



ISFOL

GLI STEREOTIPI E I VALORI PROFESSIONALI

Set di slide per il 2° laboratorio di gruppo da **UTILIZZARE O SELEZIONARE IN BASE AL CONTESTO E ALLE CARATTERISTICHE DEI PARTECIPANTI**

LO STEREOTIPO: DEFINIZIONI

Il termine proviene dall'ambiente tipografico, dove, verso la fine del Settecento, fu coniato per indicare la riproduzione di immagini a stampa per mezzo di forme fisse. Il termine deriva, infatti, dal greco *stereòs* = *rigido* e da *tùpos* = *impronta* (Mazzara, 1997)*.

La parola stereotipo è infatti definita come: “opinione preconstituita su una classe di individui, di gruppi o di oggetti che riproducono forme schematiche di percezione e di giudizio” (Galimberti, 1992, p. 912)* o, ancora “opinione prestabilita che si impone come un cliché ai membri di una collettività” (Piéron, 1973, p. 550)*.

Ciò che è rilevante comprendere in tema di stereotipi è che “è stato dimostrato che l'opinione su un gruppo di popolazione influenza il comportamento di tale gruppo provocando comportamenti conformi allo stereotipo” (Galimberti, 1992, p. 912). Sebbene spesso siano valutati negativamente in quanto tendono a mantenere i pregiudizi sociali, gli stereotipi hanno un valore notevole perché contengono verità sufficienti a predire il comportamento di individui o gruppi (Galimberti, 1992).



*Mazzara, B.M. *Stereotipi e pregiudizi*, Il Mulino, Bologna, 1997.

*Galimberti, U., *Dizionario di psicologia*, Torino, UTET, 1992; Piéron, H., *Dizionario di psicologia*, La nuova Italia, Firenze.

Lo stereotipo è, in altre parole una forma di semplificazione della realtà: come sostenne Lipmann (1922), il rapporto con la realtà è mediato dalle immagini mentali che uno si costituisce di essa. Tali immagini sono spesso molto semplificate e molto rigide in quanto non sempre la mente umana “desidera” trattare la grande varietà delle forme con cui il mondo si presenta.

La formazione degli stereotipi avviene, dunque, per un processo di semplificazione della realtà. Tale processo (Mazzara, 1997)* :

- ✓ si verifica secondo modalità culturalmente previste: “gli stereotipi fanno parte del gruppo e come tali vengono acquisiti dai singoli e utilizzati per una efficace comprensione della realtà” (p. 15)
- ✓ svolge una funzione di tipo difensivo, in quanto contribuiscono al mantenimento di una cultura e delle sue forme di organizzazione, così garantendo all’individuo la salvaguardia della sua posizione
- ✓ guida la raccolta delle informazioni e l’analisi della realtà, in quanto i dati di esperienza vengono già filtrati secondo le categorie rappresentate dagli stereotipi.

*Mazzara, B.M. *Stereotipi e pregiudizi*, Il Mulino, Bologna, 1997.

*Galimberti, U., *Dizionario di psicologia*, Torino, UTET, 1992; Piéron, H., *Dizionario di psicologia*, La nuova Italia, Firenze.

Dal punto di vista etimologico, il termine indica un giudizio precedente all'esperienza, ossia un giudizio emesso in assenza di dati sufficienti. Per questa mancanza di dati, il pregiudizio viene di solito considerato un giudizio errato (Mazzara, 1997)*.

Le scienze sociali hanno specificato come, in genere, il pregiudizio :

- ✓ si riferisca non tanto a fatti o eventi, quanto a gruppi sociali, sebbene siano comuni anche giudizi dati su accadimenti della vita quotidiana o su relazioni interpersonali**
- ✓ si caratterizzi come giudizio di tipo negativo che tende a penalizzare l'oggetto del giudizio stesso.**

PERCHÉ GLI STEREOTIPI?

La formazione degli stereotipi sarebbe un processo naturale e pressoché universalmente condiviso.

Tra le molte spiegazioni delle ragioni di questo fenomeno, una fa riferimento al fatto che la creazione è un processo di semplificazione della realtà che è necessario per la nostra mente.

Essa, infatti, non potendo elaborare la grande quantità di dati provenienti dall'esterno, procederebbe a una forma di semplificazione, attraverso la creazione di categorie di significato omogenee. Tale processo di astrazione comporta poi, però, che a ogni singolo elemento di quella categoria vengano attribuite tutte le caratteristiche dell'insieme.

Molti sono i tipi di stereotipi con cui ci si confronta quotidianamente:



- ✓ sessuali
- ✓ di genere
- ✓ religiosi
- ✓ razziali

- ✓ connessi alle età della vita
- ✓ connessi alle professioni
- ✓ connessi alla diversa abilità fisica
- ✓ connessi alla dipendenza da sostanze...

LE PREFERENZE SOGGETTIVE

Sono differenti gli autori che si sono concentrati sul tema dei valori professionali, con riferimento alla rilevazione delle preferenze soggettive, all'interno di teorie psicologiche differenti. Anzitutto è importante distinguere la dimensione dei valori professionali da altre dimensioni affini.

In generale sono infatti 3 i tipi di variabili psicologiche cui si fa riferimento per misurare le preferenze soggettive - ciò che “piace” o “non piace”: interessi, valori ed atteggiamenti (Boncori, 1993, p. 681)*.

- **interessi**, definiti da preferenze o rifiuti per determinate attività lavorative, accademiche o del tempo libero (per esempio, “preferisco guardare la televisione piuttosto che leggere un libro; lavorare all'aperto invece che in una stanza”);
- **valori**, definiti da preferenze o rifiuti per determinate finalità o stili di vita, descritti a livello di maggior generalizzazione rispetto agli interessi (per esempio, “per me è più importante servire gli altri che avere riconoscimenti pubblici del mio valore”);
- **atteggiamenti**, definiti da un insieme strutturato di convinzioni, sentimenti e tendenze ad agire nei confronti di determinati oggetti sociali (per esempio pregiudizio etnico).



*Boncori...



I valori professionali possono essere definiti come caratteristiche o condizioni del lavoro rispondenti ad aspirazioni personali che si possono soddisfare più o meno indipendentemente dai diversi settori professionali (Dupont e Leresche, 1981-1982, in Boerchi e Castelli, 2000)*.

I valori professionali rappresentano una sottodimensione che ha a che fare con lo svolgimento del proprio mestiere, della propria professione e con le ragioni o meno di soddisfazione che proprio nel lavoro si vogliono trovare e riconoscere.



ALCUNI STUDI...

Secondo l'approccio di Ginzberg e collaboratori (1951)*: i valori sono considerati come cruciali nel permettere all'individuo di rapportarsi al futuro e di leggere l'azione presente in relazione agli obiettivi. Questi autori, lasciando da parte i modelli di personalità, individuaronο tre grandi categorie di valori: intrinseci, estrinseci e concomitanti.

- ✓ *Valori intrinseci* – importanza attribuita a caratteristiche della mansione
- ✓ *Valori estrinseci* – importanza attribuita ad incentivi di vario genere (economico, di status, ...)
- ✓ *Valori concomitanti* – con riferimento all'ambiente di lavoro e alle relazioni con i colleghi e con gli utenti.<



Un'ultima classificazione dei valori è quella proposta da Rokeach (1968)*:

- ✓ Valori ultimi o terminali costituiscono un fine in se stessi
- ✓ Valori strumentali – sono mezzi per raggiungere altri fini (includerebbero anche i valori professionali).

I valori professionali si pongono dunque a un livello intermedio tra i bisogni e gli interessi, sono legati a fattori culturali e ambientali, sono connessi alle motivazioni del soggetto. Sono il risultato di una continua mediazione tra fattori interni all'individuo e fattori esterni e dunque sono costrutti dinamici (Super, 1970; Boerchi e Castelli, 2000)*.

Per queste ragioni il costrutto di valore professionale è di particolare importanza per i percorsi a valenza orientativa e anche all'interno del bilancio di competenze può avere una certa utilità, soprattutto con riferimento ad un approccio che considera il soggetto in costante interazione con il contesto.

LA GESTIONE DELLE DIFFERENZE CULTURALI

Il concetto di *diversity* si pone all'attenzione degli studi organizzativi in maniera sempre più dirompente nel corso degli anni '90, dando origine a numerose ricerche e filoni di intervento orientati a una gestione delle differenze (di età, nazionalità, cultura), più attenta e consapevole. Nel panorama italiano, in particolare, si è diffuso in modo significativo l'interesse alle differenze di genere e alle problematiche connesse al *diversity management* (Gherardi, 1995, Monaci, 1997, Varchetta, 1997, Piccardo, 1999)*.

Il tema della differenza si accompagna inoltre all'importanza sempre maggiore attribuita alla ricerca in organizzazione a carattere qualitativo ed etnografico, tesa a dare voce alle storie dei suoi attori e a valorizzare differenze, e dunque unicità (Pievani, Varchetta, 1999)*.



*Gherardi...