

KAKO ME VIDIŠ?

Predodžbe neizvornih govornika hrvatskoga o Hrvatskoj i Hrvatima

Tanja Salak

Ranka Đurđević

Filozofski fakultet Sveučilišta u Zagrebu, Hrvatska

Keywords: images (representations), auto- and hetero-images, Croatian as L2, intercultural competence

Summary: Images (representations) about the countries and nations are being researched in different sciences and disciplines such as sociology and social psychology, imagology, cultural studies, tourism and marketing, applied linguistics, second-language teaching. There are auto- and hetero-images (about one's own people and country and about others). When a language is taught as L2 in a heterogeneous group of students (considering their L1, country and cultural background) in a country where the target language is spoken, that multicultural environment confronts both students and instructors with different perceptions (both auto- and hetero-images) that affect the attitude of students to each other, and to the target language.

The results of the survey conducted among beginner level students of the Croatian as L2 in *Croaticum* on how they see Croatia and Croats will be used as an attempt of getting an insight into their perceptions of Croatia and Croats and whether there are differences in images due to the fact which country students come from. Moreover it will be shown how the knowledge of this challenging subject can be applied in the teaching process, especially in its very important part nowadays – the acquisition of intercultural competence.

Ključne riječi: predodžbe, autopredodžbe, heteropredodžbe, hrvatski kao ini jezik, međukulturna kompetencija

Sažetak: Predodžbe (eng. *images, representations*) o zemljama i narodima tema su istraživanja u različitim znanostima i disciplinama poput sociologije i socijalne psihologije, imagologije, kulturnih studija, turizma i marketinga, primijenjene lingvistike, poučavanja jezika kao inoga. Predodžbe se dijele na autopredodžbe (predodžbe o svojem narodu i zemlji) te na heteropredodžbe (predodžbe o pripadnicima drugih naroda i zemalja). Kada se neki jezik poučava kao ini u skupini polaznika heterogenoj po prvom ili materinskom jeziku te zemlji i kulturi iz koje

potječu, i to još u zemlji u kojoj se ciljni jezik govori, učenici i poučavatelji u takvu se multikulturnom okruženju nalaze pred izazovom susreta različitih predodžaba (i autopredodžaba i heteropredodžaba) koje utječu i na odnos polaznika jednih prema drugima, i na odnos prema ciljnom jeziku.

Na temelju rezultata ankete provedene među učenicima hrvatskoga kao inoga jezika (HIJ) na početnom stupnju *Croaticumova*¹ programa o tome kako vide Hrvatsku i Hrvate pokušat će se dobiti uvid u to kakve su njihove predodžbe o Hrvatskoj i Hrvatima te postoje li razlike u predodžbama s obzirom na to iz koje zemlje učenici dolaze. Uz to prikazat će se i kako se spoznaje o toj izazovnoj temi mogu primijeniti u nastavi, i to u onom njezinom, napose danas neizostavnom dijelu, usmjerenom na stjecanje međukulturne kompetencije.

1. UVOD

Rječnička definicija predodžbe kao „zamišljene slike čega stvorene na osnovi podataka i pretpostavki“ (VRH², 2015: 1153) opisuje pojam u onom smislu kako se njime bave različite znanosti i discipline: sociologija, znanost o književnosti i kulturni studiji, turizam, studiji o medijima te primijenjena lingvistika i poučavanje jezika kao inoga. Bavljenje predodžbama često zahtijeva interdisciplinarni pristup, što je mogući razlog terminološke zbrke u literaturi gdje se termini predodžba i stereotip katkad pojavljuju kao sinonimi³, a oni to nisu.

Stereotip⁴ dolazi od grčke riječi *stereos* (čvrst, solidan) i *typos* (otisak). Termin potječe iz tiskarstva, tj. tipografije, a uveo ga je 1798. Firmin Didot⁵ za metalnu ploču odlivenu s matrice, tj. duplikat tiskarske ploče. Sredinom 19. st. pojam je upotrijebljen izvan tiskarstva u značenju nepromijenjene slike koja se ponavlja. Godine 1922. stereotip je prvi put korišten u modernom psihološkom smislu. Upotrijebio ga je američki novinar Walter

¹ Croaticum – Centar za hrvatski kao drugi i strani jezik postoji od 1962. godine (osnovan je pod imenom Tečaj hrvatskog jezika za strance). Nastava se izvodi na tri razine (početna, srednja i napredna od kojih se svaka dijeli na višu i nižu razinu). Polaznici su različitih profila, razlikuju se po dobi, spolu, zemlji iz koje dolaze, motivaciji, neki imaju hrvatske korijene. Svrstavaju se u grupe prema stupnju znanja, a ne prema svojem prvom jeziku ili zemlji iz koje dolaze pa su grupe izrazito heterogene.

² Veliki rječnik hrvatskoga standardnog jezika.

³ Termin predodžba češće se susreće u humanističkim znanostima, a termin stereotip u društvenim znanostima (op.a.).

⁴ Etimologija riječi u hrvatskom je stereo- + -tip, prema franc. *stéréotype*. (<http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036>, pristupljeno: 29. ožujka 2017.)

⁵ Oko 1765–1836; pripadnik slavne obitelji francuskih tiskara; posebno se istaknuo kao rezač i ljevač slova; izumio je stereotipiju. (<http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14992>, pristupljeno: 29. ožujka 2017.)

Lippmann u svojem djelu *Public Opinion*⁶. Lippmann (1995) ih je opisao kao „slike u našim glavama“ i nije ih ocijenio ni kao pozitivne, ni kao negativne, točne ili netočne, nego ih je opisao kao kognitivne tvorevine koje pomažu ljudima da lakše i brže obrade veliku količinu informacija koje pristižu. Nasljeđuju se, a potom umnožavaju. Možemo ih shvatiti i kao prečace u procesu razmišljanja (Schultz i Haerle, 1995. prema Nikitina i Furuoka, 2013: 178). Od 1922. godine, kada je objavljena Lippmannova knjiga *Javno mnijenje*, do početka dvije tisućite objavljeno je više od 5000 znanstvenih studija o stereotipima (Schneider, 2005. prema Nikitina et al., 2014c: 67). Opća je definicija stereotipa danas da je to „sklop pojednostavnjenih i pretjerano uopćenih osobina koje se pridaju svim pripadnicima neke društvene skupine (etničke, rasne i dr.). Raširena i razmjerno trajna kognitivna shema o zajedničkim, češće negativnim nego pozitivnim značajkama društvene skupine. (...) Stereotipi pojednostavnjivanjem složene društvene sredine olakšavaju obradu informacija i snalaženje u njoj. Tako se npr. nedostatke informacije o značajkama pojedinca nadoknađuju 'znanjem' o osobinama skupine kojoj on pripada. (...)“⁷ Predodžbe su kao tema u novije vrijeme sve zastupljenije u području primijenjene lingvistike, tj. u proučavanju jezika kao inoga. Istraživanja su se ponajviše bavila dobivanjem podataka o sadržaju predodžaba. Važno ih je osvijestiti u poučavanju jezika kao inoga jer učenici uvijek imaju predodžbe o kulturi i zemlji ciljnoga jezika. Osim toga, istraživanja u psihologiji pokazala su da su predodžbe povezane sa stavovima (Forest i Silvert, 1951. prema Nikitina et al., 2014a: 114), a stavovi prema zemlji ciljnoga jezika, kulturi i njegovim govornicima važan su čimbenik motivacije studenta za učenje i u procesu učenja jezika. Povezanost stavova i motivacije istražuje se od šezdesetih godina 20. stoljeća (v. npr. Lambert 1961).

Spencer-Rodgers (2001: 642) ne koristi termin predodžba, ali koristi stereotip kao termin koji se može konceptualizirati kao uvjerenje o grupi ljudi zajedničko jednoj kulturi ili kao osobno uvjerenje. Tako bismo termin predodžba mogli poistovjetiti s osobnim uvjerenjima o grupi ljudi, a termin stereotip s uvjerenjima zajedničkim jednoj kulturi. Pritom autorica naglašava da je važna odrednica kulturnih stereotipa njihova konsenzualna priroda, tj. slaganje pripadnika jedne grupe da su određeni atributi karakteristični za drugu grupu ljudi.

⁶ <https://en.wikipedia.org/wiki/Stereotype>, posjet 29. ožujka 2017. U nas je knjiga prevedena i objavljena 1995. pod naslovom *Javno mnijenje*.

⁷ <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036>, pristupljeno: 29. ožujka 2017.

U ovom će se radu termini kulturni stereotip i predodžba koristiti u različitim značenjima, onako kako predlaže socijalna psihologija, a usvajaju istraživanja predodžaba u primijenjenoj lingvistici. Kulturni stereotipi jesu predodžbe (engl. *mental images*) koje postoje kod značajnog broja ispitanika, odnosno kad veći broj ljudi koristi iste ili slične karakteristike ili opise za drugu grupu (Spencer-Rodgers, 2001). Da bi se neka predodžba definirala kao kulturni stereotip, potrebno je da određen postotak ispitanika ima istu ili sličnu predodžbu. Ipak, ne postoji općeprihvaćena granica, tj. općeprihvaćeni postotak koji određuje kada predodžba postaje kulturni stereotip. Postotci variraju u različitim istraživanjima. Niemann i suradnici (1994. prema Spencer-Rodgers, 2001: 649) uzimaju granicu od 13% za uzorak od 239 ispitanika, Marin (1982. prema Spencer-Rodgers, 2001: 649) uzima granicu od 6% za 100 ispitanika, Spencer-Rodgers (2001) uzima granicu od 10% za 100 ispitanika, a istu granicu uzimaju Nikitina et al. (2014a) za 26 ispitanika.

2. ISTRAŽIVANJA O PREDODŽBAMA

2.1. Istraživanja o predodžbama u Hrvatskoj

Kao što je spomenuto, predodžbama se bavi i znanost o književnosti, točnije imagologija. Naziv imagologija nastao je šezdesetih godina dvadesetog stoljeća u francuskoj etnopsihologiji, a potom se ustalio u znanosti o književnosti kao posebna istraživačka grana komparativne književnosti čiji su interes predodžbe o stranim prostorima i narodima (heteropredodžbe) te predodžbe o vlastitom narodu ili prostoru (autopredodžbe). Pritom je važno naglasiti kako se imagološka istraživanja ne bave pitanjem objektivnog postojanja nekog kolektivnog entiteta. Interes imagologije nije usmjeren na istinitost kolektivnih predodžaba/predodžaba o kolektivnom, nego se propitkuje kako imagotipični/stereotipni iskazi nastaju, kako djeluju na recipijenta, koju ulogu takvi iskazi imaju u nekoj zajednici i kako utječu na njezino predočavanje svijeta.⁸

Iako je u svojim začetcima imagologija uzimala građu iz lijepe književnosti (Dysenrick, 2009), s razvojem imagologije širila se i grada. Imagemi (skup karakterističnih predodžaba o nekom predmetu) počeli su se

⁸ Nema puno istraživanja koja propituju točnost nacionalnih stereotipa, možda stoga što dosad nije bilo odgovarajućeg kriterija. Ipak, postignuća međukulturnih studija i psihologije omogućuju istraživanja koja bi propitala usklađenost autopredodžaba i heteropredodžaba o crtama ličnosti karakterističnima za pripadnike neke nacije. Pritom se polazi od petofaktorskog modela ličnosti koji se odnosi na ovih pet dimenzija ličnosti: ekstraverzija, ugodnost, emocionalna stabilnost, savjesnost i otvorenost, a koriste se standardizirani instrumenti. Međukulturna istraživanja potvrdila su valjanost ovog instrumenta za istraživanje kultura (više u: Terraciano et al., 2005).

tražiti ne samo u beletristici, nego i u publicistici, radijskim i televizijskim emisijama, kazalištu, filmu, industrijskom dizajnu itd. (v. npr. Dukić i Blažević, ur. 2009). Građa jednoga domaćeg imagološkog istraživanja Davora Dukića bili su udžbenici namijenjeni neizvornim govornicima hrvatskoga, a rezultati su izloženi na Stručnom skupu za odgojitelje, učitelje i nastavnike pripadnika hrvatske nacionalne manjine, iseljenika i Hrvata u BiH održanom u Vodicama 2.–7. srpnja 2012. Građu su činili sljedeći udžbenici: *Hrvatska darovnica* (1999) autora Vlade Pandžića i Vlaste Sabljak, *Hrvatski za početnike* (2008) autorica Marice Čilaš Mikulić, Milvije Gulešić Machata, Dinke Pasini i Sande Lucije Udier te *Razgovarajte s nama (A2/B1)* (2008) i *Razgovarajte s nama (B1/B2)* (2011) autorica Marice Čilaš Mikulić, Milvije Gulešić Machata i Sande Lucije Udier, a cilj je istraživanja bio ustanoviti kakve se autopredodžbe o Hrvatskoj i o Hrvatima pojavljuju u udžbenicima na temelju analize fotografija. Svrstavanjem fotografija u određene kategorije (npr. ruralno/urbano, religiozno/svjetočno) i njihovim prebrojavanjem došlo se do kvantitativnih podataka (kojih je predodžaba više), a potom se kvalitativnom analizom protumačilo zašto su određene predodžbe snažnije. Ukratko, autor je zaključio da udžbenik *Hrvatska darovnica* obiluje predodžbama koje pripadaju domeni religioznog, povijesnog, dok preostala tri udžbenika obiluju predodžbama koje su svjetovne, urbane, suvremene. Autor je te rezultate protumačio kao činjenicu da je *Hrvatska darovnica* namijenjena učenicima hrvatskih korijena, dok su druga tri udžbenika namijenjena mladim strancima te kao cilj imaju brendiranje nacije.

Još je jedno domaće istraživanje kao građu imalo udžbenike za hrvatski kao ini jezik, no za razliku od prethodnoga, proučavane su heteropredodžbe (predodžbe o strancima). Eni Buljubašić (2010) istraživala je stereotip⁹ stranca u početničkim udžbenicima inojezičnoga hrvatskoga. Pritom je pošla od hipoteze da će u početničkim udžbenicima stereotipi biti zastupljeni. Autorica smatra da ti udžbenici pribjegavanju generalizacijama kako bi se fokus usmjerio na ono što je bitno – a to je ovladavanje jezičnom materijom (Buljubašić, 2010: 254). Spomenimo usput da suvremena teorija nastave stranih jezika poučavanje jezika izjednačava s poučavanjem kulture (v. npr. Kramsch, 1993). Autorica je građu podijelila na udžbenike namijenjene heterogenim skupinama (*Dobro došli 1* (2007) Jasne Barešić, *Hrvatski za početnike* (2008) autorica Marice Čilaš Mikulić, Milvije Gulešić Machata, Dinke Pasini i Sande Lucije Udier) i *Učimo hrvatski 1* (2008) autorica Vesne Kosovac i Vide Lukić, te na one namijenjene homogenim

⁹ Iz naslova toga rada vidljivo je da se tematiziraju stereotipi, no spominju se i termini predodžba, autopredodžba i heteropredodžba, koji nisu jasno odvojeni od pojma stereotip.

skupinama (*Elementary Croatian 1* (2003) Vinka Grubišića i *Croatian Through Conversation. Hrvatski u razgovoru* (1993) Mladena Engelsfelda, pri čemu se usmjerila na analizu ilustracija i govora likova koji se pojavljuju kroz lekcije u udžbenicima (primjerice kako je ilustriran Amerikanac Tom, odnosno koliko dobro likovi vladaju jezikom i kulturološkim znanjem u odnosu na svoje (ne)hrvatsko podrijetlo i stupanj poznavanja hrvatskoga jezika). Jedan je od zaključaka rada da postoji značajna razlika u stereotipima/predodžbama stranca u udžbenicima za homogene skupine koji su zasićeni nacionalnim simbolima i prikazima. To se može objasniti činjenicom da su namijenjeni dijaspori, ali i činjenicom da su pisani u vrijeme prije osamostaljenja Hrvatske. S druge strane, udžbenici namijenjeni heterogenim skupinama više su otvoreni strancima, iako je pokušaj multikulturalnosti stereotipan (Buljubašić, 2010: 265).

Spomenut ćemo još jedno istraživanje, provedeno među učenicima hrvatskoga jezika u Poljskoj ak. god. 2007./2008. Sudjelovala su 103 studenta kroatistike u dobi od 19 do 26 godina. Ispitanici su dobili 13 pitanja i liste s ponuđenim odgovorima te su trebali zaokružiti riječi s liste koje dovode u vezu s Hrvatima/Hrvatskom (kod nekih su pitanja trebali potom izdvojiti pojmove koje najuže vežu uz Hrvate/Hrvatsku te ih rangirati po važnosti). Dobiveni podatci pokazali su da ispitanici uz Hrvatsku i Hrvate u najvećem postotku vežu pojmove turizam, Balkan, prirodne ljepote i folklor, a od znamenitih Hrvata najpoznatije osobe su Josip Broz Tito, Dubravka Ugrešić, Miroslav Krleža i Franjo Tuđman (v. Pasini, 2010).

2.2. Istraživanja o predodžbama u svijetu

Istraživanja predodžaba među inojezičnim učenicima postoje npr. za njemački, talijanski, francuski, ruski, mandarinski, portugalski.

Takvim se istraživanjima najviše bavila Larisa Nikitina bilo samostalno (npr. 2016, 2017), bilo u suradnji (npr. Nikitina et al. 2014a, 2014b, 2014c). Istraživanja pripadaju području primijenjene lingvistike, a budući da je primijenjena lingvistika interdisciplinarno područje, kako Nikitina u više navrata ističe, koristi se metodologija preuzeta iz socijalne psihologije.

Istraživanje predodžaba kod učenika inoga jezika pretpostavlja kvantitativno i kvalitativno istraživanje. Dva su glavna instrumenta: liste s ponuđenim odgovorima (engl. *check-list*) i pitanja otvorenog tipa. Liste nude sintagme ili riječi koje mogu odgovarati predodžbama o zemlji i narodu, a ispitanici biraju one koje smatraju prikladnima. Prema Nikitina et al. (2014a) prvi takav instrument sastavili su Katz i Braly 1933. – ispitanicima su ponudili 84 pridjeva te imena nekoliko etničkih i

nacionalnih grupa. Pitanja otvorenog tipa podrazumijevaju da ispitanici odgovaraju na pitanje tako da pišu ili govore ono što im pada na um.

Oba instrumenta imaju prednosti i nedostatke. Prednosti liste s ponuđenim odgovorima su u tome što se mogu koristiti kao instrument u različitim društvenim kontekstima te se mogu ponovno koristiti nakon nekog vremena. Nedostatak je što odgovore ne oblikuju ispitanici, nego ih je prije oblikovao istraživač, a ispitanici katkad zaokružuju odgovore koje ne bi koristili da je riječ o pitanjima otvorenog tipa. Prednost pitanja otvorenog tipa je u tome što omogućuju ispitaniku da se prepusti razmišljanju ili imaginaciji. Tu leži i nedostatak – moguće je da prilikom ispitivanja ispitanik daje odgovore za koje ocjenjuje da su društveno prihvatljivi. Usto, pitanja otvorenog tipa treba obraditi tako da se odgovori svrstavaju u više kategorije i interpretiraju, što zahtijeva sustavno i oslanjanje na logiku istraživača.

Tehnika obrade podataka dobivenih pitanjima otvorenog tipa naziva se tehnika otvorenog kodiranja (engl. *open-coding technique*) (Ryan i Bernard 2003, prema Nikitina et al., 2014c: 71). Prvo se rezultati prepisuju *ad verbatim* (bez izmjena i ispravaka, op.a.), a potom se primjenjuje tehnika otvorenog kodiranja. Broji se pojavnost nekog pojma ili njegova sinonima. Predodžbe koje se pojavljuju više od jedanput svrstavaju se u više kategorije, dok se predodžbe koje se pojavljuju samo jednom svrstavaju u kategoriju „ostalo“. Ova tehnika pretpostavlja stvaranje većeg broja kategorija na temelju dobivenih rezultata. Kategorije sadrže „slične entitete ili konceptualne kategorije“ (Julien 2008; Ryan i Bernard, 2003. prema Nikitina et al. 2014c: 71). Ako se neki pojam ili njegov sinonim pojave dva puta ili više, svrstavaju se u posebnu kategoriju (npr. auto i Mercedes u kategoriju automobili). Da bi neka kategorija bila ocijenjena kao stereotip, koristi se postotak koji ispitivač ocijeni značajnim (npr. Nikitina i Spencer-Rodgers koriste postotak od 10% u svojim istraživanjima). Analiza kvalitativnih podataka pretpostavlja kvantitativnu analizu, tj. oslanjanje na intuiciju ispitivača (Ryan i Bernard, 2003. prema Nikitina et al., 2014a: 122). Važno je da se ispitivač oslanja na logiku i uspostavi protokol koji će slijediti tijekom analize i tako osigura koherentan i konzistentan misaoni proces. Ako je ispitivača više, važno je da postignu konsenzus (v. Spencer-Rodgers 2001). Moguće je da se unutar jedne kategorije izdvoji nova, primjerice ako se u kategoriji „automobili“ pojam „Mercedes“ pojavi 10% od ukupnog broja, onda se izdvaja kao posebna kategorija i kulturni stereotip.

Nakon prikupljanja podataka i dobivanja rezultata o tome koje su predodžbe prisutne te koje su zastupljene kod većeg broja ispitanika (kulturni stereotipi), potrebno je ocijeniti predodžbe kao pozitivne ili

negativne. Ukoliko ocjenu donosi ispitivač, pristup je heurističan te se takav zaključak ne oslanja na kvantitativnu analizu, nego na sud ispitivača. Da bi se to spiječilo, u istraživanjima se traži od ispitanika da sami vrednuju svoj odgovor. Spencer-Rodgers (2001) provela je istraživanje na američkom sveučilištu istražujući kakve predodžbe o studentima na razmjeni imaju američki studenti. Pritom je od ispitanika zatražila da svaku predodžbu ocijene ocjenom na skali od -3 do +3, gdje je -3 ekstremno negativna, a +3 ekstremno pozitivna predodžba. Vlastito vrednovanje ispitanika o tome je li predodžba pozitivna ili negativna traži i Nikitina u svojim istraživanjima, s tim da u istraživanju predodžaba kod učenika brazilskog portugalskog (Nikitina et al., 2014b) i mandarinskog (Nikitina i Furuoka 2013) nudi skalu od -3 do +3 (kao Spencer-Rodgers), a u novijim istraživanjima o predodžbama kod učenika talijanskog (Nikitina et al. 2014c) i njemačkog (Nikitina et al. 2014a) skalu od -2 do +2.

3. ISTRAŽIVANJE MEĐU UČENICIMA HRVATSKOGA KAO INOGA JEZIKA NA POČETNOM STUPNJU *CROATICUMOVA* PROGRAMA

3.1. Ciljevi, metodologija, ispitanici

Cilj je istraživanja bio dobiti uvid u predodžbe o Hrvatskoj i Hrvatima među učenicima HIJ-a na početnom stupnju te vidjeti postoje li sličnosti s obzirom na zemlju iz koje dolaze. Krajnji je cilj prikazati kako se tako dobiveni podatci i spoznaje o toj izazovnoj temi mogu primijeniti u nastavi.

Predodžbe su prikupljene metodom ankete. Ispitanici su potpisom dali pristanak na ispunjavanje upitnika koji je sadržavao tri pitanja otvorenog tipa: *Kakva je Vaša predodžba o Hrvatskoj? Kakva je Vaša predodžba o Hrvatima? Koje fizičke karakteristike smatrate tipičnima za Hrvate?* Upućeni su da navedu predodžaba koliko žele te da oblikuju što kraće odgovore (jedna riječ ili sintagma). Svaku su predodžbu trebali vrijednosno prosuditi: negativnu minusom (-), neutralnu nulom (0) i pozitivnu plusom (+).

U istraživanju je sudjelovalo 30 polaznika *Croaticumova* programa u zimskom semestru ak. god. 2016./2017. u dobi od 20 do 38 godina, s tim da su prevladavali 20-godišnjaci (23/30). Bilo je zastupljeno 19 zemalja: Čile, Venezuela, Panama, SAD, Engleska, Belgija, Nizozemska, Njemačka (5), Italija (3), Češka, Poljska (3), Slovačka, Rumunjska, Ukrajina, Turska, Iran, Indonezija, Kina (3), Južna Koreja (2). Budući da su u istraživanju sudjelovali početnici, anketu su ispunjavali na engleskom jeziku. Stoga je jedan od uvjeta bio da vladaju engleskim. Drugi je uvjet bio da nemaju

hrvatsko podrijetlo, što bi možda moglo utjecati na to da predodžbe koje se dobiju budu autopredodžbe, a ne heteropredodžbe koje se ovdje ispituju.

3.2. Rezultati

Nakon što su predodžbe prevedene i popisane, tj. prepisane *ad verbatim*, primijenila se tehnika otvorenog kodiranja pri čemu se nametnulo razvrstavanje u više kategorije. Ukupno je prikupljeno 470 predodžaba, od čega se 192 predodžbe odnose na Hrvatsku, 157 na Hrvate (kao narod) i 121 predodžba odnosi se na fizičke karakteristike Hrvata. U nastavku će se prikazati rezultati dobiveni za svako od tri pitanja.

3.2.1. Pitanje *Kakve su Vaše predodžbe o Hrvatskoj?* donijelo je ukupno 192 predodžbe. Prema našem shvaćanju bilo je moguće uspostaviti 15 kategorija: priroda i čistoća (46), ponuda (21), ekonomija, standard i radni uvjeti (18), organizacija (14), ljudi (12), arhitektura i gradnja (12), politika (11), sigurnost (10), način života (9), klima (6), prijevoz (5), turizam (5), mentalitet (5), sport (4), kultura (3), ostalo (11).

Najviše se predodžaba odnosi na prirodu i čistoću. Od ukupno 46 predodžaba, 43 su pozitivno vrednovane. Uz hrvatsku prirodu i okoliš vežu se epiteta *lijepa, čista, prekrasna, raznolika*, a navodi se još i *dobar geografski položaj i velik broj otoka*. Ukupno je 21 predodžba o ponudi u Hrvatskoj, većinom (15) su pozitivno vrednovane i odnose se na *dobru ponudu hrane, velik broj kafića i muzeja*. Zanimljivo je primijetiti da su neki ispitanici kao prednost Hrvatske naveli to da ima *više lokalnih dućana, a manje velikih franšiza*. Četiri negativno vrednovane predodžbe odnose se na manjak raznovrsne ponude (*nema puno etničkih restorana, svi kafići su slični*). Izdvojeno je ukupno 18 predodžaba vezanih uz ekonomiju i zanimljivo je primijetiti da su većinom (10) ocijenjene negativno. Također je zanimljivo primijetiti da su ispitanici iz Njemačke navodili *ekonomske probleme vezane uz male plaće i nizak standard*, a i nekoliko je predodžaba o Hrvatskoj kao *nerazvijenoj zemlji*. Dvije ispitanice iz J. Koreje navele su *niske cijene hrane* (ocijenjeno pozitivno), ali *visoke cijene odjeće* (ocijenjeno negativno). Kada je riječ o organizaciji u Hrvatskoj, također prevladavaju negativno vrednovane predodžbe: od ukupno 14 predodžaba 12 je negativnih. Najčešće se odnose na *sporu birokraciju i kašnjenje*. O ljudima u Hrvatskoj postoji 12 predodžaba, od čega je 10 pozitivno vrednovano i riječ je najčešće o predodžbama o Hrvatima kao o *dragim i pristojnim ljudima*. O arhitekturi je ukupno 12 predodžaba, od toga se 6 pozitivnih odnosi na *povijesne zgrade*, dok se 5 negativnih odnosi na *zanemarenost starih zgrada, manjak moderne arhitekture*, a dvije ispitanice

iz J. Koreje negativno su ocijenile svoju primjedbu da *nema podnog grijanja*. O političkoj situaciji ispitanici su se izrazili pretežito negativno: od ukupno 11 predodžaba, 8 je negativnih, a odnose se na *lošu politiku, članstvo u NATO-u i nacionalizam*. Ukupno je 10 pozitivno vrednovanih predodžaba o Hrvatskoj kao *sigurnoj zemlji*, možda je zanimljivo reći da su takve predodžbe imali ispitanici iz Indonezije, Engleske, Italije, Čilea, Venezuele, Belgije i SAD-a. O načinu života postoji ukupno 9 predodžaba i većinom (6) su ocijenjene pozitivno, a odnose se na *ležeran stil života i pijenje kave*, dok je negativno vrednovana *sklonost kašnjenju*. U kategoriji klime našlo se 6 predodžaba i sve su pozitivno vrednovane. Možda je zanimljivo reći da su takve predodžbe imali ispitanici iz Poljske, Irana, Ukrajine, Engleske i Venezuele. Ispitanici su prijevoz većinom ocijenili pozitivno, kao *jednostavan i praktičan*. Zanimljivo je reći da svih 5 predodžaba o turizmu ističe *razvijenost turizma*, no samo dvije predodžbe su ocijenjene pozitivno (ispitanici su iz Engleske i Koreje), a ostale tri neutralno (svi ispitanici su iz Njemačke). Hrvatska je *konzervativna, tradicionalna i religiozna* zemlja prema ispitanici iz Paname koja to ocjenjuje negativno, dok dvije ispitanice (iz Poljske i Venezuele) navode da je Hrvatska *katolička* zemlja i vrednuju to neutralno. O sportu i kulturi nekoliko je pozitivnih predodžaba, a odnose se na hrvatski *nogomet te raznolik i bogatu kulturu*. U kategoriji ostalo ukupno je 11 (pozitivno vrednovanih) predodžaba koje su se pojavile samo jednom, a uz autorsku slobodu izdvojiti će se samo neke: *šarmantna, živahna zemlja, niska stopa imigracije*, sve tri ocijenjene pozitivno.

3.2.2. Pitanje *Kakve su vaše predodžbe o Hrvatima?* donijelo je 157 predodžaba o Hrvatima kao narodu, koje su svrstane u 17 kategorija: dragi, ljubazni, pristojni (15), prijateljski (12), odnos prema drugom/drugačijem (11), odnos prema radu (10), od pomoći (9), odnos prema piću/zabavi (8), Hrvati govore engleski (6), mentalitet (5), otvorenost (5), pušači (5), odnos s/prema obitelji (4), točnost (3), gostoljubivi (2), odnos prema naciji (2), odnos prema religiji (2), nasmijani (2), sportski tipovi (2), ostalo (54).

Postoji ukupno 12 predodžaba da su Hrvati *prijateljski raspoloženi* i sve su pozitivno vrednovane. Ukupno je 9 pozitivno vrednovanih predodžaba da su Hrvati *od pomoći*, 7 pozitivno vrednovanih predodžaba da su *dragi*, 5 pozitivno vrednovanih predodžaba da su *ljubazni*, 3 pozitivno vrednovane predodžbe da su *pristojni*, 2 pozitivno vrednovane predodžbe da su *otvoreni*, 2 pozitivno vrednovane predodžbe da su *nasmijani*, 2 pozitivno vrednovane predodžbe da su *gostoljubivi*. Ispitanici su ocijenili¹⁰ mentalitet

¹⁰ Znak + i – uz brojku znače pozitivnu, odnosno negativnu ocjenu.

Hrvata ovako: *konzervativni* (2-), *ne žele se mijenjati* (2-) te *pesimistični* (1-). Ukupno je 6 pozitivno vrednovanih predodžaba o tome da Hrvati *dobro govore engleski*. Ukupno su 4 predodžbe da su Hrvati *povezani s obitelji* (3+, 1 neutralna). Najviše je negativnih predodžaba vezano uz pušenje, ukupno je 5 predodžaba da Hrvati *puno/previše puše*. Također, 3 su predodžbe vezane uz točnost, tj. sklonost Hrvata *kašnjenju* (2-, 1+). Što se tiče odnosa prema radu, 10 je predodžaba: neke opisuju Hrvate kao *lijene* (2-), neke kao *preopuštene* (1 neutralna, 2-), neke kao *loše organizirane* (1-) ili *spore* (1 neutralna), jedna je pozitivno vrednovana predodžba da su Hrvati *radišni*, dok je jedna predodžba da su Hrvati *easy-going* (pozitivno vrednovana) i jedna da *nisu easy-going* (negativno vrednovana). Predodžaba vezanih uz odnos prema piću/zabavi je 8: Hrvati *vole piti alkohol* (2+, 1 neutralna), *vole se provoditi* (1+), njeguju *hedonistički stil života* (1 neutralna), *piju puno kave* (1 neutralna) i *vole sjediti u kafićima* (1+). Izdvojene su dvije predodžbe o Hrvatima kao *katolicima* ili *religioznima* (obje neutralno vrednovane) te dvije o Hrvatima kao *patriotima* (1+, 1-). Izdvojene su i dvije predodžbe o Hrvatima kao *sportskim tipovima* (1+, 1 neutralno vrednovana). U kategoriji odnos prema drugom/drugačijem postoje različite predodžbe: 2 pozitivno vrednovane opisuju Hrvate kao *otvorene za nove kulture*, dok 3 negativno vrednovane opisuju Hrvate kao *zatvorene prema drugim kulturama*. Izdvojile su se 4 predodžbe vezane uz odnos Hrvata prema Njemačkoj; predodžba da *sanjaju o boljem životu u drugoj zemlji* vrednovana je neutralno, predodžba da *vole Njemačku* ocijenjena je i pozitivno i neutralno, predodžba da *mladi žele napustiti zemlju radi posla* vrednovana je negativno, predodžba da u Hrvata *postoji želja za učenjem/upoznavanjem* vrednovana je pozitivno. Te su predodžbe imali ispitanici iz Njemačke. U kategoriji ostalo našle su se predodžbe koje se nisu mogle svrstati ni u jednu izdvojenu kategoriju jer su se pojavile samo jednom. Neke od njih donose se s podacima o vrijednosnom sudu, zemlji i dobi: Venezuela, 33: *koriste riječ katastrofa* (-), *poštuju zakone* (+); Njemačka, 21: *čangrizavi* (-); Iran, 26: *obrazovani* (+); Nizozemska, 36: *smrtni strah od propuha* (-), *strah od kiše* (-), *ovisni o kreditnim karticama* (-), *muškarci ovisni o majkama* (-); Poljska, 21: *angažirani oko politike sa suprotnim stajalištima* (0); SAD, 31: *teško je izgraditi duboka prijateljstva* (-).

3.2.3. Pitanje *Koje fizičke karakteristike smatrate tipičnima za Hrvate?* donijelo je 120 predodžaba. Uspostavilo se 9 kategorija: konstitucija (42), dotjerivanje (uređivanje i odijevanje) (17), kosa i brada (14), oči (10), dopadljivost (zgodni i lijepi) (9), usporedba s drugim nacijama/rasama (8), koža/rasa (6), lice (4), nos (4), ostalo (6).

Najviše je predodžaba o konstituciji (42), pritom je čak 18 predodžaba o Hrvatima kao *visokim ljudima* (većinom pozitivno vrednovanih), dok je samo jedna predodžaba o Hrvatima kao *niskim ljudima* (ispitanik iz Nizozemske). Druge predodžbe vezane uz konstituciju su: Hrvati su *vitki/mršavi* (9), Hrvati *imaju atletsku građu* (3), Hrvati su *veliki/jaki* (5), Hrvati(ce) *imaju duge noge* (2), Hrvati *imaju velika stopala* (2), Hrvatice *imaju dobro tijelo* (1). Sve ove predožbe su većinom pozitivno vrednovane. Mnogo je predodžaba o Hrvatima/Hrivicama kao *vrlo dotjeranima* (17), a o ženama kao *(previše) našminkanima*. Najčešće je dotjerivanje ocijenjeno negativno i neutralno, a samo su 3 predodžbe u ovoj kategoriji vrednovane pozitivno. Zanimljivo je uočiti kako su ispitanici iz Kine, Indonezije i Italije navodili da Hrvati *imaju svijetlu kosu* (3), dok su ispitanici iz Njemačke, Nizozemske i Engleske navodili da Hrvati *imaju tamnu kosu* (4). Nekoliko je predodžaba o sklonosti muškaraca *ćelavosti* (2) i *nošenju brkova i brade* (3). U kategoriji oči ukupno je 14 predodžaba, a unutar nje je 5 predodžaba o *svijetlim očima* kod Hrvata. To su uglavnom zapisivali ispitanici iz Italije, Venezuele, Čilea, Paname i Kine. Od ukupno 9 predodžaba u kategoriji dopadljivost, 8 je predodžaba o Hrvatima/Hrivicama kao *zgodnima* ili *lijepima*, dok je samo jedna ispitanica iz Njemačke negativno vrednovala svoju predodžbu da *nema puno zgodnih momaka*. Od ukupno 8 predodžaba u kategoriji usporedba s drugim nacijama/rasama, 6 je predodžaba o *sličnosti vlastite s hrvatskom*, dok su dva ispitanika iz Poljske i Ukrajine navela predodžbe da su Hrvati različiti (nije jasno jesu li mislili u odnosu na svoju naciju ili na Hrvate među sobom). O *koži/rasi* je 6 predodžaba o Hrvatima kao *europoidima* ili *bijelcima*. Dvije su predodžbe da Hrvati imaju *velik nos*, a dvije da imaju *dug nos*. Predodžbe o licu se međusobno vrlo razlikuju (*okruglo lice, visoke jagodične kosti, stroge crte lica, ozbiljna lica*).

3.3. Rasprava

Prijevod predodžaba s engleskog na hrvatski zahtijevao je oprez, a i samo provođenje ankete na engleskom moglo bi se smatrati ograničavajućim čimbenikom zbog opasnosti da se ispitanici možda neće moći slobodno izraziti kao na materinskom jeziku. Unatoč tomu prikupljeno je i interpretirano ukupno 470 predodžaba koje su razvrstane u 41 kategoriju. Rad na kategoriziranju zahtijevao je mnogo zajedničkih procjena i uspostavljanja zajedničke logike čitanja predodžaba, kao i mnogo zajedničkog prebrojavanja. Od ukupno 470 predodžaba 192 su o Hrvatskoj, 157 o Hrvatima kao narodu te 120 o fizičkim karakteristikama. Bez mnogo uspoređivanja primjećuje se da su ispitanici znatno manje pisali o fizičkim

karakteristikama (120 predodžaba) negoli o zemlji (192 predodžbe) i narodu (157 predodžaba), no to ne iznenađuje s obzirom na to da je sadržaj zemlje ili naroda općenito, moglo bi se reći, razvedeniji (pa time i plodonosniji za opis) od fizičkih karakteristika pojedinih pripadnika nekog naroda. Ukupno gledajući, 274 predodžbe pozitivno su ocijenjene, više nego upola manje od toga (107) je negativnih, dok je neutralnih 89. Kada pogledamo pojedinačno sva tri u anketi postavljena pitanja, zanimljivo postaje to da je među predodžbama o fizičkim karakteristikama najmanje negativnih (15/120), a podjednako pozitivnih (54/120) i neutralnih (51/120), što je bitno različito ako usporedimo s brojem neutralno ocijenjenih predodžaba o Hrvatskoj (19/192) i Hrvatima kao narodu (19/157). Svakako da je lakše izraziti stav o zemlji i karakteru naroda jer su to entiteti koji se (relativno) mogu mijenjati, što baš i nije slučaj s fizičkim izgledom čije procjenjivanje možda izaziva i svojevrsnu nelagodu: nije svejedno komentira li se fizički izgled osoba ili „fizički izgled“ zemlje i nečije navike i ponašanje. U skladu s tim je onda možda zanimljivo istaknuti omjer negativno procijenjenih predodžaba o Hrvatima kao narodu (45/157) u odnosu na omjer negativno ocijenjenih predodžaba o Hrvatskoj (46/192) ili o fizičkim karakteristikama (15/120).

S obzirom na broj ispitanika (30) i broj zemalja (19) iz kojih dolaze nije bilo moguće uočiti sličnosti ili razlike u predodžbama s obzirom na zemlju. No prilikom analize dobivenih predodžaba neke su se opservacije nametale s obzirom na znanja, predodžbe, a možda i stereotipe koji postoje o zemlji (naciji) iz koje ispitanici dolaze. To poziciju onoga tko interpretira čini osjetljivom jer se ona nekako ne može „deprivatizirati“: uočavamo ono što je slično s našim ili različito od našeg, a to ne možemo zanemarujući vlastitu poziciju. Tako je zanimljivo npr. vidjeti da je najviše komentara o ekonomiji, standardu i radnim uvjetima došlo od ispitanika iz Njemačke i J. Koreje i pritom je teško oteti se dojmu da je tomu tako upravo zbog toga što je to velika (važna) tema u tim zemljama. Ili to da je o sređivanju muškaraca najviše osvrta došlo od ispitanika iz Italije (i to od muškarca), što je u tom narodu važna tema (dovoljno je sjetiti se modne industrije).

Pri analizi predodžaba dobivenih u ovom istraživanju nismo se usredotočivali na izvlačenje kulturnih stereotipa s obzirom na postotak pojavljivanja neke predodžbe u ukupnom broju jer smatramo da broj ispitanika nije dovoljan za to. Radije ćemo se usmjeriti na ono što se s tako dobivenim podatcima može, a što je bio krajnji cilj istraživanja.

4. ZAKLJUČNO

Podatci dobiveni ovakvim istraživanjem mogu biti vrlo plodno polazište za niz aktivnosti u nastavi inoga jezika koje za cilj imaju stjecanje međukulturne kompetencije. Ponajprije, podatci dobiveni istraživanjem mogu biti smjernice u stvaranju ili mijenjaju programa te se program može obogatiti informacijama o sadržajima za koje istraživanje pokaže da učenici nemaju mnogo znanja ili je ono površno. Predodžbe o Hrvatskoj i Hrvatima u heterogenoj skupini učenika mogu biti poticaj za razgovor o razlikama u predodžbama pa upravo razlike mogu biti mjesto susreta (heterogena skupina se može osjećati homogeno, osjećati se kao MI i promatrati se u usporedbi s Drugim: Hrvatima). Razgovor o kulturnim razlikama razvija međukulturnu kompetenciju i kod učenika i kod lektora, a međukulturna je kompetencija imperativ u suvremenoj nastavi inoga jezika na svim razinama poučavanja. Kako to činiti na nastavi, pokazat ćemo primjerom.

Dobiveni se odgovori na pitanja *Kako vidite Hrvatsku?, Kako vidite Hrvate?* te *Koje fizičke karakteristike Hrvata smatrate tipčnima?* uz ocjenu (+, -, 0) mogu grupirati s obzirom na zemlju, primjerice ovako:

KINA, 25, M

lijepi krajolici +

dragi ljudi +

dobro očuvani povijesni spomenici +

čist okoliš +

nogomet +

spor tempo života +

neučinkovita birokracija –

ispijanje kave na suncu cijelo poslijepodne +

KINA, 23, Ž

čist zrak +

lijepi krajolici +

praktičan prijevoz +

neučinkovitost birokracije –

premalo bolnica 0

teško dobiti vizu –

prespora i preskupa izrada osobne –

povijesne zgrade i kultura +

NJEMAČKA, 22, Ž

niske plaće –

ljudi su sretni s onim što imaju +

uvijek kasne –
manje rade –
zaista prijateljski +
kratka povijest +
jeftina zemlja +
lijepa žene +
vole piti kavu +
korupcija –
dosta siromašnih –
nema puno lijepih zgrada 0

Iz tvrdnja se može vidjeti na što su se usmjerili pripadnici ovih zemalja pa dodatno istražiti te kategorije (npr. okoliš, sport, povijest, svakodnevnice) u tim zemljama. To udvaja perspektivu, a potencijal daljnjeg umnažanja perspektiva još i raste ako u grupi ima učenika iz tih zemalja. Tako se uspostavljaju odnosi JA – DRUGI (ciljna kultura), JA – DRUGI (druge kulture). Otvara se razgovor o Drugome, postavljanju u odnos sebe i svijeta, potiče na razgovor o vrijednostima, a uči se iznositi mišljenje snošljivo i bez kvalificiranja.

Kada je riječ o pragmatičkom aspektu, popis karakteristika može poslužiti za vježbanje pridjeva (fizički opis i opis osobina na svim razinama poučavanja, s tim da se na razini pripremnog (A1) do prijelaznog (B1) stupnja prema Zajedničkom europskom referentnom okviru za jezike vokabular može prilagoditi ili malo reducirati ovisno o stupnju). Može se vježbati uopćavanje svodeći pojedine tvrdnje pod zajedničku kategoriju (to može biti zanimljivo od stupnja A1 do B1). Zatim se mogu sastavljati različite vrste tekstova od natuknica (pjesma, crtica, esej, članak...) počevši od razine B1. Moguće je vježbati davanje savjeta s obzirom na negativne tvrdnje, npr. one koje se tiču spore birokracije (*treblo bi, bilo bi dobro da, možda možete...*), mogu se pisati reklamni slogani, šaljivi tekstovi o tome kako primjerice prepoznati tipičnog Hrvata ili Hrvaticu, zašto se oženiti Hrvatom ili Hrvaticom, a onda je moguće isto raditi s drugim zemljama. Potonje se aktivnosti mogu raditi već od stupnja B1.

Ako je netko vješt crtač, moguće je izraditi ilustracije prema predodžbama. Ovakvi sadržaji u nastavi u pravilu se pokazuju rado prihvaćenima među učenicima, pridonose dobroj povezanosti i učenika međusobno, i njih s nastavnikom, a dobrobit se proteže i izvan učionice jer takve aktivnosti vode ka prihvaćanju sebe i različitosti.

LITERATURA

Buljubašić, Eni. 2010. Stereotip stranca u početničkim udžbenicima inojezičnog hrvatskog. U *Časopis za hrvatske studije* 6 (1). 253–267.

Dukić, Davor. „Isto, a tako različito: o problemu prezentacije vlastite kulture“. Izlaganje sa Stručnog skupa za odgojitelje, učitelje i nastavnike pripradnika hrvatske nacionalne manjine, iseljenika i Hrvata u BiH, Vodice, 2.–7. srpnja 2012.

Dukić, Davor i Zrinka Blažević, ur. 2009. *Kako vidimo strane zemlje. Uvod u imagologiju*. Zagreb: Srednja Europa.

Dyserinck, Hugo. 2009. O problemu „images“ i „mirages“ i njihovu istraživanju u okviru komparativne književnosti. U *Kako vidimo strane zemlje. Uvod u imagologiju*. Davor Dukić i Zrinka Blažević, ur. Zagreb: Srednja Europa. 23–37.

Kramsch, Claire. 1993. *Context and culture in language teaching*. Oxford: Oxford University Press.

Lambert, Wallace E. 1961. *A study of the roles of attitudes and motivation in second language learning; final technical report*. Montreal: McGill University.

Lippmann, Walter. 1995. *Javno mnijenje*. Preveo Miroslav Hauptfeld. Zagreb: Naprijed.

Nikitina, Larisa. Furuoka, Fumiraka. 2013. „Dragon, Kung Fu and Jackie Chan...“: stereotypes about China held by Malaysian students. U *Trames* 17 (2). 175–195.

Nikitina, Larisa, Mohd Don, Zuraidah Binti. Loh, Sau Cheong. 2014a. Investigating stereotypes about the target language country: A case of German language learners. U *RLA: Revista de lingüística teórica y aplicada* (52). 113–132.

Nikitina, Larisa, Mohd Don, Zuraidah Binti. Loh, Sau Cheong. 2014b. Focus on Brazil: Country images held by Malaysian learners of Brazilian Portuguese. U *Calidoscópico* 12 (1). 73–82.

Nikitina, Larisa, Mohd Don, Zuraidah. Loh, Sau Cheong. 2014c. Il Bel Paese as seen from Malaysia: Language learners' stereotypical representations of Italy. U *Moderna språk* 108 (2). 65–79.

Nikitina, Larisa. 2016. Language learners' representations of Portugal: implications for culture teaching / Las representaciones de Portugal de los estudiantes de portugués: implicaciones en la enseñanza de aspectos culturales. U *Cultura y Educación / Culture and Education* 28 (4). 863–879.

Nikitina, Larisa. 2017. Language learners' representations of Spanish-speaking countries: How can they inform language pedagogy? U *Revista Signos. Estudios de Lingüística* 50 (93). 50–70.

Pasini, Dinka. 2010. Kultura u nastavi hrvatskoga kao stranog jezika. U *Časopis za hrvatske studije* 6 (1). 189–200.

Spencer-Rodgers, Julie. 2001. Consensual and individual stereotypic beliefs about international students among American host nationals. U *International Journal of Intercultural Relations* 25 (6). 639–657.

Terracciano, Antonio, et al. 2005. National character does not reflect mean personality trait levels in 49 cultures. U *Science*, 310 (5745), 96–100.

„Didot“. <http://www.enciklopedija.hr/natuknica.aspx?id=14992> (pristupljeno: 29. ožujka 2017.).

„Predodžba“. *Veliki rječnik hrvatskoga standardnog jezika*, ur. Ljiljana Jojić et al. 2015. Školska knjiga: Zagreb. 1153.

„Stereotip“. <http://www.enciklopedija.hr/Natuknica.aspx?ID=58036>
(pristupljeno: 29. ožujka 2017.).

„Stereotype“. <https://en.wikipedia.org/wiki/Stereotype> (pristupljeno: 29. ožujka 2017.).