

Wprowadzenie

Barbara Pabian
Marcin Laberschek

Dowiadujemy się o świecie, zanim go zobaczymy. Wyobrażamy sobie wielkość rzeczy, zanim ich doświadczymy. Te uprzedzenia, o ile edukacja nie uczyniła nas świadomymi, rządzą głęboko całym procesem percepcji.

Walter Lippmann (1922)

Obecność stereotypów. O schematach myślenia i działania w kulturze

Współczesne rozumienie stereotypu jako obrazu osadzonego w ludzkiej głowie, będącego uproszczeniem rzeczywistości, zawdzięcza się Walterowi Lippmannowi, autorowi powyższego cytatu. Można powiedzieć, że stereotypy są odwróconym symbolem o zakłóconych proporcjach (Benedyktowicz 2000: 192). Mogą być zarówno pozytywne, jak i negatywne, stosunkowo trafne lub całkowicie nieprawdziwe, mogą dotyczyć grupy własnej (autostereotypy) lub innych grup (heterostereotypy) (Matsumoto, Juang 2007: 94). Te, które opierają się na zaobserwowanych faktach, noszą nazwę socjotypów. Stereotypy negatywne łatwo się utrwalają, jednak niezależnie od tego, czy są nacechowane pejoratywnie, czy pozytywnie, ograniczają nasz sposób postrzegania i niosą ryzyko dyskryminacji innych ludzi.

Stereotypy jako rodzaj uproszczonego spojrzenia człowieka na różne elementy otaczającej go rzeczywistości występują również w działalności biznesowej i kulturalnej, a ich wpływ uwidacznia się w różnych jej sferach. Po pierwsze, mogą się one odnosić do osób zatrudnionych w kulturze. Muzealników uznaje się np. za osoby, których praca jest nudna i nieciekawa (Soćko-Mucha 2020), podobnie bibliotekarz to „antypatyczny zrzęda” (Wojciechowski, 2004: 4). Z kolei zawód aktora jest powszechnie kojarzony z estymą i społecznym autorytetem. Podobnie jest z ludźmi kierującymi instytucjami kultury. Zdarza się, że *a priori* lepiej ocenia się dyrektora teatru, będącego zawodowym artystą, niż tego, który reprezentuje inny rodzaj wykształcenia. Tego rodzaju schematy stereotypowego myślenia bywają również stosowane wobec określonych grup odbiorców kultury. Przykładowo, lekceważący stosunek do osób mniej zamożnych, czy o niższym poziomie wykształcenia, przekładać się będzie na ich zniechęcenie do korzystania z propozycji i eventów kulturowych z zakresu kultury elitarnej (wysokiej). Po drugie, skrótowe sposoby

myślenia mogą dotyczyć wartości i idei reprezentowanych przez organizacje kultury i wywierać wpływ na pozytywne lub negatywne postrzeganie oferty kulturalnej. Po trzecie, mogą się one odnosić do określonych lokalizacji, skutkując przypisywaniem wydarzeniom kulturalnym odmiennych ocen w zależności od atrakcyjności miejsc, w których są organizowane (np. na wsi albo w mieście). W konsekwencji może to rzutować np. na decyzje turystów o wyborze celu podróży czy konkretnej destynacji, tym samym warunkować rozwój zrównoważonej turystyki kulturowej. Badacze są zgodni, że funkcjonujące stereotypy o lokalizacjach i miejscach, także krajach, mogą być tworzone właśnie poprzez narracje turystyczne (Cierniak-Szóstak 2004; Owsianowska 2014). Po czwarte, stereotypy mogą wpływać na pracę organizacji kultury w zakresie kształtowania oferty, a konkretnie na repertuar teatralny, dobór książek do biblioteki czy selekcję eksponatów i zbiorów udostępnianych publiczności w postaci wystaw stałych czy czasowych w placówkach muzealnych (Pelczyk, 2008).

Istnieje jeszcze wiele innych obszarów działalności biznesowej i kulturalnej, w obrębie których pojawia się problem stereotypowego myślenia. Szczególnie istotne są wynikające z takiego myślenia konsekwencje, gdyż uogólniające postrzeganie i zafałszowana ocena rzeczywistości skutkują określonymi działaniami i zachowaniami. A ponieważ stereotypy pełnią funkcję oceniającą, mogą być źródłem konfliktów czy antagonizmów między artystami, pracownikami technicznymi i nietechnicznymi. Jeśli znajdują odzwierciedlenie w języku, to przekładać się to będzie na przemoc werbalną i dodatkowe napięcia. Pojawiać się może również zjawisko określane mianem autostereotypizacji, które skutkuje brakiem wiary jednostki w siebie, przyjęciem postawy uległości i zamykaniem się na ścieżkę rozwoju osobistego i zawodowego (Kubec, 2020: 389). Schematyczne sposoby myślenia kształtują też postawy wobec całych organizacji kultury, czego ilustracją może być np. – z jednej strony – zamykanie się na ofertę kulturalną źle postrzeganych organizacji, a z drugiej – afirmatywny stosunek do tych, które są oceniane pozytywnie. Ważne jest jednak to, że niektóre instytucje kultury już dziś odgrywają pozytywną rolę w przełamywaniu stereotypów funkcjonujących w społeczeństwie, czego przykładem są aktywności w tym zakresie pracowników teatru współczesnego i kina (Prykowska-Michalak, 2012).

Do powyższej problematyki nawiązuje niniejszy zeszyt czasopisma „Zarządzanie w Kulturze”, zatytułowany *Obecność stereotypów. O schematach myślenia i działania w kulturze*. Złożyły się na niego artykuły bezpośrednio powiązane ze stereotypami i sektorem kultury, jak również takie, które eksplorują temat ludzkich uprzedzeń na innych polach: kultury fizycznej, edukacji, zarządzania jednostkami samorządu terytorialnego czy zarządzania wielo- i międzykulturowego. Dzięki połączeniu wiedzy teoretyków i konkretnych przykładów z praktyki publikacja ta przynosi wieloaspektowy ogląd obecności i sposobów funkcjonowania stereotypów w sferze kultury i biznesu.

Krzysztof Stachura w artykule *Czy kultura czytelnicza ma płęć? O wyzwaniach angażowania mężczyzn w aktywność biblioteczną* zajął się znaczeniem męskich

stereotypów w zakresie kształtowania kultury czytelnicy i związanych z nimi ograniczeń w korzystaniu z oferty i udziału w życiu bibliotek publicznych. Dzięki przeprowadzonym badaniom Autor z powodzeniem dokonał identyfikacji pola tych ograniczeń, a także omówił i wyjaśnił, jakie są możliwości reakcji bibliotek w zakresie ich niwelowania.

Marta Sałkowska w opracowaniu zatytułowanym „*Wolność tutaj grozi tylko nabyciem doświadczenia*”. O dostępności Centrum Nauki Kopernik dla osób z niepełnosprawnością dokonała analizy projektu „Wielozmysły Kopernika”, wdrażanego przez Centrum Nauki Kopernik w Warszawie w celu zwiększenia dostępności instytucji dla osób z niepełnosprawnościami wzroku i słuchu. Autorka udowodniła, że istotnym założeniem projektu była również zmiana postaw społecznych i przełamanie barier stereotypowego postrzegania osób doświadczonych przez los.

W tekście Katarzyny Zielińskiej *Stereotypes Concerning Special Needs of Museum Visitors on the Example of the Museum of Engineering and Technology in Kraków* skonfrontowane zostały dwa obszary problemowe: stereotypowego postrzegania osób z niepełnosprawnościami oraz wymogu funkcjonowania instytucji kultury jako miejsca dostępnego. Egzemplifikację dla rozważań teoretycznych Autorki stanowił opis procesu zmian, jakie w ostatnich latach zaszły w Muzeum Inżynierii i Techniki w Krakowie w celu przełamania stereotypów na temat odwiedzających o specjalnych potrzebach.

W artykule *Stereotypy i uprzedzenia w zarządzaniu międzykulturowym* Aleksander Pabian zastosował metodę *desk research* i krytyczną analizę piśmiennictwa naukowego oraz innych źródeł, zwłaszcza branżowych, zgłębiających problematykę stereotypów w odniesieniu do praktyki zarządzania międzykulturowego. Opracowanie to jest udaną próbą uporządkowania dotychczasowej wiedzy w zakresie rozumienia roli i sposobów funkcjonowania stereotypów w zróżnicowanym kulturowo środowisku pracy. Artykuł wnosi cenny wkład w dotychczasową wiedzę i może stanowić punkt wyjścia dla dalszych, wielokierunkowych badań nad skutecznością procesów zarządzania zasobami ludzkimi w środowisku międzykulturowym.

Sukces (wygrana) w sporcie może być także postrzegany jako stereotyp. Nierząd-ko przypisuje się mu przecież szczególnie duże znaczenie. W taki właśnie sposób podchodzi do tej problematyki Adrian Pietrzyk w artykule *Znaczenie wygranej jako stereotypu sukcesu w jednostkach kultury fizycznej*. Dzięki przeprowadzonym badaniom ilościowym autor potwierdził, że w opinii różnych grup społecznych, reprezentujących środowisko sportowe, uzyskanie sukcesu sportowego przez klub jest ważniejsze niż inne osiągnięcia. Wskazał też na potrzebę holistycznego podejścia do zarządzania w sporcie, uwzględniającego różnorodne płaszczyzny sukcesu.

Punktem wyjścia do przygotowania opracowania zatytułowanego *Zarządzanie kadrą pedagogiczną: stereotypy na temat. uczniów a kształtowanie kultury organizacyjnej wśród nauczycieli* były badania ankietowe zrealizowane wśród dyrektorów, nauczycieli i rodziców. Judyta Kabus i Marlena Samek-Wojtyła wykazały, że istnieje

silny związek pomiędzy funkcjonującymi w placówkach oświatowych stereotypami na temat uczniów a niekorzystnymi zjawiskami z obszaru kultury organizacyjnej. W konkluzji Autorki stwierdziły, że zarządzanie kulturą organizacyjną poprzez szkolenia i politykę promującą inkluzywność społeczną może znacząco redukować negatywne skutki stereotypów funkcjonujących w praktyce szkolnej.

Ostatni z artykułów, *Zarządzanie kulturą organizacyjną w jednostkach samorządu terytorialnego*, w sposób pośredni nawiązuje do badań nad stereotypem, ale podobnie jak poprzedni dotyczy zagadnienia kultury organizacyjnej. Anna Brzozowska i Marlena Samek-Wojtyła na fundamencie badań ilościowych, przeprowadzonych w jednej z jednostek samorządu terytorialnego, wykazały, jak istotne znaczenie w kształtowaniu kultury organizacyjnej ma odpowiednio realizowany proces zatrudniania i doboru pracowników. Badaczki obalają stereotyp, że w jednostkach samorządu terytorialnego rekrutacja jest procesem rutynowym, ukazując jej strategiczne znaczenie w budowaniu zaangażowanego zespołu, który utożsamia się z wartościami organizacji.

Korzystając z przywileju zespołu redakcyjnego, chcielibyśmy serdecznie podziękować wszystkim Autorom artykułów nadesłanych do niniejszego zeszytu tematycznego za naukowe zaangażowanie oraz bogaty poznawczo wkład merytoryczny, jaki wnieśli do akademickiej debaty o stereotypach w działalności kulturalnej oraz w innych obszarach życia społecznego i biznesowego. Nie mamy wątpliwości, że zamieszczone opracowania stanowić będą interesującą lekturę dla studentów, teoretyków i praktyków biznesu, którzy na co dzień borykają się z wynikającymi ze stereotypizacji problemami relacji w sektorze kultury i biznesu. Mamy nadzieję, że teksty te zainspirują licznych naukowców do realizacji kolejnych badań na polu zarządzania kulturą, i nie tylko.

Bibliografia

- Benedyktowicz Zbigniew (2000). *Portrety „obcego”. Od stereotypu do symbolu*. Kraków: Wydawnictwo UJ.
- Cierniak-Szóstak Ewa (2004). Polska w przewodnikach. Analiza francuskich tekstów turystycznych. *Zeszyty Naukowe Akademii Ekonomicznej w Krakowie*, 661, 59–70.
- Kubec Agata (2020). Uświadomiona i nieświadomiona postać cienia organizacyjnego w komercyjnej organizacji medialnej. *Zarządzanie w Kulturze*, 21(4), 375–398.
- Lippmann Walter (1922). *Public Opinion*. New York: Harcourt, Brace and Company.
- Matsumoto David, Juang Linda (2007). *Psychologia międzykulturowa*, przekł. A. Nowak. Gdańsk: Gdańskie Wydawnictwo Psychologiczne.
- Owsianowska Sabina (2014). Stereotypy w narracji turystycznej. *Turystyka Kulturowa*, 3, 6–20.
- Pelczyk Antoni (2008). Budownictwo murowane – czyli problem z autentycznością, technologią i stereotypami w polskich muzeach na wolnym powietrzu. *Studia Lednickie*, 9, 133–143.

- Prykowska-Michalak Karolina (2012). *Wizerunki postaci kobiecych i męskich w teatrze współczesnym – przykłady (anty)stereotypów*. W: Dorota Golańska (red.), *Edukacja antydyskryminacyjna. Praktyczny przewodnik dla kadr oświaty*. Łódź: Wydawnictwo Uniwersytetu Łódzkiego, 219–241.
- Soćko-Mucha Alicja (2020). Wspólnota śmiechu muzealników (Szkie do dalszych studiów). *Prace Etnograficzne*, 48(3), 253–269.
- Wojciechowski Jacek (2004). W imadle stereotypów. *Bibliotekarz*, 4(2), 3–6.

Early View