**Pred. Stana Odak Krasić, mag. nov.**

Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos, Zagreb



**Kristijan Sedak, mag. comm.**

Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos, Zagreb

**Anđela Sivrić, bacc. odn. jav.**

Visoka škola za odnose s javnošću i studij medija Kairos, Zagreb

**STEREOTIPI I PREDRASUDE O HERCEGOVCIMA**

***Sažetak***

*Stereotipi i predrasude prisutne su u svim dijelovima svijeta i u svim društvima. Živimo u svijetu predrasuda koje su najčešće izvor naših netrpeljivosti, mržnje, animoziteta prema ljudima oko nas. Većina stereotipa ljudi usvajaju olako, bez detaljnije analize i uvida u  stvarnu zbilju jednog naroda, etničke skupine ili skupine ljudi koji žive na jednom određenom području. U ovom radu istražena je prisutnost stereotipa i predrasuda o Hercegovcima u Hrvatskoj. Rad se temelji na istraživanju provedenom na prigodnom uzorku. Cilj istraživanja bio je ispitati postoje li i danas stereotipi i predrasude o Hercegovcima. Istraživanje je prije svega bilo usmjereno na konstrukciju predrasuda i stereotipa, a ne na njihov utjecaj. Ipak, s obzirom na to da je proces stvaranja predrasuda te posebno stereotipa, njihova utjecaja na društvo te ponovnoga medijskoga stvaranja stereotipa na temelju vrijednosti tog društva zatvoren proces, ne može se u potpunosti zanemariti i taj element.*

**Ključne riječi:** *Hercegovci, Hercegovina, imidž, istraživanje, stereotipi i predrasude.*

**Uvod**

Svaka nacionalna ili kulturna zajednica ima zbirku takozvanih kulturnih obrazaca*,* tj. proizvodi kolektivnu svijest o elementima okolnog svijeta. U tu kolekciju također uključuje pojednostavljene, stereotipne slike o drugim narodima s kojima postoje kontakti. One su u povijesti i kulturnoj tradiciji te zajednice duboko ukorijenjene.[[1]](#footnote-2)

Živimo u svijetu predrasuda i stereotipa a objekti predrasuda bili su, i još uvijek jesu, najčešće vjera, rasa, etničke manjine, spol i drugo. U najširem značenju predrasude su tvrdnje uz koje se pridružuju uvjerenost u njihovu točnost – iako te tvrdnje nisu potkrijepljene činjenicama niti zasnovane na argumentima nego su donesene bez prethodnog provjeravanja njihove točnosti i bez prethodnog razmišljanja o tome. Razvoj stereotipa i predrasuda te obilježavanja stavova, pojedinaca, nacionalnosti, religije, rase ili narodnosti odvija se prema trajnom obrascu – neovisno o vremenu, prostoru i posebnostima nositelja, tako da se unutar svakog pojavnog oblika može prepoznati univerzalna struktura odnosa.

**Predrasude predstavljaju specifičan oblik stavova koje se očituju u tendenciji da se o nekome misli, osjeća i reagira na određeni način samo na temelju nekog svojstva kao na primjer pripadnosti nekoj društvenoj skupini.** Stereotipi, početno izjednačavani s predrasudama, predstavljaju zapravo sklonost da se nejasne i proturječne informacije brzo organiziraju na pojednostavljen način. Pretpostavka je da predrasude nisu opravdane budući da ne postoje ni logičke niti znanstvene osnove za to da jedna osoba ili grupa ljudi kategorizira sebe bilo kao inferiorne ili superiorne drugoj osobi ili grupi ljudi.

Predrasuda može neku osobu učiniti sklonom da se ponaša ili na povoljan ili na nepovoljan način, budući da se to može pokazati kao davanje prednosti samome sebi ili vlastitoj grupi i kao pokušaj da se naškodi drugoj grupi. Iako postoje i pozitivne predrasude te iako predrasude ubrzavaju proces misaonog izvođenja konkluzija, prečesto su te konkluzije zbog grubog poopćavanja nedopustivo netočne. Stereotipi time pružaju samo lažnu emocionalnu sigurnost u koju se pojedinci uzdaju zbog nelagode od nepoznatoga, kompleksnoga ili previše novih informacija. Predrasudni stavovi češće su negativni i ponašanje koje proizlazi iz njih može poprimiti raznolike oblike koji rezultiraju različitim stupnjevima nepravednih postupaka.

Ovaj rad skroman je doprinos sagledavanju problema predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, poglavito u Zagrebu te pitanja predrasuda i stereotipiziranja općenito.

**Teorijsko određenje pojmova**

U modernoj terminologiji, stereotip je pojednostavljena mentalna slika pojedinca ili grupe ljudi koji dijele izvjesne karakteristične (ili stereotipske) osobine. Pojam se često koristi u pejorativnom smislu i stereotipe mnogi vide kao nepoželjna vjerovanja koja mogu biti promijenjena obrazovanjem i/ili upoznavanjem stvari. No, stereotip nije uvijek pogrešan, „studije su pokazale da se privlačnost može pozitivno povezati s osobnim prihodima, društvenim vještinama i samopouzdanjem“.[[2]](#footnote-3) Jedno moguće objašnjenje za ovo je da je stereotip samoispunjujuće proročanstvo gdje percepcija o atraktivnim ljudima kao vrjednijim članovima društva vodi do toga da oni dobivaju povlašten tretman, pozitivnu reakciju i opipljivu korist. Ta spoznajna predrasuda se može smatrati posebnom vrstom halo-efekta. „Krenemo li od pretpostavke da predrasude nisu samo naučene osobine i stavovi, već se njihovi korijeni nalaze i u genetici i u predispozicijama, moramo shvatiti da je strah svakog živog bića od nepoznatog i nejasnog normalan i prirodan. Govor, odijevanje, način života, svakidašnji rituali, vjera, običaji – objektivni su znakovi razlikovanja među skupinama. Oni su osnova samoodređenja, ali istodobno i temeljna podloga za kreiranje subjektivnih, često i izmišljenih, opreka prema drugima.“[[3]](#footnote-4) Stereotip je pojednostavljen prikaz osobe ili grupe, tj. „vjerovanje da pojedinac koji pripada određenoj grupi ima određene karakteristike zato što pripada toj grupi.“ [[4]](#footnote-5)

Stereotip se još više potvrđuje kroz fenomen samoispunjavajuće prognoze. Fenomen „objašnjava činjenicu da očekivanja koja imamo o nekoj grupi ljudi uvjetuju naša ponašanja prema toj grupi, a to opet dovodi do očekivanja te grupe ljudi prema sebi samoj do ponašanja koja su u skladu s društvenim očekivanjima. Na taj se način početna očekivanja potvrđuju u socijalnoj realnosti, što još više potvrđuje stereotip.“ [[5]](#footnote-6)

Stereotipima nazivamo one „predrasude kojima se nekoj skupini pripisuju pozitivna ili negativna obilježja zajedničke svim njezinim članovima od kojih se očekuje i određeno zajedničko ponašanje.“[[6]](#footnote-7) Kako navodi Lučić „Stereotip se odnosi na neki opći model spoznavanja koji je čvrst, neovisan o vremenu i nepromjenjiv. Obično u korijenu leži zrno realne osnove i koji služi za pogrešno generaliziranje.“[[7]](#footnote-8)

Sadržaj stereotipa može biti pozitivan (na primjer uvjerenja o gostoljubivosti), ali najčešće ih prate negativna obilježja. Oni su iskrivljene mentalne slike. Uvijek se iznova postavlja pitanje zašto stereotipi ne iščezavaju kada većina ljudi zna da se radi o iskrivljenoj slici?

Prema Penningtonu stereotipe obilježavaju tri osobine ili:

1. Ljudi se kategoriziraju po vrlo vidljivim obilježjima (rasa, spol, nacionalnost itd.).
2. Svim članovima te kategorije, ili te grupe, pripisuje se posjedovanje istih obilježja.
3. Bilo kojem pojedincu koji ostavlja dojam pripadnosti određenoj grupi pripisuje se

posjedovanje tih stereotipnih obilježja[[8]](#footnote-9).

Nitko nije imun i pošteđen od predrasuda. Danas živimo u svijetu predrasuda koje su najčešće izvor naših netrpeljivosti, mržnje, animoziteta prema ljudima oko nas.

„Predrasuda se može definirati kao stav koji čini neku osobu sklonom da misli, osjeća, percipira i djeluje na povoljne ili nepovoljne načine prema nekoj grupi ili pojedinim članovima te grupe„[[9]](#footnote-10). One se definiraju kao „negativna vrednovanja grupe ili pojedinaca na temelju grupne pripadnosti a sastoje se od spoznajne, emocionalne i ponašajne sastavnice.“[[10]](#footnote-11) To je a priori donesen [sud](http://hr.wikipedia.org/wiki/Prosudba) ili [mišljenje](http://hr.wikipedia.org/wiki/Misao) prije temeljite i kritičke prosudbe i iskustva.

Predrasuda nastaje kada tuđe obrasce ponašanja promatramo kroz vlastiti vrijednosni sustav bez dovoljne kritičnosti i analize. Predrasuda je i obilježje civiliziranog društva. Svatko od nas je nekada bio u prilici da ima neku predrasudu ili je svjedočio predrasudama drugih ljudi. Predrasuda nema svoj korijen u pogrešnom uopćavanju, dakle u samom načinu zaključivanja koji ide od pojedinca prema grupi, već u jednoj vrsti mišljenja koje polazi od grupe prema pojedincu.

Predrasude su isprepletene u sve aspekte života, pa tako imamo „predrasude ili stvorene prosudbe prema ljudima ili osobama na osnovu njihove rase, društvenog sloja, spola, etničke pripadnosti, dobi, invalidnosti, političkih uvjerenja, religiji, seksualne orijentacije, zanimanja ili drugih osobnih karakteristika.“[[11]](#footnote-12) U socijalnom kontekstu više je funkcija predrasuda. One omogućavaju brzu i preciznu orijentaciju u kompleksnom socijalnom okruženju, što je preduvjet i za brzu prilagodbu. Predrasude služe i kao obrana od raznih osjećaja krivnje, intrapsihičkih sukoba i samokritike te očuvanju pozitivne slike o samome sebi. Predrasude koje dijelimo s drugima potiču osjećaj zajedništva i uzajamne privrženosti. Uz pomoć predrasuda možemo naknadno opravdavati svoje određene društvene stavove i ponašanje.[[12]](#footnote-13) S ovim se, većinom središnjim ljudskim potrebama teško boriti tim više što se njihovo zadovoljavanje odvija većinom nesvjesno i automatski.

**Dosadašnja istraživanja teme**

Jedino relevantno i tematski vezano istraživanje novijeg datuma bilo je istraživanje u organizaciji zaklade Friedrich Ebert, provedeno u jesen 2011. godine, koje je provela agencija Millenium promocija, u suradnji s agencijom IPSOS Puls. Voditelj istraživanja i njegov analitičar bio je doc. dr. sc. Božo Skoko, profesor s Fakulteta političkih znanosti Sveučilišta u Zagrebu, kao jedini regionalni stručnjak koji se sustavno bavi problematikom imidža država.

Spomenuta zaklada, kako navode u publikaciji[[13]](#footnote-14) provela je ovo iscrpno anketno istraživanje, kako bi (u nedostatku sličnih istraživanja) iz prve ruke doznala kakva je percepcija Bosne i Hercegovine u njezinom susjedstvu, koji su njezini najveći potencijali, uočeni nedostaci ili očekivane mogućnosti.

Kada je u pitanju imidž Bosne i Hercegovine i njezinih stanovnika, odnosno ono što drugi o njoj i njima misle i osjećaju, važno je sagledati kako tu državu doživljavaju u regiji, a istraživanje je prije svega bilo usmjereno na Hrvatsku i Srbiju. Riječ je o državama s kojima Bosna i Hercegovina dijeli gotovo cijelu svoju granicu, ali i izuzetno važnim gospodarskim i političkim partnerima, kao i državama koje su trajno sudbinski vezane uz Bosnu i Hercegovinu. Istraživanje je otkrilo, odnosno potvrdilo, nekoliko značajnih pokazatelja, na kojima se dugoročno može graditi novi regionalni imidž Bosne i Hercegovine, ali i kvalitetniji odnosi među državama regije.

Iz spomenutog istraživanja zanimljiv je podatak kako su u Hrvatskoj Bosanci nešto pozitivnije percipirani od Hercegovaca. Hrvatski ispitanici Bosance češće smatraju zabavnima, poštenima i skromnima, a Hercegovce smatraju više tradicionalnima, naprednima i snalažljivima, a manje skromnima, zabavnima i poštenima[[14]](#footnote-15).

**Istraživačka pitanja, ciljevi i hipoteze**

Cilj istraživanja bio je ispitati prisutnost predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, poglavito u Zagrebu. Istraživanje je bilo usmjereno na propitivanje postojanja predrasuda i stereotipa o Hercegovcima, a ne njihov utjecaj. Ipak, s obzirom na to da je riječ o povezanim fenomenima, neki su segmenti istraživanja bili u kontekstu mogućeg utjecaja predrasuda i stereotipa o Hercegovcima u svakodnevnoj komunikaciji i zaključivanju. Prije provedbe istraživanja formulirano je nekoliko problemskih pitanja i pripadajućih hipoteza:

P1: Postoje li još uvijek predrasude i stereotipi o Hercegovcima u Zagrebu?

H1: Predrasude i stereotipi o Hercegovcima još uvijek postoje.

P2: Jesu li predrasude o Hercegovcima utemeljene na istini?

H2: Predrasude o Hercegovcima nisu utemeljene na istini.

P3: Jesu li imidž Hercegovaca pozitivan ili negativan?

H3: Imidž Hercegovaca je negativan.

Početna problemska pitanja i hipoteze poslužili su kao dobar orijentir u određivanju daljnjega smjera istraživanja te u razradi pitanja za anketu.

**Metoda istraživanja**

Istraživačka metoda koja se koristila pri izradi rada, odnosno potvrđivanju hipoteza je anketa (e-anketa). Anketa je „najčešće korištena tehnika prikupljanja podataka u društvenim znanostima čija je primjena toliko raširena da se smatra znanstvenom metodom“[[15]](#footnote-16). Kada se govori o anketi, najčešće se misli na anketu u užem smislu, odnosno na „ispitivanje stavova i mišljenja uz pomoć upitnika“[[16]](#footnote-17). Prilikom konstrukcije upitnika istraživač se odlučuje za pitanja otvorenog ili zatvorenog tipa polazeći od poznatih prednosti i nedostataka za obje vrste pitanja. Pitanja otvorenog tipa u načelu su „manje sugestivna i omogućuju ispitanicima potpunu slobodu u odgovaranju“, kao i priliku za odgovore koje istraživači nisu predvidjeli[[17]](#footnote-18). S druge strane teško je zanemariti nedostatke otvorenih pitanja, poput moguće pojave izostanka odgovora, jer ispitanika stavljaju pred teži zadatak, nemogućnosti postavljanja većeg broja pitanja i teže obrade, s obzirom na to da se otvorena pitanja obrađuju pomoću analize sadržaja. Stoga su se, za potrebe ovoga rada, autori odlučili za zatvorena pitanja.

Anketa, u ovom slučaju e-anketa, kao metoda za prikupljanje podataka i informacija o stavovima i mišljenjima ispitanika, zbog vremenske ograničenosti pokazala se kao najpraktičnija metoda istraživanja. Anketno ispitivanje je provedeno na 542 prigodno odabrane elektroničke adrese te je isto bilo postavljeno i dostupno i na društvenoj mreži Facebook. Istraživanje je provedeno u vremenu od 3. do 10. lipnja 2013. Uvjet za kvalitetan i vjerodostojan uzorak ispitanika bio je da ispitanici nemaju porijeklo i da nisu rođeni u Hercegovini a on se ostvario tako što je prvo anketno pitanje glasilo – Jeste li rodom s područja Hercegovine? i bilo je eliminacijsko. Obrađena su ukupno 506 ispunjena anketna upitnika od ukupno 542 pristigla (36 anketnih upitnika nije obrađeno jer su eliminirani navedenim pitanjem).

Za potvrdu generalne hipoteze analizirani su sadržaji objavljenih stručnih radova i članaka te ostale relevantne i dostupne literature.

**Rezultati i rasprava**

Već ranije je kazano kako je u anketnom ispitivanju sudjelovalo ukupno 542 ispitanika, od čega je validno obrađeno 506 anketnih upitnika.

**Grafikon 1. Odgovori na eliminacijsko pitanje – jeste li rodom s područja Hercegovine?**

Eliminacijsko pitanje, koje je glasilo *Jeste li rodom s područja Hercegovine,* služilo je da se iz istraživanja izuzmu pozitivni odgovori. Od ukupno 542 pristigla odgovora isključeno je njih 36, koji su bili potvrdni odgovori na prethodno navedeno pitanje (Vidi Grafikon 1.).

Istraživanje se temeljilo na uzorku koje je bio dostupan u navedenom vremenskom razdoblju od samo sedam dana koliko je istraživanje trajalo (od 3. do 10. lipnja 2013.) pri čemu su autori svjesni činjenice da najdostupniji pojedinci mogu imati obilježja koja su jedinstvena samo za njih te da oni nisu potpuno reprezentativni za populaciju.

Autori polaze od pretpostavke da su anketirani bili iskreni i vjerodostojni u svojim odgovorima, te tako smatraju da dobiveni rezultati mogu pružiti sliku razmišljanja o postojanosti stereotipa i predrasuda o Hercegovcima.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Mjesta odakle ispitanici dolaze**  **(po županijama)** | **Broj odgovora** | **%** |
| Bjelovarko-bilogorska | 18 | 3,4 |
| Brodsko-posavska | 11 | 2,2 |
| Dubrovačko-neretvanska | 27 | 5,3 |
| **Grad Zagreb** | **227** | **44,9** |
| Inozemstvo | 13 | 2,6 |
| Istarska | 12 | 2,4 |
| Karlovačka | 10 | 1,9 |
| Koprivničko-križevačka | 10 | 1,9 |
| Krapinsko-zagorska | 16 | 3,2 |
| Međimurska | 14 | 2,8 |
| Osječko-baranjska | 15 | 2,9 |
| Primorsko-goranska | 11 | 2,2 |
| Sisačko-moslavačka | 11 | 2,2 |
| Splitsko-dalmatinska | 55 | 10,9 |
| Šibensko-kninska | 14 | 2,8 |
| Varaždinska | 13 | 2,6 |
| Vukovarsko-srijemska | 13 | 2,6 |
| Zagrebačka | 16 | 3,2 |
| **Ukupno** | **506** | **100** |

**Tablica 1. Mjesta (županije i ostalo) odakle ispitanici dolaze**

Još jedan važan podatak za ovaj rad odnosilo se na mjesto odakle ispitanici dolaze. Analizom validnih anketnih listića utvrđeno da najveći dio njih dolazi iz Grada Zagreba (44,9%) drugi najveći postotak ispitanika (10,9%) dolazi iz Splitsko-dalmatinske županije. Kako je jedan od ciljeva ovoga rada bio istražiti postojanost stereotipa i predrasuda o Hercegovcima s naglaskom na Zagreb, ovakav postotak ispitanika koji dolaze iz Zagreba smatra se zadovoljavajućim (Vidi Tablica 1.).

Ispitanici iz ostalih županija poprilično su ravnomjerno raspoređeni što je dobar podatak za sagledavanje šire slike (iako je postotak gotovo zanemarujući i kreće se od najmanje 1,9 do najviše 5,3 posto ispitanika) odnosno može poslužiti kao indikativni pokazatelj za neka buduća istraživanja.

**Grafikon 2. Postojanost predrasuda i stereotipa**

Velika većina ispitanika, njih čak 470 (92,9%) smatra kako predrasude o Hercegovcima postoje što potvrđuje prvu postavljenu hipotezu rada. Omjer afirmativnih odgovora o postojanju stereotipa i vjerodostojnosti istih daje nam za pravo zaključiti kako većina njih nisu odraz stvarnosti te ih je lako argumentima negirati (vidi Grafikon 2.).

**Grafikon 3. Utemeljenost predrasuda i stereotipa**

Značajni su rezultati po pitanju utemeljenosti predrasuda i stereotipa o Hercegovcima na istini, gdje većina ispitanika (60,9%) smatra da predrasude i stereotipi nisu utemeljeni na istini dok njih 198 ili 39,1% razmišlja suprotno. Ovakvi rezultati istraživanja značajni su jer potvrđuju i drugu postavljenju hipotezu rada. Kako su istraživači pretpostavili, ispitanici nisu pronašli utemeljenost predrasuda i stereotipa na istini, postavljanjem otvorenog pitanja *Predrasude i stereotipi uglavnom su plod (navesti čega)* došli su do zanimljivih odgovora.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kategorije rezultata razloga predrasuda i stereotipa** | **Broj odgovora** | **%** |
| **Medijskih objava** | 36 | 7,1 |
| **Nešto drugo** | 59 | 11,7 |
| **Osobnog iskustva** | 23 | 4,5 |
| **Posljedica njihovog ponašanja** | 67 | 13,2 |
| **Razmišljanja i stavova okoline** | 321 | 63,5 |
| **Ukupno** | **506** | **100** |

**Tablica 3 . Kategorija rezultata razloga predrasuda i stereotipa**

Kako su odgovori na pitanje *Predrasude i stereotipi uglavnom su plod (navesti čega)* bili raspršeni, naknadno je formirano pet kategorija. Tako većina ispitanika, njih 63,5% smatra da su predrasude i stereotipi plod razmišljanja i stavova okoline. Tek 13,2% ukupnog broja ispitanih navelo je da su posljedica njihovog ponašanja (ponašanja Hercegovaca) dok je 11,7% navelo nešto drugo kao glavni razlog. (Tablica 3.).

Navodimo nekoliko zanimljivih i reprezentativnih odgovora (iz kategorije *nešto drugo)*:

* Zbog ljudi koji su ljubomorni na Hercegovce, ali jedna lasta ne čini proljeće, isto tako u svakom žitu ima kukolja.
* Vlastitih slabosti onih (koji imaju predrasude o Hercegovcima da su "ovakvi i onakvi" i od samih Hercegovaca) koji unaprijed imaju neosnovano mišljenje da se o njima tako misli.
* Posljedica su njihovog razmišljanja, ponašanja a u skladu s razmišljanjima, stavovima okoline u kojoj su rođeni, odrasli, školovali se (samim time odgojem i podnebljem). Negativan utjecaj stekli su medijskim objavama nekolicine "ratnih profitera" iz procesa privatizacije. Svakako želim naglasiti da se radi o Hrvatima koji su svojim domoljubljem uvelike doprinijeli obrani lijepe nam RH tijekom Domovinskog rata (što se zaboravlja naglasiti u medijskim objavama). Osim toga, politika ih je nažalost iskoristila, razjedinila i dovela do položaja u kojem se trenutno nalaze u BiH (a nastavno na informacije iz obavljenog popisa stanovništva).
* Sve navedeno.

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Kategorije asocijacija** | **Broj odgovora** | **%** |
| **Bijele čarape** | **92** | **18,2** |
| Domoljubi | 15 | 3,0 |
| Dvojno državljanstvo | 3 | 0,6 |
| Kamen | 22 | 4,1 |
| Katolici | 3 | 0,6 |
| Konzervativizam | 15 | 3,0 |
| Mate Bulić | 4 | 0,8 |
| **Mercedes** | **67** | **13,2** |
| Međugorje | 7 | 1,3 |
| Milan Bandić | 3 | 0,6 |
| Moj muž | 4 | 0,8 |
| Nacionalisti | 4 | 0,8 |
| Naglasak | 10 | 2,1 |
| Nino Raspudić | 3 | 0,6 |
| Novac | 5 | 1,0 |
| Ostalo | 56 | 11,1 |
| Patriotizam | 5 | 1,0 |
| Prijatelji | 9 | 1,8 |
| Primitivizam/zatucanost | 10 | 2,1 |
| Radišnost | 50 | 9,9 |
| (Rodbinske) veze | 23 | 4,5 |
| **Snalažljivost** | **59** | **11,7** |
| Seljaci, seljačine | 15 | 3,0 |
| Tvrdoglavost | 4 | 0,8 |
| Veseljaci | 7 | 1,3 |
| Zagreb | 7 | 1,3 |
| Zlatni lanac/lajna | 4 | 0,8 |
| Ukupno | **506** | **100** |

**Tablica 2. Kategorije asocijacija**

Od ostalih rezultata istraživanja najzanimljivim se čine rezultati iz Tablice 2. o asocijacijama ispitanika na spomen Hercegovaca. Dobiveni odgovori na ovo otvoreno pitanje bili su očekivano raspršeni pa su razvrstani u kategorije (one su se formirale naknadno, nakon analize odgovora). Iako su neki ispitanici navodili više različitih asocijacija, u kategorije se uvrštavala samo jedna – dominantna asocijacija (koju su sami ispitanici naveli kao najvažniju, prvu ili osnovnu ili ona asocijacija koja je navedena prva u nabrajanju).

Najvećem broju 18,2 % ili ukupno 92 ispitanih navelo je prvu asocijaciju - bijele čarape. Predrasuda je to koja je bila poprilično zastupljena i popularna devedesetih godina, a prisutna je i danas poglavito u vicevima. Istraživanja pokazuju da je, ma koliko smiješno i „potrošeno“ zvučalo, značajan dio i današnjih promišljanja. Konkretno za ovu asocijaciju, teško je odrediti je li ona dio pozitivnog ili negativnog konteksta. Na drugo mjesto plasirala se također jedna „stara“ predrasuda, odnosno njemačka marka automobila – Mercedes. Uvriježena su razmišljanja da Hercegovci posebno vole njemačke marke automobila poglavito Mercedes. I ovu asocijaciju prilično je teško odrediti u kontekstu pozitivnog ili negativnog, autori su razmišljanja da su ispitanici ipak bili priklonjeni negativnoj (podrugljivoj) konotaciji.

Iz Tablice 2. može se isčitati da značajan broj ispitanika Hercegovce opisuju u pozitivnom kontekstu kao snalažljiv i radišan narod, ali i odgovori na ovo pitanje pokazuju kako još dosta njih ljude toga kraja doživljavaju u pejorativnom smislu. Tako visoko treće odnosno četvrto mjesto zauzimaju pojmovi – snalažljivost (11,7%) i radišnost (9,9%).

Nešto manje od 10% od ukupnog broja ispitanika Hercegovce doživljava kao primitivne, seljačine, zatucane, homofobne i naporne ljude, što može biti uvjetovano ili stavom okoline ili negativnom konotacijom koja se veže za određene Hercegovce koji su uvelike pridonijeli izgradnji negativnog imidža u javnosti. Jako mali broj ispitanika Hercegovce smatra prepoznatljivim po Međugorju, kao najjačem turističkom *brandu* Hercegovine i izraženom patriotizmu gotovo podjednak broj je onih koji ih opisuju kao tvrdoglave, kao nacionaliste ili ih naziva velikim katolicima.

Pozitivni ljudi s izgrađenim identitetom u javnosti još nisu prepoznati kao snažan segment u izgradnji pozitivnog imidža Hercegovaca. Prije svega, doc. dr. sc. Nino Raspudić kao pozitivna osoba u javnosti može biti nositelj pozitivnog identiteta i gradnje imidža svoga kraja. Baš njegovo ime našlo se u popisu asocijacija. Tu su još i imena pjevača Mate Bulića i Milana Bandića, gradonačelnika Grada Zagreba. Na popisu se našao i pjevač Thompson (Marko Perković, nap. a.) koji nije rodom s područja Hercegovine. Zanimljivo je da niti jedan ispitanik nije prepoznatljivost Hercegovine povezao s prirodnim ljepotama i uspješnim sportašima. Prirodne ljepote Hercegovine, očito marketinški zanemarene nisu prepoznatljive u Hrvatskoj, a hercegovački sportaši, pogotovo vrhunski, uz pogodnost dvojnog državljanstva često zbog kvalitetnijih uvjeta i drugih razloga treniraju u hrvatskim klubovima i često se odlučuju nastupati za hrvatske reprezentacije.

**Grafikon 4. Imidž Hercegovaca**

Kako bi se dobili potvrdni odgovori na problemsko pitanje *Je li imidž Hercegovaca pozitivan ili negativan* potrebno je čitati podatke iz Grafikona 4. gdje je vidljivo da 58,3% ispitanika smatra kako je imidž Hercegovaca negativan. Kada bi se zbrojila mišljenja ispitanika o pozitivnom i neutralnom imidžu (41,7%) svejedno bi ukupan zbroj ispitanika bio manji od onih koji imidž opisuju kao negativan.

**Zaključak**

Svaki narod u svijetu podložan je predrasudama i stereotipima. Tako će se za Japance kazati kako su pedantan i radišan narod koji voli disciplinu. Bosance i Hercegovce kao ljude koji žive u zemlji nesređenih političkih situacija i sklonih „lakoj“ zaradi“. Većinu tih stereotipa ljudi usvajaju olako, bez detaljnije analize. Tako vrijedi i za Hercegovce i o predrasudama i stereotipima koji su prisutni. Stereotipni Hercegovac prikazuje se kao primitivac kockaste glave, koji se nakrao na račun hrvatske sirotinje pa sad živi u raskošnoj vili i vozi najnoviji mercedes, iz kojeg kroči u mokasini i bijeloj čarapi pa se, dok mu kilo zlata zvecka oko „šije“ i čačkalica viri između rijetkih zuba, ubacuje preko reda podići lažnu ratnu invalidninu. Stereotipi i predrasude stvaraju se olako, a šire velikom brzinom zahvaljujući osobnoj predaji (sjetimo se viceva), ali i medijima (animirani filmovi, internet portali, glazba, kazalište...)

Problem nastanka predrasuda i stereotipa o Hercegovcima valja potražiti u vremenima prvih migracija Hercegovaca u Hrvatsku. Te su migracije prije svega bile gospodarski uvjetovane. Hercegovci koji su se među prvima odlučili za odlazak iz Hercegovine većinom su bili s ruralnih područja i skromnijeg obrazovanja. Naravno da oni sami nisu niti mogli stvoriti istinitu sliku o Hercegovcima. Nakon posljednjeg velikog vala hercegovačke migracije u Hrvatsku u devedesetim godinama prošlog stoljeća hrvatski mediji prenosili su karikiranu sliku Hercegovaca i time uvelike pridonjeli razvoju i širenju spomenutih predrasuda. Danas je medijski pristup ovoj problematici mnogo ozbiljniji pa te predrasude stagniraju ili čak vrlo sporo i blijede.

Hercegovci svoj imidž trebaju graditi na pozitivnim vrijednostima kao što su prirodne ljepote, tradicijski proizvodi, bogata povijest i uspješni ljudi. Iako su neki Hercegovci doprinijeli potvrdi stereotipa, ljudi koji odgovaraju tim predrasudama, a koji su se kao samoproglašeni glasnogovornici Hercegovine prečesto pojavljivali u svim hrvatskim medijima, pa se rijetko moglo vidjeti elokventnog i kultiviranog Hercegovca u medijima. Kako bi se negativne predrasude o Hercegovcima smanjile i uklonile, a stereotipi izbjegli, potrebno je apostrofirati one Hercegovce koji svojim radom i uspjesima u sportu, kulturi, znanosti dokazuju kako je Hercegovina ipak pitomo i prirodnim ljepotama okruženo podneblje u kojemu žive pošteni, radišni i pametni ljudi.

Cilj ovoga rada bio je istražiti postoje li i danas stereotipi i predrasude o Hercegovcima. Možemo reći da je cilj, na žalost, ostvaren i hipoteza višestruko potvrđena.

**Literatura**

1. APPEL, M.: *Medienvermittelte Stereotype und Vorurteile,* Springer, Berlin, Heidelberg, 2008.
2. HORT, R.: *Vorurteile und Stereotype: Soziale und dynamische Konstrukte,* VDM Verlag, Saarbrücken, 2007.
3. HUDEK, J., TKALČIĆ, M.: *Sadržaj stereotipa spolnih crta: komparativno istraživanje*, [Godišnjak Zavoda za psihologiju](http://katalog.nsk.hr/cgi-bin/Pwebrecon.cgi?v1=1&ti=1,1&CNT=50&HC=1&RelBibID=29452&HostBibID=16105&ProfileCode=7739&SEQ=20100327205337&PID=xvkn8MTPCDaK7x23_9cT2nVuiuHHQ), VOL. 1, 37-43, 1991.
4. [KLAIĆ](http://bs.wikipedia.org/wiki/Vjekoslav_Klai%C4%87), V.: *Bosna - Podatci o zemljopisu i povijesti Bosne i Hercegovine*, Matica Hrvatske, Zagreb, 1878.
5. LUČIĆ, I.: *Zbornik radova Hum i Hercegovina kroz povijest,* Hrvatski institut za povijest, Zagreb, 2011.
6. MARINIĆ, J.: *Teorije i istraživanja predrasuda u dječjoj dobi,* Psihologijske teme 18, 1, 137-157, 2009.
7. MARTINOVIĆ, S.: *Kako nametnuti pozitivne stereotipe*: *Hrvatska-image i identitet*. Autorska bilježnica, Zagreb, 2002.
8. PENNINGTON, D. C.: *Osnove socijalne psihologije,* Naklada "Slap", JastrebarskO, 1997.
9. PERINIĆ, A.: *Hvarski kampanilizam – stereotipi i podrugljivi etnici otoka Hvara*,

Studij etnologije, Zagreb, 2011.

1. PROKOP, I.: *Nationale Selbst- und Fremdbilder im Gespräch,* Westdeutscher Verlag, Opladen, 1995.
2. SKOKO, B.: *Hrvatska Identitet, image i promocija*, Školska knjiga, Zagreb, 2005.
3. THOMAS, A., *Die Bedeutung von Vorurteil und Stereotyp im interkulturellen Handeln*, Interculture journal, Jena, 2006.
4. TKALAC VERČIĆ, A., SINČIĆ ĆORIĆ, D. i POLOŠKI VOKIĆ, N.: *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*, MEP, Zagreb, 2010.
5. VUJEVIĆ, M.: Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti, Školska knjiga, Zagreb, 2006.
6. ZICK, A.: *Vorurteile und Rassismus*, Waxmann, Münster, 1997.

**Internetske publikacije:**

1. URL:<http://bs.scribd.com/doc/71680565/19/UZROCI-NASTANKA-I-UTICAJ-PREDRASUDA-I-STEREOTIPA-NA-PONA%C5%A0ANJE-POJEDINCA> (1. 6. 2013.)
2. URL:<http://www.britannica.com/EBchecked/topic/1892230/Bosnia-and-Herzegovina-Year-In-Review-2012#ref1164697> (10. 6. 2013.)
3. URL: http://www.fes.ba/publikacije/2012/Image/image\_studija.pdf (17. 1. 2014.)
4. URL: [http://hrcak.srce.hr](http://hrcak.srce.hr/index.php?show=clanak&id_clanak_jezik=79859)*/file/79859* (5. 6. 2013.)
5. URL:http://www.interculture-journal.com/download/issues/2006\_02.pdf (17. 1. 2014.)
6. URL:http://[www.politikaplus.com/novost/39908/hercegovci-i-predrasude-u-dobru hrvati-u-zlu-hercegovci](http://www.politikaplus.com/novost/39908/hercegovci-i-predrasude-u-dobru%20%20%20%20%20hrvati-u-zlu-hercegovci) (2. 6. 2013.)
7. URL:<http://www.sage-ereference.com/socialpsychology/Article_n501.html> (1. 6. 2013.)
8. URL:<http://www.zivotna-skola.hr/mane/predrasude> (1. 6. 2013.)

1. # PROKOP, I*.: Nationale Selbst- und Fremdbilder im Gespräch*, Westdeutscher Verlag, Opladen, 1995.

   [↑](#footnote-ref-2)
2. PERINIĆ, A.: *Hvarski kampanilizam – stereotipi i podrugljivi etnici otoka Hvara*, Studij etnologije, Zagreb, 2011. str. 221. [↑](#footnote-ref-3)
3. PERINIĆ, A.: *Hvarski kampanilizam – stereotipi i podrugljivi etnici otoka Hvara*, Studij etnologije, Zagreb, 2011. str. 221. [↑](#footnote-ref-4)
4. URL: <http://www.sage-ereference.com/behavioralsciences/Article_n2436.html>, preuzeto: 1. 6. 2013. [↑](#footnote-ref-5)
5. HUDEK, J., TKALČIĆ, M.: *Sadržaj stereotipa spolnih crta: komparativno istraživanje*, [Godišnjak Zavoda za psihologiju](http://katalog.nsk.hr/cgi-bin/Pwebrecon.cgi?v1=1&ti=1,1&CNT=50&HC=1&RelBibID=29452&HostBibID=16105&ProfileCode=7739&SEQ=20100327205337&PID=xvkn8MTPCDaK7x23_9cT2nVuiuHHQ), VOL. 1, 37-43, 1991. str. 37. [↑](#footnote-ref-6)
6. <URL:http://hrcak.srce.hr/file/79859>, preuzeto: 5. 6. 2013. [↑](#footnote-ref-7)
7. LUČIĆ, I.: Zbornik radova Hum i Hercegovina kroz povijest, Hrvatski institut za povijest, Zagreb, 2011. str 15. [↑](#footnote-ref-8)
8. PENNINGTON, D. C.: Osnove socijalne psihologije, Naklada "Slap", Jastrebarsko, 1997. str. 119. [↑](#footnote-ref-9)
9. MARINIĆ, J.: Teorije i istraživanja predrasuda u dječjoj dobi, Psihologijske teme 18, 1, 137-157, 2009. str. 137. [↑](#footnote-ref-10)
10. Isto. [↑](#footnote-ref-11)
11. URL: <http://www.zivotna-skola.hr/mane/predrasude>, preuzeto: 1. 6. 2013. [↑](#footnote-ref-12)
12. THOMAS, A., *Die Bedeutung von Vorurteil und Stereotyp im interkulturellen Handeln*, Interculture journal, Jena, 2006. [↑](#footnote-ref-13)
13. URL: http://www.fes.ba/publikacije/2012/Image/image\_studija.pdf, preuzeto: 17. 1. 2014. [↑](#footnote-ref-14)
14. URL: http://www.fes.ba/publikacije/2012/Image/image\_studija.pdf, preuzeto: 17. 1. 2014. [↑](#footnote-ref-15)
15. TKALAC VERČIĆ, A., SINČIĆ ĆORIĆ, D. i POLOŠKI VOKIĆ, N.: *Priručnik za metodologiju istraživačkog rada: Kako osmisliti, provesti i opisati znanstveno i stručno istraživanje*, MEP, Zagreb, 2010. , str. 103. [↑](#footnote-ref-16)
16. VUJEVIĆ, M.: *Uvođenje u znanstveni rad u području društvenih znanosti*, Školska knjiga, Zagreb, 2006., str. 129 [↑](#footnote-ref-17)
17. Isto. [↑](#footnote-ref-18)