale a dire del loro radicarsi in processi ordinari dell'essere umano, non è affatto semplice. A causa della rilevanza sociale di questi fenomeni e della valutazione negativa che li accompagna, ogni spiegazione che in qualche modo li riconduca a processi ordinari viene infatti vista con sospetto, come se si ponesse l'obiettivo di giudicarli inevitabili.

Il filone "ordinario" vede in generale e pregiudizi e gli stereotipi come espressione di una generica ostilità nei confronti di ciò che non si conosce e di chi è diverso da noi, tratto tipico di tutte le specie animali. Tuttavia, ordinario e naturale viene visto anche il processo di collaborazione con i simili che evolucionisticamente ha condotto alla creazione delle prime comunità umane.

Se quindi le specie animali sembrano essere state spinte da istinti tra loro contraddittori, secondo la tesi "ordinaria" il successo evolutivo dipenderebbe non tanto dal prevalere di uno dei due istinti, quanto piuttosto da un loro valido bilanciamento.

I fautori del filone «pregiudizio come attività ordinaria» possono essere considerati: Tajfel, Turner e Brown.

Di tutt'altro avviso è invece il filone della "eccezionalità dello stereotipo". Riprendendo di nuovo lo psicologo sociale Mazzara, il riferimento a processi eccezionali sembra rispondere meglio a istanze di tipo etico perchè permette di isolare con più efficacia le responsabilità dei singoli. Alcune interpretazioni della tendenza alla stereotipizzazione fanno riferimento a difficoltà di tipo patologico nelle dinamiche profonde dell'individuo. Tali interpretazioni sono influenzate più meno indirettamente dagli studi psicoanalitici. Ritornano quindi concetti quali frustrazione²⁸, dislocazione dell'aggressività²⁹, autorità e autori-

²⁷ Bruno M. Mazzara, *Stereotipi e pregiudizi*, Bologna 1997, il Mulino.

²⁸ Galimberti definisce la frustrazione come «una situazione interna o esterna che non consente di conseguire un soddisfacimento o di raggiungere uno scopo» U. Galimberti, *Dizionario di psicologia*, Torino (1992), UTET. (pag???)

²⁹ Secondo Dollard, la dislocazione «si può attuare sia mutando il soggetto verso cui l'aggressività è diretta, sia mutando la forma (modalità) di aggressività (umorismo, irrisione, sod-

tarismo³⁰ che in Adorno, e nella maggior parte degli studi del dopo Hitler, divengono le interpretazioni principali. In sostanza la costruzione di stereotipi sarebbe un processo eccezionale e dipendente da alcune patologie proprie di un individuo con particolari problemi a dislocare la propria aggressività e frustrazione.

Oltre alla interpretazione dello stereotipo in relazione alla personalità autoritaria, un'altra interpretazione dello stereotipo visto come processo "eccezionale" è la cosiddetta *teoria dei capri espiatori* (Dollard, 1940) intimamente connessa con l'interpretazione psicoanalitica della dislocazione dell'aggressività. Nel processo di dislocazione dell'aggressività l'individuo scarica un eccesso di tensione psichica accumulatasi in lui in seguito alle frustrazioni, verso soggetti deboli³¹. Sulla base di tale teoria, si può considerare lo stereotipo come una frustrazione, non scaricata tramite l'aggressione, che porterebbe a dirigere l'aggressività verso un altro tipo di bersaglio nei confronti del quale l'aggressione sia più semplice, a causa di visibili condizioni di subordinazione del bersaglio stesso. Il nuovo "bersaglio debole" diventa il capro espiatorio³², vittima di stereotipi e, nel caso di un gruppo, diventa l'*outgroup* al quale si riferiscono giudizi spregiativi. Infine, sempre la relazione alla costruzione di *ingroup* e *outgroup* e sempre all'interno dell'analisi dello stereotipo "eccezionale" si delinea la *teoria del conflitto reale* (Sherif, 1969). L'eccezionalità della situazione (e quindi dello stereotipo) è dovuta ad una forte competizione correlata alla limitatezza di talune risorse. Si è potuto notare³³ come

disfazioni immaginarie ...). Anche l'autoaggressività è una forma dislocata di aggressività inibita nella sua forma diretta» Dollard J. et al., *Frustration and Aggression*, Yale University Press, 1957, trad. it. di G. Todeschini, Giunti-Barbera, Firenze 1967, pag. 60.

³⁰ T. Adorno, 1963 *La personalità autoritaria*, edizioni La Comunità.

³¹ A. Davis, & Dollard, J. (1940). *Children of bondage: the personality development of Negro youth in the urban south*. Washington, D.C.: American Council on Education.

³² A. Hitler si servì dei capri espiatori come fondamento della sua demagogia. Gli ebrei divennero il capro espiatorio della borghesia tedesca, impoverita dopo la crisi economica del 1929. Una breve biografia di Hitler è consultabile sul sito: <<http://www.lager.it/adolfhitler.html>>.

³³ Nel 1954 Sherif e collab. organizzarono un esperimento consistente nell'allestire un campo estivo nel parco di Robbers Cave (Oklahoma) per 22 ragazzini di 12 anni, della durata di 3 settimane. Studiarono poi il comportamento dei ragazzini successivo alla sottrazione di risorse materiali e successivo alla creazione di due gruppi, i blu e i rossi. Nel comporre i due gruppi, gli amici furono divisi e vennero attivate una serie di attività sportive e competitive che spinsero gli appartenenti ai due gruppi a creare gerarchie intra-gruppo; vennero amplificate

Tabella 1. Le interpretazioni del concetto di stereotipo.

Tesi dello stereotipo come processo ordinario	Tesi dello stereotipo come processo eccezionale
Katz e Braly (1933)	Dollard (1940)
Bruner (1957)	Adorno (1963)
Turner (1987)	Sherif (1969)
Fiske, Taylor (1991)	
Brown (1997)	
Mantovani (2003)	

stereotipi e pregiudizi siano più forti in quei luoghi dove le popolazioni si trovino a convivere con una forte scarsità di risorse materiali. Muzafer Sherif (1961)³⁴ è il più illustre fautore della teoria del conflitto reale, secondo cui l'ostilità tra i gruppi nasce dalla competizione per risorse materiali ambite ma scarse³⁵.

le differenze tra “noi” e “loro”, ogni gruppo creò proprie norme interne e scelse un leader. La competizione tra i due gruppi divenne così marcata da sfociare in aggressioni fisiche e atti di teppismo. Gli organizzatori del campo riuscirono faticosamente ad appianare il clima ostile tra i due gruppi introducendo degli *obiettivi superordinati*, ossia impossibili da raggiungere senza che i due gruppi, contemporaneamente, portassero il proprio contributo. Una sintetica descrizione dell'esperimento è consultabile su <http://scienzeeducazione.unical.it/public/docenti/11.ppt>.

³⁴ M. Sherif, *Intergroup conflict and cooperation. The Robber Cave experiment*, University of Oklahoma Press (1961), Norman.

³⁵ Una lettura critica delle diverse teorie su *ingroup* e *outgroup* è disponibile su <http://www.unich.it/facolta/psicologia/contributi/04/intergruppi.pdf>.