

STEREOTIPURILE DE GEN DIN PERSPECTIVA COGNIȚIEI SOCIALE

ELENA STĂNCULESCU*

GENDER STEREOTYPES FROM THE SOCIAL COGNITION PERSPECTIVE

Abstract

In this article are reviewed studies having a renewed interest for the specialists – gender stereotypes. It has been analyzed an interesting topic related to a new social category, that includes counterstereotypic traits – bussiness woman. Were presented theoretical points of view and empirical studies regarding accuracy of gender stereotypes, and other aspects of the stereotipization from the perspective of cognitive social psychology. It has been concluded that gender stereotypes were transformed, due to the increasing women's employment in high level positions, although the prejudiced idea influences the gender relations.

Cuvinte cheie: *stereotipuri de gen, stereotipizare, acuratețea stereotipurilor de gen, trăsături contrastereotipice* (gender stereotypes, stereotipization, gender stereotypes accuracy, counterstereotypic traits).

1. INTRODUCERE

Cu toate că mentalitățile din societățile tradiționale s-au schimbat, totuși „așteptările diferențiale de rol de sex sunt atât de adânc imprimate în mentalitatea cotidiană, încât afectează în mod hotărâtor și percepția imediată” (Iluț, 2000, 184). Este cunoscut faptul că rezistența la schimbare a constructelor stereotipe depinde de cât de adânc înrădăcinate sunt acestea la nivelul mentalului colectiv. Imaginile tradiționale despre bărbat și femeie erau tributare unor reprezentări stereotipe, conform cărora masculinității îi erau asociate: *asertivitatea, competitivitatea, agresivitatea, obiectivitatea, raționalitatea*, iar feminității: *emotivitatea, compasiunea, obediența, pasivitatea, sensibilitatea în relațiile sociale* (Ruble și Ruble, 1980). În psihologia socială s-a renunțat la folosirea denumirii de „*stereotipuri sexuale*” (Lockesly și alții, 1981), optându-se pentru o terminologie mai potrivită – „*stereotipuri de gen*” (Blackhurst *et al*, 2008, Irwin, 1994; Higgins și Kruglanski, 1998).

* Universitatea din București, Facultatea de Psihologie și Științele Educației

În 2005, pentru prima dată în istoria de aproape 400 de ani a faimoasei Universității Harvard, a fost aleasă în postul de conducere o femeie, Drew Gilpin Faust. Acest lucru s-a întâmplat în urma scandalului provocat de predecesorul acesteia, economistul Lawrence Summers, care a afirmat într-o conferință că femeile au mai puține aptitudini pentru matematică și științe decât bărbații, ceea ce explică de ce ele ocupă mult mai rar poziții de conducere în domeniul științei. Acesta este un exemplu evident pentru influența pervazivă a stereotipurilor de gen asupra inferențelor sociale și persistența unei concepții tradiționaliste (hegemonia masculină) într-o societate postmodernă. În Harvard Business Review (Mayer *et al.*, 2008, p. 206) se menționează că mai puțin de 6% din pozițiile de top management (președinte, vicepreședinte și director executiv) sunt deținute de femei. Accesul limitat al femeilor în eşaloanele superioare în mediul universitar este de domeniul evidenței, întrucât statisticile arată că doar 1% din profesorii universitari la facultățile de inginerie sunt femei, 12% la medicină. S-a observat că în ultimii 20 de ani, numărul femeilor cu titlul de profesor universitar s-a mărit doar cu două procente, iar al bărbaților cu treizeci de procente. Lucrurile nu diferă substanțial nici în științe, matematică sau afaceri.

Dincolo de prejudecăți și stereotipuri, perspectiva genetică subliniază că bărbații sunt determinați de hormoni să fie competitivi, asertivi, îndrăzneți, în timp ce femeile, datorită oxitocinei sunt superioare din punct de vedere al inteligenței emoționale și relaționării eficiente psihologic (Bazelon *apud* Pinker, 2008). În cartea *The Sexual Paradox*, Susan Pinker (2008) preferă terminologia diferențe sexuale, argumentând faptul că diferențele de pe piața muncii se datorează unor aspecte biologice și nu neapărat prejudecăților. Femeile sunt mult mai sensibile față de aspecte motivaționale intrinseci, au interese mai largi decât bărbații și sunt mai empaticе. Acestea, consideră Susan Pinker (*idem*), nu sunt învățate, ci rezultate ale genelor și hormonilor.

2. DIFERENȚELE DE GEN ȘI INFORMAȚIILE CONTRASTEREOTIPICE

Stereotipurile sunt „filtre cognitive care surprind diverse însușiri ale grupurilor sau persoanelor, pe unele accentuându-le, pe altele ignorându-le, în funcție de context, motivație, dispoziția afectivă a celui care prelucrează informațiile” (Stănculescu, 2003, p. 5). Revenind la afirmația lui Summers, putem fi de acord cu faptul că într-adevăr puține femei ocupă posturi de top manager, dar aceasta nu se datorează unei inferiorități cognitive, ci atitudinilor flancate puternic de stereotipuri și prejudecăți. Dacă societatea continuă să valorizeze mai mult trăsăturile asociate masculinității, atunci problema este legată de ierarhia valorică a societății și nu de faptul că bărbații sunt mai performanți decât femeile. Există studii de neuro-psihologie (Halpern, 1997) care au descoperit dimorfismul sexual prezent în cazul

anumitor arii corticale și formațiuni subcorticale (răspunzătoare de diverse funcții cognitive), certificându-se astfel faptul că femeile și bărbații sunt diferiți și nicidecum unii mai valoroși decât ceilalți. „În secolul al XIX-lea, Paul Broca i-a surprins pe contemporanii săi printr-o afirmație hazardantă și îndrăzneată, prin care estima că femeilor nu ar trebui să li se acorde dreptul de vot, pe considerentul că acestea au creierul mai mic. Ca o ironie a științei, s-a demonstrat cu ajutorul unor investigații sofisticate, că femeile au centrul Broca mai bine dezvoltat decât bărbații” (Stănculescu, 2006, p. 37). Există rezultate care confirmă aceste diferențe de gen datorate unor aspecte biologice, în cadrul unui studiu care a examinat performanțele băieților și fetelor de 15 ani, din 40 de țări (PISA – Program for International Student Assessment). S-a constatat că în toate țările fetele îi devansau pe băieți din punct de vedere al competențelor lingvistice (Rycik, 2008, p. 101).

Într-o cercetare în care s-a folosit tehnica bazată pe rezonanță magnetică (IRM), au fost descoperite diferențe între bărbați și femei în ceea ce privește ariile corticale implicate în sarcini verbale și de scriere (Burman, 2008). În cazul femeilor s-a înregistrat o activare mai mare a zonelor răspunzătoare de limbaj și de gândire abstractă, iar bărbaților – ariile corticale vizuale și auditive (realizează asociații vizuale și auditive). Din perspectiva evoluționistă s-a invocat faptul că supraviețuirea bărbaților în comuna primitivă depindea de detectarea rapidă a pericolelor (percepția fină a stimulilor vizuali și auditivi). În ceea ce privește reprezentarea mentală a locațiilor, bărbații fac apel la o imagistică spațială, iar femeile la explicații verbale.

Cu toate acestea, poate prea puțini oameni pun la îndoială propriile teorii implicite, credințe legate de diferențele de gen. Pentru a descoperi ce se află dincolo de aparențe și de a găsi o explicație psihologică pentru faptul că femeile fructifică mai rar decât bărbații oportunitățile pentru ascensiunea profesională, Matina Horner (1972) a cercetat fenomenul fricii de succes (*fear of success*). A observat că motivul pentru care femeile evită succesul în domenii asociate în mod tradițional bărbaților (*masculine jobs*) se datorează temerii de consecințele nedorite ale respingerii sociale. Cu alte cuvinte, apare o presiune psihologică ce limitează dorința de a obține performanțe ridicate, întrucât asumarea succesului într-un domeniu în care majoritari sunt bărbații echivalează cu pierderea feminității.

Este firesc să ne întrebăm dacă rezultatele studiului făcut în urmă cu mai mult de 30 de ani mai au tangență cu realitatea concretă din societatea de azi. Un studiu realizat recent la Universitatea Stanford (Advanced Study in the Behavioral Sciences) a scos în evidență că femeile, chiar și în cadrul domeniilor în care sunt bine reprezentate la nivelul doctoratului, continuă să fie devansate de bărbați în ceea ce privește productivitatea științifică (numărul de articole publicate) și vizibilitatea (prestigiul revistelor în care sunt publicate articolele, numărul de citări din literatura de specialitate). S-a observat de asemenea că „bărbații valorifică în mai mare măsură decât femeile de specializările de care au beneficiat – deși

productivitatea femeilor crește odată cu specializarea, rata productivității acestora este depășită de bărbați în 6–7 ani și continuă în această direcție, ajungându-se la diferențe considerabile la mijlocul carierei”(Leahey *et al*, 2008, p. 1275).

În același registru de idei se înscriu și rezultatele unei cercetări longitudinale realizate pe un lot de 115 elevi supradotați, de la un liceu prestigios american, care subliniază că fetele, deși aveau același nivel cu băieții, alegeau facultăți mai puțin selective, orientându-se foarte rar spre domenii ca: matematica, ingineria, calculatoare (York, 2008). Mai mult decât atât, fetele se gândeau la o carieră care să le permită îmbinarea rolului profesional cu viața de familie. Atât fetele, cât și băieții au obținut succese profesionale, dar aceștia din urmă erau prezenți mult mai frecvent la niveluri de top management.

Un aspect surprinzător pentru așteptările stereotipice asociate apartenenței la gen este dat de faptul că în Statele Unite, companiile care au o mai mare reprezentare a femeilor la nivel de top management, au rezultate financiare mai bune decât cele în care bărbații au funcții de conducere, fapt confirmat și de situația celor 500 companii de succes americane. În ciuda acestor evidențe, persistența stereotipurilor de gen duce la o prezență mult mai scăzută a femeilor în funcții de conducere.

În România, relațiile de gen par a fi rămas închistate la nivelul ideii de patriarhat și a predestinării femeii pentru posturi de execuție și rareori de conducere. Cum s-ar putea explica discriminările evidente în criteriile de selecție și ierarhizare a celor 100 femei de succes – performanțele profesionale, notorietatea, implicarea socială și situația financiară – și a celor 100 de bărbați de succes – pentru care este avută în vedere numai situația financiară? Este vorba despre întâlnirea dintre dimensiunea tradițională a identității feminine – căreia i se asociază în mod stereotipic trăsături ca: intuiția, pasivitatea, conformismul, docilitatea, sensibilitatea, devotamentul (în virtutea experienței milenare în spațiul privat, în îngrijirea gospodăriei, creșterea și educarea copiilor) – și cea modernă, care transgresează granițele psihismului feminin, favorizând conturarea unor însușiri masculine, cum ar fi: dinamismul, asumarea de riscuri, asertivitatea, autonomia, gândirea strategică.

Este interesant de analizat care sunt aspectele psiho-sociale ale apariției unei astfel de noi categorii, femeia de afaceri. Dacă atâta timp universul comparațiilor nu a lăsat loc sub nicio formă nuanțării, în prezent asistăm la apariția unei mixturi dintre trăsăturile polarizate, menționate anterior. Se pune problema dacă este o relație de complementaritate a acestora sau, dimpotrivă, de substituția trăsăturilor stereotipice, în virtutea incompatibilității dintre psihologia de lider (dorință de afirmare și stăpânirea modalităților de promovare a propriei imagini și de impunere a propriului punct de vedere) și impresia de docilitate pe care femeile au învățat de-a lungul timpului să o lase celorlalți. Informațiile contrastereotipice nu au dus la relativizarea prejudecăților care planează asupra relațiilor de gen, ci

dimpotrivă, la atitudini depreciative. Altfel spus, curajul depășirii așteptărilor de rol tradițional a fost sancționat de psihologia simțului comun, prin rezervarea unor trăsături nefavorabile, cum ar fi: femeia masculinizată, răceala, dezechilibrul dintre rolul profesional, marital și parental, dependența de muncă.

Rezolvarea inconsistenței sau disonanței cognitive dintre dimensiunea tradițională și cea modernă a feminității s-a rezolvat așadar prin etichetarea noii categorii, *bussiness women* drept o versiune masculinizată a femeii. Nu există cercetări care să probeze că succesul femeilor în domenii predestinate bărbaților și în special în funcții de conducere generează schimbări ale anumitor dimensiuni ale personalității sau ale vieții afective. Considerăm că în realitate nu este vorba despre o androgenizare sau chiar o versiune masculinizată a feminității, ci doar de o inerție a percepției sociale, puternic ancorate la nivelul ideii de hegemonie a masculinității. Femeile care au succes în top management sunt un exemplu concludent că frica de succes poate fi depășită și că acestea sunt capabile de a planifica, gândi strategic, de a lua decizii responsabile, care să garanteze profitul companiei. Mai mult decât atât, asistăm la o relație de complementaritate și nu de substituție între trăsăturile specifice rolului tradițional (intuiție, înțelegerea nevoilor sau problemelor angajaților, stil democratic de conducere, asigurarea unui climat plăcut în organizație) și cele asociate bărbaților.

Dincolo de aceste interpretări, să vedem care este percepția socială a accesului femeilor de la nivelul de *middle management* la cel de *top management*. Într-un studiu realizat de Centrul Parteneriat pentru Egalitate în 2006, pe un lot de 800 de angajați în instituții și companii private din București, s-a constatat că egalitatea de șanse între bărbați și femei nu prea există, întrucât 49% din angajați și 47% din manageri au afirmat că sunt preferați bărbații pentru pozițiile de top manager. Peste 50% au spus că rezultatele în muncă nu se regăsesc printre primii trei factori care determină promovarea unui angajat. Foarte mult contează disponibilitatea de a dedica un timp cât mai mare activității din firmă și nu neapărat valoarea muncii depuse (70% din managerii participanți la cercetare subliniind că femeile cu un copil sunt mai puțin dispuse să stea peste program). Trei manageri din cinci au considerat că femeile sunt evaluate mult mai atent, cerându-li-se informații mai numeroase decât bărbaților atunci când candidează pentru un post de conducere.

Un aspect interesant este faptul că doar 11,38% din respondenți și-au exprimat convingerea că bărbații conduc mai bine o afacere decât femeile. Acest rezultat este în consonanță cu studiile având ca temă relația dintre succes, trăsătura agentică și apartenența la gen. Dacă cercetările de acum trei decenii ajunseseră la concluzia că trăsătura agentică (dominanța și ambiția) este tipic masculină (Broverman *et al*, 1972), cele recente arată că relația dintre această caracteristică și masculinitate este din ce în ce mai slabă (Abele, 2008). Mai mult decât atât, s-a constatat că varianța trăsăturii agentice este explicată de capacitatea de a stăpâni

(*mastery related trait*) sau controla factorii care duc la succes și nu de apartenența la gen. Inducând pe cale experimentală situații de succes sau eșec, Andrea Abele (2008) a observat că nu existau diferențe de gen în ceea ce privește reacția determinată de contextul respectiv (succes vs. eșec), aceasta fiind influențată de trăsături de personalitate ca: tendința spre dominanță, ambiție și capacitatea de a controla situațiile provocatoare.

În ceea ce privește diferențele de gen în rândul experților financiari, s-a evidențiat faptul că gestionarea fondurilor este influențată de tendința ridicată a femeilor de a evita riscurile și competitivitatea mărită a bărbaților (Beckman și Menkhoff, 2008, Waisbren, *et al*, 2008). Acestea pot fi în egală măsură și avantaje și dezavantaje pentru succesul în activitatea financiară.

Revenind la impactul informațiilor contrastereotipice, este necesar să fie luată în discuție problematica referitoare la o categorie minoritară – femeile ofițer din cadrul poliției. Ce se întâmplă în cazul în care anumite aspecte ale identității profesionale vin în contradicție cu cele ale apartenenței la gen? Munca în poliție este un domeniu în care majoritari sunt bărbații și care presupune asumarea de riscuri, competitivitatea, capacitatea de a gestiona situații imprevizibile și de a lua decizii rapide, detașare afectivă. Femeile ofițer se pot simți copleșite de responsabilitățile foarte mari la serviciu, de activitățile solicitante (expunerea în fața pericolelor, violenței), dar și de cele din familie (creșterea și educarea copiilor, activități gospodărești). Tensiunile psihice generate de eforturile femeilor de adaptare la un mediu asociat masculinității duc la creșterea stresului perceput (s-a evidențiat că femeile ofițer au mai multe simptome de stres posttraumatic decât bărbații care lucrează în poliție, Dowler și Arai, 2008, p. 135).

3. STEREOTIPURILE DE GEN DIN PERSPECTIVA COGNIȚIEI SOCIALE

3.1. ACURATEȚEA STEREOTIPURILOR DE GEN ȘI STEREOTIPIZAREA

Pornind de la afirmația conform căreia „cunoaștem relativ puține lucruri despre acuratețea și conținutul diverselor stereotipuri” (Judd și Park, 1993, p. 127), Jane Irwin (1994) a cercetat acuratețea stereotipurilor referitoare la diferențele de gen, comparând percepția mărimii aspectelor distinctive cu rezultatele meta-analitice (culese dintr-un număr impresionant de studii bazate pe experimente și observații). Autoarea a observat că supraestimarea atât de frecvent invocată a diferențelor de *gen* nu a fost găsită. Însă trebuie să evităm interpretările mecaniciste întrucât lipsa supraestimării nu este echivalentă cu lipsa stereotipurilor de gen. Acuratețea acestora a fost examinată în două moduri:

a) corespondența între percepțiile gradului diferenței de gen și date meta-analitice referitoare la deosebirile dintre bărbat și femeie în comportamentul social, nonverbal și din punct de vedere al capacităților cognitive;

b) tehnica senzitivității creată de Ch. Judd și B. Park (1993), care urmărește evaluarea sensibilității față de diferențele de gen.

Jane Irwin (1994) a avut în vedere nu numai testarea discrepantei dintre datele meta-analitice și percepțiile subiecților, ci a încercat să surprindă și cauzele eventualelor diferențe. De aceea a folosit conceptul introdus de Ch. Judd și B. Park (1993) – *valența inacurateții*, care apare datorită credinței că *ingroup*-ul posedă mai multe însușiri favorabile și invers, *outgroup*-ul mai multe caracteristici neplăcute și mai puține plăcute decât merită. Tendința predominantă înregistrată a fost ori de a percepe în mod acurat diferențele reale dintre bărbat și femeie, ori de a le subestima, dovedindu-se astfel că stereotipurile de *gen* nu sunt „imagini eronate, bazate pe suprageneralizări și supersimplificări”, așa cum afirmase G. Allport (1954). Percepții acurate sau subestimări au fost observate pentru șase itemi (*caracter rebel, abilități matematice, ajutor în situații de urgență, fericire, influențabilitate și privirea insistentă în timpul conversației*), iar supraestimări ale diferențelor reale au fost întâlnite pentru două caracteristici: *agresivitate și abilități verbale* (Irwin, 1994, p.30).

Autoarea consideră că distorsiunile în estimare au fost determinate de două cauze: favorabilitatea mărită pentru femei față de bărbați (scorurile de acuratețe fiind pozitive și mai mari pentru trăsăturile favorabile în comparație cu celelalte) și favoritismul *ingroup* (în cazul femeilor în mod special, deoarece estimările făcute de bărbați erau mai apropiate de diferențele reale de *gen*).

Percepția acurată a diferențelor dintre bărbat și femeie nu implică în mod exclusiv stereotipizări de gen care au ca fundament prelucrări informaționale la fel de acurate. Aplicarea stereotipurilor este influențată și de variabilitatea situațiilor contextuale, existând posibilitatea ignorării importanței factorilor de mediu asupra comportamentului celui evaluat sau, pur și simplu, formarea de impresii despre ținta socială pe baza însușirilor derivate din apartenența categorială și nu a celor reale. Cu alte cuvinte, o femeie poate fi considerată mai potrivită pentru a lucra într-o casă de copii, datorită faptului că aceasta este percepută prin prisma unor trăsături stereotipe asociate (*blândețe, sensibilitate în relațiile sociale*). Situații de genul acesta pot fi întâlnite nu numai la nivelul simțului comun, ci și în luarea de decizii în angajarea de personal. Managerii cu puternice prejudecăți favorizează bărbații în detrimentul femeilor în selecția pentru un post-cheie, cu mare responsabilitate, sau dimpotrivă, datorită normei dezirabilității sociale și pentru a nu fi acuzați de comportamente discriminatorii avantajează femeile.

Așa se explică de ce T. Cash și alții (1977), într-un studiu având ca subiecți specialiști în domeniul resurselor umane, au observat că aceștia considerau că bărbații sunt mai bine calificați pentru profesiile masculine (*masculine jobs*), cum ar fi agent de vânzări de mașini, inginer, femeilor dându-li-se recomandări pentru cele feminine (*feminine jobs*) – secretară, asistent social. Pentru cele neutre (funcționar) erau făcute evaluări similare, neafectate de constructele stereotipe.

Apariția stereotipizării de *gen* este dată nu numai de situația contextuală, de motivația observatorului social, de resursele cognitive de care dispune și de modalitățile de procesare informațională, ci și de specificul culturii căreia îi aparține. Rezultatele psihosociologilor americani nu pot fi extrapolate și generalizate. Realizând o descriere complexă a problematicii legate de *gen* și a stereotipurilor ca universalii transculturale, P. Iluț (2000) ajunge la concluzia că profesiile foarte bine remunerate sunt mai puțin accesibile femeilor și că în condițiile aceluiași nivel de pregătire, bărbații ocupă posturi de muncă mai avantajoase. „În țara noastră, de exemplu, cu toată ideologia și politica egalizării socio-profesionale a bărbatului cu femeia, în anul școlar 1980–1981, în învățământul liceal funcționau 20 617 femei cadre didactice și 25 883 de bărbați. În anul 1991–1992 ponderea era în liceu de 29.994 de femei și 25.019 de bărbați, iar în învățământul universitar 4 921 de femei și 12 694 de bărbați” (Iluț, 2000, p. 190).

Acestea nu sunt doar simple date înscrise în Anuarul statistic al României, ci reflectă pe lângă raporturile profesionale dintre sexe și prelungirea mentalității segregacioniste datorate proliferării stereotipurilor de *gen*.

În condițiile de saliență a așteptărilor de rol de *gen* există nu numai posibilitatea ca observatorii sociali să-și formeze impresii stereotipe, pe baza apartenenței categoriale, ci și varianta ca actorii sociali să se comporte astfel încât să auto-împlinească profețiile. Von Baeyer și alții (1981) au adus suport empiric pentru legătura dintre comportarea în manieră mai mult sau mai puțin stereotipă și activarea expectanțelor de *gen*, în funcție de situația contextuală. Li se spunea subiecților (studente) că vor participa la un interviu pentru obținerea unui post de muncă. Manipularea experimentală s-a realizat astfel încât jumătate din participante au aflat că vor avea un interviuator tradiționalist, care consideră că femeia ideală este *blândă, sensibilă, atractivă și pasivă*. Celorlalte li se spunea că cel ce le va intervieva este un nonconformist, ce preferă tipul de femeie independentă, asertivă și care își poate asuma aceleași responsabilități profesionale ca și bărbatul (Von Baeyer și alții 1981).

Ipoteza cercetătorilor a fost confirmată, participantele din primul lot acordând mai multă atenție vestimentației (machiajului și bijuteriilor), vorbind mai puțin în timpul interviului și relatând mai multe însușiri consistente stereotipic cu imaginea tradițională a femeii. Din dorința de valorizare a identității personale, de prezentare a unei imagini publice pozitive, oamenii pot reacționa astfel încât să confirme expectanțele celorlalți, bazate pe apartenența la *gen*.

Cercetările recente (Blackhurst și Auger, 2008) arată că orientarea profesională a fetelor este din ce în ce mai puțin afectată de stereotipurile de *gen*. Alegerea carierei de către băieți continuă să fie influențată de așteptările stereotipic asociate apartenenței la *gen*. Fetele au mult mai frecvent decât băieții aspirații pentru o carieră care necesită studii superioare. Autorii explică această tendință ca

datorându-se faptului că bărbații cu studii medii primesc salarii mai mari decât femeile. Bineînțeles că aceasta nu poate fi singura explicație, întrucât aceleași diferențe se înregistrează și în cazul celor cu studii superioare.

Anumite stereotipuri asociate adulților sunt determinate de expectanțele de rol parental, a căror emergență este influențată și de interferența cu cele de gen. Astfel, în societatea tradițională bazată pe „*masculinitatea hegemonică*” (Brandt și Kwande, 1998), bărbatul avea rol dominant, simbolizând puterea, forța și capacitatea de întreținere a familiei, iar femeia trebuia să se dedice creșterii copiilor și activităților casnice. În zilele noastre s-a renunțat la așteptările stereotipe asociate femeii și bărbatului. Cu toate acestea, atât în țările occidentale, cât și în România, bărbatul este favorizat, deși nu mai este vorba de hegemonia din trecut. „Problema îngrijirii copiilor are o semnificație deosebită în supraîncărcarea de rol domestic al femeii, cu deosebire a celor care exercită o profesie. Cu precădere în acest tip de sarcini, soțul nu alocă un timp considerabil în a-și ajuta partenera conjugală. Femeile care lucrează sunt nevoite să comprime timpul afectat altor activități, pentru a se putea concentra asupra îngrijirii copiilor” (Iluț, 2000, p. 192).

3.2. ALTE ASPECTE ALE STEREOTIPIZĂRII DE GEN DIN PERSPECTIVA COGNIȚIEI SOCIALE

Un studiu foarte interesant, realizat din perspectiva sociocognitivă, se referă la legătura intercorelativă dintre nevoia de închidere cognitivă (*need for cognitive closure*), *bias*-urile de auto-complezență și percepția personală a calității comportamentelor paternale (Taris, 2000). Variabilitatea *bias*-urilor de auto-complezență este dată de ceea ce A. Kruglanski (1998) numea „nevoie de închidere cognitivă” – dorința de a găsi un răspuns definit fiecărui subiect, pentru evitarea confuziei și ambiguității. Cunoașterea gradului în care observatorii sociali au această trăsătură este importantă, deoarece are forță predictivă asupra tendințelor în procesarea informațiilor referitoare la ei înșiși sau la ceilalți. Pe baza studiilor empirice s-a ajuns la concluzia că indivizii cu un nivel ridicat al nevoii de închidere cognitivă își reamintesc informațiile consistente stereotipic cu ușurință, folosindu-se relativ frecvent în realizarea de judecăți (Dijksterhuis și alții, 1996), tind să comprime timpul consumat pentru căutarea datelor relevante pentru luarea unei decizii (Webster și Kruglanski, 1998), având înclinația de a prezerva cunoștințele trecute, ceea ce stimulează perpetuarea judecăților anterioare, bazate pe găsirea rapidă a informațiilor considerate de ei relevante.

Pornind de la ideea că oamenii în general au credința auto-pozitivității, considerându-se mai buni decât alții, T. Taris (2000) a observat că *bias*-urile de auto-complezență sunt mai accentuate la cei cu o nevoie puternică de închidere cognitivă în comparație cu cei ce au un nivel scăzut, percepând propria imagine în calitate de tată ca fiind foarte bună și estimând că ei își petrec mai mult timp cu copiii lor în comparație cu media.

Au fost selectați 36 de tați ai căror copii beneficiau de serviciile unui centru privat de îngrijire. Ei au completat o variantă a scalei nevoii de închidere (NFC) elaborată de N. Webster și A. Kruglanski (1994), având de răspuns și la câteva întrebări, care se refereau la câte ore pe săptămână petrec jucându-se cu copiii, citindu-le povești, hrănindu-i sau schimbându-le hainele. Rezultatele arată că există o corelație semnificativă între nevoia de închidere și percepția calității de tată – cei cu un nivel ridicat obținut la NFC afirmând că aparțin categoriei celor mai buni părinți (mult mai frecvent decât cei cu un nivel scăzut) și că dedică mai mult timp copiilor, în comparație cu alții. Autorul sugerează că *bias*-urile de auto-complezență derivă din exagerarea de către participanți a propriilor trăsături și nu neapărat din dorința de a-i minimaliza pe cei care aparțin aceleiași categorii (Taris, 2000, 39). Nu trebuie trasă în mod eronat concluzia că întotdeauna în percepția socială indivizii cu o tendință accentuată a nevoii de închidere cognitivă vor face inferențe rapide, distorsionate de *bias*-urile de auto-complezență.

Așa cum au remarcat și S. Allison și alții (1989), această dorință de pozitivare de sine, în comparația sine-alții, este mai pronunțată pentru caracteristici ambigue, intime, subiective decât pentru comportamente publice, obiective și lipsite de ambiguitate. De asemenea, există posibilitatea ca în studiul prezentat, prin manipularea anumitor variabile idiosincretice, impresia superiorității de sine a subiecților să nu fie doar o iluzie, o reflexie a fenomenului denumit de J. Codol (1975) „*primus inter pares*” (primul între egali), ci doar o reprezentare conformă cu realitatea. Afirmăm acest lucru întrucât T. Taris (2000) nu a corelat relațiile personale ale participanților cu comportamentele reale (ce puteau fi testate prin intermediul altor tehnici de cercetare, cum ar fi chestionare aplicate chiar copiilor, mamelor și educatoarelor). Oricum, acest aspect nu diminuează calitatea cercetării prezentate, deoarece autorul investighează potențialul explicativ al unor trăsături de personalitate asupra stereotipizării – problematică mai puțin abordată în cogniția socială – Neuberg și Newsom, (1993), Schaller și alții, (1995), care au evidențiat legătura dintre PNS (nevoia personală pentru structură) și stereotipizare.

Revenind la rolul de părinte, se poate afirma că acesta este influențat nu numai de tendința naturală de menținere a stimei de sine ridicate, ci și de așteptările aferente acestuia, asociate mai mult sau mai puțin stereotipic bărbatului sau femeii. Așa cum s-a menționat mai sus, deși s-a fluidizat segregarea masculin-feminin în societatea contemporană, totuși femeilor le revin în mare măsură sarcina de îngrijire și creștere a copiilor.

Există studii în literatura de specialitate studii care s-au concentrat asupra unei minorități interesante – cea a taților care își iau concediul de îngrijire a copilului, după naștere. Cum se armonizează noul rol asumat cu cel al propriei masculinități în cazul membrilor acestei minorități îndrăznețe și non-conformiste?

Care este relația dintre acest tip de identitate parentală și ideea de masculinitate hegemonică? B. Brandt și E. Kwande (1998) au ajuns la concluzia că este vorba de o intersectare a identității profesionale cu cea parentală (tații menținând legătura cu locul de muncă), prima dintre acestea fiind o reflexie a masculinității hegemonice.

Autorii au realizat o anchetă în care au fost incluși toți tații din Norvegia, care în 1987 au solicitat concediu postnatal. Instrumentul de cercetare a fost chestionarul poștal. A fost realizat și un interviu calitativ cu zece cupluri, în care mama își continuase activitatea profesională după nașterea copilului, acesta din urmă fiind îngrijit de tată. De amintit că cei ce au solicitat concediu postnatal aveau un nivel intelectual ridicat, 56% dintre ei aparținând categoriei celor cu o situație economico-financiară foarte bună. În prefigurarea portretului ideal al tatălui cele mai pregnante caracteristici au fost: combinarea unor elemente tradiționale feminine și masculine într-un nou mod, implicarea în dezvoltarea propriilor copii, nu un simbol al celui care oferă siguranța materială a familiei, ci apropierea afectivă. Tații considerau de asemenea că este în beneficiul copiilor să fie împreună cu adulții de ambele sexe și că femeile care stau acasă se simt deseori obosite, iritate, având puțină energie disponibilă pentru jocul cu copilul.

S-a observat că tații au un bun contact cu profesia lor în timpul întregii perioade a concediului, luându-și copiii cu ei pretutindeni: la plimbare, în vizite, chiar și la locul de muncă. Se poate trage concluzia că subiecții respectivi nu au avut identitatea masculină afectată de faptul că au stat un an acasă pentru a-și îngriji copilul nou-născut. Acest lucru a fost posibil și datorită ancorării securizante într-o identitate profesională puternică. Astfel, aceasta din urmă se interferează, oferind suport identității masculine, iar cea parentală se construiește prin combinarea unor trăsături materne – legătura foarte strânsă cu copilul – și paterne – independență mai mare acordată copilului, relație de prietenie.

Autorii însă nu au menționat nimic în legătură cu trăsăturile de personalitate sau emoțional-afective ale subiecților. Opțiunea pentru concediul postnatal este oare influențată de existența unor trăsături care aparțin structurii stereotipurilor de *gen* asociate femeilor: blândețe, duioșie, tandrețe, răbdare, sensibilitate față de ceilalți? Probabil că ar fi o judecată pripită dacă am considera că este astfel, deoarece autorii au subliniat faptul că subiecții erau reprezentativi pentru masculinitatea hegemonică, identitatea lor profesională dovedindu-se a fi foarte puternică. Pentru a se vedea dacă într-adevăr există aceste tendințe feminine, rezultatele cercetării puteau fi corelate cu date obținute prin aplicarea scalelor feminității și masculinității din CPI (*California Personality Inventory*) sau chiar folosirea unui test proiectiv (testul *Szondi* – factorul *h* indică tipul de identificare masculină sau feminină ca element dinamic al structurii psihice, *h* + accentuat reflectând o identificare feminină excesivă și nevoia de iubire tandră).

4. CONCLUZII

Studiile realizate de către specialiștii în psihologia socială cognitivă arată că stereotipizarea în relațiile de gen este un fenomen complex, care presupune activarea și aplicarea conținuturilor stereotipice asociate apartenenței la gen, în funcție de: a) cantitatea de informații disponibile despre ținta socială (cu cât acestea sunt mai sărace, cu atât impresiile vor fi influențate de stereotipuri); b) supra-solicitarea cognitivă (generează activarea implicită a stereotipurilor și aplicarea în prelucrarea informațiilor sociale); c) nevoia de structură (nivelul ridicat al acestora corelează cu tendința mărită de a stereotipiza); d) dispoziția afectivă (persoanele aflate într-o stare emoțională pozitivă apelează mai des la stereotipuri dacă nu există motivația pentru acuratețe); e) nivelul prejudecăților legate de gen (toți oamenii sunt conștienți de trăsăturile asociate stereotipic masculinității și feminității, dar numai cei cu un nivel ridicat al prejudecăților aplică stereotipurile în relațiile de gen sau în prelucrarea informațiilor adiacente). Din perspectiva teoriei stratificării de gen (*gender stratification theory*), s-a ajuns la concluzia că diminuarea inegalităților dintre femei și bărbați este posibilă prin creșterea participării femeilor pe piața muncii (Seguino, 2007), și am adăuga (în virtutea rezultatelor cercetărilor prezentate în preambul) și prin introducerea aceluiași reper valorice în evaluarea bărbaților și femeilor care candidează pentru funcții de conducere. „*Plus ça change, plus c'est la meme chose*” sugerează în mod plastic unul din mecanismele stereotipizării evidențiate de sociocognitiști – persistența stereotipurilor, în ciuda trăsăturilor contrastereotipice – cu cât lucrurile se schimbă mai mult, cu atât ele rămân la fel. Altfel spus, schimbările la suprafață, nu sunt acompaniate de transformări în profunzime. Pentru acestea este necesar să treacă mult timp. Totuși faptul că femeile care au trecut de la nivelul de *middle management* la cel de *top management*, dovedind că pot fi performante, arată că inegalitățile încep să se atenueze, chiar dacă stereotipurile de gen continuă să existe. Este posibil ca impactul acestora să nu mai fie intrinsec legat de presiunea psihologică determinată de frica de succes în cazul femeilor. Ar fi interesant de cercetat dacă femeile al căror rol implică și trăsături contrastereotipice (cu funcții de conducere de exemplu) au un nivel scăzut al fricii de succes, precum și scoruri ridicate la scalele de măsurare a asertivității, autoeficacității, dominanței, auto-controlului și caracterului agentic.

Primit în redacție la: 26. III. 2009

BIBLIOGRAFIE

1. ABELE, ANDREA, RUPPRECHT, TH. & WOJCISZKE, B., *The influence of success and failure experiences on agency*, *European Journal of Social Psychology*, **38**, 2008, p. 436–448.

2. ALLISON, S. T., MACKIE, D. M., WORTH, L. T., ASUNCION, A. G., *The impact of outcome biases of counterstereotypic references about groups*, Personality and Social Psychology Bulletin, **18**, 1, 1992, p. 44–51.
3. ALLPORT, G. W., *The nature of prejudice*, Cambridge, MA: Addison-Wesley, 1954.
4. BECKMAN, DANIELA ȘI MENKHOFF, L., *Will Women Be Women? Analyzing the Gender Difference among Financial Experts*, **61**, 3, 2008, p. 364–384.
5. BLACKHURST, ANNE, E., și AUGER, F. W., *Precursors of the gender gap in college: children's aspirations and expectations for their futures*, Professional School Counselling, **11**, 3, 2008, p. 285–295.
6. BRANDT, S. & KWANDE, E., *Masculinity and child care: The reconstruction of fathering*, The Sociological Review, **46**, 2, 1998, p. 110–116.
7. BROVERMAN, I., VOGEL, S. R., BROVERMAN, D. M., CLARKSON, F. & ROSENKRANTZ, P. S., *Sex – role stereotypes: A current appraisal*, Journal of Sex Roles, **28**, 1972, p. 59–78.
8. BURMAN, D., *Gender Differences in Language Are Biological*, USA Today Magazine, Society for Advancement of Education, **136**, 2757, 2008, p. 8.
9. CASH, T., GILLEN, B., & BURNS, D. S., *Sexism and beautysm in personnel consultant decision making*, Journal of Applied Psychology, **62**, 1977, p. 301–310.
10. CODOL, J. P., *On the so – called superior conformity of the self – behavior: Twenty experimental investigations*, European Journal of Social Psychology, **5**, 1975, p. 457–470.
11. DIJKSTERHUIS, A., VAN KNIPPENBERG, A., KRUGLANSKI, A. W., & SCHAPER, C., *Motivated social cognition: Need for closure effects on memory and cognition*, Journal of Experimental Social Psychology, **32**, 1996, p. 254–270.
12. DOWLER, K. și ARAI, B., *Stress, gender and policing: the impact of perceived gender discrimination on symptoms of stress*, International Journal of Police Science and Management, **10**, 2, 2008, p. 123–137.
13. HALPERN, D. F., *Sex differences in intelligence*, American Psychologist, **52**, 1997, p. 1091–1102.
14. HIGGINS, T., & KRUGLANSKI, A., *The Handbook of Social Cognition*, New York, London, The Guilford Press, 1998.
15. HORNER, MATINA, *Toward an understanding of achievement related conflicts in women*, Journal of Social Issues, **28**, 1972, p. 157–175.
16. ILUȚ, P., *Iluzia localismului și localismul iluziei*, Iași, Polirom, 2000.
17. IRWIN, JANE, *Stereotypes and social cognition*, Chicago, Rand McNally College Publishing Co., 1994.
18. JUDD, CH. & PARK, BERNADETTE, *The definition and assessment of accuracy in social stereotypes*, Psychological Review, **100**, 1993, p. 109–128.
19. KRUGLANSKI, A. W., *Motivations for judging and knowing: Implications for causal attributions*, în E. T. HIGGINS & R. M. SORENTINO (Eds.), *Handbook of motivation and cognition: Foundations of social behavior*, **2**, New York, Guilford Press, 1998, p. 53–92.
20. LEAHEY, E., CROCKETT, J. L., HUNTER, LAURA, A., *Gendered Academic Careers: Specializing for Success?* Social Forces, **86**, 3, 2008, p. 1272–1285.
21. LOCKSLEY, A., BORGIDA, E., BREKKE, N. C., & HEPBURN, C., *Sex stereotypes and social judgment*, Journal of Personality and Social Psychology, **39**, 1981, p. 821–831.
22. MAYER, ANITA, P., FILES, JULIA, A., KO, M. și BLAIR, J., *Academic Advancement of Women in Medicine: Do Socialized Gender Differences Have a Role in Mentoring?* Mayo Clinic Proceedings, **83**, 2, 2008, p. 204–207.
23. NEUBERG, S. L., & NEWSOME, J. T., *Personal Need for Structure. Individual differences in chronic motivation to simplify*, Journal of Personality and Social Psychology, **65**, 1993, p. 113–131.

24. PINKER, SUSAN, *The Sexual Paradox: Troubled Boys, Gifted Girls and the Real Differences Between Sexes*, Montreal: Random House Canada, 2008.
 25. RUBLE, D. N., & RUBLE, T. L., *Sex stereotypes in the eyes of the beholder*, în A. G. MILLER (Ed.), *Contemporary issues in stereotyping*, New York, Praeger, 1982.
 26. RYCIK, J. A., *Revisiting the Gender Gap*. *American Secondary Education*, **36**, 3, 2008, p. 98–103.
 27. SCHALLER, M., BOYD, C., JOHANNES, J., & O'BRIEN, M., *The Prejudiced Personality Revisited: Personal Need for Structure and Formation of Erroneous Group Stereotypes*, *Journal of Personality and Social Psychology*, **68**, 1995, p. 544–555.
 28. SEGUINO, STEPHANIA, *Plus ça change? Evidence on global trends in gender norms and stereotypes*, *Feminist Economics*, **13**, 2007, p. 1–28.
 29. STĂNCULESCU, ELENA, *Stereotipurile și vârsta în psihologia socială*, București, Credis, 2003.
 30. STĂNCULESCU, ELENA, *Inteligența și diferențele de gen*, *Revista de Psihologie*, **52**, 1-2, 2006, p. 35–43.
 31. TARIS, T. W., *Dispositional need for cognitive closure and self-enhancing beliefs*, *The Journal of Social Psychology*, **140**, 2000, p. 35–50.
 32. VON BAYER, G. L., SHERK, D. L., & ZANNA, M. P., *Impression management in the job interview: When the femal applicant meets the male interviewer*, *Personality and Social Psychology Bulletin*, **7**, 1981, p. 45–52.
 33. WAISBREN, SUSAN, E., BOWLES, HANNAH, HASSAN, T. și ZAN, KELLY, *Gender Differences in Research Grant Applications and Funding Outcomes for Medical School Faculty*, *Journal of Women's Health*, **17**, 2, 2008, p. 207–216.
 34. WEBSTER, D. M., & KRUGLANSKI, A. W., *Cognitive and social consequences of the need for cognitive closure*, *European Review of Social Psychology*, **8**, 1998, p. 133–170.
 35. YORK, ANNE, E., *Gender Differences in the College and Career Aspirations of High School Valedictorians*, *Journal of Advanced Academics*, **19**, 4, 2008, p. 578–600.
- *** http://ro-gateway.ro/made/193592/comnews/item?item_id=294658, *Cum muncesc, cum promovează și ce cred femeile și bărbații despre locul de muncă*.
- *** http://www.nytimes.com/adx/bin/adx_click, *Hormones, Genes and the Corner Office*.

REZUMAT

În acest articol au fost luate în discuție studii care au resuscitat interesul specialiștilor pentru stereotipurile de gen. A fost analizată o topică interesantă, referitoare la o nouă categorie socială, care include trăsături contrastereotipice – femeia de afaceri. Au fost prezentate puncte de vedere teoretice și studii empirice referitoare la acuratețea stereotipurilor de gen, precum și alte aspecte ale stereotipizării din perspectiva psihologiei sociale cognitive. S-a concluzionat că stereotipurile de gen s-au transformat și datorită creșterii accesului femeilor în poziții cu un statut socioprofesional ridicat, în ciuda faptului că prejudecățile continuă să influențeze relațiile de gen.