

# Stereotipi mladih Zagrepčana o Balkanu

## Prilog proučavanju imaginativne geografije

LAURA ŠAKAJA

Institut za migracije i narodnosti  
Trg Stjepana Radića 3, Zagreb  
e-mail: laura.sakaja@zg.tel.hr

UDK: 316.647.8-053.6(497.5 Zagreb):008(497)

Izvorni znanstveni rad  
Primljeno: 2. svibnja 2001.

*Stereotipi uspostavljaju i aktiviraju granice s Drugim. Oni pretvaraju ime Drugoga u metaforu – u tom obliku smještaju ga u mentalnu kartu, postaju načinom povlačenja granica, elementom omeđivanja unutar mentalnih karata i osnovom zoniranja unutar imaginativnih geografija.*

*Ovaj rad je pokušaj da se na osnovi stereotipa koje o Balkanu i pojedinim njegovim dijelovima imaju učenici zagrebačkih srednjih škola identificiraju imaginativne zone Balkanskoga poluotoka. Negativna stereotipizacija Balkana, koja je došla do izražaja u anketi provedenoj na uzorku od 395 učenika, pokazuje visoku ulogu Balkana kao instance u odnosu na koju se odmjerava i izgrađuje hrvatsko kulturno Ja.*

*Iako se Balkan u svijesti mladih Zagrepčana uopćava i pojednostavljuje, on je u svakome pogledu preblizu Zagrepčanima da bi se percipirao homogeno. U mentalnoj karti Balkana koju Zagrepčani imaju u svijesti Balkan je podijeljen na zone. Koristeći se podacima dobivenima na osnovi naše ankete, možemo identificirati sljedeće imaginativne zone: 1. zona neposrednoga dodira i najbližega kulturnoga/jezičnoga kontakta – to je zona nepotpunoga Drugog. U toj zoni nastaju najmotivniji odnosi, stoga je ona najaktivnije izvorište stereotipa (Srbija, Jugoslavija, BiH); 2. zona ignorancije ili indiferencije – o njoj se vrlo malo zna, ali se na nju širi (generalizira) negativna slika nastala u prvoj zoni (Rumunjska, Bugarska, Makedonija); 3. zona izvan simboličko-vrijednosnoga sustava, zona narušavanja kanona – zona potpuno Drugoga (Turska, Albanija); 4. ne-Balkan na Balkanskome poluotoku – jedina zona pozitivne percepcije (Grčka). Dakako, imaginativne zone nemaju čvrstih granica. Njihove su granice razlivene, a same zone mogu biti isprekidane.*

**Ključne riječi:** IMAGINATIVNA GEOGRAFIJA, MENTALNA KARTA, STEREOTIP, BALKAN

### 1. Uvod

Nabrojimo li nekoj osobi niz mjesta – zemalja ili gradova – i zapitamo je u kojem bi od tih mjesta željela živjeti, dobiveni odgovor uključivat će znatno više obavijesti od one neposredno sadržane u pitanju. Iz odgovora ćemo saznati ne samo prostorne preferencije osobe, odnosno njezin aksiološki sustav, nego i njezine stereotipe, a vjerojatno i predrasude. Upravo sam to imala na umu kada sam započela istraživanje pod nazivom *Mentalna karta Europe: vizura zagrebačkih srednjoškolaca*. Cilj je bio da se istraži kako mladi Zagrepčani danas vide europske zemlje, koje su im zemlje atraktivne i zbog kojih razloga, kakva je to imaginativna geografija koju danas u Hrvatskoj stvaraju filtrirani informacijski tokovi. Polazište je istraživanja bilo da mentalna karta Europe, koja se danas u svijesti mladih Zagrepčana stvara pod utjecajem različitih kulturnih, obrazovnih, medijskih i drugih filtara, može biti vidljiva iz preferencija u izboru životnih odredišta unutar Europe.

Istraživanje je provedeno u završnim razredima zagrebačkih srednjih škola.<sup>1</sup> Učenici su bili zamoljeni da rangiraju sve europske zemlje prema stupnju poželjnosti za život te da obrazlože svoj izbor.

Odgovori u kojima su učenici rangirali zemlje prema poželjnosti za život obrađeni su postupkom koji su primijenili Gould i White (Gould i White, 1986:157–164). U osnovi toga postupka nalazi se modifikacija statističke tehnike poznate kao “analiza glavnih komponenti” (vidi i Robinson, 1998:121–127). Tim je postupkom za svaku zemlju izračunan zajednički bod – rezultat spajanja individualnih procjena učenika škole o poželjnosti dotične zemlje kao eventualnoga životnog odredišta.

Nakon dobivanja ukupnih bodova za sve europske zemlje, oni su bili obrnuti i pretvoreni u skalirane bodove, tako da je zemlja bodovana s 1 (najpoželjnija za život) dobila skalirani bod 100, a zemlja bodovana s 42 (najmanje poželjna za život) dobila je skalirani bod 0. Dio osnovnih nalaza vidljiv je iz tablice u prilogu. S obzirom na to da su metoda i svi glavni rezultati istraživanja već detaljno prezentirani (Šakaja, 2001), ovdje ću se usredotočiti na osnovnu problematiku ovoga rada – Balkanski poluotok i stereotipe o njemu.

Odgovori na anketu pokazali su da je Balkanski poluotok za hrvatsku mladež jedno od najmanje poželjnih područja za život. Sve balkanske zemlje, osim Grčke (dakle sve balkanske zemlje u tranziciji), našle su se na dnu popisa, tj. dobile su status najmanje poželjnih. Od deset najmanje poželjnih zemalja njih sedam pripada Balkanu (v. sliku). Balkan je dakle u očima mladih Zagrepčana najniže vrednovan prostor na području Europe. Ovdje ću, koristeći se nekim rezultatima svoga istraživanja, pokušati pokazati stereotipe koji u Hrvatskoj reproduciraju takvu negativnu sliku Balkana.

### 2. Stereotipi

Najprije, međutim, razjasnimo što su to stereotipi. Prvotno značenje riječi stereotip upućuje na umnožavanje, reproduciranje. Stereotip je metalna ploča, odlivena s matrice, koja čini točnu kopiju tipografskoga sloga te služi za štampanje drugih izdanja ili većih tiraža. Danas se, među ostalim značenjima, pod stereotipom razumije uobičajen odnos osobe prema nekoj pojavi, koji je stvoren pod utjecajem socijalnih uvjeta i prethodnoga iskustva ili “pristrane predodžbe povezane s predrasudama” (Kuznecov, 1998:1267). Iako sadržaj stereotipa može biti pozitivan (kao što su na primjer uvjerenja o gostoljubivosti ili plemenitosti nekoga naroda), stereotip, ipak, najčešće pokriva negativna obilježja i pojave. Stereotipi, kao “ustaljene slike ili predodžbe o drugome, sastavni su dio ljudske imaginacije, to jest slikovitoga mišljenja i komunikacije” (Džambo, 1999:93). Te se slike ponavljanjem pretvaraju u kanon koji se teško može razbiti pa su stoga stereotipi “fenomeni dugog trajanja” (Džambo, 1999:118).

Bit stereotipa sačinjavaju znakovi ili, točnije rečeno, simboli, tj. ugovoreni znakovi koji olakšavaju komunikaciju. U tome smislu oni su dio kulturnoga sustava kao zajedničkoga sustava simbola i značenja unutar jedne grupe. Stereotipi su, kao i svi drugi simboli, značenja zgusnuta u jednu riječ ili sliku. Utoliko oni kompleksne fenomene svode na jednostavne oblike. Kada za nekoga

kažemo *farizej*, izbjegli smo detaljno objašnjavanje licemjerja i prijetvornosti dotične osobe, a svoju smo poruku učinili kratkom i razumljivom.

Stereotipi se odnose na različite pojave. Ljudi stereotipima opisuju krajolike, povijesna događanja, znanstvene discipline itd. Ali se najčešće rabe *stereotipi o drugima* (drugim ljudima, zajednicama, grupama). Ovdje ću se zaustaviti na onim stereotipima koji su se najčešće spominjali u anketi, a tiču se etničkih imena i geografskih naziva s područja Balkanskoga poluotoka.

Neki sam naziv smatrala stereotipom ako je on korišten kao znak, kao samodostatna definicija koja ne zahtijeva daljnje objašnjenje. Ako se tko, objašnjavajući svoje simpatije ili antipatije prema nekoj zemlji, ograniči na jednu riječ: “Volim ih (ili ne volim) jer su Talijani, Rusi itd.”, pretpostavljamo da je taj naziv za onoga tko ga rabi stereotip koji u sebi sažimlje cijeli niz eksplicitno neizrečenih značenja.

#### Bodovanje europskih zemalja prema stupnju poželjnosti za život

| Bodovane zemlje     | Bodovanje zemalja                  |                       |   |                                     |                                     |                   |                                 |               |                          |                                   |                          |                       |                          |                       |     |    |         |    |
|---------------------|------------------------------------|-----------------------|---|-------------------------------------|-------------------------------------|-------------------|---------------------------------|---------------|--------------------------|-----------------------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|-----|----|---------|----|
|                     | Bodovanje svih anketiranih učenika |                       |   | Skalirani bodovi zemalja po školama |                                     |                   |                                 |               |                          | Skalirani bodovi zemalja po spolu |                          |                       |                          |                       |     |    |         |    |
|                     | Skalirani bodovi zemalja           | Redni brojevi zemalja | Privatna ekonomska škola “Katarina Zrinski” | XI. gimnazija                       | Glazbena škola Vatroslava Lisinskog | Škola za primanje | Tehnička škola Rudera Boškovića | IV. gimnazija | Djevojke                 |                                   |                          | Mladići               |                          |                       |     |    |         |    |
|                     |                                    |                       |   |                                     |                                     |                   |                                 |               | Skalirani bodovi zemalja | Redni brojevi zemalja             | Skalirani bodovi zemalja | Redni brojevi zemalja | Skalirani bodovi zemalja | Redni brojevi zemalja |     |    |         |    |
| Italija             | 100,00                             | 1                     | 100,00                                      | 99,21                               | 100,00                              | 100,00            | 87,21                           | 99,42         | 100,00                   | II                                | 1                        | I-II*                 | 0                        | 95,11                 | III | 4  | I-III** | -3 |
| Francuska           | 99,52                              | 2                     | 95,48                                       | 97,41                               | 97,87                               | 97,42             | 92,95                           | 100,00        | 99,33                    | 2                                 | 0                        | 0                     | 96,05                    | 3                     | 4   | -1 |         |    |
| Velika Britanija    | 97,31                              | 3                     | 94,76                                       | 95,73                               | 97,03                               | 90,06             | 91,93                           | 97,98         | 97,28                    | 3                                 | 0                        | 0                     | 92,32                    | 6                     | 5   | -3 |         |    |
| Španjolska          | 94,53                              | 4                     | 92,38                                       | 92,82                               | 89,66                               | 92,88             | 90,12                           | 94,63         | 93,34                    | 4                                 | 0                        | 0                     | 93,02                    | 5                     | 4   | -1 |         |    |
| Njemačka            | 94,15                              | 5                     | 91,19                                       | 100,00                              | 91,82                               | 84,42             | 100,00                          | 87,99         | 88,44                    | 6                                 | -1                       | 1                     | 100,00                   | 1                     | 4   | 4  |         |    |
| Švicarska           | 92,77                              | 6                     | 84,52                                       | 99,30                               | 89,27                               | 85,15             | 98,54                           | 86,36         | 88,74                    | 5                                 | 1                        | 0                     | 96,42                    | 2                     | 4   | 4  |         |    |
| Nizozemska          | 88,26                              | 7                     | 86,43                                       | 88,97                               | 79,48                               | 75,71             | 82,66                           | 89,21         | 85,64                    | 7                                 | 0                        | 0                     | 89,40                    | 7                     | 0   | 0  |         |    |
| Austrija            | 87,23                              | 8                     | 74,52                                       | 91,02                               | 85,49                               | 85,89             | 96,21                           | 81,80         | 83,76                    | 8                                 | 0                        | 0                     | 89,10                    | 8                     | 0   | 0  |         |    |
| Monako              | 81,00                              | 9                     | 81,90                                       | 87,54                               | 75,05                               | 63,93             | 88,63                           | 76,23         | 76,04                    | 11                                | -2                       | 0                     | 87,00                    | 9                     | 0   | 0  |         |    |
| Portugal            | 77,16                              | 10                    | 61,90                                       | 81,27                               | 69,65                               | 70,67             | 73,66                           | 75,77         | 74,13                    | 13                                | -3                       | 0                     | 80,91                    | 11                    | -1  | -1 |         |    |
| Irska               | 76,27                              | 11                    | 55,48                                       | 79,98                               | 55,72                               | 55,71             | 62,38                           | 81,36         | 76,60                    | 10                                | 1                        | 0                     | 72,51                    | 16                    | -5  | -5 |         |    |
| Malta               | 76,09                              | 12                    | 60,95                                       | 74,93                               | 70,72                               | 85,03             | 69,03                           | 76,29         | 79,09                    | 9                                 | 3                        | 0                     | 67,39                    | 18                    | -6  | -6 |         |    |
| San Marino          | 75,17                              | 13                    | 76,90                                       | 74,88                               | 67,32                               | 91,29             | 76,55                           | 70,17         | 74,97                    | 12                                | 1                        | 0                     | 73,74                    | 14                    | -1  | -1 |         |    |
| Belgija             | 74,80                              | 14                    | 59,05                                       | 78,39                               | 69,47                               | 50,55             | 73,59                           | 76,96         | 71,17                    | 14                                | 0                        | 0                     | 76,81                    | 12                    | 2   | 2  |         |    |
| Švedska             | 73,94                              | 15                    | 52,14                                       | 77,58                               | 74,07                               | 51,66             | 79,74                           | 74,66         | 68,08                    | 18                                | -3                       | 0                     | 81,70                    | 10                    | 5   | 5  |         |    |
| Danska              | 72,90                              | 16                    | 52,38                                       | 76,04                               | 69,36                               | 66,26             | 72,66                           | 72,16         | 70,28                    | 15                                | 1                        | 0                     | 74,88                    | 13                    | 3   | 3  |         |    |
| Luksemburg          | 71,40                              | 18                    | 56,19                                       | 77,42                               | 61,93                               | 53,62             | 62,34                           | 72,15         | 68,16                    | 16                                | 1                        | 0                     | 72,91                    | 17                    | 0   | 0  |         |    |
| Norveška            | 71,40                              | 17                    | 55,48                                       | 76,04                               | 62,90                               | 51,41             | 63,42                           | 73,41         | 68,78                    | 17                                | 1                        | 0                     | 71,93                    | 15                    | 3   | 3  |         |    |
| Grčka               | 66,26                              | 19                    | 78,81                                       | 61,62                               | 59,07                               | 66,38             | 58,34                           | 68,44         | 67,53                    | 19                                | 0                        | 0                     | 61,76                    | 20                    | -1  | -1 |         |    |
| Finska              | 64,33                              | 20                    | 45,00                                       | 68,87                               | 58,61                               | 44,66             | 68,65                           | 64,80         | 61,61                    | 20                                | 0                        | 0                     | 64,57                    | 19                    | 1   | 1  |         |    |
| Slovenija           | 56,78                              | 21                    | 22,86                                       | 61,96                               | 59,49                               | 48,47             | 52,73                           | 56,85         | 57,36                    | 21                                | 0                        | 0                     | 54,68                    | 23                    | -2  | -2 |         |    |
| Island              | 56,04                              | 22                    | 47,62                                       | 56,76                               | 48,67                               | 49,33             | 55,19                           | 57,06         | 56,67                    | 22                                | 0                        | 0                     | 51,87                    | 24                    | -2  | -2 |         |    |
| Lichtenštajn        | 54,14                              | 23                    | 53,33                                       | 68,72                               | 53,93                               | 33,13             | 46,69                           | 46,75         | 48,89                    | 24                                | -1                       | 0                     | 58,38                    | 21                    | 2   | 2  |         |    |
| Češka               | 50,35                              | 24                    | 39,76                                       | 51,43                               | 35,65                               | 34,23             | 40,08                           | 55,62         | 48,17                    | 25                                | -1                       | 0                     | 56,13                    | 22                    | 2   | 2  |         |    |
| Andora              | 49,11                              | 25                    | 40,71                                       | 52,00                               | 42,27                               | 45,64             | 57,84                           | 46,49         | 49,29                    | 23                                | 2                        | 0                     | 48,43                    | 25                    | 0   | 0  |         |    |
| Poljska             | 40,79                              | 26                    | 32,62                                       | 47,17                               | 43,96                               | 34,72             | 32,63                           | 38,00         | 40,57                    | 26                                | 0                        | 0                     | 40,46                    | 27                    | -1  | -1 |         |    |
| Slovačka            | 38,33                              | 27                    | 42,38                                       | 42,22                               | 28,82                               | 28,34             | 38,60                           | 36,89         | 35,89                    | 28                                | -1                       | 0                     | 41,11                    | 26                    | 1   | 1  |         |    |
| Mađarska            | 35,45                              | 28                    | 13,81                                       | 39,56                               | 32,49                               | 25,64             | 39,19                           | 35,29         | 34,70                    | 30                                | -2                       | 0                     | 35,78                    | 28                    | 0   | 0  |         |    |
| Estonija            | 34,50                              | 29                    | 26,19                                       | 32,90                               | 26,69                               | 34,72             | 26,71                           | 37,87         | 37,64                    | 27                                | 2                        | 0                     | 26,62                    | 29                    | 0   | 0  |         |    |
| Litva               | 30,96                              | 30                    | 21,67                                       | 30,08                               | 20,45                               | 37,79             | 17,57                           | 33,67         | 35,23                    | 29                                | 1                        | 0                     | 22,14                    | 30                    | 0   | 0  |         |    |
| Latvija             | 29,96                              | 31                    | 16,43                                       | 28,97                               | 22,01                               | 32,88             | 19,26                           | 33,37         | 34,65                    | 31                                | 0                        | 0                     | 19,68                    | 35                    | -4  | -4 |         |    |
| Moldavija           | 22,25                              | 32                    | 16,43                                       | 22,04                               | 22,45                               | 20,61             | 25,55                           | 22,44         | 25,17                    | 32                                | 0                        | 0                     | 14,53                    | 38                    | -6  | -6 |         |    |
| Rumunjska           | 20,88                              | 33                    | 13,81                                       | 22,48                               | 24,04                               | 19,26             | 22,47                           | 20,09         | 20,90                    | 33                                | 0                        | 0                     | 21,27                    | 31                    | 2   | 2  |         |    |
| Ukrajina            | 19,95                              | 34                    | 24,76                                       | 20,62                               | 20,07                               | 18,16             | 17,62                           | 19,34         | 19,58                    | 34                                | 0                        | 0                     | 20,90                    | 32                    | 2   | 2  |         |    |
| Turska              | 19,75                              | 35                    | 11,43                                       | 19,60                               | 18,94                               | 12,76             | 21,25                           | 22,02         | 19,42                    | 35                                | 0                        | 0                     | 20,47                    | 34                    | 1   | 1  |         |    |
| Bugarska            | 19,52                              | 36                    | 16,43                                       | 22,31                               | 15,22                               | 20,37             | 22,46                           | 17,26         | 19,07                    | 36                                | 0                        | 0                     | 20,75                    | 33                    | 3   | 3  |         |    |
| Rusija              | 16,85                              | 37                    | 14,05                                       | 14,66                               | 17,13                               | 15,21             | 19,25                           | 18,66         | 17,72                    | 37                                | 0                        | 0                     | 16,40                    | 37                    | 0   | 0  |         |    |
| Bjelorusija         | 15,58                              | 38                    | 10,95                                       | 16,90                               | 13,07                               | 14,48             | 15,57                           | 15,31         | 15,90                    | 38                                | 0                        | 0                     | 13,90                    | 39                    | -1  | -1 |         |    |
| Makedonija          | 14,33                              | 39                    | 4,52  | 16,23                               | 17,13                               | 13,37             | 21,77                           | 12,66         | 13,55                    | 39                                | 0                        | 0                     | 16,52                    | 36                    | 3   | 3  |         |    |
| Bosna i Hercegovina | 13,76                              | 40                    | 14,76                                       | 14,29                               | 14,40                               | 9,08              | 11,66                           | 14,16         | 13,04                    | 40                                | 0                        | 0                     | 13,82                    | 40                    | 0   | 0  |         |    |
| Albanija            | 8,86                               | 41                    | 9,52  | 8,00                                | 6,83                                | 20,49             | 20,38                           | 5,91          | 10,04                    | 41                                | 0                        | 0                     | 7,34                     | 41                    | 0   | 0  |         |    |
| Jugoslavija         | 0,00                               | 42                    | 0,00  | 0,00                                | 0,00                                | 0,00              | 0,00                            | 0,00          | 0,00                     | 42                                | 0                        | 0                     | 0,00                     | 42                    | 0   | 0  |         |    |

\* Razlika ukupnoga uzorka (I) i ženskoga djela uzorka (II) u rangiranju zemalja po stupnju poželjnosti za stanovanje

\*\* Razlika ukupnoga uzorka (I) i muškoga djela uzorka (III) u rangiranju zemalja po stupnju poželjnosti za stanovanje

### 3. Balkan kao negativni stereotip

Od geografskih naziva kojima su se ispitanici služili u anketi najčešće je korišten naziv *Europa*. Međutim, ako se taj naziv upotrebljavao i za područje Balkanskoga poluotoka, to je uvijek bilo u značenju “ne-Europa” ili “loša Europa” (usp. Biti, 1994:123). Svekoliko područje poluotoka, osim Grčke, označavano je isključivo varijacijama riječi *Balkan*, i to uvijek u negativnome kontekstu. Izrazi *Balkan*, *Balkanac*, *balkanstvo*, *balkanština* već od kraja 19. stoljeća poprimili su konotacije zaostalosti i političke nesređenosti. Ovaj geografski pojam transformirao se u kulturni, ujedno postavši apstraktnom imenicom, sinonimom “plemenskoga, zaostalog, primitivnoga, barbarskoga” (Todorova, 1996:7). Upravo se tim stereotipima koriste i zagrebački daci kad obrazlažu svoje neslaganje da žive negdje na Balkanu. Osim spomenutih riječi upotrijebljene su i druge, slične: “nepristojni”, “divlji narod”, “neškolorani”, “nepismeni”, “glupi”, “sumnjiva morala”, “zaostali u svemu”, “zarobljeni u tradiciji”, “nedruželjubivi”, “neetični”, “neljubazni”, “pokvareni”, “zadrti i netolerantni”, “zaslijepljeni”, “zatučani”. U odnosu na gotovo sve balkanske zemlje (osim Rumunjske i Grčke) kao jedan od razloga za distancu spominje se vjera. Stoga negativnu percepciju Balkana ne možemo a da ne povežemo (osim s nataloženim stereotipima *balkanstva*) i s drugačijom vjerom. Iako u

puno manjoj mjeri, ipak se spominje i *pismo*; to potvrđuje korištenje latiničko-ćiriličkih razlika u formiranju imaginarnoga limesa između Europe i ne-Europe, odnosno “loše Europe”.

Dakle, naziv *Balkan* koristi se kao stereotip, to jest kao riječ koja govori sama za sebe i koju ne treba dalje obrazlagati. Pritom se ona očito pretvorila u kôd kojim je kodiran cijeli prostor. Kao što sam već spomenula, nema balkanske zemlje, osim Grčke, u odnosu na koju se neka od varijanata te riječi nije u anketi rabila u pogrdnome smislu. Čak i one balkanske zemlje o kojima, kako se pokazalo, zagrebački učenici vrlo malo znaju, tj. zemlje s kojima nije bilo razmirica, o kojima ne postoje povijesni mitovi i s kojima nema neposrednih dodira, odnosno ozbiljnijih negativnih iskustava (osim poraza košarkaških ili nogometnih timova) – bez obzira na to, percipiraju se vrlo negativno, očito u prvome redu zbog opće negativne obojanosti cijeloga prostora Balkana. Vrlo visok postotak ispitanika (npr. 25% za Rumunjsku, 39% za Bugarsku) nije bio u stanju, osim općenitih odgovora poput “ne sviđa mi se”, “jednostavno mi nije privlačna” itd., navesti neki konkretan razlog za svoju antipatiju prema Makedoniji, Rumunjskoj, Bugarskoj.

Kao što je već rečeno, jedino Grčka ne ulazi u taj stereotip “loše Europe”. Percepcija Grčke je posebna. Tu zemlju mladi Zagrepčani smatraju znatno privlačnijom od svih drugih na Balkanskome poluotoku. Prema njoj se ne primjenjuju epiteti “nerazvijena”, “zaostala” i sl., kojima se kvalificiraju sve druge balkanske zemlje. Nju Zagrepčani percipiraju u prvome redu preko njezine kulture i povijesti. Naglašava se njezina mediteranska komponenta. Drugim riječima, u percepciji Zagrepčana Grčka je ne-Balkan na Balkanu.

#### 4. Stereotip i problem granica

Maria Todorova vrlo je iscrpno razmotrila problem statusa Balkana (i Rusije) u oblikovanju ideje Srednje Europe (Todorova, 1997:140–160). U tome koncipiranju Balkan i Rusija poslužili su Srednjoj Europi kao konstituiraajući Drugi. Negativna stereotipizacija Balkana, koja je došla do izražaja u našoj anketi, pokazuje visoku ulogu Balkana kao instance u odnosu na koju se odmjerava i izgrađuje hrvatsko kulturno Ja. Ambigvitet geografskoga položaja Hrvatske u odnosu na Balkan nesumnjivo je pridonio činjenici da je upravo Balkan postao konstituiraajući Drugi u redefiniranju hrvatskoga kulturnog identiteta nakon raspada Jugoslavije. Geografska granica Balkanskoga poluotoka na koju se u literaturi najčešće poziva (i koja je, dakako, uvjetna kao i većina sličnih granica) proteže se od Riječkoga zaljeva rijekom Kupom, Savom i donjim tokom Dunava. Ta granica presijeca Hrvatsku pa se dio Hrvatske po tom geografskom kriteriju nalazi na Balkanskome poluotoku, a dio je izvan njega. Može se dakle reći da je odnos Hrvatske prema Balkanu, s geografskoga gledišta, bitno ambivalentan utoliko što granica Balkana i ne-Balkana prolazi *unutar* same Hrvatske.

Stereotipi o Drugome najčešće se pojavljuju upravo na granicama. Granice su mjesta razdvajanja i artikulacije. Pritom one nisu samo fizičke, nego su i imaginarne. One su konstitutivni dio mentalnih karata, odnosno imaginativnih geografija. Bit tih razgraničenja mentalno je razdvajanje svojega od tuđega. (Bennington, 1990; Sarup, 1996). Prema Saidu “ta univerzalna praksa kojom se u nečijem umu označuje blizak prostor, koji je “naš”, i neblizak prostor izvan “našega”, koji je “njihov”, način je da se uspostave geografske razlike koje *moгу* biti posve proizvoljne” (Said, 1999:72). Stereotipi se pojavljuju upravo u toj funkciji. Stereotipi pretvaraju ime drugoga u metaforu – u tom obliku smještaju ga u mentalnu kartu, postaju načinom povlačenja granica, elementom omeđivanja unutar mentalnih karata i osnovom zoniranja unutar imaginativnih geografija.

Imaginativne su geografije, dakako, relativne. Njihovu relativnost vrlo je duhovito prikazao slovenski filozof Slavoj Žižek: “Za Srbe on (Balkan, L. Š.) počinje negdje na Kosovu ili u Bosni, a oni se smatraju braniteljima kršćanske civilizacije protiv tog neuropskog; za Hrvate pak on počinje u pravoslavnoj, despotskoj i bizantskoj Srbiji, od koje Hrvatska brani svoje vrednote demokratske zapadne civilizacije; za Slovence on počinje u Hrvatskoj i mi Slovenci smatramo se čuvarima na krajnjim granicama mirne Srednje Europe; za neke Talijane i Austrijance Balkan počinje u Sloveniji gdje i vlast slavenskih hordi; za neke Nijemce to carstvo počinje već u Austriji koja je već obilježena balkanskom korupcijom i nesposobnošću; za neke Nijemce sa Sjevera ni katoličko-seljačka Bavarska nije bez stanovitog balkanskog duha; poneki arogantni Francuzi asociiraju s Njemačkom istočnjačku balkansku divljinu, a tako to ide dalje sve do ekstremnog slučaja nekih konzervativnih Engleza koji su protiv Europske Unije i za koje čitava kontinentalna Europa danas predstavlja neku vrstu balkansko-turskog carstva s Brüsselom kao novim Carigradom, hirovitim i despotским središtem koje ugrožava englesku slobodu i suverenitet” (Žižek, 1999, prema Džambo, 1999:96).

Dakle, mada se geografski termin *Balkan* odnosi na sasvim konkretno područje, on je kao metafora, kao stereotip vrlo relatiivan, i ovisi o tome prema komu se ili prema čemu podiže limes. Onima *drugima* pripisuju se balkanska obilježja kako bi se od njih uspješno distanciralo (“nismo kao oni!”). U takvom je stavu sadržana želja da se dokaže vlastita nadmoć po principu “Hvala ti, Bože, što nisam kao oni” (usp. Lk. 18, 11). U tome je smislu termin *Balkan* identičan terminu *Istok*.

Termin *Istok* također se primjenjuje u našoj anketi na područje Balkanskoga poluotoka, ali je njegova upotreba znatno rjeđa i neodređenija u usporedbi s pejorativnim varijantama riječi *Balkan*. Ipak, formulacije poput: “zemlje na Istoku me ne zanimaju”, “ne vuče me ništa na Istok”, “previše istočno za moj pojam”, “kakva je to zemlja kojoj je Albanija Zapad”, koje se u našoj anketi odnose na balkanske zemlje, pokazuju da je riječ *Istok* za Zagrepčane još jedan prostorni kod za obilježavanje Balkanskoga poluotoka.

#### 5. Etničko ime kao stereotip

Etničko ime koje se u našoj anketi najčešće koristilo kao sinegdoha Balkana bilo je ime *Srbi*. S obzirom na to da se to ime koristilo isključivo pri obrazlaganju lošega odnosa prema Jugoslaviji, negativnost njegovih konotacija je nedvojbeno. Kada su osobe koje su navele Jugoslaviju kao najmanje poželjnu zemlju za život u Europi upitane za razlog, odgovor je često bio vrlo lakonski: Srbi. Što to ime konkretno znači mladim Zagrepčanima, pokušala sam iščitati iz manje lakonskih odgovora na anketu. Prvo, to je sinonim za agresora, divljaka, rušitelja i razarača, uništavatelja crkava i kulturnoga nasljeđa. U tome, naravno, prepoznajemo odjeke nedavnoga rata i stravičnih prizora porušenih gradova. U tom smislu ta riječ preuzima na sebe i neke funkcije riječi *Vandal* (germansko pleme koje zavladao Rimom i uništilo mnoštvo umjetnina), koju su zagrebački mladi i neposredno rabili u odnosu na Srbe.

Drugo, to je sinonim za neutemeljenu megalomaniju. Sa Srbima se povezuju ne samo “stalne težnje za apsurdnim širenjem

teritorija”, “sanjarenje o velikoj Srbiji”, nego i njihova obrnuta strana – gubitništvo: to je narod koji “stalno ratuje i uvijek izgubi”, “politika i život zasnovani su im na iluzijama”. Susreću se kvalifikacije poput riječi “bahat” i “ohol”. U odnosu na Srbe zanimljiva je primjena riječi “hadžije”, što doslovce označava hodočasnike koji su bili u Meki te ispred svojih imena nose oznaku *hadži*. U hrvatskome jeziku ta se riječ upotrebljava za nekoga tko se pravi važan, na primjer: *Kupio si auto, sada si hadžija* (Anić i Goldstein, 1999:505).

Treće, riječ *Srbi* sinonim je za lakomislenu destruktivnost. Takav je stav u anketi najbolje izražen sarkastičnim prikazom srpske pozicije: “Pa šta ako se puca iz haubica, oni ne razumeju da Srbin voli da se provede”. S tim je stavom, čini se, povezan i cijeli niz drugih značenja: “zaslijepljenost”, “zatučnost”, “glupost”, “mrak neznanja”.

Četvrto, to je sinonim za nekoga tko ne pripada zapadnom svijetu. Spominje se “neprilagođenost cijelog naroda Europi”, “orijentiranost prema Rusiji i Istoku”. Osim toga, upotreba izraza kao što su “neciviliziranost”, “nekultura”, “odsutnost kulture” pokazuje da mladi Zagrepčani značenje riječi *kultura* i *civilizacija* vezuju u prvome redu za prostor Zapada. U povezivanju Srba s ne-Zapadom vrlo je dobro uočljiva jedna od poznatih osobina klišeja – da je u klišeiziranim predodžbama o Drugome implicitno, odnosno indirektno, sadržana predodžba o samome sebi. U pozadini svih stereotipnih predodžbi o Drugome stoji potreba ili namjera distanciranja, to jest želja da se Ja i onaj drugi prikažu kao različiti, drukčiji (Džambo, 1999:101). U stereotipizaciji Srba kao nezapadnjaka stoji predodžba o vlastitoj pripadnosti zapadnoj civilizaciji.

Peto, u anketi se jasno vidi reproduciranje stereotipa o međusobnim hrvatsko-srpskim odnosima. Razjasnit ću to na primjeru viceva. Kao žanr vicevi se služe ustaljenim slikama i lako prepoznatljivim motivima koje oni k tome još uveličavaju ili deformiraju do razmjera grotesknoga. Zanimljivo je da se u hrvatskim vicevima o Srbima kao prepoznatljiv motiv, koji se podvrgava groteski, koristi – znatno češće nego neke etničke karakteristike – motiv uzajamnoga neprijateljstva. Na primjer: – Štef, kaj ti imaš protiv Srba? – Nemam niš tak efikasnega” (Babić, 1995:401). Upravo takvo očitovanje stereotipnoga doživljavanja uzajamnih odnosa prepoznajemo i u anketi. Takvu stereotipiziranu emociju iščitavamo iz rečenica: “moj je odnos prema njima vrlo rasistički”, “netrpeljivost između njih i nas”, a isto tako i iz učestale upotrebe riječi “antipatija” ili “mržnja”. Šesto, to su nenapredni ljudi čiji se životni standard smatra vrlo niskim. Zanimljiva je ovdje upotreba jugoslavenskoga automobila yugo kao metafora jadnosti, siromaštva, nerazvijenosti. Na to da upotreba automobila očito postaje općom metaforom razvijenosti i napretka upućuje i plakat viden u Moskvi: *ReVOLVolution*. U našoj anketi volvo je također korišten kao argument atraktivnosti Švedske i kao metafora njezine razvijenosti.

I konačno, *Srbi* – to su ljudi koji govore ružnim jezikom. Jezik je fenomen koji obilježava (specificira, određuje) Drugoga. Anketa je pokazala zanimljiv fenomen: postojanje animoziteta ili u odnosu na potpuno nerazumljive (neslavenske), ali prostorno bliske jezike (mađarski, albanski) ili prema vrlo srodnim (slavenskim) jezicima (srpski, slovenski, ruski). Od svih je jezika u neusporedivo najvećoj mjeri iskazan animozitet prema srpskome jeziku. Taj je fenomen u lingvistici poznat: što je jezik srodniji, to je zapažanje fonemskih, morfoloških i drugih razlika oštrije, a jezik se doživljava kao “nastran” (Džambo, 1999:99). To se ne odnosi samo na različite jezike nego i na različite dijalekte ili na odstupanja dijalekata od standardnih jezika. Primjera je puno: francuski i belgijski, njemački i holandski, gruzijski i megrelski. Očito je da je percepcija srpskoga jezika kao “nastranoga”, “devijantnoga” određena upravo njegovom srodnošću i prostornom bliskošću u odnosu na hrvatski jezik. U anketi se taj odnos vidi kako iz kvalifikacija srpskoga jezika kao “ružnoga”, “odvratnoga” itd., tako i iz ironičnoga njegovog imitiranja. Osim etničkog imena *Srbi*, u anketi se u funkciji negativnoga imena-metafore ne pojavljuje učestalo nijedan etnički naziv za neki drugi balkanski narod. Tako je izraz *Šiptar* – ime za Albance koje se inače u drugim kontekstima vrlo često pojavljuje kao pejorativno – spomenut samo dva puta.

Zato je nekoliko puta, i to isključivo u negativnome kontekstu, spomenut naziv za subetničku grupu Hercegovce, hrvatske stanovnike Bosne i Hercegovine. Problemi vezani za rat u Bosni i Hercegovini, u Zagrebu vidljivi (primjetni) imigranti iz Hercegovine (“zaposjeli su Zagreb”), medijske priče o švercu preko granice, o lakom i brzom bogaćenju, ratnom profiterstvu itd. očito su stvorile novi stereotip: Hercegovca kao “nuvoriša” (čovjeka “s mobitelom i bijelim čarapama”). Ovdje je lako povući paralelu, na primjer, s likom (stereotipom) “novoga Rusa”.

Naša je anketa pokazala da se kao stereotipi koriste gotovo isključivo nazivi za etničke i subetničke grupe i geografska područja koja se percipiraju kao neposredna zona dodira. Hercegovci – kao zona dodira unutar vlastitoga etnosa, Srbi kao najbliži etnički dodir, a Balkan i Istok – kao dodir sa širim zaostalim i nesređenim zaleđem. Potreba za distancom najveća je upravo u zoni dodira. Stereotipi se stvaraju i najčešće rabe baš u funkciji stvaranja te distance.

## 6. “Prljavi” kao “potpuno drugi”

U anketi su se mladi ljudi često koristili jednim pojmom koji, po mome mišljenju, zaslužuje poseban osvrt. To je atribut “prljav”. Prljavo je nešto što zagađuje, a zagađenje je, prema geografskoj definiciji, “ispuštanje tvari u okolinu na krivome mjestu ili u krivoj količini – krivi stoga što degradiraju ili oštećuju okolinu definiranu na osnovi nekih izabраниh kriterija” (Emel, 1995:451). Dakle zagađenost, prljavština asociira se s narušavanjem kanona. Taj fenomen dobro je pokazao David Sibley na primjeru proučavanja Roma, koji se u suvremenim gradovima Europe i Sjeverne Amerike doživljavaju kao onečišćujući elementi (Sibley, 1992). Uz prljavo se veže “odstupanje od određene kulturne discipline” (Faryno, 1999:60). Odnos prema nečemu kao prema odvratnomu pojavljuje se zahvaljujući narušavanju klasifikacijskih pravila određenoga simboličko-vrijednosnog sustava (Kristeva, 1989:108; Užarević, 1999:47).

Koje je to područje unutar Balkana koje se s hrvatskoga gledišta percipira kao narušavanje klasifikacijskih pravila određenoga simboličko-vrijednosnog sustava, to jest kao područje izvan kanona? Riječi “prljav”, “prljavština”, “onečišćen”, “onečišćenost”, “nehigijena”, “zmazanost” u našoj su se anketi spominjale isključivo u vezi s dvjema balkanskim zemljama. Pritom su se one na njih primjenjivale vrlo često. To su Turska i Albanija. Ovdje valja istaknuti da ni u jednoj od njih nije bio nijedan od ispitanika, dakle riječ je isključivo o imaginativnoj predodžbi. Usporedba učeničkih izjava o tim dvjema zemljama s izjavama o drugim balkanskim zemljama pokazuje da se, osim čestoga spominjanja kompleksa “prljavog”, u odnosu na Tursku znatno više ističe religijska različitost, a u odnosu na Albaniju visok natalitet, koji se doživljava izrazito negativno, te vrlo slaba ekonomska

razvijenost. I jedna i druga zemlja kritiziraju se zbog tradicionalnoga načina života i položaja žene u obitelji i društvu. S obzirom na to da se svi ti elementi povezuju sa slikom islamske kulture – čini se jasnim odgovor na pitanje tko na Balkanu izmiče pravilima simboličko-vrijednosnog sustava, dakle nalazi se izvan kanona. To je osobito jasno ako uočimo podudarnost čestoće spominjanja kompleksa “onečišćenosti” i postotka islamskoga stanovništva u pojedinim zemljama. Naime Turska i Albanija jedine su zemlje u Europi u kojima je udio islamskoga stanovništva 70% ili više (90% u Turskoj, 70% u Albaniji). Tu, međutim, treba istaknuti da – sudeći po anketi – nije toliko islam sam po sebi onaj element koji rečene dvije zemlje u očima Zagrepčana čini “zemljama izvan kanona”, odnosno potpuno Drugim na Balkanu; prije je riječ o slici kulture koja se veže uz tu “tuđu” vjeru.

## 7. Umjesto zaključka: imaginativno zoniranje i imaginativne zone

### Balkanskoga poluotoka

Zoniranje je termin koji se obično upotrebljava za označavanje općega procesa podjele geografskoga prostora u neku svrhu, odnosno za proces identifikacije međusobno različitih dijelova teritorija s obzirom na određene pojave (Alaev, 1983).

Kao što znanstveno zoniranje pridonosi boljemu razumijevanju proučavane pojave, tako je i imaginativno zoniranje, odnosno povezivanje određene pojave s određenim prostorom način logičkoga osvajanja prostora. “Klasifikacija, čak i kada je heteroklitna i proizvoljna ... olakšava stvaranje jednog 'pamćenja'” (Lévy-Strauss, 1978: 56). Claude Lévy-Strauss navodi niz primjera koji pokazuju kako određene ptice u Navaho Indijanaca korespondiraju s određenim geografskim elementima: ždral s nebom, “crvena ptica” sa suncem, orao s planinom, kobac sa stijenom, čaplja s vodom itd. Analizirajući širok raspon korespondencija Pueblo Indijanaca, Lévy-Strauss pokazuje da se u njihovu imaginativnome sustavu geografski predjeli i pravci dovode u vezu ne samo sa životinjama i biljkama nego čak i s bojama: žuta boja korespondira sa sjeverozapadom, plava i zelena s jugozapadom, crvena s jugoistokom, a bijela sa sjeveroistokom (Lévy-Strauss, 1978:82–83).

Upravo se na takve korespondencije te na Lévy-Straussov koncept znanosti o konkretnome “što trajno oblikuje um” poziva Edward Said plasirajući termin “imaginativna geografija” (Said, 1999:71). Iako on, naravno, smatra da nije sve što znamo o prostoru ili zemljopisu samo imaginativno, tj. postoji i “pozitivna geografija”, ipak, po njegovu mišljenju, akumuliranje velikoga “pozitivnoga znanja” nije otklonilo “imaginativno geografsko znanje”. Povezujući takvo znanje s terminom Gastona Bachelarda “poetika prostora”, Said tvrdi da je “objektivni prostor kuće – njezini kutovi, hodnici, podrum, sobe – mnogo manje važan od onoga čime je poetski obdaren, a što je obično osobina s imaginativnom ili figurativnom vrijednošću koju možemo imenovati i osjetiti: tako kuća može biti kuća duhova ili udobna kuća, ili pak poput zatvora ili može biti magična”. Tako se i nepoznati daleki prostori “pretvaraju u smisao za nas ovdje... nekom vrstom poetskoga procesa” (Said, 1999:73).

Iako uvodeći termin “imaginativna geografija” Said na početku polazi od primjera “divljih plemena”, “skupine ljudi koja živi na nekoliko jutara zemlje” i sl., on ipak svoju knjigu zasniva na primjeni termina “imaginativna geografija” u značenju “rječnik”, “prikazivački diskurs”. Kada je riječ o Saidovoj knjizi, to je diskurs karakterističan uglavnom za znanstvene i književne rasprave o islamu i Orijentu. A pod diskursom se podrazumijeva “rječnik što se rabi kada god se govori ili piše o Orijentu – niz /.../ predstavljačkih figura ili tropa” (Said, 1999:93).

Ipak, mogućnost shvaćanja termina “imaginativna geografija”, kao što to uostalom vidimo i iz same Saidove rasprave, znatno je šira od “prikazivačkoga diskursa” i može biti povezana i s izvanznanstvenim, izvantekstualnim, izvanmedijskim označavanjem prostora. Simbolizacija prostora, prostorni stereotipi, prostorne metafore ne postoje samo unutar prikazivačkih diskursa, odnosno književnih i znanstvenih tekstova. Oni su ujedno i dio šire kulture ljudske zajednice, odnosno zajedničke strukture značenja ili predodžbi izraženih u simbolima uz pomoć kojih ljudi prenose, čuvaju od zaborava i razvijaju svoje znanje o životu i odnosu prema njemu (v. Geertz, 1973:89). Utoliko taj termin korespondira sa starijim terminom “mentalna karta”, koji se u geografskoj znanosti upotrebljava u smislu psihološkoga predočavanja okoline, što, naravno, uključuje i procese uopćavanja i simbolizacije okoline. Mada se konstruiranje mentalnih karata veže uz bihevioristički pravac u geografiji, rezultati pojedinih istraživanja zasnovanih na mentalnim kartama (kao što su, primjerice, i istraživanja Goulda i Whitea na čiju se metodologiju djelomice oslanja i ova rasprava) znatno su nadišli ograničenja biheviorističke tradicije. U humanistički orijentiranim geografskim radovima također se može pronaći niz dodirnih točaka sa Saidovim terminom. Čini se da upravo na ulazak u područje “imaginativne geografije” poziva Edmund V. Bunkse kada pred geografe postavlja zadaću da “istražuju, čuvaju i kultiviraju nevidljive veze koje sjedinjuju jednu stvar s drugom, na poseban način, na posebnome mjestu, u civilizaciji” (Bunkse, 1990:106).

Prema Saidu imaginativna geografija uključuje i problem delimitacije. Jedina granica, međutim, na koju se Said usredotočuje jest granica između “nas” i “njih”, između “našega teritorija i naše čudi” te “njihova teritorija i njihove čudi”. Imaginativna geografija, piše Said, dramatičira udaljenost i razliku između onoga što je blisko umu i onoga što je njemu daleko (Said, 1999:73). Ipak, ta dramatičirana granica, iako Said o tome ništa ne govori, nije jedina granica u imaginativnoj geografiji. Najznačajnija kritika Saida koju su mu uputili geografi zasniva se upravo na geografskoj difuznosti, na odsutnosti razlikovnih elemenata u njegovu konceptu. Derek Gregory smatra da su se imaginativne geografije, koje su bile iskorištene za prikazivanje Srednjega istoka, razlikovale od onih koje su prikazivale južnu Aziju, podsaharsku Afriku ili Južnu Ameriku (upravo stoga on preferira formu množine – “imaginativne geografije”). Različitost kolonijalnih diskursa uvjetovana je različitošću samih kolonija. S druge strane, u tim diskursima ni sam Orijent nije homogen. Na primjer, Egipat, koji se nalazi na Srednjem istoku, varira unutar europske imaginacije između srodnosti (sličnosti) Europi i bliskosti “pravom Istoku”. Stoga on poprima značenje liminalne zone te u europsku imaginativnu geografiju ne može biti uklopljjen “jednostavno kao Drugi” (Gregory, 1995:454). Imaginativna geografija, dakle, implicira ne samo razlikovanje “našega” i “njihova” prostora nego i razlikovanje unutar “njihova prostora”, a vjerojatno i razlikovanje unutar “našega”.

Kao što smo pokazali, stereotipi unutar imaginativne geografije mladih Zagrepčana koriste se kao alat za dramatičizaciju razlika s onim Drugim, koji se percipira kao područje neposrednoga dodira. Ipak, imaginativna geografija Balkanskoga poluotoka nije homogena. Naprotiv, ona je izrazito izdiferencirana.

Pojam stereotip implicira uopćavanje. Utoliko i europski stereotip Balkana implicira generaliziranje određenih (lokalnih, pojedinačnih) obilježja na cijelo područje poluotoka. Postoji, međutim, jedno generalno obilježje mentalnih karata: naime, oni

koji žive blizu nekoga područja vrlo detaljno razlikuju pojedine dijelove danoga područja; za razliku od njih, oni što žive daleko, isto to područje homogeniziraju (Gould i White, 1986:49). Bez obzira na uopćavanje i pojednostavnjivanje, Balkan je u svakome pogledu preblizu Zagrepčanima da bi ga oni percipirali homogeno.

U mentalnoj karti Balkana koju Zagrepčani imaju u svijesti Balkan je podijeljen na zone. Koristeći se podacima dobivenima na osnovi naše ankete, možemo identificirati sljedeće imaginativne zone.

Zona neposrednoga dodira i najbližega kulturnoga/jezičnoga kontakta – to je zona nepotpunoga Drugog. U toj zoni nastaju najemotivniji odnosi, stoga je ona najaktivnije izvorište stereotipa (Srbija, Jugoslavija, BiH);

Zona ignorancije ili indiferencije (Vorkačev, 1997) – o njoj se vrlo malo zna, ali se na nju širi (generalizira) negativna slika nastala u prvoj zoni (Rumunjska, Bugarska, Makedonija);

Zona izvan simboličko-vrijednosnoga sustava, zona narušavanja kanona – zona potpuno Drugoga (Turska, Albanija);

Ne-Balkan na Balkanskome poluotoku – jedina zona pozitivne percepcije (Grčka).

Imaginativne zone, naravno, nemaju čvrstih granica. Takve nisu čak ni granice s neposrednom zonom dodira. Te su granice razlivene, a same zone mogu biti isprekidane. Najbolji je primjer prostor Bosne i Hercegovine koji istodobno sadrži elemente Drugoga i elemente vlastitosti.

Dakle, s obzirom na to da stereotipi uspostavljaju i aktiviraju granice s Drugim, možemo pretpostaviti da oni mogu poslužiti kao dobra osnova za zoniranje unutar imaginativnih geografija. Ovo je samo jedan pokušaj u tome pravcu.

#### LITERATURA

Alaev, Enrid (1983) **Socialjno-ekonomičeskaja geografija. Ponjativno-terminologičeskij slovarj**. Moskva: Myslj.

Anić, Vladimir i Goldstein, Ivo (1999) **Rječnik stranih riječi**. Zagreb: Novi Liber.

Babić, Stjepan (1995) **Hrvatski politički vicevi**. Zagreb: Naklada PIP.

Bennington, Geoffrey (1990) Postal Politics and the Institution of the Nation, u H. K. Bhabha (ur.) **Nation and Narration**. London: Routledge, 121–137.

Biti, Vladimir (1994) **Upletanje nerečenog**. Zagreb: Matica hrvatska.

Bunkse, Edmund V. (1990) Saint-Exupéry's Geographical Lesson: Art and Science in the Creation and Cultivation of Landscape Values. **Annals of the Association of American Geographers** 80(1):96–108.

Džambo, Jozo (1999) Maledicta ethnica. O nacionalnim stereotipima i verbalnoj agresiji, u I. Pranjković, S. Jeličić (ur.) **Zbornik u čast dr. fra Igracija Gavrana**. Zagreb: Udruga đaka franjevačke klasične gimnazije.

Emel, Jody (1994) Pollution, u R. J. Johnston, D. Gregory, D. M. Smith (ur.) **The Dictionary of Human Geography**. Oxford: Blackwell.

Farino, Jerzy (1999) Neskoljko obsih soobrazhenij po povodu konceptov "grjaznyj/čistyj, **Studia litteraria polono-slavica**, 4:59–62.

Geertz, Clifford (1973) **The Interpretation of Cultures**. Basic Books.

Gould, Peter i White, Rodney (1986) **Mental Maps**. Boston: Allen & Unwin.

Gregory, Derek (1995) Imaginative Geographies. **Progress in Human Geography** 19(4):447–485.

Kristeva, Julia (1989) **Moći užasa. Oglad o zazornosti**. Zagreb: Naprijed.

Kuznecov, S. (2000) **Boljšoj tolkovyj slovarj ruskogo jazyka**. Sankt-Peterburg: Norint.

Levi-Stros, Klod (1978) **Divlja misao**. Nolit: Beograd.

Robinson Guy M. (1998) **Methods & Techniques in Human Geography**. Chichester: Wiley.

Said, Edward (1999) **Orijentalizam**. Zagreb: Konzor.

Sarup, Madan (1996) **Identity, Culture and the Postmodern World**. Athens: The University of Georgia Press.

Sibley, David (1992) Oustiders in Society and Space, u K. Anderson, K. Gale (ur.) **Inventing Places: Studies in Cultural Geography**. Melbourne: Longman Cheshire, 107–122.

Šakaja, Laura (2001) Mentalna karta Europe: vizura zagrebačkih srednjoškolača, u S. Mežnarić (ur.) **Etničnost i stabilnost Europe u 21. stoljeću – položaj i uloga Hrvatske**. Zagreb: Jesenski i Turk (u tisku)

Todorova, Maria (1996) The Construction of a Western Discourse of the Balkans. **Etnološka tribina** 19:7–25.

Todorova, Maria (1997) **Imagining the Balkans**. New York: Oxford University Press.

Užarević, Josip (1999) Mat. **Studia litteraria polono-slavica** 4:43–58.

Vorkačev, S. G. (1997) Bezrazličije kak etnosemantičeskaja karakteristika ličnosti: opyt sopolstavitel'noj paremiologii. **Voprosy jazykoznanija** 4:115–124.

Žižek, Slavoj (1999) Der Balkan im Auge. Was Peter Handke nach Ruritanien treibt. **Süddeutsche Zeitung**. München, 17. III. 1999.

## STEREOTYPES AMONG ZAGREB YOUTH REGARDING THE BALKANS

### A CONTRIBUTION TO THE STUDY OF IMAGINATIVE GEOGRAPHY

LAURA ŠAKAJA

Institute for Migration and Ethnic Studies

*Stereotypes establish and activate borders towards Others. They translate the name of the Other into a metaphor – placing it in that form into the mental map. Therefore stereotypes become a way of tracing borders, an element of delimitation within mental maps and of basic zoning within imaginative geography.*

*In this paper an attempt is made to discern the imaginative zones of the Balkan peninsula at the basis of stereotypes which secondary school students in Zagreb have on the Balkans.*

*The negative stereotypes in regard to the Balkans in a whole that were shown in the research made at the sample of 395 students indicated a strong role of the Balkans as a referent distance factor in regard to which the Croatian cultural Self was measured and constructed. Regardless of generalization and simplification, the Balkans are in every aspect too close to people in Zagreb to be perceived in a homogenised way. The mental map of the Balkans which Zagreb youth have in their consciousness divides the region into zones. Four imaginative zones could be assigned. The first is the zone of direct relations and the closest cultural/linguistic contacts – this is the zone of the incomplete Other.*

*The most emotional relationships arise in this zone, which is therefore the most active source of stereotypes. The second zone is the zone of ignorance or indifference – very little is known about it, but the negative picture created in the first zone is expanded (generalised) onto it. The third lays outside the symbolic-value system, the zone of the violated canon – the zone of the complete Other. And finally there is a fourth zone – non-Balkan in the Balkan Peninsula – which is the only one perceived positively. Imaginative zones, naturally, do not have firm borders. These borders are blurred, and the zones themselves can be discontinuous.*

1 Anketom je obuhvaćeno šest zagrebačkih srednjih škola (od ukupno 67) sa četverogodišnjim obrazovnim programom. Anketirano je 395 od ukupno 8.638 učenika završnih razreda četverogodišnjih škola u gradu Zagrebu. Pri odabiru škola vodilo se računa o zastupljenosti škola različitih smjerova i veličina. Uzimajući u obzir zastupljenost gimnazija (uključujući privatne), tehničkih i srodnih škola (uključujući privatne) i umjetničkih škola, za istraživanje su odabrane dvije gimnazije (XI. gimnazija – opća i IV. – jezična), tri tehničke i srodne škole (Tehnička škola Rudera Boškovića, Škola za primalje i Privatna srednja ekonomska škola Katarine Zrinski) te jedna umjetnička (Glazbena škola Vatroslava Lisinskog).