

Låsta perspektiv. Om personstereotyper i svenskan

Kristina Nikula

Tammerfors universitet

Nordiska språk

Personenstereotype sind übliche, verallgemeinernde, bewertende und vereinfachende Urteile, die in ungerechtfertigter Weise auf Menschengruppen bezogen werden. Aus Gründen der politischen Korrektheit werden nicht selten Heckenausdrücke verwendet, die aber die Stereotype eher verstärken. In diesem Beitrag werden einige Stereotype angeführt, die sich hauptsächlich auf die schwedische Bevölkerung Finnlands beziehen.

Nyckelord: stereotyp, metonymi, häck

1 Bakgrund

På Svenska dagen eller Gustav Adolfs-dagen kunde man i en blogg (6.11.2006) läsa följande:

Högtidsdagen till ära hoppas jag att så många av er som möjligt klätt sig i traditionella beiga Burberry-halsdukar och seglarskor, kommer ihåg att kindpussas, skåla korrekt med snapsen, påpeka att ni vill ha en mannerheimare och samtidigt skrocka lite, äta struvor och fastlagsbullar, läsa mumin samt tala lite högre än alla andra i spårvagnen. (Öhman 2006)

Inte enbart tidpunkten (6.11) utan i minst lika hög grad innehållet i citatet ovan gör att (den finlandssvenske) läsaren sannolikt utan svårighet förstår vilka som uppmanas att uppträda på ett visst sätt, dvs. skribenten avser finlandssvenskarna. Identifieringen är tämligen enkel eftersom i texten ironiseras över flera av de stereotypa uppfattningar som existerar om just finlandssvenskarna.

Med en stereotyp avser jag i denna artikel en låst (långlivad, oföränderlig) föreställning om en grupp och dess medlemmar, vilken kommer till uttryck i form av förenklade, emotivt färgade omdömen om dessa. Dessa omdömen tillhör inte lexikondefinition på referenten (ex. *dansk* '(mans)person från Danmark') utan bygger på annan "kunskap" om denne (ex. *den snåle dansken*) (jfr Pümpel-Mader 2010: 14–15). Ord som *svartskalle* eller *nigger* är visserligen negativa men utgör inte stereotyper. För detta

krävs inte enbart en värdering utan förutom en stereotypbärare också ett attribut, t.ex. *de stela svenskarna* (se dock t.ex. *osvensk* 3.4). Vissa stereotyper är låsta till följd av att de utgör kollokationer dvs. en lexikal enhet som bygger på frekvent samförekomst. Kollokationer är t.ex. *de gemytliga danskarna* inte *de trevliga danskarna*, *den snåle juden* inte *den sparsamme juden*.

Det förefaller höra till stereotypens egenart att den ofta uppvisar en negativ värdering. Detta hänger troligen samman med det perspektiv i vilket stereotypen uppstår. *Autostereotypen*, dvs. självbilden, är vanligen positiv medan *heterostereotypen*, eller den bild andra har av en individ eller grupp, däremot ofta är negativ. (Pümpel-Mader 2010: 16.) Stereotypen, som ligger i övertygelsen om den betecknade gruppens egenart, kommer till uttryck verbalt men kan också förekomma i bild. Stereotyper existerar inte enbart om sociala kategorier eller personer och persongrupper (ex. *de tystlåtna finnarna*) utan också om icke-sociala kategorier eller objekt, t.ex. *kvalitet* i *svensk kvalitet*. I den här artikeln behandlar jag sociala stereotyper.

Ofta görs inte någon skillnad mellan stereotyper och fördomar (se ex. 14–15). I förhållande till *fördomar* är stereotyper inte ensidigt negativa, affektladdade omdömen utan de innehåller snarare både negativa och positiva element. Stereotypen är i motsats till fördomar, som är av individuell karaktär, därtill av kollektiv natur, den omfattas av medlemmarna i en grupp (Filipp & Mayer 1999: 56) och ger uttryck för de ”normala” förväntningar samhället ställer på en social kategori (Lakoff 1987: 81). I motsats till *prototypen*, som utgör en mental föreställning om en typisk företrädare för en grupp, kräver stereotypen emellertid alltid språkliga uttryck.

I denna artikel diskuterar jag hur en stereotyp uppstår och olika slag av stereotyper. Jag behandlar också stereotypa yttranden och kommunikativa strategier. Metodiskt har jag låtit mig inspireras av kognitiv semantik (se kap. 2). Jag presenterar stereotyperna utgående från de språkliga uttrycksformer som dessa uppträder i. Exempelen har excerperats i tidningspressen samt med hjälp av Google.

2 Stereotypens uppkomst

I ordböcker ges substantivet *ungkarl* betydelsen 'man som inte lever i äktenskap'. I definitionstillägget konstateras ytterligare 'och vanl. inte heller i samboförhållande, ofta med tanke på mer eller mindre bohemiskt levnadssätt' (SO). Inte heller påven eller ogifta, katolska präster kallas ungtkarlar. Lexikondefinitionen på *ungkarl* utgår från det som inom den kognitiva semantiken kallas en idealiserad kognitiv modell (ICM)¹. Denna förutsätter att det finns ett samhälle med monogama äktenskap mellan skilda kön och en viss giftasålder för män. ICM motsvarar sålunda inte med nödvändighet den utomspråkliga verkligheten, därtill är bakgrundsantagandena alltför förenklade, men kan likväl mer eller mindre motsvara gemene mans föreställning om världen. (Lakoff 1987: 70–71.)

En stereotyp grundar sig på föreställningen om individer eller objekt. Eftersom ICM visat sig passa enbart för semantisk representation av lexikal betydelse behöver stereotyper en semantisk representation som inte täcker enbart denna betydelse. För detta kan ramar (frames)² erbjuda ett lämpligt representationsformat (Klein 1998: 38, Pümpel-Mader 2010: 161–163). En ram består av *slot-kategorier* för sådan kunskap som associeras med ett givet ord, rambäraren, men som inte ingår i kärnbetydelsen. En konkretisering av slots sker då dessa antar vissa värden eller *fillers*. En stereotyp utgör resultatet av ett val av någon av de fillers eller attribut som en rambärare aktiverar. Vid valet, som är beroende av kontexten, väljs det attribut som uppfattas som mest aktuellt eller framskjutet (eng. salient) i den ifrågavarande kontexten. I ordböckerna kan denna typ av information redovisas som definitionstillägg (se *ungkarl* ovan) eller i textprov, t.ex. under uppslagsordet *ungkarlsliv* ges exemplet *ungkarlsliv med partyn och brudar* (SO). Teorin om ramar tar i motsats till lexikondefinitionen i betydelsebeskrivningen sålunda med sådana föreställningar om vilka det råder konsensus (Pümpel-Mader 2010: 171) och vilka är så självklart eller stereotypiskt förbundna med ett lexem att de inte behöver nämnas explicit i texter.

¹ ICM = Idealized Cognitive Model. Om uppkomsten se t.ex. Lakoff (1987: 68).

² Många olika beteckningar används för i stort sett samma sak: förutom *frames* bl.a. *scheme* och *scripts* (se t.ex. Pümpel-Mader 2010: 163).

Försök har gjorts att samla så många kunskapsaspekter om det rambärande lexemet som möjligt vilka förutom att de är adekvata också kan tillämpas på största möjliga antal substantiv. Den hierarkiska modell som van Dijk skapat med tanke på fördomar är användbar som utgångspunkt också vid studiet av stereotyper. För ingruppen (eng. ingroup) eller den grupp man själv tillhör har vid etnisk kategorisering av utgrupper (eng. outgroups) eller ”de andra” följande aspekter visat sig vara dominanta (inom parentes exempel på fillers som tillskrivs rambäraren ”finlandssvensk” som *grupp*):

- a) national origin and/or appearance: (finländare)
- b) socioeconomic status: (förmögen)
- c) sociocultural norms, values, religion, beliefs, language: (svenska)
- d) (typical) actions or interactions: (seglar, rik, kindpussar)
- e) assigned personal properties (intelligence etc.): (arrogant, högljudd), (jfr van Dijk 1984: 37).

Inom ramarna för enskilda, etniska stereotypa beteckningar utgör aspekterna a) – e) slot-kategorier (öppningar/luckor) och de egenskaper som representerar gemensamma kunskaper eller åsikter inom dessa utgör *fillers* (fyllnad). För adjektivet (och substantivet) *finlandssvensk* utgör därvid a) och c) definierande kategorier. Vilka slot-kategorier som aktualiseras är inte en språkintern fråga utan närmast avhängigt av kontexten i vid mening.

Lakoff ser metonymin som en betydande källa till stereotypi. Sociala stereotyper är fall av metonymi där en individ eller grupp har vunnit erkänd status som stående för hela kategorin och som därmed definierar kulturella förväntningar på vad referenten förutsetts vara, t.ex. *ungkarl*. (Lakoff 1987: 79.)

[...] some metonymic construals are only possible if the speakers of a language agree as to which properties should be associated with a given metonymic vehicle. But not all knowledge shared by the speech community counts in such cases. Only certain aspects can be picked out for metonymic references – only those aspects which come to speakers’ minds immediately when thinking about the entity in question. In other words, it is only highly salient attributes which can form the basis of paragons. (Handl 2011: 200.)

Exempel 1 innehåller en PRODUCENT FÖR PRODUKT-metonymi³.

- (1) Jag har just köpt en Picasso. (Efter Handl 2011: 202.)

³ Lakoff & Johnson (1980: 35–40) anger ett antal exempel på typiska metonymier.

Orsaken till att exempel 1 upplevs som naturligt och är begripligt är att man har en välstrukturerad mental föreställning om Picasso. Begreppet innehåller kunskap i form av attribut som 'var konstnär', 'målade tavlor', 'är känd i konsthistorien' osv. Som begrepp är Picasso fullt av information som beroende på kontext är i olika grad framskjuten (Handl 2011: 33); att han var konstnär rinner sannolikt språkbrukaren först i hågen.

- (2) Inga *pälskragar* och *Burberryhalsdukar*, ja ingenting som pekade mot att just den här kunde vara en rabiät och högfärdig fennosvekomman. (ÅU 11.2.2012)⁴

Exempel 2 innehåller en KLÄDER FÖR BÄRAREN-metonymi. En stereotyp behöver emellertid inte formuleras explicit utan attribut räcker till för att den ska aktualiseras. Eftersom den stereotypiserade bäraren saknas i exempel 2, denoterar *pälskragar* och *Burberryhalsdukar* inte direkt en persongrupp, kläderna anses däremot signifikanta för en viss grupp. Kläderna väcker föreställningen om stereotypa ramvärden och gör det genom sekundär motivering möjligt för recipienten att associera till en speciell rambärare, dvs. *finlandssvensk* (se vidare avsnitt 3.7).

3 Stereotyper i svenskan

Svenska sociala stereotyper kan uppträda på språkets alla nivåer: fonologi, lexikon, syntax och textnivå. I fortsättningen diskuterar jag ett urval stereotyper som är mer eller mindre vanliga i svenskan.

3.1 Uttal

En stereotyp uppstår om ett speciellt uttal anses som typiskt för en viss social grupp. De språkliga kännetecknen uppträder samlat, står distributivt i en oväntad position och i kontrast till den övriga textuella omgivningen (ex. 3). Eftersom den stereotypiserade bäraren saknas (jfr ovan), denoterar det stereotypa uttryckssättet inte direkt en persongrupp, däremot representeras uttal som anses signifikant för en viss grupp. För uppkomsten av stereotypen är det av mindre vikt om upplevelsen av uttalet är korrekt;

⁴ Kursiveringarna i exemplen är mina.

av betydelse är den sekundära motiveringen, eller metonymen SÄTT ATT TALA FÖR TALARE, som sker i efterhand när man förbinder förhållandet mellan de stereotypa ramvärdena och rambäraren. (Pümpel-Mader 2010: 77.)

- (3) Tematiskt sätt [sic!] så var det ju kanske inte så överraskande att se att den största andelen av publiken var av finlandssvenskt ursprung. Lite mera förvånande var de ofantliga mängder kindpussar som delades ut tillsammans med diverse artigheter och tackfraser. Jag vet inte, men jag tycker inte om konceptet kindpussar i Finland. [---] Främst kanske för att alla människor jag ser hålla på såhär rent allmänt talar väldigt *nasalt* och högtravande. Typer som pratar om att “*vi nyss varit på laaaaandet och sjösatt sniiipan...*” och så beställer de champagne på krogen och ser föraktfullt på kossucolan. (Ahtola 2012)

Exempel 3 ingår i en text där skribenten beskriver publiken vid ett teaterbesök i Helsingfors. Skribentens försök att efterapa viss, talad svenska, som kännetecknas av nasalering och lång vokal plus lång konsonant, leder till antagandet att den Helsingforssvenska delen av publiken avses. Recipienten får förutom av metonymin också en viss hjälp att identifiera den stereotypiserade rambäraren då skribenten inledningsvis konstaterar att en övervägande del av publiken var finlandssvensk. Också stereotyper på ordnivå bidrar till identifieringen (t.ex. *kindpussar*).

3.2 Generisk substantivfras med adjektivattribut: *de snåla judarna*

För personstereotyper är aspekten härstamning över lag ett viktigt attribut. (van Dijk 1984: 37.). En vanlig stereotyp består av en generisk substantivisk kärna föregången av ett adjektivattribut, ex. *de snåla judarna* (ex. 4). Den bestämda artikeln i singularis eller pluralis utgör en indikator på att *de snåla judarna* är en stereotyp. (Pümpel-Mader 2010: 94). I lexikondefinitionen på *jude* ingår inte *snål* (jfr SO), utan *snål* är bara ett av de attribut (*falsk, svekfull*) som förknippas med rambäraren och som i vissa kontexter intar en framskjuten position. Stereotyper av den här typen visar en tendens till gradering som språkligt kan komma till uttryck på olika sätt, t.ex. juden och skotten är när han handskas försiktigt med pengar inte sparsam utan överdrivet sparsam eller snål (Pümpel-Mader 2010: 19). I viss kontext är *snål* ett framskjutet attribut också för nomina som *dansk, Laihelabo, smålänning, tysk* o.a.

Dansken är emellertid inte enbart snål utan, som framgår av exempel 5, också *gemytlig*. Exemplet visar därtill två antonyma stereotyper som ställs mot varandra, något som inte är ovanligt. Typiskt för stereotyper är också att de är mer eller mindre idiomatiska eller utgör kollokationer. Detta betyder att adjektivet inte kan ersättas med ett annat utan en viss betydelseförlust.

- (4) Judar är ett ekonomiskt folk. En kraftig precisionsbomb kostar idag över en miljon kronor. [...] Nu igår hade judarna flera massakrer på bilkaravanerna. Det blir betydligt billigare för *de snåla judarna* att förinta en bilkaravan. (Harald 2005)
- (5) Journalisten är därför lite som svensken som beundrar *den gemytliga dansken*, medan forskaren snarare är som dansken som ser med lätt förakt på *den stele svensken*. (Samuelsson s.a.)

3.3 Adjektivavledningar: *osvensk*

Prefixet *o-* i *osvensk* (ex. 6) gör av nationalitetsadjektivet *svensk* ett kvalitetsadjektiv. Detta prefix kan inte bytas ut mot *icke-* med mindre än att adjektivets betydelse förändras (jfr *osvensk* – *icke-svensk*). Avledningar med *o-* + adjektiv karakteriserar när det är fråga om individer, förhållningssätt och handlingar samt ger adjektivet en betydelse som är motsatt avledningsadjektivets betydelse och därtill ofta med en pejorativ biton. Som kvalitetsadjektiv aktiverar *osvensk* ramvärlden som leder till en stereotyp läsart då det underförstått förutsätts att det finns egenskaper som är typiska för svenskarna.

- (6) Jag brukar säga att jag är en tredjedel värmlänning, alltså genialisk och med humor, sen har vi den tyska tredjedelen som är lite mer ordning och reda, och så en tredjedel amerikan eftersom jag varit så mycket i USA och passar väldigt bra in där, säger Owe Sterner. Den amerikanska delen i mig är att jag efter min första resa till USA fått lära mig att alltid vara positiv, se möjligheter, och inte vara blyg. [...] Han är en man med stort självförtroende, och en *osvensk* vana att gärna berätta sina historier med sig själv som glänsande huvudattraktion. (Lindqvist 2012)

För att förstå innebörden av stereotypen *osvensk* borde man alltså vara medveten om att svensken anses vara dum och humorlös, slarvig, negativ och blyg samt utrustad med dåligt självförtroende. Det är med andra ord positivt att vara *osvensk*. Men detta gäller inte invandrare och folk med utländsk bakgrund. Om en invandrare är naturligt *osvensk*, är *osvensk* inte en komplimang. (Lindström 2009.) I exempel 6 aktualiserar *osvensk* inte enbart sekundärt motiverade, stereotypa omdömen om svenskarna utan också stereotypa omdömen om andra som (*humoristiska*) värmlänningar, (*ordentliga*) tyskar och (*positiva*) amerikaner.

3.4 Adjektivfraser: *typiskt finlandssvensk*

Kärnlexemet *finlandssvensk* i frasen *typiskt finlandssvensk* (ex. 7) är i likhet med *osvensk* ett kvalitetsadjektiv som indikerar en uppsättning attribut. Kärnlexemet är således inte längre ett substantiv som relaterar till en viss grupp av individer, även om den grupprelaterande motiveringen inte helt gått förlorad. Detta framgår av att adjektivet *finlandssvensk* aktiverar attribut som brukar förknippas med den ifrågavarande sociala gruppen, dvs. finlandssvenskar är *högljudda, seglande, kindpussande, rika arvtagare* etc.

Adjektivet *typisk* innebär något allmänt, något som påträffas ofta. Det som betecknas som typiskt uppfattas inte bara som vanligt utan känns igen som överensstämmande med förväntningarna. I den mån det typiska omnämns i språkets ytstruktur relateras också till kunskapen om den ifrågavarande typiseringen. (Jfr Pümpel-Mader 2010: 237.)

- (7) Han är *för typiskt finlandssvensk* säger forskare. (ÅU 12.6.2012)
- (8) Hans habitus är *ganska stereotypt finlandssvensk* – han är ung, slipad, taktfull och väluppfostrad, vilket inte talar till de finskspråkiga. (ÅU 12.6.2012)

En del av det som förutsätts vara gemensam kunskap när det är fråga om en *typisk* (*finlandssvensk, tysk osv.*) individ nämns ofta i kontexten (ex. 8). Det finns emellertid attribut som är mera frekventa än de som nämns i exemplet, vilket gör att man som van Dijk (1984: 37) kan utgå ifrån att attributen är hierarkiskt ordnade. *Typisk* förhöjer egenskapen hos det omtalade medan tillägg som *för* och *ganska* + generiskt adjektiv är graderande och till och med graderande och värderande (jfr Pümpel-Mader 2010: 237). I exempel 7 är *för typiskt finlandssvensk* närmast uttryck för en negativ värdering.

Beroende på ur vems perspektiv *en typisk storstadsrepresentant* (ex. 9) ses kan stereotypen ges olika tolkning. Eftersom exemplet ingår i en text som handlar om valet av partiordförande kunde en tolkning vara att storstadsbon saknar förståelse för landsbygden vs urban i betydelsen världsvant artig (SO).

- (9) Esbobon Haglund ses som *en typisk storstadsrepresentant*. (Hbl 23.6.2012)

3.5 Verbuttryck: *pappa betalar*

Uttrycket *pappa betalar* (ex. 10–11) kan uppfattas bokstavligt men används framför allt metaforiskt i betydelsen 'vara av förmögen familj' – en metafor som med tiden konventionaliserats. Uttrycket visar hur beteckningar för en konkret händelse (*pappa betalar*) metaforiskt kan representera ett stereotypsignifikant attribut (*förmögen*) (jfr Pümpel-Mader 2010: 249–250). Stereotypen, som väl ursprungligen använts om studerande vid Hanken, dvs. Svenska handelshögskolan, har småningom kommit att avse också finlandssvensken i gemen.

- (10) Hanken, höger och hejsan. *Pappa betalar*, har det låtit i mer eller mindre välmenande och antagligen mer eller mindre fördomsfulla beskrivningar av Haglund. (Hbl 23.5.2012)
- (11) Som författare har man det inte alltid så fett, och trots att jag råkar vara finlandssvensk lever jag inte i en värld där "*pappa betalar*". (Vbl 7.9.2011)

Exempel 10–11 visar hur uttrycket för ett konkret skeende metaforiskt kan representera ett stereotypsignifikant attribut (jfr Pümpel-Mader 2010: 249–250).

3.6 Textkohesion: indirekt anaför

Anafören svarar för temaföringen och den referentiella kontinuiteten i en text. När ett anaforiskt uttryck inte refererar till en redan införd referent och då det inte föreligger någon koreferens mellan det tidigare anförda uttrycket och anafören med mindre än att hänsyn tas till slot-kategorier och fillers, föreligger en indirekt anaför. För att texten ska bli begriplig räcker sålunda inte summan av tecknens betydelse till för att skapa koherens. Betydelsen kan man däremot sluta sig till genom begreppslig inferens. (Pümpel-Mader 2010: 323.) I exempel 12 ges inte explicit uttryck för en stereotyp.

- (12) I ett varuhus i en stad [...] hände det sig [...] att kunden blev förbannad. Det var ingen särskilt hetlevrad kund utan en helt vanlig kund. Den hade inga särskilda kännetecken. Inga *pälskragar* eller *Burberryhalsdukar*, ja ingenting pekade mot att just den här kunde vara en rabiat och högfärdig fennosvekomman. (ÅU 11.2.2012)

Stereotypen upptäcks däremot vid en interpretation som går utanför den textsemantiska representationen. Aktören i exempel 12 omtalas inledningsvis som *kunden* och *den*. Pälskragar och Burberryhalsdukar betecknar i första hand klädesplagg men den sekundära motiveringen och aktiveringen av den stereotypa ram där de nämnda klädesplaggen

utgör attribut, gör det möjligt för recipienten att införa ett speciellt tecken, dvs. *en finlandssvensk*. Exemplet innehåller sålunda metonymin KLÄDER FÖR BÄRAREN. Tolkningen av *pälskragar* och *Burberryhalsdukar* som en stereotyp för finlandssvenskar stöds kataforiskt av uttrycket *en rabiät och högfärdig fennosvekomän*. Beroende på vem som använder stereotypen kan denna därtill ha lite olika innebörd och dels avse finlandssvensken i gemen, dels stå för ”huvudstadscentrerad burberry-svenskhet” (Klinkmann 2011: 291).

4 Stereotypa yttranden och kommunikativa strategier

Människan förenklar med stereotyper den komplexa värld som omger henne genom att sammanföra olika individer i en och samma kategori. Endast genom en sådan reduktion av den omgivande verkligheten förmår hon orientera sig i världen och bearbeta alla impulser. Stereotyper bidrar därmed till att förenkla språkproduktionen och i synnerhet artikulationen av gemensam kunskap. (Pümpel-Mader 2010: 23, 327.)

Det är emellertid inte alltid opportunt att yttra stereotyper i offentligheten, de riskerar den stereotypiserade kategorins positiva självbild och gör att protester kan motses från de utpekade. Detta gör att det normalt är tämligen svårt att hitta belägg i t.ex. dagspressen i jämförelse med i privata samtal och inlägg i sociala medier där stereotyper inte är sällsynta. I den mån stereotyper förekommer i pressen, åtföljs de ofta av ”häckuttryck” (eng. hedges) av typen *stereotypen för, fördomar om*⁵, se ex. 8, 13–14. Häckar antyder att påståendena i propositionen inte är korrekta (Taylor 2003: 82), men ger dem samtidigt spridning. I vissa fall kan citattecken också ha samma funktion som häckuttryck (ex. 11).

- (13) [...] *det finns många fördomar om SFP* som Haglund kanske [...] skulle befästa: Jag ser *klubbjackan med segelföreningens emblem*. Den borde av, fast man ska ju inte heller göra sig till något man inte är. (Hbl 23.5.2012)
- (14) *Den formella svensken är en stereotyp* som hör samman med uppfattningen att svensken är professionell i sin yrkesroll. (Albertsdóttir 2008)

⁵ I pressen används *stereotyp* och *fördom* som synonymer.

Med häckuttrycken visar skribenten att han själv inte (till fullo) omfattar påståendena i propositionen. Häckarna gör emellertid de använda stereotyperna politiskt korrekta och bidrar därmed till deras överlevnad.

5 Sammanfattning

Stereotypen är en föreställning om en social grupp och dess medlemmar. Med utgångspunkt i teorin om ramar kan stereotypen ses som resultatet av ett val av attribut bland dem som aktiveras av/aktiverar en viss rambärare. Stereotypen är alltid kopplad till språkliga uttryck. Den är därtill låst i den meningen att den är långlivad och förblir oförändrad i synnerhet till följd av sin ofta kollokativa natur. Stereotyper kan förenkla livet men stereotypen kan också medföra utestängning och nedvärdering eller diskriminering. Medvetenheten om att det inte alltid är korrekt att använda vissa stereotyper i offentligheten leder till användningen av s.k. häckar. Häcken tar skenbart udden av stereotypen men säkrar i själva verket dess fortbestånd.

De stereotyper som behandlas i denna artikel utgör endast ett litet urval. För en undersökning av t.ex. vilket slag av stereotyper som favoriseras samt stereotypens förekomst och funktion i t.ex. pressen skulle krävas en heltäckande kategorisering. Dagens multimodala samhälle kräver därtill att stereotyper i skilda modaliteter (text – bild) inte förbises.

Referencer

Material

- Ahtola, Nina (2012). *Varför kindpussas finlandssvenskar?* [citerat: 15.1.2013]. Tillgänglig: <http://ninafotograf.wordpress.com/2012/04/20/varfor-kindpussas-finlandssvenskar>
- Albertsdóttir, Ellen (2008). *Stereotyper: Danskar och svenskar inte så lika som vi tror?* [citerat: 25.2.2013]. Tillgänglig: <http://www.ne.se/rep/stereotyper-danskar-och-svenskar-inte-s%C3%A5-lika-som-vi-tror>
- Eklund, Bernt (2012). *I onskans tjänst*. [citerat: 27.1.2013]. Tillgänglig: <http://www.expressen.se/noje/recensioner/film/i-onskans-tjanst>
- Harald (2005). *Skattesmäll i Israel*. [citerat: 27.1.2013]. Tillgänglig: <http://debatt.passagen.se/show.fcgi?category=640000000000002&conference=10500000000000315&posting=19500000003685727>

Hbl = *Hufvudstadsbladet*, februari, maj, juni och november 2012.

Lindqvist, Emilia (2012). *En osvensk värmlänning i Göteborg*. [citerat: 2.4.2012]. Tillgänglig: <http://nwt.se/arbeteekonomi/article1061455.ece>

Samuelsson, Marielouise (s.a.). *Journalister är inte objektiva... och forskare är inte fria*. [citerat: 28.1.2013] Tillgänglig: <http://sulf.episerverhotell.net/templates/CopyrightPage.aspx?id=2929>

Vbl = *Vasabladet*, september 2011.

ÅU = *Åbo Underrättelser*, februari och juni 2012.

Öhman, Jeanette (2006): *El Dia de Sueco*. [citerat: 19.5.2012]. Tillgänglig: <http://www.jeanetteohman.com/2006/11/el-dia-de-sueco.html>

Litteratur

Dijk, Teun A. van (1984). *Prejudice in discourse. An Analysis of Ethnic Prejudice in Cognition and Conversation*. Amsterdam/Philadelphia. John Benjamins Publishing Company.

Filipp, Sigrun-Heide & Anne-Kathrin Mayer (1999). *Bilder des Alters. Altersstereotype und die Beziehungen zwischen den Generationen*. Stuttgart. Kohlhammer.

Handl, Sandra (2011). *The conventionality of figurative language. A usage-based study*. Tübingen. Narr Verlag.

Klein, Josef (1998). Linguistische Stereotypbegriffe. Sozialpsychologischer vs. Semantiktheoretischer Traditionsstrang und einige frametheoretische Überlegungen. I: Heinemann, Margot (Hrsg.). *Sprachliche und soziale Stereotype*. Frankfurt am Main et al. Peter Lang. 25–46.

Klinkmann, Sven-Erik (2011). *I fänrikarnas, martallarnas och dixietigrarnas land. En resa genom det svenska i Finland*. Helsingfors. Skr. utg. av Svenska litteratursällskapet i Finland.

Lakoff, George & Mark Johnson (1980). *Metaphors We Live By*. Chicago & London. University of Chicago Press.

Lakoff, George (1987). *Women, Fire, and Dangerous Things. What Categories Reveal about the Mind*. Chicago & London. The University of Chicago Press.

Lindström, Fredrik (2009). *Osvensk*. [citerat: 7.1.2013]. Tillgänglig: <http://spraktidningen.se/artiklar/2009/10/osvensk>

Pümpel-Mader, Maria (2010). *Personenstereotype. Eine linguistische Untersuchung zu Form und Funktion von Stereotypen*. Heidelberg. Universitätsverlag Winter.

SO = *Svensk ordbok utgiven av Svenska Akademien* (2009). Stockholm. Norstedts i distribution.

Taylor, John R. (2003). *Linguistic Categorization*. Third Edition. Oxford. Oxford.