



UNIVERSITÀ DEGLI STUDI DI PADOVA

Dipartimento di Filosofia, Sociologia, Pedagogia e Psicologia Applicata

Corso di laurea in Scienze Psicologiche Sociali e del Lavoro

Elaborato finale

Stereotype Content Model e immigrazione

Stereotype Content Model and immigration

Relatrice

Prof.ssa Giulia Fuchi

Laureanda: Elena Bauchiero

Matricola: 2012815

Anno Accademico 2022/2023

INDICE

INTRODUZIONE.....	3
CAPITOLO 1 - Stereotype Content Model	4
1.a Calore e competenza - status e competizione.....	4
1.b Pregiudizio emotivo	5
1.c Tendenze comportamentali e struttura della società	6
1.d Società individualiste e società collettiviste.....	8
CAPITOLO 2 - Stereotipi sugli immigrati	11
2.a Suddivisione in gruppi degli immigrati.....	11
2.b Fattori alla base della valutazione degli immigrati	13
2.c SMC associato ai gruppi di immigrati in Svizzera.....	14
2.d SMC associato ai gruppi etnici in Russia.....	15
CAPITOLO 3 – Immigrazione nella comunicazione di massa	18
3.a Trasmissione di stereotipi attraverso i media	18
3.b Bias cognitivi ed effetti della comunicazione	20
3.c La realtà di Piazza Gasparotto	23
CONCLUSIONE	25

INTRODUZIONE

L'argomento trattato in questa tesi è lo Stereotype Content Model (SCM) elaborato da S.T. Fiske et al. nel 2002. Si tratta di un modello che permette di prevedere come i gruppi sono stereotipati nelle diverse culture a partire dalle somiglianze nelle relazioni che strutturano la società. L'obiettivo di questo modello è individuare i principi alla base della formazione degli stereotipi; in cui per stereotipo si intende una credenza a proposito di caratteristiche, attributi e comportamenti dei membri di certi gruppi. Vengono dunque individuate due dimensioni sulle quali viene operata la valutazione dei gruppi sociali: calore e competenza.

In questo elaborato, inizialmente vengono analizzati i meccanismi alla base di queste due dimensioni centrali e i pregiudizi emotivi che vi sono associati. Successivamente, sono presi in esame come si legano questi elementi con la struttura della società, facendo particolare riferimento allo studio condotto da S.T. Fiske sulla classificazione dei gruppi all'interno della popolazione statunitense.

Nonostante siano state individuate queste basi comuni, i contenuti degli stereotipi possono differenziarsi nelle società per le diverse influenze culturali, individualistiche o collettivistiche, che subiscono. La cultura, infatti, influenza la percezione degli individui, modella le ideologie e stipula quali gruppi sono oggetto di pregiudizio. Questa differenziazione di contenuti è particolarmente evidente nel caso degli immigrati, generalmente soggetti a uno stereotipo negativo, perché gruppi particolari di immigrati sono valutati diversamente sulle dimensioni di calore e competenza in base alla loro nazionalità, etnia e classe. Il contenuto degli stereotipi e la posizione sociale occupata da questi diversi gruppi dipende anche dalla loro relazione con l'ingroup del paese di accoglienza, in particolare la distanza sociale e il contatto intergruppi. Nella seconda parte della tesi,

vengono osservati questi aspetti applicandoli alla percezione degli immigrati in Svizzera, come rappresentante del contesto europeo, e in Russia.

Infine, viene proposta un'analisi di come i media contribuiscono a diffondere messaggi che veicolano stereotipi sugli immigrati, con una particolare attenzione al contesto di Piazza Gasparotto a Padova.

CAPITOLO 1 - Stereotype Content Model

1.a Calore e competenza - status e competizione

Secondo il modello elaborato da S.T. Fiske (2002), Stereotype Content Model (SCM), tutti gli stereotipi e le impressioni sociali si formano a partire da due dimensioni: calore e competenza. Il concetto di stereotipo, dunque, viene interpretato in modo differente dalla definizione classica che lo identifica come un'antipatia uniforme e unidimensionale nei confronti di un gruppo sociale; al contrario questo modello identifica due dimensioni che emergono nella percezione e nella valutazione del mondo di tutte le persone.

La dimensione di calore include aspetti legati alla socialità e alla moralità, che in ordine di priorità sono: calore, affidabilità, socievolezza, onestà, piacevolezza e sincerità. Invece, la dimensione di competenza include aspetti legati alla capacità e all'agentività, che in ordine di priorità sono: competenza, intelligenza, abilità, efficienza, assertività e sicurezza.

La valutazione sociale è principalmente ambivalente; quindi, seguendo questa ipotesi, alcuni gruppi sono considerati come esperti in una sfera, che sia la competenza o il calore, ma inferiori nell'altra. Lo stereotipo ambivalente deriva da un effetto di compensazione per cui due gruppi, in un contesto di paragone, vengono differenziati contrastando inversamente le due dimensioni fondanti del giudizio sociale.

Un elemento primario nella percezione delle entità sociali è la comprensione delle intenzioni dell'outgroup e la sua capacità di perseguirle. La competizione con un gruppo, che ha degli obiettivi potenzialmente conflittuali, permette di valutare se le sue intenzioni sono di aiuto o di danno e di riconoscere una potenziale minaccia alle proprie risorse. Di conseguenza, il calore dipende proprio dalla cooperazione e dalla competitività percepite nelle relazioni sociali; nonché dall'esclusione sociale che consegue dalla conflittualità degli obiettivi dei gruppi. Infatti, due gruppi sociali in competizione contrappongono le loro risorse per farle prevalere l'uno sull'altro e i loro membri si distinguono per avere intenzioni negative, a differenza dei gruppi sociali che intendono cooperare e mostrano intenzioni positive. Per riassumere, il calore si misura a partire dall'interdipendenza economica, ovvero le risorse guadagnate a discapito degli altri, dai valori simbolici condivisi o conflittuali.

Inoltre, gli stereotipi sono modellati anche dalle relazioni economiche e normative di potere che regolano la competizione per le risorse nella società. Infatti, la dimensione di competenza è misurata a partire dallo status percepito che indica l'abilità di controllare, regolare e trarre risorse dagli altri. Quindi, è possibile inferire i tratti di un individuo dalla sua posizione sociale. Ad esempio, i gruppi con alto status tipicamente hanno anche potere e prestigio, dunque ciò giustifica l'apparente meritocrazia alla base della gerarchia sociale.

1.b Pregiudizio emotivo

Come precedentemente spiegato, la società si struttura a partire dalla cooperazione e dallo status percepiti e tale struttura permette di predire gli stereotipi attribuiti sul livello di calore e competenza. A loro volta, queste due dimensioni si collegano a quattro pregiudizi emotivi distinti: invidia, pietà, disgusto e ammirazione. Infine, queste emozioni predicano la discriminazione attiva e passiva che si manifesta nei comportamenti interpersonali e intergruppi di aiuto o di danno (Caprariello et al. 2009).

Il pregiudizio dell'invidia colpisce i gruppi di successo economico valutati con alta competenza ma basso calore. Tra questi si trovano diverse categorie di persone, tra cui le "donne in carriera" e le femministe, che sono rispettate ma non apprezzate perché non rientrano nei canoni della donna tradizionale; gli asiatici, che sono considerati eccessivamente competenti e ambiziosi, ma poco socievoli; infine gli ebrei, reputati intraprendenti negli affari ma egoisti. Si tratta di un'emozione ambivalente che combina ammirazione ma anche risentimento.

Sui gruppi colpiti dal pregiudizio della pietà ricade uno stigma che non possono controllare come, ad esempio, gli anziani e i disabili che sono benvenuti per la loro amicalità e comunanza ma non sono rispettati perché presentano bassi livelli di agentività. Anche in questo caso, si tratta di un'emozione ambivalente perché il dispiacere per qualcuno dura finché il suo status rimane basso.

I gruppi più svalutati, che presentano bassi livelli in entrambe le dimensioni e che sono considerati sia ostili sia incompetenti, suscitano antipatia e disprezzo. Invece, l'ingroup e i gruppi dominanti, valutati con alta competenza e alto calore, sono sostenuti e ammirati.

L'ammirazione e l'invidia seguono processi di paragone sociale con gruppi di alto status, mentre il disgusto e la compassione derivano da paragoni sociali con gruppi di status inferiore.

1.c Tendenze comportamentali e struttura della società

Si individuano quattro aree derivanti dalla combinazione di livelli alti e bassi delle due dimensioni di calore e competenza; queste includono gruppi etnici diversi in base al contesto sociale, la storia nazionale e le circostanze dell'immigrazione. Si prenderanno in esame

queste diverse strutturazioni di gruppi sociali all'interno della popolazione statunitense, sulla base dello studio condotto da S.T. Fiske e collaboratori (2002).

Il gruppo di riferimento, per cui si prova ammirazione e che presenta alti livelli sia in competenza sia in calore, include le persone appartenenti alla classe media, i cittadini e le persone fedeli alla religione dominante. Si tratta di un gruppo prototipico della società psicologicamente significativo per le attitudini e i comportamenti dell'individuo che vi si identifica e serve come standard normativo per i paragoni sociali e per le aspirazioni sociali. Al contrario, i gruppi con i livelli più bassi, per cui si prova disprezzo e che sono stereotipati come incompetenti e inaffidabili, includono i senza tetto, i rifugiati, i migranti senza documenti, persone tossicodipendenti e i nomadi. Si individuano poi due cluster ambivalenti. Il primo riguarda i gruppi valutati come caldi ma incompetenti che includono gli anziani, le persone con disabilità e bambini verso cui si prova pietà. Il secondo comprende i gruppi valutati come freddi ma competenti, che presentano quindi l'ambivalenza opposta, e includono le persone ricche, gli imprenditori e gli esperti verso i quali si prova invidia.

Il fenomeno alla base della denigrazione dell'outgroup è il favoritismo per l'ingroup: i paesi di status superiore favoriscono l'ingroup sulla dimensione di competenza perché riflette maggiormente questa differenza; mentre i paesi di status inferiore favoriscono l'ingroup sulla dimensione di calore per assicurare una differenziazione positiva che mantiene un'alta identità sociale dei gruppi stessi.

Le variabili che determinano la differenza di attribuzione di ambivalenza nelle società sono il livello di disuguaglianza e la disparità di reddito presenti nelle nazioni. Gli stereotipi ambivalenti, infatti, aiutano a mantenere lo status quo e a differenziare le persone di alto e di basso status socio-economico. In particolare, per dissimulare la disuguaglianza sociale, le società più ineguali aumentano la competenza attribuita ai gruppi di alto status e riducono

quella attribuita ai gruppi di basso status; però, per compensare, a quest'ultimi può essere assegnata la dimensione del calore che è invece negata ai gruppi di alto status.

Si traccia quindi un collegamento tra i tratti percepiti della persona e la struttura sociale per legittimare il sistema di ingiustizie, le ineguaglianze socio-economiche-politiche e la disparità di reddito (Durante et al. 2017). Di conseguenza, si osserva che il contenuto degli stereotipi è più ambivalente nelle nazioni più ineguali perché rinforzano il sistema di corrispondenza tra competenza e status seguendo l'ottica per cui le persone ottengono ciò che meritano, quindi i più poveri coprono la loro posizione per mancanza di competenza.

Non solo il livello di disuguaglianza, ma anche la presenza di pace o conflitti nella nazione influenza la strutturazione della società: nei paesi più pacifici con un maggiore livello di uguaglianza si creano ingroup più inclusivi e outgroup ridotti.

1.d Società individualiste e società collettiviste

Amy J. C. Cuddy e collaboratori (2009) hanno condotto uno studio per osservare come le nazioni europee valutano gli altri paesi membri dell'Unione europea. I risultati ottenuti confermano le ipotesi secondo cui le due dimensioni di calore e competenza predicano gli stereotipi e sono fondamentali per differenziare i gruppi e, in secondo luogo, i gruppi si differenziano sulla combinazione ambivalente delle due dimensioni (alta competenza- basso calore e bassa competenza- alto calore). Di conseguenza, viene confermata anche l'ipotesi sulla struttura sociale per cui lo status percepito è correlato positivamente con la valutazione di competenza, mentre la competizione percepita è correlata negativamente con la valutazione di calore.

Si nota, però, una diminuzione del bias intergruppi e una minore denigrazione dell'outgroup, legata a un minore favoritismo dell'ingroup; infatti nessun gruppo rientra né nella valutazione

positiva massima né nella valutazione negativa minima di entrambe le dimensioni. Ciò si spiega perché i gruppi condividono l'appartenenza a una categoria di ordine superiore, ovvero l'Unione europea, quindi la competizione intergruppi risulta meno rilevante nel contesto. Questa osservazione suggerisce che la denigrazione dell'outgroup necessita di un forte favoritismo del gruppo di riferimento per sussistere.

Sono stati condotti anche alcuni studi cross-culturali per verificare l'applicabilità del modello SCM alle differenze culturali che potrebbero negare l'universalità dei principi proposti; di particolare importanza è il paragone posto tra cultura la nordamericana individualista e quella est-asiatica collettivista nella ricerca di S.T. Fiske. Le culture collettiviste sono caratterizzate dall'enfasi sulle relazioni interpersonali, il lavoro di gruppo e tendono a descrivere gli individui in riferimento a ruoli sociali occupati. Invece, le culture individualiste pongono l'enfasi sull'autonomia, il risultato personale e tendono a considerare il fallimento o il successo come elementi incisivi sulla costruzione del sé.

Una differenza tra i due orientamenti culturali riguarda il favoritismo dell'ingroup e la denigrazione dell'outgroup. Le culture collettiviste, infatti, non identificano un gruppo di riferimento e non classificano nessun gruppo nel cluster di alta competenza e alto calore che di solito è attribuito all'ingroup. Allo stesso tempo, la denigrazione dell'outgroup risulta più debole nelle culture collettiviste benché sia presente su una delle due dimensioni; perciò non è necessario un forte ed esplicito favoritismo del gruppo di riferimento per causare questo tipo di svalutazione dei gruppi esterni. Questa differenza nella valutazione del mondo è riconducibile alla categorizzazione, uno dei processi socio-cognitivi alla base della formazione degli stereotipi che viene maggiormente influenzato dalla cultura di riferimento, e che risulta dunque più forte nel modo di percepire dei nordamericani rispetto agli est-asiatici.

Questa diminuzione del bias intergruppi nei gruppi collettivisti è simile a quella osservata precedentemente nei paesi europei, ma è attribuita ad una spiegazione differente: nelle culture collettiviste vengono moderati gli attributi positivi dei gruppi di riferimento seguendo le norme sociali di modestia, umiltà e armonia; mentre nei paesi europei viene negato lo status di gruppo di riferimento a ognuno dei paesi membri per mantenere un'ideologia di uguaglianza necessaria all'armonia dell'unione stessa.

Inoltre, i nordamericani, più che i membri delle altre culture, si appoggiano al bias di attribuzione nella valutazione della realtà, il quale si riferisce alla tendenza ad attribuire i comportamenti e i risultati delle persone, come la competitività e lo status, alle disposizioni individuali di calore e di competenza piuttosto che le situazioni o il contesto. Di conseguenza, da ciò deriva la relazione tra struttura sociale e stereotipi che conduce alla credenza per cui le persone acquisiscono un alto status in merito alle loro abilità e per cui le persone competitive sono anche più fredde.

Tuttavia, nonostante queste differenze culturali si possono determinare dei principi comuni alla base dei pregiudizi che accomunano le diverse culture; ovvero la relazione calore-competenza, la presenza di valutazioni ambivalenti dei gruppi, la correlazione tra status e competenza, cooperazione e calore. Malgrado le somiglianze nell'uso di calore e competenza, queste caratteristiche potrebbero essere costruite complementariamente ai valori sociali delle culture di riferimento: se per le culture collettiviste il calore rispecchia l'armonia sociale e la competenza riguarda la capacità di aiutare il gruppo a raggiungere gli obiettivi collettivi, invece per le culture individualiste il calore rispecchia le abilità sociali necessarie per l'avanzamento verso gli obiettivi individuali e la competenza è centralizzata sul successo personale.

CAPITOLO 2 - Stereotipi sugli immigrati

2.a Suddivisione in gruppi degli immigrati

Ogni anno, migliaia di persone nel mondo migrano verso un altro paese, con una cultura e un contesto sociale differente, in cerca di un miglioramento della loro vita. L'immigrazione porta ad un aumento di diversità nella società ospitante e i migranti devono spesso affrontare atteggiamenti stereotipati degli abitanti del paese in cui devono integrarsi.

Generalmente si riscontra uno stereotipo negativo comune sugli immigrati, che li definisce come incompetenti e inaffidabili, essendo identificati come outgroup. Tuttavia, è necessario prendere in considerazione la diversità dei contenuti di tali stereotipi, invece di assumere un contenuto univalente, per rispecchiare la diversità dei gruppi di immigrati e non trattarli come un'unica entità. Dunque, è possibile distinguere valutazioni diverse di gruppi particolari di immigrati sulle dimensioni di calore e competenza in base alla loro nazionalità, etnia e classe; la maggior parte di questi gruppi riceve uno stereotipo ambivalente piuttosto che una valutazione uniformemente bassa in entrambe le dimensioni.

Lo studio condotto da T.L. Lee e S.T. Fiske (2006) individua cinque cluster che permettono di differenziare gruppi specifici di immigrati negli Stati Uniti.

Il primo cluster, alta competenza e medio calore, comprende l'ingroup predominante all'interno della popolazione statunitense; ovvero gli americani stessi. Questo gruppo rappresenta uno standard di paragone implicito per la valutazione degli altri gruppi di immigrati, alcuni dei quali rientrano all'interno dello stesso cluster perché ricevono una valutazione simile dovuta alla massima percezione di somiglianza all'ingroup; ovvero i canadesi, gli europei, gli indiani e gli immigrati che posseggono documenti legali. Gli immigrati dei paesi europei, in particolare gli inglesi, sono considerati come i più simili agli

americani perché la cultura angloeuropea, che storicamente ha avuto una posizione egemonica sui nativi americani e sugli schiavi africani, è stata trapiantata negli Stati Uniti. Al polo opposto si trova il cluster con bassi livelli in entrambe le dimensioni di competenza e calore, che comprende le classi sociali più povere: gli africani, i lavoratori agricoli, i latino-americani, i messicani e gli immigrati senza documenti legali. Successivamente, il cluster di bassa competenza e alto calore include le persone verso cui ricade uno stereotipo paternalista di pietà, come gli anziani e le casalinghe; e gli irlandesi e gli italiani così valutati a causa del loro basso status in passato. Invece, il cluster di competenza moderata e basso calore comprende i francesi, i tedeschi e i russi. Anche gli immigrati delle nazioni mediorientali, generalmente ricondotti agli immigrati arabi, ricevono una valutazione media di competenza ma con bassi livelli nella dimensione del calore perché sono associati all'immagine dei terroristi, a causa della difficile relazione tra Stati Uniti e Medio-oriente. Infine, nell'ultimo cluster di alta competenza e basso calore rientrano i ricchi, i professionisti e gli immigrati impiegati nell'industria tecnologica, su cui ricade lo stereotipo dell'invidia. Anche gli immigrati asiatici, in particolare cinesi e giapponesi, sono considerati una minoranza di successo e competente ma con scarsa socialità e capacità interpersonali; con la sola eccezione dei vietnamiti che ricevono, invece, una valutazione di competenza minore perché sono ricondotti all'idea di rifugiati di guerra.

Da questa suddivisione, e dai pregiudizi che vi sono associati, derivano le diverse strategie di acculturazione messe in atto per gli immigrati: integrazione o separazione, assimilazione o marginalizzazione. Nello specifico, si può osservare che, indipendentemente dal calore, le persone competenti sono passivamente facilitate; al contrario, quelle incompetenti sono passivamente danneggiate. La passività si riferisce alla mancanza di azione delle persone che valutano il target, il quale, di conseguenza, subisce delle ripercussioni. Ad esempio, il maltrattamento passivo include il sapere che un immigrato riceve meno del minimo salariale

ma il rifiuto di agire per conto di questa persona; mentre l'aiuto passivo riguarda la cooperazione con un immigrato di successo.

2.b Fattori alla base della valutazione degli immigrati

Sulla base dello studio sopracitato sono stati determinati alcuni fattori che guidano la formazione degli stereotipi sugli immigrati, primo tra tutti lo status socio-economico: quando gli abitanti di un Paese migrano verso un altro, si creano nuove relazioni di status e competizione nel Paese ospitante per ragioni legate alla sua struttura sociale. Di conseguenza, la competenza, che riflette status e potere, è attribuita a persone di successo economico con un lavoro prestigioso; al contrario, il calore è attribuito a persone considerate innocue che non rappresentano una minaccia al lavoro, al potere o alle risorse dell'ingroup. Un esempio dell'influenza di questo fattore sulla percezione intergruppi è il caso degli afro-americani per cui, negli Stati Uniti, si hanno stereotipi nettamente diversi tra i neri poveri che generalmente sono lavoratori agricoli, e i neri professionisti come gli impiegati nell'industria tecnologica. Un'altra variabile che influenza la formazione di una gerarchia etnica all'interno della società ospitante è la distanza culturale tra i diversi gruppi etnici e l'ingroup (D. Grigoryev, 2019). Un alto grado di somiglianza tra ingroup e outgroup promuove l'attrazione tra i due gruppi e determina una valutazione più positiva; mentre i gruppi più distanti culturalmente ricevono una valutazione più bassa sulle dimensioni di calore e competenza. Questa percezione delle differenze tra i gruppi non riflette solo lo status e la posizione che essi occupano nella struttura sociale, ma è anche legata al contatto intergruppi. Secondo l'Ipotesi del Contatto Intergruppi di Allport (1954), infatti, un incontro diretto tra i membri di gruppi diversi, dipendente anche dalle dimensioni e dalle caratteristiche morfologiche del paese, può ridurre il pregiudizio.

Da tale distanza tra i gruppi, determinata anche dal rispettivo contatto, deriva la percezione

del conflitto intergruppi. Infatti, secondo la Teoria della Minaccia Integrata di Stephan (2000), la percezione di incompatibilità simbolica e culturale porta a considerare gli altri gruppi come minacciosi. Si distinguono due tipi di minaccia intergruppi: la minaccia simbolica intangibile che colpisce la visione del mondo e l'identità altrui; e la minaccia realistica tangibile che attacca le risorse e il benessere degli altri sia a livello di gruppo sia a livello individuale. Questi tipi di minaccia hanno diverse conseguenze; ad esempio l'atteggiamento negativo dell'ingroup verso i lavoratori immigrati, che solitamente si trovano in una situazione economica di povertà, è spiegata dalla minaccia tangibile che essi rappresentano per il loro basso salario, che instaura una competizione lavorativa.

2.c SMC associato ai gruppi di immigrati in Svizzera

La ricerca "Stereotype Content Associated with Immigrant Groups in Switzerland" condotta da S. Binggeli et al. (2014) esamina gli stereotipi associati ai gruppi di immigrati più salienti nel contesto svizzero. I risultati ottenuti permettono di dimostrare la validità del SCM e di estendere le conclusioni tratte dal precedente studio condotto negli Stati Uniti (Fiske, 2006) anche ai gruppi di immigrati nel contesto europeo.

In Svizzera, negli ultimi anni, la popolazione degli immigrati è aumentata sia in numero sia in diversità culturale; e la maggior parte proviene da paesi europei: il gruppo più numeroso è quello degli italiani, seguito dai tedeschi, i portoghesi, i francesi, i turchi e gli spagnoli. Altri gruppi salienti, individuati dalla ricerca, sono provenienti dai Balcani, dall'Africa e dall'est europeo. Di seguito, questi gruppi vengono suddivisi nei cinque cluster dell'attribuzione dei livelli delle due dimensioni fondanti del modello.

Gli stereotipi più negativi, di bassa competenza e basso calore, sono assegnati agli immigrati provenienti dai Balcani, dall'est europeo e dalla Turchia. Ciò riflette il loro basso status socioeconomico in Svizzera, la loro necessità di sostegno finanziario dal governo svizzero e,

in generale, anche l'alta stigmatizzazione dei gruppi di religione musulmana in Europa. Invece, gli immigrati africani sono considerati incompetenti ma con un livello moderato di calore; a differenza della valutazione nettamente più negativa che si osserva negli Stati Uniti, causata dalla schiavitù e della segregazione razziale che hanno segnato la storia americana. Agli immigrati provenienti dall'Europa meridionale, nello specifico Italia, Spagna e Portogallo, viene assegnato un livello moderato di competenza e alto di calore. Infatti, questi gruppi hanno vissuto in Svizzera per diverse generazioni, integrandosi maggiormente; di conseguenza sono percepiti più vicini all'ingroup, senza però ricadere nello stesso cluster. Infine, il contenuto degli stereotipi per gli immigrati francesi e tedeschi differisce in base alla regione linguistica di riferimento. Solitamente, nelle rispettive regioni di riferimento linguistico, francesi e tedeschi sono associati ai ricchi che prototipicamente formano un gruppo di alta competenza e basso calore. Al contrario, nelle regioni in cui prevale la lingua opposta, sono entrambi strettamente associati all'ingroup e, di conseguenza, ai prototipi di alto calore e alta competenza. Per quanto riguarda questi due gruppi, tedeschi e francesi hanno un vantaggio nella competizione con gli altri immigrati perché padroneggiano perfettamente la lingua locale, dato che parlano una delle principali lingue ufficiali svizzere; tanto è vero che ciò riflette anche il loro elevato status socioeconomico.

Pertanto, si può osservare dai risultati di questo studio che, come previsto dal SCM, la percezione di calore e competenza dei gruppi di immigrati differisce in funzione della loro competenza e del loro status. Inoltre, ancora una volta, il contenuto degli stereotipi si dimostra prevalentemente ambivalente e associato a una combinazione mista di caratteristiche sia positive sia negative.

2.d SMC associato ai gruppi etnici in Russia

La ricerca “Mapping Ethnic Stereotypes and Their Antecedents in Russia: The Stereotype Content Model” condotta da D. Grigoryev, S.T. Fiske e collaboratori (2019) verifica la stabilità dei principi del SCM, che fino a tale momento erano stati studiati principalmente nell’ambiente statunitense, analizzando il contenuto degli stereotipi per i diversi gruppi etnici presenti nel contesto russo.

La Federazione Russa è storicamente una società eterogenea che comprende più di 190 gruppi etnici e 21 repubbliche nazionali, in alcune delle quali l’etnia russa è solo una minoranza. Questi diversi gruppi etnici russi sono stati collocati in quattro cluster emersi dalla ricerca.

Nel cluster di alta competenza e alto calore si colloca il popolo slavo ortodosso; ovvero l’ingroup russo e gli alleati storici come i bielorusi e i serbi. L’unica eccezione è rappresentata dall’Ucraina che rientra in una valutazione moderata su entrambe le dimensioni, nonostante precedentemente fosse valutata con livelli più alti: questo cambiamento drammatico è causato dalla crisi delle relazioni tra le due nazioni e la crescente retorica negativa operata dai media russi sugli ucraini. Inoltre, in questo cluster di moderata competenza e moderato calore, si collocano anche i gruppi indigeni russi e i gruppi cristiani dell’est europeo. Questi gruppi etnici hanno pochi elementi in comune tra loro e la loro categorizzazione nello stesso cluster è spiegata dalla scarsa salienza che li caratterizza nella rappresentazione nelle menti degli individui e, di conseguenza, risultano complessivamente neutri. Per quanto riguarda il cluster di bassa competenza e basso calore, si collocano i gruppi stigmatizzati, socialmente esclusi o in conflitto con altri gruppi. Più nello specifico, si tratta di musulmani, caucasici, ceceni e in generale di abitanti dei paesi baltici che solitamente sono rappresentati da immagini negative nei media russi, a causa delle relazioni critiche tra la Russia e i paesi post-sovietici del blocco socialista. Nonostante i media russi abbiano parlato a lungo del contatto intergruppi positivo con i turchi, anch’essi sono colpiti da uno stereotipo

negativo a causa del recente conflitto in cui si trovano. Infine, nel cluster di alta competenza e basso calore si trovano i gruppi etnici provenienti da paesi economicamente sviluppati come i paesi dell'Europa occidentale, soprattutto Inghilterra e Germania; i paesi est-asiatici, in particolare Cina e Giappone; e gli ebrei.

Da questa classificazione è possibile osservare che sono presenti principalmente stereotipi univoci. Infatti, come spiegato precedentemente (si veda 1.c), l'ambivalenza degli stereotipi riflette le condizioni macrosociali del paese, in particolare è determinata da un alto tasso di disuguaglianza e un moderato livello di conflitto. Quindi, nel caso della Russia si riscontra un moderato tasso di disuguaglianza e un alto tasso di conflitto, che si ripercuote anche sul livello di tensione interetnica; a differenza degli Stati Uniti che presentano un simile livello di disuguaglianza ma un basso livello di conflitto. Ciò è spiegato dal fatto che, nonostante possano essere considerate simili per la posizione di grandi potenze che occupano a livello globale e per la quantità di immigrati che ricevono, Russia e Stati Uniti differiscono fortemente per i valori a cui aderiscono, il loro grado di sviluppo, la storia, l'ideologia e la cultura che determinano di conseguenza immagini intergruppi molto diverse.

Come spiegato in precedenza (si veda 1.d), i paesi individualisti tendono a valutare se stessi come più competenti a differenza di quelli collettivisti che si percepiscono più calorosi. Si può notare che i russi, però, attribuiscono a se stessi alti livelli in entrambe le dimensioni perché in Russia è in atto una trasformazione di valori che ne determina la collocazione al confine tra individualismo e collettivismo.

Sulla base della Teoria del Contatto Intergruppi di Allport (1954), si osserva che l'etnia russa ricorre spesso agli stereotipi per valutare l'outgroup e stabilisce delle gerarchie etniche che sono tipiche della struttura sociale proprio perché la sua superficie, la seconda più ampia al mondo, rende molto limitato il contatto diretto tra i diversi gruppi etnici.

Facendo riferimento alla Teoria della Minaccia Integrata (Stephan, 2004), l'attitudine negativa dell'etnia russa verso i lavoratori immigrati non è determinata solo dalla minaccia tangibile che essi rappresentano nella competizione lavorativa, ma anche dalla minaccia simbolica data dalla loro identità distinta, dai loro valori e dalla loro cultura di classe considerata come paesana. Spesso questi lavoratori immigrati sono di religione musulmana, lontana dalla religione cristiana-ortodossa orientale dell'etnia russa, e tale differenza diventa un'ulteriore fonte di antipatia. Infatti, la religione rappresenta un fattore cruciale nella percezione di vicinanza culturale tra i gruppi, ancor più della vicinanza territoriale o della cooperazione economica, perché porta ad una percezione di somiglianza di valori, credenze e attitudini tra i gruppi.

Alla base di tutto ciò, l'antecedente che permette di predire meglio il contenuto degli stereotipi in Russia, è lo status. Si conferma, dunque, il suo ruolo centrale nel processo di categorizzazione dei gruppi etnici: crea una forte distanza psicologica che giustifica la rigida gerarchia della società russa.

CAPITOLO 3 – Immigrazione nella comunicazione di massa

3.a Trasmissione di stereotipi attraverso i media

I mass media, attraverso la loro comunicazione su larga scala, non sempre facilitano l'informazione e la promozione della diversità culturale, ma possono contribuire anche alla costruzione di immagini stereotipiche e a veicolare pregiudizi discriminatori. L'immigrazione è un tema predominante nella quotidianità delle informazioni trasmesse dai media; dunque,

quest'ultimi svolgono un ruolo attivo nel processo di acquisizione di conoscenza e di rappresentazione di questo fenomeno nel pubblico a cui si rivolgono.

Opinioni e atteggiamenti discriminatori, spesso si riflettono in modo inconsapevole e automatico nel linguaggio che viene utilizzato dai mezzi di comunicazione di massa per riportare le notizie di cronaca. Infatti, specifiche scelte stilistiche possono sollecitare determinati stereotipi e influenzare l'interpretazione da parte del pubblico dell'evento sociale presentato. In particolare, in riferimento alla rappresentazione degli immigrati e dei loro comportamenti, si possono individuare tre principali strategie comunicative. Primo, il linguaggio offensivo: un linguaggio diretto e dispregiativo, ricco di termini emotivamente carichi che veicolano in modo esplicito un atteggiamento negativo verso la persona o il gruppo descritto. In secondo luogo, l'uso delle metafore permette di rappresentare concetti astratti in modo conciso ed efficace utilizzando termini che restituiscono un'ampia serie di caratteristiche multiple, concrete e con una forte connotazione emotiva. Per riferirsi all'outgroup e ai fenomeni di immigrazione, le metafore utilizzate più efficaci sono quelle che stimolano emozioni negative come la paura e il disgusto. Dall'impiego di questo linguaggio, deriva il processo di deumanizzazione che nega la dignità umana ai membri dell'outgroup; al contrario, essi vengono considerati come oggetti o animali. Si tratta di una modalità sottile e non esplicita di esclusione morale e di negazione della possibilità di manifestare emozioni secondarie, capacità intellettive e razionali. Infine, l'ultima strategia comunicativa è l'astrazione del linguaggio che influenza la percezione dell'evento presentato; nello specifico, quando viene utilizzata per discriminare l'outgroup si parla di bias linguistico intergruppi (Maass, 1996). Gli aggettivi, che hanno un livello massimo di astrazione linguistica, sono legati alla percezione di caratteristiche concrete, stabili e stereotipiche del gruppo; di conseguenza l'uso del linguaggio astratto nella descrizione di azioni negative dell'outgroup rafforza il pregiudizio. Invece, il linguaggio concreto, come quello dei

sostantivi, si lega alla percezione di azioni inusuali che non caratterizzano il gruppo descritto; perciò è impiegato più frequentemente per descrivere le azioni positive dell'outgroup.

Seguendo le strategie precedentemente esposte, i mezzi di comunicazione di massa tendono ad evidenziare elementi di pericolo del mondo; ciò alimenta lo sviluppo degli atteggiamenti di autoritarismo di destra (Altemeyer, 1998) che è caratterizzato da ostilità e aggressività verso i target descritti, sottomissione ad autorità di status superiore e totale adesione alle norme dell'ingroup. Dunque, questi atteggiamenti, spesso alimentati dalla descrizione degli eventi in termini di pericolo, rafforzano la paura e la chiusura dell'ingroup per proteggersi da una minaccia nel mondo esterno; in questo caso rappresentata dagli immigrati. Diventa quindi evidente il ruolo del linguaggio nel mantenere o modificare la relazione, spesso conflittuale, tra ingroup e outgroup, che generalmente legittima e autorizza i pensieri negativi e discriminatori nei confronti delle minoranze prese in considerazione.

3.b Bias cognitivi ed effetti della comunicazione

Gli stereotipi non subiscono solamente l'effetto delle modalità attraverso cui i mass media trasmettono i messaggi, ma sono influenzati anche dai processi cognitivi di valutazione che ne determinano la ricezione. Alla base vi è la percezione, un processo attivo che agisce come filtro delle informazioni provenienti dall'ambiente e che trattiene solo i dati pertinenti ai propri obiettivi su cui viene posta l'attenzione, ignorando inconsciamente tutti gli altri elementi. Questo meccanismo di cecità attenzionale assume particolare rilevanza nel contesto della comunicazione perché, a causa dell'eccesso delle informazioni disponibili soprattutto in rete, si applicano bias cognitivi e ragionamenti euristici per l'elaborazione delle stesse, ma ciò generalmente porta a delle distorsioni erronee.

Uno degli effetti principali è il ‘negativity bias’ per cui gli eventi negativi e inusuali vengono percepiti come più salienti, attirano maggiormente l’attenzione e sono ricordati più facilmente; questo è dovuto alla distintività che caratterizza tali stimoli. Pertanto, le informazioni negative riguardanti il gruppo minoritario risultano essere immagazzinate meglio in memoria e, di conseguenza, richiamate alla mente per prime quando si giudicano i rispettivi membri. Questo effetto si lega all’euristica della disponibilità, secondo cui un individuo ritiene più valido ciò che riesce a rievocare più facilmente e velocemente, come informazioni o esempi a supporto di un evento. Tale tendenza umana è rafforzata dall’attenzione mediatica posta sugli argomenti più salienti, con il risultato che le persone, sulla base della distintività, creano una correlazione illusoria tra l’appartenenza al gruppo minoritario e i comportamenti negativi. Inoltre, si aggiunge anche l’effetto dell’errore fondamentale di attribuzione: la tendenza sistematica ad attribuire la causa dei comportamenti di una persona a caratteristiche disposizionali, piuttosto che a fattori situazionali. Ciò comporta il rischio di ricadere nell’essentialismo e ritenere che il comportamento rifletta caratteristiche innate e immutabili delle persone; quindi, diventa particolarmente problematico quando porta a rafforzare gli stereotipi negativi sull’out-group, associandoli a qualità essenziali dei suoi membri.

Di fronte alla vastità delle informazioni trasmesse dai media, l’identità personale perde importanza in confronto all’identità sociale; perciò questi bias sono estesi e generalizzati dal singolo membro all’intero gruppo. Quindi, si accentuano i meccanismi di categorizzazione e di distinzione ingroup-outgroup; e quest’ultimo, nello specifico, subisce un maggiore effetto di omogeneità.

Oltre a ciò, ci sono alcuni fenomeni all’interno dei media che possono amplificare l’effetto dei bias. Tra questi, si evidenzia la bolla di filtraggio: situazione in cui, durante la ricerca di

nuove informazioni sul web, gli algoritmi forniscono selettivamente i risultati basandosi su diverse informazioni del profilo dell'utente, come la localizzazione e le ricerche passate. La conseguenza è l'esclusione dell'utente dalle informazioni che potrebbero essere in contrasto con il suo punto di vista, costruendo così un ambiente virtuale poco permeabile alle novità che lo isola in una bolla culturale e ideologica. Questo fenomeno di ripetizione costante delle stesse informazioni, può rinforzare le opinioni preesistenti degli utenti attivando il bias di conferma: si tratta della tendenza a prestare maggiore attenzione alle informazioni che confermano i propri atteggiamenti e ipotesi iniziali. A tal proposito, è possibile fare riferimento alla Teoria della Dissonanza Cognitiva di L. Festinger (1957) per spiegare il bisogno di giustificare i propri ragionamenti, una volta confrontati con la realtà. Infatti, quando si incontrano possibili contraddizioni alle proprie credenze, si innesca un meccanismo psicologico di difesa, si cambiano le proprie convinzioni o il proprio comportamento attraverso l'auto-persuasione per proteggersi dal disagio psicologico che queste potrebbero comportare. La necessità di coerenza dell'individuo, detta consonanza cognitiva, porta così a ricercare elementi in linea con le proprie idee e, a causa dei fenomeni del web precedentemente spiegati, i motori di ricerca propongono informazioni che le rafforzano sistematicamente.

Quindi, i mezzi di comunicazione di massa hanno un ruolo cruciale nel fornire le informazioni sulla cui base si costruisce la propria percezione del mondo. Tuttavia, queste informazioni spesso mirano a suscitare una reazione specifica nel pubblico e riportano generalmente i fatti negativi riguardanti i gruppi minoritari; ciò influenza la percezione del pubblico e crea una discrepanza con i dati della realtà, contribuendo ad amplificare i loro atteggiamenti di pregiudizio e di discriminazione.

3.c La realtà di Piazza Gasparotto

Di seguito, viene proposta un'analisi di come questi fenomeni della comunicazione sono applicati in un contesto reale, con uno specifico riferimento alla realtà di Piazza Gasparotto a Padova. Si tratta di un'area di Padova che, da alcuni anni, si trova al centro di progetti e tentativi di intervento di rigenerazione urbana. Infatti, questa piazza presenta evidenti problematiche sociali in quanto è popolata da persone vulnerabili e instabili che vivono in condizioni di povertà e discriminazione estrema: uomini e donne senza casa, senza lavoro, con problemi di dipendenza, principalmente migranti espulsi dall'accoglienza.

Spesso, questa zona urbana attira l'attenzione dei media e diventa oggetto di polemica a causa delle difficoltà che presenta e delle modalità attraverso cui vengono gestite. Nella comunicazione mediatica, la piazza è descritta prevalentemente in termini di degrado, pericolosità ed illegalità, dipinta come centro di spaccio, tossicodipendenza e dormitorio all'aperto. Vengono così veicolate rappresentazioni estremizzate che evidenziano le criticità del posto senza realmente osservarne le potenzialità; questi messaggi inducono gran parte dell'opinione pubblica a ritenere responsabile di tale degrado la stessa comunità che vi abita. Tutto ciò rafforza l'immagine stereotipica della piazza come una delle zone più malfamate della città e ne alimenta l'esclusione sociale e la discriminazione, tuttavia ciò costituisce la base del problema su cui bisognerebbe intervenire.

Inoltre, un problema del dibattito attuale sull'immigrazione è il fatto che viene condotto in termini astratti, che favoriscono l'oggettivazione delle persone non più considerate nella loro soggettività, e che non si basa sull'esperienza personale di contatto diretto con tale realtà. Al contrario, accogliere la storia dell'altro grazie ad un ascolto empatico e l'invito al dialogo, permette di ristrutturare queste narrazioni in termini di apertura e creazione di un legame sociale di vicinanza, piuttosto che accentuarne il carattere stereotipico.

Negli ultimi mesi si è assistito a forti tensioni all'interno della piazza innescate dall'apertura di nuova postazione di polizia di prossimità e dall'attuazione di operazioni di sgombero che, non solo hanno allontanato le persone presenti, ma hanno anche portato via i loro effetti personali. Questi eventi si sono rivelati problematici, violenti, repressivi e hanno favorito le dinamiche di disagio e di conflittualità che caratterizzavano già questo contesto; hanno così agito in una direzione opposta rispetto all'intervento dei servizi sociali e delle associazioni sul territorio. Infatti, le azioni di quest'ultimi si basano sulla cura, sulla solidarietà e sulla cooperazione; tuttavia, non sono stati coinvolti nelle decisioni prese, e successivamente attuate, nella piazza.

Si può dunque affermare che queste politiche securitarie non risolvono il problema, ma si limitano piuttosto a spostarlo in un'altra zona della città, accentuando le stesse condizioni di fragilità e sofferenza su cui dovrebbero agire. Al contrario, piuttosto che affrontare questo fenomeno in termini di emergenza, risulta necessario eliminare la diffidenza che separa le persone da coloro che vivono in condizioni di marginalità, dare un supporto reale ed instaurare un sistema di convivenza che faccia riferimento alla diversità come risorsa.

Svolgendo l'attività di tirocinio presso l'associazione Open Gates, che offre uno sportello etno-psicologico di supporto per i richiedenti asilo in Piazza Gasparotto, ho avuto la possibilità di osservare dall'interno queste problematiche e di affrontarle grazie alla mediazione di diversi progetti messi in atto dalle associazioni che si prendono cura di questo spazio. Infatti, vengono realizzati numerosi percorsi di supporto e di sostegno, basati sulla cooperazione tra gli attori sociali del luogo, che uniscono comunità, arte, musica e cultura per trasformare Piazza Gasparotto in uno spazio urbano aperto e solidale. Questi progetti partono dalla necessità di colmare delle mancanze del sistema di integrazione e di accoglienza degli immigrati che si è dimostrato insufficiente nell'affrontare alcuni problemi sociali e

psicologici che li affliggono; ad esempio, non conoscono a fondo la cultura di origine, la storia e le esperienze di coloro a cui si rivolgono. Invece, le iniziative organizzate dalle associazioni di Piazza Gasparotto si basano sull'idea di inclusione, di conoscenza e di partecipazione delle persone che abitano la piazza come via principale per contribuire alla costruzione di legami sociali in grado di rigenerare lo spazio urbano e di diffondere una nuova narrazione a contatto con la realtà.

CONCLUSIONE

Questo elaborato si è posto l'obiettivo di indagare come gli stereotipi influenzano la percezione e la valutazione del fenomeno dell'immigrazione, partendo da un'analisi del modello che ne spiega la formazione.

In primo luogo, seguendo i principi individuati da S.T. Fiske et al. nel Stereotype Content Model (2002), si può osservare come si costruisce il contenuto degli stereotipi attraverso la combinazione delle due dimensioni di calore e competenza, su gradualità diverse, e come queste si legano ai fattori di status e competizione percepita dei gruppi sociali. Si formano così delle categorie distinte associate a specifici stereotipi, nelle quali vengono classificati i diversi gruppi sociali, sia quelli di appartenenza sia quelli esterni. A sua volta, questa associazione tra gruppo e stereotipo, veicola delle emozioni specifiche nei confronti del gruppo stesso; ciò determina anche i pregiudizi e i comportamenti assunti nei suoi confronti.

Nonostante si tratti di principi universali alla base del processo mentale di formazione degli stereotipi, si possono individuare alcune differenze nel modo in cui questi influenzano la struttura della società rispetto alla cultura dominante e alla storia di immigrazione di ogni paese. Infatti, gli attori sociali subiscono influenze diverse in base alle specifiche

caratteristiche socioeconomiche, politiche, culturali e storiche del contesto in cui si trovano; da ciò derivano delle rappresentazioni del mondo differenti. A tal proposito, si prendono in esame le ricerche condotte nel contesto statunitense (Lee e Fiske, 2006), in quello svizzero come rappresentante del panorama europeo (Binggeli et al., 2014), e in quello russo (Grigoryev, Fiske et al., 2019); analizzando i risultati ottenuti in ciascuno di questi studi è possibile osservare delle categorizzazioni dei gruppi di immigrati diverse tra loro. Questo è spiegato dal fatto che si individuano più fattori alla base della valutazione degli immigrati che, di conseguenza, ne caratterizzano la differenziazione; tra cui lo status socioeconomico e la posizione occupata dal gruppo nella gerarchia sociale. Anche la relazione tra ingroup e outgroup risulta determinante: si tratta di un rapporto complesso modellato dal contatto diretto, dal conflitto, dalla distanza culturale e dalla somiglianza percepita, dal grado di competizione per le risorse e dalla minaccia rappresentata dall'outgroup nei confronti dell'ingroup.

In ultima analisi, i mass media hanno una forte influenza nel rafforzare gli stereotipi e la discriminazione verso i gruppi di immigrati. Ciò è reso possibile dalle diverse strategie di comunicazione impiegate, più o meno consapevolmente, che agiscono sui processi mentali automatici delle persone a cui si rivolgono. Infatti, il pubblico risulta soggetto a bias cognitivi e distorsioni del giudizio durante l'elaborazione e la valutazione delle informazioni che gli sono fornite; dunque, subisce un effetto proprio della comunicazione. Questi meccanismi si ripercuotono nella realtà e le loro conseguenze sono osservabili nella nostra quotidianità; come nel caso di Piazza Gasparotto a Padova, che rappresenta un esempio lampante delle problematiche causate dall'applicazione degli stereotipi e dalla conseguente esclusione sociale degli immigrati. Tuttavia, è possibile inseguire delle possibili soluzioni che permettano di favorire l'integrazione e di contenere l'attuale marginalizzazione che colpisce gli immigrati. A partire da questa panoramica sulla ricaduta che hanno gli stereotipi

all'interno del fenomeno dell'immigrazione, è necessario che le ricerche future indaghino a fondo le strategie di riduzione del pregiudizio e che seguano i possibili percorsi per risolvere tali problematiche.

BIBLIOGRAFIA

- Altemeyer, B. (1998). The other “Authoritarian personality.” *Advances in Experimental Social Psychology*, 47–92. [https://doi.org/10.1016/s0065-2601\(08\)60382-2](https://doi.org/10.1016/s0065-2601(08)60382-2)
- Aronson, S. H. (1954). The nature of prejudice Gordon W. Allport. *Social Problems*, 2(2), 113–114. <https://doi.org/10.2307/798827>
- Binggeli, S., Krings, F., & Sczesny, S. (2014). Stereotype content associated with immigrant groups in Switzerland. *Swiss Journal of Psychology*, 73(3), 123–133. <https://doi.org/10.1024/1421-0185/a000133>
- Caprariello, P. A., Cuddy, A. J., & Fiske, S. T. (2009). Social structure shapes cultural stereotypes and emotions: A causal test of the Stereotype Content Model. *Group Processes & Intergroup Relations*, 12(2), 147–155. <https://doi.org/10.1177/1368430208101053>
- Cuddy, A. J., Fiske, S. T., Kwan, V. S., Glick, P., Demoulin, S., Leyens, J.-P., Bond, M. H., Croizet, J.-C., Ellemers, N., Sleebos, E., Htun, T. T., Kim, H.-J., Maio, G., Perry, J., Petkova, K., Todorov, V., Rodríguez-Bailón, R., Morales, E., Moya, M., ... Ziegler, R. (2009). Stereotype content model across cultures: Towards universal

similarities and some differences. *British Journal of Social Psychology*, 48(1), 1–33.

<https://doi.org/10.1348/014466608x314935>

- Durante, F., Tablante, C. B., & Fiske, S. T. (2017). Poor but warm, rich but cold (and competent): Social classes in the stereotype content model. *Journal of Social Issues*, 73(1), 138–157. <https://doi.org/10.1111/josi.12208>
- Festinger, L. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations*, 7(2), 117–140. <https://doi.org/10.1177/001872675400700202>
- Fiske, S. T. (2018). Stereotype content: Warmth and competence endure. *Current Directions in Psychological Science*, 27(2), 67–73. <https://doi.org/10.1177/0963721417738825>
- Fiske, S. T., Cuddy, A. J., Glick, P., & Xu, J. (2002). A model of (often mixed) stereotype content: Competence and warmth respectively follow from perceived status and competition. *Journal of Personality and Social Psychology*, 82(6), 878–902. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.82.6.878>
- Grigoryev, D., Fiske, S. T., & Batkhina, A. (2019). Mapping ethnic stereotypes and their antecedents in Russia: The stereotype content model. *Frontiers in Psychology*, 10. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01643>
- Lee, T. L., & Fiske, S. T. (2006). Not an outgroup, not yet an ingroup: Immigrants in the stereotype content model. *International Journal of Intercultural Relations*, 30(6), 751–768. <https://doi.org/10.1016/j.ijintrel.2006.06.005>

- Maass, A., Ceccarelli, R., & Rudin, S. (1996). Linguistic intergroup bias: Evidence for in-group-protective motivation. *Journal of Personality and Social Psychology*, 71(3), 512–526. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.71.3.512>
- Stephan, W., & Stephan, C. W. (2004). A middle road between emics and Etics: The Integrated Threat Theory of Prejudice. *PsycEXTRA Dataset*. <https://doi.org/10.1037/e633912013-075>