

Robert Grochowski*

Akademia Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu

<https://orcid.org/0000-0003-1511-5786>

UPRZEDZENIA I STEREOTYPY, JAKO NARZĘDZIA MANIPULACJI W EUROPEJSKICH MEDIACH

Streszczenie

Słowo stereotyp pochodzi z języka greckiego. Tłumaczą go dwa wyrazy: στερεός – twardy, stały, sztywny, przestrzenny i τύπος – wzór, odcisk¹. Na podłożu psychologicznym termin ten po raz pierwszy zdefiniowany został przez W. Lippmana w 1922 r.² i oznaczał obraz umysłowy pomagający człowiekowi w zrozumieniu złożoności otaczającego go otoczenia, poprzez uproszczenie środowiska, w którym żyją ludzie. Stereotyp to generalizacja występująca w grupach społecznych lub do nich się odnosząca, a polegająca na przypisaniu członkom grupy identycznej charakterystyki, nie zależnie od dzielących ich różnic. Przyjąć obecnie można, że stereotypy upraszczają i ułatwiają nam życie, co z jednej strony zmniejsza poznawczy wysiłek umysłowy, ale z drugiej prowadzić może do fałszowania rzeczywistości i uprzedzeń.

Artykuł ma na celu przeanalizowanie mechanizmów i narzędzi, które składają się na powstawanie stereotypów i uprzedzeń. Jego wymiar ma być ściśle edukacyjny, a nie przykładowy. W tym celu posłużono się metodą analizy treści oraz korzystano z metod wnioskowań indukcyjnych i dedukcyjnych. Po części wykorzystana również została metoda komparatystyczna i jej odmiana funkcjonalna, która pozwoliła na ocenę wpływu mediów na tworzenie uprzedzeń i stereotypów. Narzędziem badawczym stał się w tym przypadku schemat, który pozwolił pogrupować analizowane zjawiska w sto-

* Robert Grochowski – doktor habilitowany nauk społecznych z zakresu nauk o polityce, profesor AKSiM, filozof. Ukończył również studia podyplomowe w zakresie reklamy i promocji w INPiD UAM w Poznaniu. Aktualnie prowadzi badania dotyczące prawa, etyki, historii i oddziaływania (psychologii) środków społecznego przekazu oraz komunikowania masowego na terenie Polski i Grecji. Zajmuje się również treściami nielegalnymi w Internecie.

¹ L. Wiśniakowska, *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2007, s. 881.

² W. Lippman, *Public Opinion*, New York 1922, s. 79; M. Kleg, *Hate Prejudice and Racism*, New York 1993, s. 136-138.

sunku do potrzeb badawczych. Schemat ten w przypadku metod analitycznych nazwać należy kluczem kategoryzacyjnym³, który również wykorzystany został w artykule.

Słowa kluczowe: *stereotypy, uprzedzenia, media, płeć, polityka, religia*

PREJUDICE AND STEREOTYPES AS TOOLS OF MANIPULATION IN EUROPEAN MEDIA

Abstract

Stereotypes presented and created by the media may concern, inter alia, sex - a woman and a man are assigned different social roles, beyond which the exit raises criticism in people who conform to certain stereotypes. The situation is similar, for example, in the case of people who we call atheists - who believe in nothing. The prejudices that are widespread in all societies are also a serious problem. Prejudice and discrimination are consistently reinforced by other people in the environment, as well as by the mass media or public statements by journalists. European media play an important role in shaping stereotypes and prejudices in relations between nations. It was the media that took over the transmission of images of the world and people. Stereotypes and prejudices also exist in the media world of politics. Referring to the reality of the media, it should be stated that the behavior of politicians who appear on television or radio contributes to the formation of new stereotypes, false beliefs and prejudices.

Therefore, operating with all kinds of prejudices and stereotypes, and above all their creation in the European media, is a tool that can lead to disintegration of European society and to racial, religious and national hatred.

Key words: *stereotypes, prejudices, media, gender (sex), politics, religion*

~ • ~

Stereotypy to pewne przekonania, które rzadko znajdują potwierdzenie w rzeczywistości, ale których mimo to chętnie używamy ze względu na fakt, że ich występowanie zapewnia nam pewien spokój i bezpieczeństwo umysłowe. Takie podejście jest niczym innym jak uproszczeniem otaczającej nas rzeczywistości i pewnym sposobem na jej poznanie. Bardzo często zdarza się, że stereotypy przyswajamy sobie już w dzieciństwie. Z tego też powodu są one bardzo trwałe i odporne na zmianę argumentacji. Warto zaznaczyć, że podstawą wszelkich stereotypów może być prawda, jednak w większości przypadków są one fałszem. Nasza podświadomość tworzy opinie o innych ludziach na podstawie ich ubio-

³ Nazwa „klucz kategoryzacyjny” użyta została przez R. Bäcker w: R. Bäcker i in. red., *Metodologia badań politologicznych*, Warszawa 2016, s. 179-180.

ru, fryzury, makijażu itp. Stereotypy powstają również w wyniku pojawiających się u nas napięć emocjonalnych. Chcąc być lepszym, piękniejszym i bogatszym człowiek ciągle próbuje z sobą rywalizować. Agresja, zazdrość i frustracje, które powstają w takich momentach, często rodzą uprzedzenia i stereotypy.

Mówi się również o tzw. stereotypach społecznych, które pełnią różne funkcje. Funkcje te dzielą się na: egotystyczne, tożsamościowe i poznawcze. W funkcji egotystycznej, stereotypy służą do usprawiedliwienia własnych poczynań. Funkcje tożsamościowe stanowią, że stereotypowi danej grupy towarzyszy autostereotyp własny – wąskie ujęcie grupy. Różnica w postrzeganiu własnej i obcej grupy jest w tym przypadku bardzo znacząca. W funkcji poznawczej stereotyp uzupełnia informację lub redukuje jej nadmiar⁴.

Stereotypy dotyczyć mogą płci – kobietą i mężczyzną przypisywane są różne role społeczne, poza które wyjście budzi krytycyzm u ludzi, którzy podporządkowali się pewnym stereotypom; religii – zwalczanie wykluczających się religii i ich wyznawców oraz polityki i polityków – wzajemne wyśmiewanie się i nakładanie opozycji pewnych często nieokreślonych do końca cech i przywar.

Poważnym problemem są również uprzedzenia, które stanowią pewien odłam stereotypów. Prawie każdy z nas kieruje się nimi, bardziej lub mniej. Uprzedzenia przejawiają się w przyjęciu wrogiej postawy wobec osób należących do danej grupy, wyłącznie na podstawie grupowej przynależności. Jednym z najbardziej oczywistych źródeł wszelkich uprzedzeń jest rywalizacja o dobra, władzę lub status społeczny. Uprzedzenie jest nieracjonalną i negatywną postawą wobec innych ludzi, która jest silna, sztywna i odporna na zmiany. Jest to negatywna lub wroga postawa wobec osób należących do wyróżniającej się grupy ludzi. Postawę tę charakteryzuje uogólnienie przypisywanych tej grupie cech, przy jednoczesnym przeniesieniu ich na pojedynczego jej członka, bez uwzględnienia trafności stereotypu całej grupy oraz wiarygodności stosunku charakterystyki grupy do tej konkretnej jednostki. Uprzedzenie to postawa składająca się z trzech komponentów: afektywnego albo emocjonalnego, które reprezentują zarówno typ emocji powiązany z postawą oraz nasycenie postawy; poznawczego, który obejmuje przekonania lub myśli tworzące postawę; behawioralnego, który odnosi się do działań innych jednostek. Niebezpieczeństwo płynące z uprzedzeń polega na tym, że zwykła niechęć do danej grupy może prowadzić do jej znienawidzenia, do myślenia o jej członkach jako podludziach, a nawet do zadawania bólu i mordowania⁵.

⁴ B. Weigl, *Stereotypy i uprzedzenia w: Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2007, s. 206-214.

⁵ M. Napióra, *Stereotypy i uprzedzenia*, <http://www.archiwum.dziennikarstwo.pl/?q=node/3933>, [dostęp: 30.12.2019].

Upředzenia bardzo często prowadzą do różnego rodzaju dyskryminacji. We współczesnym świecie dyskryminacją jest świadome lub nieświadome, a przede wszystkim niesprawiedliwe traktowanie osób z powodu ich rzeczywistej lub domniemanej przynależności grupowej⁶. Względem tego traktowania mogą być różne: płeć, wiek, orientacja seksualna, status materialny, wyznanie, pochodzenie, poglądy, niepełnosprawność itd. Polega ona na utrudnianiu jednostką równego i sprawiedliwego dostępu do przysługujących im praw, przywilejów i zasobów społecznych lub na zaniechaniu działania ułatwiającego do nich dostęp. Dyskryminacja może opierać się na przekonaniu o tym, że dana osoba lub cała grupa są mniej wartościowi i nie zasługują na te same prawa, co grupa uważana za dominującą w społeczeństwie. Taka dyskryminacja jest dyskryminacją bezpośrednią, wynikającą z uprzedzeń. Nie zawsze jednak mamy do czynienia ze świadomym uprzedzeniem. Czasem jakaś grupa jest dla nas tak nieistotna, że nie bierzemy pod uwagę jej istnienia. W takim przypadku przejawiana przez nas dyskryminacja jest efektem naszej własnej nieświadomości, niewiedzy lub wygodnictwa. Mammy wówczas do czynienia z dyskryminacją pośrednią. Nierówne traktowanie może więc przybierać formę świadomego i aktywnego działania, bądź też biernego i często nieświadomego ograniczania nie naszych swobód i praw, wskutek niedostrzegania lub bagatelizowania egzystencji danej grupy społecznej. Formy aktywne dyskryminacji są z reguły bardzo widoczne. Jednak to właśnie te bierne i nieświadome jej formuły są z reguły znacznie bardziej rozpowszechnione, a przez to uciążliwe w życiu codziennym osób należących do grup dyskryminowanych. Pośrednia dyskryminacja, niektórych grup społecznych jest tak rozpowszechniona, że staje się transparentna i często nawet niewidoczna dla samych osób padających jej ofiarą. Nie przejawia się w formie czynnej agresji. Osoby z grup marginalizowanych często nigdy nie doświadczyły innego losu, więc nie mają możliwości porównania własnego doświadczenia z doświadczeniami osób z grupy uprzywilejowanej. Nie uświadamiają sobie więc, że ich życie pozbawione dyskryminacji byłoby znacznie łatwiejsze, a może nawet lepsze. Takie osoby często nie czują i nie wiedzą, że są dyskryminowane mimo, że dla obserwatorów z zewnątrz ich nierówne traktowanie jest widoczne⁷.

Do najbardziej spektakularnych form aktywnej, a więc tej najbardziej widocznej dyskryminacji, zliczyć możemy dyskryminację:

- ze względu na płeć – seksizm,
- ze względu na wiek – ageizm,
- ze względu na niepełnosprawność – ableizm,

⁶ A. M. Colman, *Słownik psychologii*, Warszawa 2009, s. 148.

⁷ K. Bojarska, *Psychologiczne i społeczne uwarunkowania stereotypów, uprzedzeń i dyskryminacji*, <http://www.odwazciesiemowic.pl/warto-wiedziec/o-stereotypach-i-uprzedzeniach/>, [dostęp: 30.12.2019].

- ze względu na pochodzenie lub status materialny – klasizm,
- ze względu na etniczność lub wyznanie – antysemityzm⁸.

W literaturze znaleźć można wiele definicji odnoszących się do terminu „uprzedzenie”. G.W. Allport uważa, że uprzedzenie to: „myślenie źle o innych bez dostatecznego uzasadnienia”, dodając, że jest to: „wroga postawa wobec osoby należącej do jakiejś grupy, oparta o przynależność do tej grupy i w związku z tym, w przekonaniu osoby uprzedzonej, posiada nieprzyjemne cechy, przypisywane całej grupie”⁹ oraz, że: „może być ono wymierzone w grupę, jako całość lub w jednostkę z powodu, że przynależy do tej grupy”¹⁰. B. Weigl uprzedzenie określa jako „powziętą z góry niechęć do innych tylko dlatego, że należą do jakiejś wyodrębnionej grupy społecznej”¹¹.

Stereotypy i uprzedzenia pojawiają się w nas poprzez dziedziczenie społeczne. Oznacza to, że dyskryminacja określonych grup jest uwarunkowana społecznie, tzn. wynika ze sposobu, w jaki jesteśmy wychowywani w dyskryminującym społeczeństwie. Dorastając uczymy się m.in:

- uważać za model typowego lub normalnego człowieka – białego, heteroseksualnego mężczyznę, reprezentującego klasę średnią, wiek około 30 lat, o chrześcijańskim rodowodzie¹²;
- podejścia do względnych kulturowo wzorców społecznych, jako do obiektywnych wyznaczników normalności lub nienormalności;
- negatywnych postaw i stereotypów, czyli uprzedzeń wobec osób wykraczających poza sztywne społeczne oczekiwania¹³.

Uprzedzenia i dyskryminacja są konsekwentnie wzmacniane przez inne osoby z otoczenia oraz mass media czy też publiczne wypowiedzi polityków i publicystów. Ważnym jest tutaj fakt, że w mechanizmie poznawczym biorą udział trzy procesy: kategoryzacja, błąd korespondencji w powstawaniu reprezentacji grupowych oraz pozorna korelacja wraz z różnicującym spostrzeganiem grup¹⁴. Przejmowaniu negatywnych emocji towarzyszy jednocześnie przyswajanie zasłyszanych stereotypowych przekonań, poglądów, interpretacji i nastawienia wobec grup marginalizowanych. Powszechnym zjawiskiem jest uwewnętrznienie

⁸ Tamże.

⁹ G.W. Allport, *The Nature of Prejudice*, New York 1958, s. 8.

¹⁰ Tamże, s. 10.

¹¹ B. Weigl, *Stereotypy i uprzedzenia*, w: „Psychologia. Podręcznik akademicki”, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2007, s. 214.

¹² S. Kleinman, *Why Sexist Language Matters*, „Qualitative Sociology” 2002, vol. 25, nr 2, s. 299-304.

¹³ M. Jarymowicz, *W poszukiwaniu przesłanek sztywności stereotypów*, w: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, red. M. Kofta, A. Jasińska-Kania, Warszawa 2001, s. 3.

¹⁴ C. N. Macrae, C. Stangor, M. Hewstone, *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie*, Gdańsk 2000, s. 48-49.

uprzedzenia przez osoby z grup marginalizowanych¹⁵. Wspólny osobom uprzedzonym jest negatywny znak emocji żywionych wobec danej grupy. Jednak rodzaj dominujących emocji oraz treść stereotypów mogą być różne, w zależności od indywidualnych doświadczeń¹⁶.

Do zjawiska tego nawiązuje również Parlament Europejski, który w Rezolucji w sprawie nasilenia przemocy powodowanej rasizmem i homofobią w Europie przyjętej 15 czerwca 2006 r.¹⁷ stwierdza, że: „jest poważnie zaniepokojony ogólnym wzrostem nietolerancji powodowanej rasizmem, ksenofobią, antysemityzmem i homofobią w Polsce” oraz – „zwraca się do Europejskiego Centrum Monitorowania Rasizmu i Ksenofobii o przeprowadzenie badania na temat narastającego klimatu nietolerancji powodowanej rasizmem, ksenofobią i homofobią w Polsce; – wyraża ubolewanie, że w kilku państwach członkowskich wzrasta poparcie dla partii ekstremistycznych oraz grup, których program ma wyraźnie ksenofobiczny, rasistowski, antysemitowski i homofobiczny charakter, ...”¹⁸. Zwrócić należy uwagę, że Rezolucja i jej zapisy odnoszą się do sytuacji, która miała miejsce przed 2006 r.

W przypadku uprzedzeń i stereotypów pojawiających się w mediach, ważnym okazuje się być fakt, że funkcjonowanie w świecie wymaga od nas szybkiego reagowania. Aby temu podołać, nasz umysł dokonuje selekcji docierających do nas informacji i ich interpretacji¹⁹. Okazuje się, że nie możemy ich zrozumieć i zapamiętać, jeśli nie zestawimy ich z już istniejącymi w umyśle schematami i nie zinterpretujemy sytuacji przez ich pryzmat²⁰. Nasz umysł reaguje zatem jedynie na zaobserwowane przez nas wycinki rzeczywistości, które uznał w danym momencie za istotne. Tym wycinkom nadajemy subiektywne znaczenie i stosownie do tego reagujemy. Odpowiadamy na własne interpretacje rzeczywistości, a nie na rzeczywistość obiektywną – zbyt złożoną i niejednoznaczną. Nasze schematy to nic innego jak źródło oczekiwań wobec otaczającego nas świata i nadawanych mu znaczeń. To właśnie schematy decydują o tym, na jakie elementy sytuacji w danym momencie zwrócimy uwagę. Schematy są zatem niezbędne do funkcjonowania naszego umysłu. Bez nich nie jesteśmy w stanie zrozumieć tego, co się dzieje w społeczeństwie. Schematy wpływają na to jak zachowamy się wobec innych

¹⁵ Zob. L. Kohlberg, *Stages in the Development of Moral Thought and Action*, New York 1969.

¹⁶ J. P. Richmond, H. McKenna, *Homophobia: an Evolutionary Analysis as Applied to Nursing*, „Journal of Advanced Nursing” 1998, vol. 28, nr 2, s. 362-369.

¹⁷ Rezolucja w sprawie nasilenia przemocy powodowanej rasizmem i homofobią w Europie przyjęta 15 czerwca 2006 r. przez Parlament Europejski, P6_TA(2006)0273.

¹⁸ Ł. Łotocki, *Demistyfikacja rzeczywistości dyskursywnej czyli o pozytywnych stronach statusu migranta w Polsce w: Migracje międzynarodowe a modernizacja systemu politycznego i społecznego*, red. G. Firlit-Fesnak, Warszawa 2008, s. 336.

¹⁹ Zob. E. Nęcka, *Inteligenca i procesy poznawcze*, Kraków 1994.

²⁰ B. Wojciszke, *Korzystanie z danych i pseudodanych przy poznawaniu ludzi*, w: *Złudzenia, które pozwalają żyć. Szkice z psychologii społecznej*, red. M. Kofta, T. Szustrowa, Warszawa 2001 s. 67.

osób. Możemy postąpić w różny sposób, w zależności od tego jak zinterpretujemy te inne osoby²¹. Uświadamia to niejednoznaczność otaczających nas zdarzeń, które można interpretować na wiele sposobów i subiektywność ich oceny, a także potencjalną szkodliwość posługiwania się schematami wtedy, gdy w danej sytuacji przywołamy schemat niewłaściwy, sztywny lub nieprzystający do rzeczywistości.

Nasze reakcje zależą od tego, jaki w danym momencie zostanie przywołany schemat, czy będzie on właściwy oraz jaka jest jego treść. Mamy tutaj więc do czynienia z pewnego rodzaju behawioryzmem: bodziec – reakcja. Gdy sytuacja wymaga działania, nie mamy czasu na rozważanie jej różnych możliwych znaczeń, dlatego z reguły interpretujemy ją w sposób, który w danym momencie najszybciej przychodzi nam do głowy²². Na refleksję możemy sobie pozwolić – i to tylko przy odpowiedniej motywacji – gdy sytuacja nie jest nagląca i możemy bez pośpiechu obserwować i analizować okoliczności²³. Schemat może pojawić się w naszym umyśle w odpowiedzi na pewne okoliczności sugerujące, że w danej sytuacji to on może być najwłaściwszy, bądź też kiedy zostaje on bezpośrednio przywołany przez nazwę kategorii. Jeżeli jednak za wywołanym schematem stoi uprzedzenie, a więc uaktywnia się stereotyp i współwystępująca z nim negatywna reakcja emocjonalna, to nasz umysł zrobi wszystko, aby potwierdzić pierwotne negatywne nastawienie²⁴.

Mechanizmy te działają silniej w warunkach zaangażowania emocjonalnego, co świadczy o tym, że są szczególnie powiązane z naszymi stereotypami i uprzedzeniami. Nie da się wyeliminować tych prawidłowości funkcjonowania umysłu. Najlepszy efekt przeciwdziałania dyskryminacji dałoby się osiągnąć poprzez zapobieganie skojarzeniu przez kolejne pokolenia negatywnych emocji z grupami społecznymi, które są dyskryminowane, a więc przeciwdziałać powstawaniu emocjonalnego podłoża uprzedzenia, które powoduje wszystkie tendencyjne procesy, poprzez systematyczną edukację antydyskryminacyjną, w tym uświadamianie działania tych mechanizmów. Uprzedzenia, które w nas powstają, żyją własnym życiem, spontanicznie rozsiewając się w toku komunikacji społecznej, stąd ich eliminacja jest bardzo trudna.

Stygmatyzacja społeczna, czyli społeczne napiętnowanie ze względu na przynależność grupową²⁵, wywiera wpływ na funkcjonowanie psychiczne, społeczne

²¹ M. Jarymowicz, *W poszukiwaniu przesłanek sztywności stereotypów*, s. 5.

²² M. Lewicka, *Czy jesteśmy racjonalni w: Złudzenia, które pozwalają żyć. Szkice z psychologii społecznej*, red. M. Kofta, T. Szustrowa, Warszawa 2001, s. 15-30.

²³ Tamże, s. 30-66.

²⁴ I. Kurcz, *Zmiana stereotypów: jej mechanizmy i granice*, w: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, red. M. Kofta, A. Jasińska-Kania, Warszawa 2001, s. 3-25.

²⁵ A. M. Colman, *Słownik psychologii*, s. 713.

i poznawcze osób należących do grup stygmatyzowanych. Konsekwencje stygmatyzacji są następujące:

- obsesyjny niepokój;
- wyparcie się przynależności do prześladowanej grupy;
- wycofanie i pasywność;
- błaznowanie;
- zacieśnianie więzi wewnątrzgrupowych;
- chytrość i przebiegłość;
- identyfikacja z grupą dominującą, nienawiść do siebie i własnej grupy;
- agresja przeciwko grupie własnej;
- uprzedzenia wobec grup obcych;
- wzajemne zrozumienie;
- odpieranie i wojowniczość;
- wzmożony wysiłek;
- staranie się o zewnętrzne atrybuty wysokiej pozycji społecznej;
- neurotyzm;
- samospełniające się proroctwo²⁶.

Instytucje takie jak media wszelkiego rodzaju, mogą tworzyć lub zapobiegać stereotypom. Uprzedzenia bowiem i stereotypy prowadzą do dyskryminacji, czyli przekładania przekonań na negatywne i szkodliwe działania skierowane przeciw członkom jakiejś grupy tylko dlatego, że do niej należą, co wydaje się bardzo groźne²⁷.

W dobie informatyzacji świata, wzrostu znaczenia dziennikarskiego „newsa” i ogólnego dostępu do mediów można stwierdzić, że stereotypy i uprzedzenia stały się podstawowym problemem. Media odgrywają ważną rolę w kształtowaniu stereotypów i uprzedzeń w stosunkach między narodami. To media właśnie, wzięły na siebie przekazywanie obrazów świata i ludzi. Na tym obszarze pojawiają się więc możliwości służące wszelkiego rodzaju zakłamaniom i powierzchowności.

Stereotypy zaśmiecają nasze umysły niepotrzebnymi obrazami, ale pełnią również ważne funkcje: czynią świat łatwiejszym do zrozumienia, dostarczając nam uproszczonych informacji. Często także dowartościowują wg zasady rekompensacji, a także integrują. Choć dominują stereotypy negatywne to wyróżniamy również stereotypy pozytywne. Są one zwykle pozytywnymi cechami, które przypisujemy jakiejś grupie lub całemu narodowi. Najbardziej powszechnymi stereotypami pozytywnymi, odnoszącymi się do społeczności europejskich są:

- Niemcy – bardzo dokładni, precyzyjni;

²⁶ G. W. Allport, *The Nature of Prejudice*, s. 144-160.

²⁷ M. Popławski, *Polskie stereotypy i uprzedzenia, Stereotypy i postawy wobec siebie i sąsiednich nacji*, Wrocław 2002, s. 56.

- Francuzi – wyśmienici kucharze, namiętni kochankowie, dusze artystyczne, znawcy wina;
- Włosi – romantycy, religijni, rodzinni;
- Anglicy – przywiązani do tradycji, powściągliwi, taktowni, dystygowani;
- Polacy – pracowici za małe pieniądze.

Do stereotypów negatywnych tego typu, które często przeradzają się w uprzedzenia zaliczyć natomiast należy:

- Polak – złodziej,
- Rosjanin – pijak,
- Rumun – złodziej,
- Arab – terrorysta,
- Anglik – nudziarz,
- Francuz – żabojad,
- Żyd – skąpiec,
- Niemiec – nazista,
- Cygan – oszust,
- Czarnoskóry – bandyta, gangster.

W różnego rodzaju mediach mamy przede wszystkim do czynienia z tzw. stereotypami płciowymi oraz religijnymi, które jako jedne z wielu rodzajów stereotypów prezentują „sądy, przekonania odnoszące się do charakterystyk (cech i ról) przypisywanych jednej z płci lub oczekiwanych na podstawie bycia kobietą bądź mężczyzną, które (a) operują zależnościami bezwyjątkowymi oraz (b) mają wyraźne komponenty oceniające”²⁸, a w przypadku religii charakteryzują jej wyznawców, przypisując różne cechy zarówno pozytywne jak i negatywne, stawiając wszystkich członków danego wyznania czy kościoła pod jedną linią. Zauważyć należy, że stereotypy różnego rodzaju działają w bardzo konkretny sposób, przede wszystkim porządkując zjawiska w świecie i ułatwiając tym samym funkcjonowanie w rzeczywistości. Jak już wspomniano, stereotypy ponadto wzmacniają tożsamość grupową, dając poczucie przynależności, a co za tym idzie – również bezpieczeństwa.

Stereotyp stanowi swoistą konstrukcję myślową, która zawiera uproszczony, schematyczny sąd na czyjs temat, pewien obraz świata, powstający często w oparciu o fałszywe lub co najmniej niepotwierdzone informacje. Każdy stereotyp funkcjonuje w określonych kulturach i danych społeczeństwach. Nie trudno więc znaleźć je w przekazach medialnych, które są z tymi kulturami i z tymi społeczeństwami silnie związane. Media pełnią tutaj funkcję pośrednika przekazującego, utrwalającego, a zapewne także tworzącego stereotypy. Zdarza się, że media komunikują często przy użyciu i za pomocą stereotypów. Zdaniem T.D. Nelsona środki

²⁸ Zob. P. Boski, J. Miluska, *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*, Warszawa 1999.

masowego przekazu stanowią istotne źródło stereotypów np. płci. Czasopisma, telewizja, książki i kino utrwalają w odbiorcach przekonanie, że mężczyźni i kobiety są zupełnie odmiennymi istotami, które w skutek genetycznych skłonności lubią różne rzeczy i zachowują się we właściwy sobie sposób²⁹. Zważywszy na fakt, że media odgrywają współcześnie sporą rolę w kształtowaniu postaw, zachowań i poglądów osób w różnym wieku, kwestia ta staje się szczególnie istotna. Przekazy medialne i zawarte w nich stereotypy wymienia się także, jako jedne z ważniejszych elementów wpływających na socjalizację dzieci³⁰. Tak więc ze względu na powszechność i różnorodność mediów wzorce przez nie przekazywane powinny być poddawane szczególnie bacznej analizie i krytycznej refleksji.

Należy zauważyć, że stereotypy płciowe powielane są m.in. przez seriale, skecze kabaretowe, teledyski, programy rozrywkowe, czasopisma i wiele innych form medialnych³¹. W mediach do stereotypizacji wykorzystuje się m.in. tzw. „twaryzm” (*face-ism*)³². Polega on na odmiennym portretowaniu kobiet i mężczyzn w mediach, a dokładniej na częstszym eksponowaniu twarzy mężczyzn niż kobiet, przy jednoczesnym koncentrowaniu się na kobiecym ciele i figurze. Kobiety sprowadzane więc są tylko i wyłącznie do części swojego ciała i w wielu przypadkach stają się przedmiotami, które można klepać i wymienić, gdy się znudzą i „zużyją”. Ma to daleko idące konotacje, ponieważ okazuje się, że ludzie oceniają osoby, których twarze prezentowane są w zbliżeniu, jako bardziej inteligentne i ambitne. Mamy więc tutaj do czynienia z ukrytym stereotypem medialnym odnoszącym się do poszczególnych części ciała w zależności od płci.

Działalność w obszarze europejskich mediów powinna więc opierać się na pewnej refleksji: że efekt końcowy tej działalności może spowodować, że ktoś poczuje się urażony i że stereotypy zubożają jednak otaczający nas świat.

Warto zaznaczyć, że u współczesnych odbiorców komunikatów medialnych negatywne reakcje budzą zarówno przekazy skrajnie stereotypowe, jak i daleko od stereotypów odchodzące. Jedne i drugie stanowią wzajemnie nakręcający się mechanizm – media obserwując stereotypy obecne w życiu codziennym, reprodukuje je i uaktualnia powodując, że stają się one mocniejsze. Prowadzi to do sytuacji, w której społeczeństwo odbiera owe stereotypy i realizuje je w swoim codziennym życiu. Do ciągle powielanych w świadomości społecznej i medialnej stereotypów płciowych zaliczyć należy:

- blondynka – głupia,
- kobieta – kiepski kierowca,

²⁹ T. D. Nelson, *Psychologia uprzedzeń*, Gdańsk 2003, s. 274.

³⁰ Tamże, s. 272.

³¹ P. H. Lewiński, *Retoryka reklamy*, Wrocław 1999, s. 128-138.

³² D. Archer, B. Iritani, D. D. Kimes, M. Barrios, *Face-ism: Five studies of sex difference in facial prominence*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1983, vol. 45, s. 725-728.

- metalowiec/muzyk – satanista,
- model, modelka – anorektycy,
- rudowłose – wredny, fałszywy,
- leworęczny – inteligentniejszy,
- teściowa – wredna,
- ojciec – głowa rodziny,
- matka – kucharka, zajmująca się domem,
- jednak – rozpuszczony.

Uprzedzenia, co podkreślone zostało już wcześniej, pojawiają się również w stosunku do różnych religii (wyznawców), np. chrześcijaństwa czy islamu. Dochodzi wówczas do wykluczenia wyznawców przeciwnej religii lub religijnego wykluczania się. Stereotypy religijne bardzo często prowadzą do nienawiści, a nawet w przypadku radykalnego islamu do zbrodni przeciwko ludzkości. Podobnie sytuacja ma się np. w przypadku ludzi, których nazywamy ateistami – w nic nie wierzących. Mogą być oni niezrozumiani i poddani surowej krytyce przez pewne grupy społeczne. Niezaprzeczalnym jest jednak fakt, że ostatnimi czasy uprzedzenia i stereotypy dotyczą szczególnie chrześcijan, czego przykładem są ich prześladowania czy podpalanie ich kościołów.

Do najbardziej popularnych stereotypów religijnych zaliczyć można następujące:

- muzułmanin – terrorysta, prostak, okrutny, fanatyczny;
- muzułmanka – nic nie znacząca dla społeczeństwa istota;
- chrześcijanin – życie i obyczaje sprzeczne z naukowym postępowaniem, zacofany obyczajowo i społecznie;
- chrześcijanka – pozbawiona wolności, nie mogąca sama się realizować, poddana pewnej przemocy, stworzona tylko do rodzenia i wychowania dzieci³³;
- ateista – pusty, pozbawiony uczuć³⁴.

Stereotypy i uprzedzenia występują również w medialnym świecie polityki i w działalności samych polityków. Odnosząc się do rzeczywistości medialnej stwierdzić należy, że zachowania polityków, którzy występują w telewizji, internecie czy radiu wpływają na powstawanie nowych stereotypów, fałszywych przekonań i uprzedzeń. Zdarza się również, że opinie polityków, szczególnie te pozytywne, proporcjonalnie wpływają na stosunki między różnymi krajami i narodami. Tak więc politycy nie tylko wpływają na powstawanie negatywnych stereotypów, ale także pozytywnych zjawisk – choć niektórzy twierdzą, że stereotyp zawsze musi mieć negatywne zabarwienie. Niestety jednak, szczególnie

³³ KAI, *Kościół. Stereotypy, uprzedzenia, manipulacje*, <https://deon.pl/kosciol/kosciol-stereotypy-uprzedzenia-manipulacje,194655>, [dostęp: 06.10.2020].

³⁴ J. Tabisz, *Czy ateści rzeczywiście w nic nie wierzą?*, <http://racjonalista.tv/czy-ateisci-rzeczywiscie-w-nic-nie-wierza/>, [dostęp: 06.10.2020].

niebezpieczni stają się politycy, którzy reprezentują nacjonalistyczne ruchy. Ich partie kształtują w danych społeczeństwach negatywne stereotypy, które oddalają od siebie poszczególne narody.

W dużej mierze autorami stereotypów pozytywnych są jednak, albo na szczęście – właśnie politycy. Tak więc pozytywne wypowiedzi polityków równie pozytywnie wpływają na powstawanie nowych stereotypów, a nie uprzedzeń. Stereotypy te mają zabarwienie sympatii, niekiedy zachwytu, a nawet zazdrości z pewnych cech charakteru. Dlatego ważne jest jak politycy wypowiadają się o stosunkach między narodami. Przedstawiciele władz powinni zatem zdać sobie sprawę z ciążącej na nich odpowiedzialności – co niekiedy wydaje się trudne do zrealizowania. W polityce media zdecydowanie bardziej lubią mężczyzn, choć zmiany w tym zakresie są już widoczne - następują jednak powoli. Prasa kobieca nadal jednak ucieka od polityki.

Podsumowując powyższą problematykę i rozważania na jej temat stwierdzić należy, że pod wpływem środków przekazu, w tym przede wszystkim telewizji, nasz obraz rzeczywistości staje się chwiejny. Nasze indywidualne postawy, potrzeby, gusta, zastępowane są wzorcami reprezentowanymi przez media (w dużej mierze stereotypami). Europejskie media powinny więc zacząć myśleć o swoich odbiorcach oraz przewidywać bezpośrednie skutki ujawnianych przez siebie materiałów. W procesie socjalizacji jedną z najważniejszych ról odgrywają media. Stwierdzić również należy, że media wykorzystują istniejące i tworzą wciąż nowe stereotypy po to, żeby jak najłatwiej sprzedać swój produkt medialny, co prowadzić może do zmiany ról społecznych. Analizując przekazy medialne, a przede wszystkim ich oddziaływanie, bardzo szybko można zauważyć w jak ogromnym stopniu kształtują one trendy, postawy, przekonania, wzmacniając uprzedzenia i stereotypy, zachęcając do opartych na nich zachowań, w tym również przemocy i nienawiści na różnym tle. Stwierdzić więc można byłoby, że media nie tylko odzwierciedlają kulturę, co raczej ją zniekształcają.

References

Bibliografia

- Allport G.W., *The Nature of Prejudice*, New York 1958.
- Archer D., Iritani B., Kimes D. D., Barrios M., *Face-ism: Five studies of sex difference in facial prominence*, „Journal of Personality and Social Psychology” 1983, vol. 45.
- Bäcker R. i in. red., *Metodologia badań politologicznych*, Warszawa 2016.
- Bojarska K., *Psychologiczne i społeczne uwarunkowania stereotypów, uprzedzeń i dyskryminacji*, <http://www.odwazciesiemowic.pl/warto-wiedziec/o-stereotypach-i-uprzedzeniach/>, [dostęp: 30.12.2019].

- Boski P., Miluska J., *Męskość – Kobiecość w perspektywie indywidualnej i kulturowej*, Warszawa 1999.
- Colman A.M., *Słownik psychologii*, Warszawa 2009.
- Jarymowicz M., *W poszukiwaniu przesłanek sztywności stereotypów*, w: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, red. M. Kofta, A. Jasińska-Kania, Warszawa 2001.
- Kleg M., *Hate Prejudice and Racism*, New York 1993.
- Kleinman S., *Why Sexist Language Matters*, „Qualitative Sociology” 2002, vol. 25, nr 2.
- Kohlberg L., *Stages in the Development of Moral Thought and Action*, New York 1969.
- KAI, *Kościół. Stereotypy, uprzedzenia, manipulacje*, <https://deon.pl/kosciol/kosciol-stereotypy-uprzedzenia-manipulacje,194655>, [dostęp: 06.10.2020].
- Kurcz I., *Zmiana stereotypów: jej mechanizmy i granice* w: *Stereotypy i uprzedzenia. Uwarunkowania psychologiczne i kulturowe*, red. M. Kofta, A. Jasińska-Kania, Warszawa 2001.
- Lewicka M., *Czy jesteśmy racjonalni*, w: *Złudzenia, które pozwalają żyć. Szkice z psychologii społecznej*, red. M. Kofta, T. Szustrowa, Warszawa 2001.
- Lewiński P.H., *Retoryka reklamy*, Wrocław 1999.
- Lippman W., *Public Opinion*, New York 1922.
- Łotocki Ł., *Demistyfikacja rzeczywistości dyskursywnej czyli o pozytywnych stronach statusu migranta w Polsce*, w: *Migracje międzynarodowe a modernizacja systemu politycznego i społecznego*, red. G. Firlić-Fesnak, Warszawa 2008.
- Macrae C.N., Stangor C., Hewstone M., *Stereotypy i uprzedzenia. Najnowsze ujęcie*, Gdańsk 2000.
- Napióra M., *Stereotypy i uprzedzenia*, <http://www.archiwum.dziennikarstwo.pl/?q=node/3933>, [dostęp: 30.12.2019].
- Nelson T.D., *Psychologia uprzedzeń*, Gdańsk 2003.
- Nęcka E., *Inteligencja i procesy poznawcze*, Kraków 1994.
- Pocałunek gejów wycięty. To akt skrajnej homofobii*, <http://www.tvn24.pl/pocalunek-gejow-wyciety-to-akt-skrajnej-homofobii,283203,s.html>, [dostęp: 02.01.2020].
- Popławski M., *Polskie stereotypy i uprzedzenia, Stereotypy i postawy wobec siebie i sąsiednich nacji*, Wrocław 2002.
- Rezolucja w sprawie nasilenia przemocy powodowanej rasizmem i homofobią w Europie przyjęta 15 czerwca 2006 roku przez Parlament Europejski, P6_TA(2006)0273.
- Richmond J.P., McKenna H., *Homophobia: an Evolutionary Analysis as Applied to Nursing*, „Journal of Advanced Nursing” 1998, vol. 28, nr 2.
- Tabisz J., *Czy ateści rzeczywiście w nic nie wierzą?*, <http://racjonalista.tv/czy-ateisci-rzeczywiscie-w-nic-nie-wierza/>, [dostęp: 06.10.2020].
- Weigl B., *Stereotypy i uprzedzenia*, w: *Psychologia. Podręcznik akademicki*, t. 3, red. J. Strelau, Gdańsk 2007.
- Wiśniakowska L., *Słownik wyrazów obcych PWN*, Warszawa 2007.
- Wojciszke B., *Korzystanie z danych i pseudodanych przy poznawaniu ludzi*, w: *Złudzenia, które pozwalają żyć. Szkice z psychologii społecznej*, red. M. Kofta, T. Szustrowa, Warszawa 2001.