

**Даниела КОНСТАНТИНОВА**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий”, Велико Търново, България  
e-mail: d.konstantinova@ts.uni-vt.bg

**Сава СТАМЕНКОВИЧ**

ВТУ „Св. св. Кирил и Методий”, Велико Търново, България  
УГ „Литера”, Ниш, Сърбия  
email: savastamenkovic@gmail.com

**БЪЛГАРИТЕ ЗА БАЛКАНСКИТЕ НАРОДИ –  
ОТНОВО ЗА НЯКОИ СТЕРЕОТИПИ В МИСЛЕНЕТО**

**Daniela KONSTANTINOVA**

University of Veliko Tarnovo St. Cyril and St. Methodus, Bulgaria  
e-mail: d.konstantinova@ts.uni-vt.bg

**Sava STAMENKOVIĆ**

University of Veliko Tarnovo St. Cyril and St. Methodus, Bulgaria  
Organization “Litera”, Niš, Serbia  
e-mail: savastamenkovic@gmail.com

**BULGARIANS' VIEWS ON OTHER BALKAN NATIONS.  
AGAIN ON SOME STEREOTYPES IN THINKING**

The paper presents some stereotypes in thinking of Bulgarians about the other Balkan nations, close neighbor nations such as Greeks, Macedonians, Romanians, Serbs, Turks, and the other geographically remoted nations such as Albanians, Bosniaks, Slovenians, Croats, Montenegrins. In the first part of the paper, we focus on the theoretical framework and definitions of the term stereotype. The questionnaire which was conducted with Bulgarian respondents and the analyses of its results is presented in the main part of this article. The questions formulated aim to establish what notions are invoked in the minds of the respondents when mentioning the specific Balkan nations. We also reflect on Bulgarian proverbs, idioms etc. connected to notions/stereotypes about the Balkan nations.

**Key words:** stereotypes, Bulgarians, Balkan nations.

Въпросите за стереотипите в мисленето и картината на света на Балканите и в частност за българските стереотипи и представи (дори предразсъдъци) за балканските народи са многократно разглеждани в различни научни публикации – социологически, исторически, политологически, културоло-

гични, литературни и езиковедски.<sup>1</sup> Въпреки всичко винаги може да се внесе допълнителен шрих, защото към тази тема има възможност да се погледне от различни ракурси. Наред с това (парадоксално за своята устойчивост) стереотипите се променят, което е обуславяно от редица фактори и обстоятелства. Това са част от мотивите за настоящото изследване, чиято цел е въз основа на анкетно проучване сред 122 български респонденти да се проследи и анализира какви представи и възприятия „извиква“ в съзнанието им споменаването на конкретните балкански народи и как (с какви думи, фразеологизми и паремии) те назоват тези свои представи. Става дума за съседни народи (гърци, македонци<sup>2</sup>, румънци, сърби, турци) и географски по-отдалечени народи (албанци, босненци, словенци, хървати, черногорци). Нашето проучване е част от по-голямо изследване на стереотипите в мисленето и представите на българите и сърбите за останалите балкански народи. Анализите и обобщенията, до които достигаме, са въз основа на анонимно анкетно проучване, което направихме с общо 250 българи и сърби на възраст от 19 до 65 г., с различно образование и професионална заетост. В анкетата респондентите трябваше да посочат само възрастта си. Преценихме, че именно възрастта е от голямо значение за възприятията и представите, тъй като в голяма степен те са зависими както от индивидуалния житейски опит, така и от социално-обществените и политическите условия, в които живеят отделните поколения.

Преди да преминем към представяне и анализ на резултатите от анкетата, бихме искали да изложим някои от **теоретичните постановки и схващания за стереотип**. Съгласни сме с известното определение на У. Липман за стереотипа като за „образите в нашите глави“ (*the pictures in our heads*) (Липман 2001), но наред с това смятаме, че стереотипът представлява „...специфичен вид обобщение, което помага на хората да се ориентират в сложната реалност на света“ (Шолтес 2004: 76). В този ред на мисли трябва обаче да споменем, че според нас не всяко обобщение е стереотип – а само **обобщение на представи, идеи, убеждения, твърдения** и под., в което наред с **рационалното съдържание** има вложени **емоционална връзка и оценъчност**. Формирането на стереотипи е неминуемо с оглед на особеностите на човешкото мислене – най-вече неизбежността да се мисли и сравнява, както и да се запазва (запа-

---

<sup>1</sup> Тук бихме искали да цитираме сборника „Kulturni i etnički odnosi na Balkanu – mogućnosti regionalne i evropske integracije. / Cultural and Ethnic Relations at the Balkans – Possibilities of Regional and European Integration. Niš, 2006, който отразява резултатите от съвместно сръбско-българско представително сравнително изследване на културните нагласи на Балканите. В него е поместена и статия на М. Русева, „Отношението към себе си и към Другия като част от съвременната културна идентичност на българите“ (Русева 2006: 199–216). Авторката въз основа на анкетно проучване сред респонденти от Великотърновска област обобщава и коментира социологически данни, свързани и с темата за културно-етническите представи за Балканите, представителни за България към онзи момент.

<sup>2</sup> Навсякъде в тази статия под названието ‘македонци’ имаме предвид населението на Република Северна Македония.

метява) информация чрез своеобразно мисловно подреждане, класифициране. Споделяме и социологичната гледна точка, че: „[...] стереотипът има винаги обществен произход, израз е на колективното мислене, предава се чрез общественото мнение и не се формира от отделния човек, от неговия личен опит и индивидуални представи. Стереотипът представлява реакция на някакво название чрез закодираната в общественото съзнание представа“ (Михайлова 1999: 59). Друга особеност на стереотипите е, че предполагат *устойчивост, трайност, свързаност с установена традиция*. Неслучайно това се съдържа и в произхода на наименованието, идващо от гръцки *στερεός* „твърд, устойчив, солиден“ и *τύπο* „впечатление“. Смятаме също така, че стереотипите могат да имат *положителни* и *отрицателни* страни. Във връзка с това М. Василева достига до обобщение, което напълно споеделяме: „Стереотипите спомагат за по-доброто разбиране на даден проблем чрез генерализиране и опростяване на по-сложна и специализирана информация. От друга страна, водят до формирането на грешна представа и неадекватно мнение по даден въпрос, а в по-тежки случаи – и до крайности като дискриминация и геноцид“ (Василева 2018: 24).

За целите на нашето изследване смятаме, че са важни и някои етнолингвистични схващания за стереотипа, според които стереотипите са съставни елементи на езиковата картина на света (ЕКС)<sup>3</sup>. Полският учен Й. Бартмински смята, че до стереотипа може да се стигне или изхождайки от езиковото наименование (лексемата), или от *света* [курсивът е на Й. Бартмински], т.е. денотата, предмета. Според представените от него схващания понятието стереотип се отнася както за хора, така и за предмети и той го разглежда като вид популярни понятия (представи), на първо място с познавателни и оценъчни функции, а на второ място със социални и психични (отбранителни, интегриращи, полемични и др.). Полският учен отбелязва също, че стереотипите са детерминирани субективни представи за предмети и събития, които обхващат както техни описателни, така и оценъчни аспекти, и представляват резултат от интерпретация на действителността в рамките на социалните познавателни модели (Бартмински 2014: 403)<sup>4</sup>.

---

<sup>3</sup> ЕКС – езиковата картина на света като водещо понятие в етнолингвистиката според Й. Бартмински представлява „съдържащата се в езика, различно вербализирана интерпретация на действителността, която може да се предаде под формата на набор от съждения за света. Това могат да бъдат „утвърдени“ съждения, т.е. имащи опора в самата материя на езика, следователно в граматиката, лексиката, с клишираните текстове (напр. в пословиците), но също така съждения-пресупозиции, т.е. имплицирани чрез езиковите форми, утвърдени на равнището на социалното знание убеждения, митове и ритуали“ (Бартмински 2014: 401–402).

<sup>4</sup> Съществува и *езиков стереотип*, който съответства на *концепт* и „...е съставен от по-широк набор от черти, отколкото *понятието* [курсив – Й. Бартмински], тъй като той се изгражда не само от познавателно (свекървата е ‘майка на мъжа’), но и от емотивно и прагматично съдържание (свекървата е ‘обикновено неблагоприятно разположена към снахата’), опиращо се на индивидуалния и социалния опит на хората“ (Бартмински 2014: 403).

Анкетата с българските респонденти, която ще разгледаме в тази разработка, се състоеше от следните въпроси:

1. **ВЪПРОС:** **Кои са първите думи, които ви идват наум, когато чуете за следните балкански народи? (изредени по азбучен ред)**
  - съседни балкански народи: гърци, румънци, сърби, турци
  - несъседни балкански народи (географски по-отдалечени): албанци, босненци (бошняци), словенци, хървати, черногорци
2. **ВЪПРОС:** **Сещате ли се за фразеологизми, пословици и поговорки, с които свързвате гореспоменатите народи?**
3. **ВЪПРОС:** **Кои са първите думи, които смятате, че най-добре ни описват като българи?**
4. **ВЪПРОС:** **Кои български изрази, фразеологизми, пословици и поговорки най-точно характеризират националния ни характер?**

Споделяме също мнението, че „Стереотипите са свързани с конкретни езикови конструкции“ (Михайлова 1999: 60) и това до голяма степен залегна в концепцията при формулирането на въпросите. Повлияхме се също и от метода „когнитивна експликация“, според който при описанието на понятията има както академична дефиниция (речникова), така и описание на базата на народните стереотипи, включващо системата от общоприети асоциации (Bartmiński цит. по Денчева 2015: 130–131). На **ВЪПРОСИ 1. и 3.** от респондентите се изискваше да отговорят, като изредят една или повече думи, за които се сещат, когато чуят за споменатите балкански народи, а на **ВЪПРОСИ 2. и 4.** трябваше да напишат (ако в момента се сещат) устойчиви изрази, фразеологизми и паремии, с които асоциират дадените народи. Всеки от респондентите можеше да напише една или повече думи, изрази, фразеологизми и паремии. При анализа на събрания материал в настоящата публикация направихме тематична класификация на отговорите – обособихме *тематични групи* (някъде и *подгрупи*), които представяме с диаграми. В тях обаче по технически причини не даваме процентното съотношение в подгрупи, както и процентно съотношение в зависимост от възрастта на респондентите (тук става дума за споменатите по-горе 122 български респонденти). Въпреки че отчетливо се формират три групи, които съвсем условно можем да разделим и определим така: I група – млада възраст от 19 до 35 г., 46 респонденти; II група – средна възраст от 36 до 50 г., 45 респонденти; III група: зряла възраст над 51 г., 31 респонденти. В настоящата разработка поради ограничението за обем не представяме и резултатите от отговорите на последните два въпроса в анкетата – те ще бъдат тема на бъдеща публикация за т.нар. автостереотипи и автопредстави<sup>5</sup>.

---

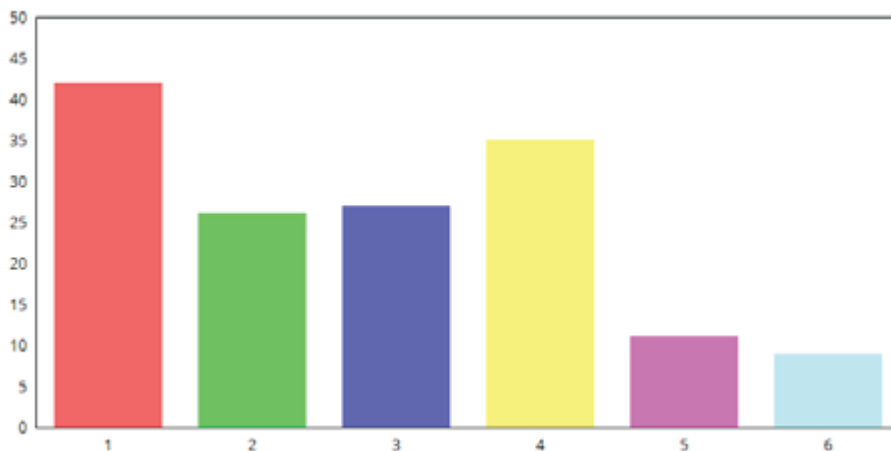
<sup>5</sup> В анкетата, проведена със сръбските респонденти, която ще бъде предмет на бъдеща публикация, **ВЪПРОСИ 3. и 4.** се отнасят съответно до сърбите.

## Резултати и анализи от анкетното проучване

1. **ВЪПРОС: Кои са първите думи, които ви идват наум, когато чуete за**  
– **съседни балкански народи?**

### **ГЪРЦИ**

За този балкански народ отговори са написали всички респонденти. Като най-многобройна се оформя тематична група, която нарекохме **Туризъм (42 %)**, в нея попадат следните думи отговори: *море, острови, плаж, туризъм, топло, почивка, рай, археологически обекти, природни чудеса*. В анкетата за гърците има написани много думи, свързани с музиката, затова така нарекохме следващата тематична група – **Музика (27 %)**: *гръцко, хубава музика, сиртаки, хубави песни*. Също така отчетливо се обособява група, за която избрахме наименованието **Гастрономия (26 %)**, състояща се от думите *узо, мастика, маслини, вкусни ястия, таверна, сувлаки*. Не са малко и отговорите, които могат да се обединят в група с название **Характер и темперамент (35 %)**, тук попадат думи, които обособихме в две подгрупи: **Лоши (21 %)** – *мързеливи, коварни, лукави* и **Добри (14 %)** – *забавни, родолюбци, силно вярващи/набожни, силни семейни връзки, спокойствие*. Срещат се и единични отговори, които е трудно да се причислят към споменатите две подгрупи, защото означават противоречиви качества: *непукисити, много викат, емоционални*. Сред написаните думи и изрази има и много такива, които можем да групираме под названието **Обществено-икономическа ситуация (11 %)**: *протести, дългове, просене на пари, неплащане на данъци, икономическа криза, стачка*. Напълно разбираемо за Гърция и гърците има и отговори, свързани с историята и миналото – обособихме ги като тематична група **История и митология (9 %)**: *Византия, древногръцка митология/ древногръцки митове и легенди, Елада, Спарта*.



### Диаграма ГЪРЦИ.

Тематични групи: 1. Туризм 42 %, 2. Гастрономия 26 %, 3. Музика 27 %, 4. Характер и темперамент 35 %, 5. Обществено-икономическа ситуация 11 %, 6. История и митология 9 %

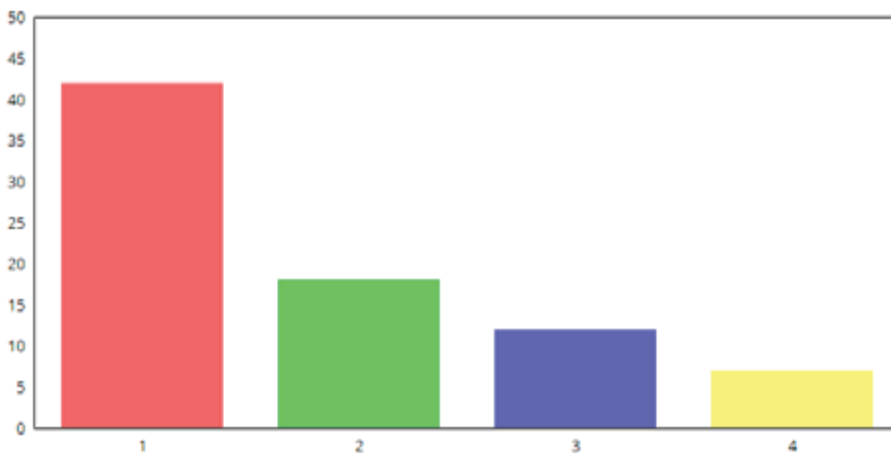
Като обобщение за *гърците* може да кажем, че има налице *както положителни, така и отрицателни стереотипи* в мисленето на българите. Въпреки всичко водещи са *положителните*, произтичащи от наложилите се тенденции за презентацията на Гърция като *туристическа дестинация*, предлагаща *забавление* (музика, отдых, кухня). Наблюдаваните *негативни представи и стереотипи* се отнасят по-скоро до *националния характер* на гърците и са обусловени преди всичко от някои *българо-гръцки исторически взаимоотношения в миналото*, но и *съвременни обществени и политически процеси в гръцкото общество*.

### МАКЕДОНЦИ (населението на Република Северна Македония)

Своето мнение за този народ са изразили предимно респондентите от II и III възрастова група, а при I група (т. нар. млади респонденти) отговорилите са само 27% (от тях 10% са посочили, че досега не са имали личен контакт с представители на този народ). Тук сме съгласни с мнението на З. Барболова, че освен чрез преки контакти и наблюдения, колективният образ на даден народ може да се изгради и индиректно, чрез получена по различни други пътища информация (Барболова 2013).

Поради разнообразието (а нерядко и противоречивост) на отговорите и асоциациите трудно можахме да обособим тематични групи. Като най-голяма се очерта *Характер и темперамент (42 %)*, в която ясно могат да бъдат разграничени две подгрупи: на отрицателните качества, подгрупа *Лоши (25 %)*,

изразени с много различни по значение негативно конотирани думи (съществителни и качествени прилагателни имена): *комплексари, комплексирани, нагли, недобронамерени, объркани, надути, лъжци, нечестни, диви, неориентирани, агресивни на думи*. Положителните качества, подгрупа **Добри (17%)**, са с по-малък процент, към тях спадат: *добри, мили, сърцати, весели, усмихнати, човечни*. Разбираемо е и това, че не липсват и отговори, свързани с **историята** и **взаимоотношенията** между България и Северна Македония, обособихме ги в две групи. Първата условно нарекохме **Българи (18%)** с еднословния отговор *българи*, а към втората **Спорна история (12%)** причислихме различни отговори под формата на словосъчетания, дори изречения: *спорна история, преиначават исторически истини, открадната история, присвоители на чужда история, крадци на история, нямат история*. В анкетата няколко респонденти бяха и написали и отговори, с които тотално отричаха съществуването на македонски народ – *няма такъв народ, няма такива*. На фона на тези тематични групи се оформи още една, макар и с по-малък процент отговори: **Туризм (7%)** – *Охридско езеро, разходка в Охрид, манастири, туризъм, културен туризъм, екскурзии*.



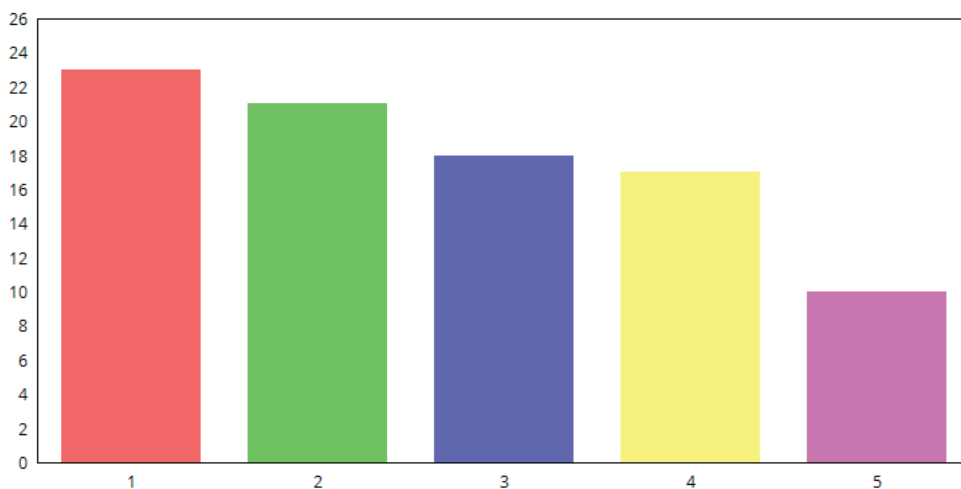
Диаграма МАКЕДОНЦИ.

Тематични групи: 1. *Характер и темперамент 42%*, 2. *Българи 18%*, 3. *Спорна история 12%*, 4. *Туризм 7%*

Като обобщение може да кажем, че **негативните черти в стереотипизацията за македонците** са преобладаващи, което е обусловено от **спорни исторически въпроси** и **сложни взаимоотношения**. Според анкетата има и голяма **противоречивост в представите** и реакциите на българите: от една страна, признаването на този народ като самостоятелен, от друга – припознаването му като част от българския и пълното отричане на неговата самостоятелност и идентичност.

## РУМЪНЦИ

Въпреки общата ни граница и географска близост с Румъния в анкетата има малко отговори за румънците. Отговорили са всички респонденти, но в повечето случаи с по 1 дума. Това се отразява в процентните съотношения. Най-много от написаните отговори се отнасят до тематичната група **Туризм (23 %)**, като тук включваме също названия на **населени места, географски обекти, забележителности**: *Букурещ, Синай, Дунав, хубави замъци, дворец/парламент в Букурещ, манастири, каньони, равнини, хубави планини*. Отчетливо се открояват и отговори, назоваващи личности **Исторически личности (21 %)**: *Дракула, Чаушеску*. Изброени са и думи, които са за групата **Характер и темперамент (18 %)**, сред тях преобладават положителни черти в подгрупата **Добри (11 %)**: *добри, забавни, трудолюбиви, мили, дружелюбни*, но има и някои отрицателни **Лоши (7 %)**: *крадливи, нагли, лъжат, долни* (тук с известна условност причисляваме и отговора *цигани*, понеже назоваването с този етноним се възприема като силно негативно, дори обидно). За румънците също отчетливо се формира тематична група **Гастрономия (17 %)** – *мамалига, бръндза, кашкавал*. Малък процент отговори се отнася до географската, но също духовната ни близост, обособихме ги в тематична група **Близост (10 %)**: *сходни, близки, подобни сме, като нас, близки като култура и нравствени ценности до нашите; подобни на нас, но по-добри, защото напредват*.



Диаграма РУМЪНЦИ.

Тематични групи: 1. Туризм 23 %, 2. Исторически личности 21 %, 3. Характер и темперамент 18 %, 4. Гастрономия 17 %, 5. Близост 10 %



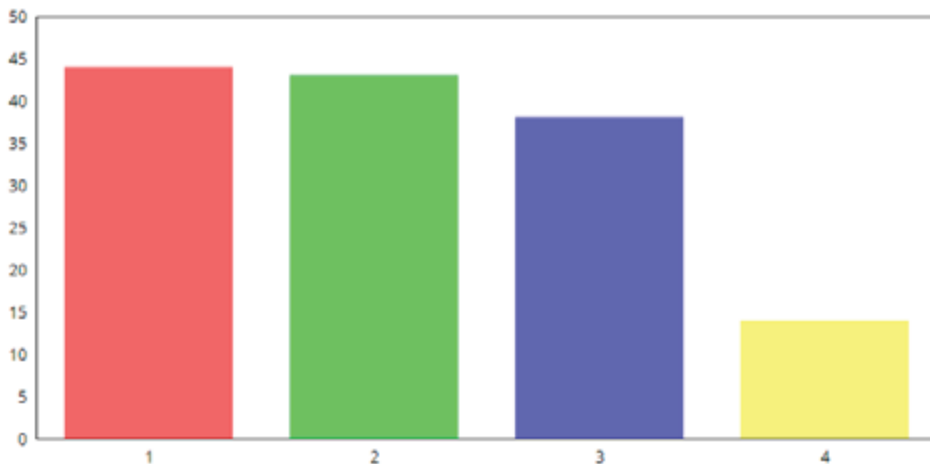
От броя на отговорите на респондентите за *румънците* се създава впечатление, че въпреки географската близост *няма достатъчно познавателен потенциал по отношение на този народ* – особено в сравнение с останалите съседни балкански народи. Това е изненадващо с оглед на факта, че отношенията между българи и румънци не са липсвали през годините – те се формират и развиват в различни исторически епохи и в зависимост от историческия и културния контекст имат различни проявления – от преки контакти, позитивни влияния до разминавания, дори конфликти (например по време на Възраждането, след Освобождението 1878 г., след Балканските войни и т.н.).<sup>6</sup> Въз основа на отговорите в нашата анкета може да обобщим, че въпреки някои негативни характеристики, *в стереотипизацията за румънците преобладават положителните черти*, които се опират най-вече върху представи, формирани от *туристически впечатления*.

## СЪРБИ

Отговори за този балкански народ са дали всички респонденти и няма съществени разлики в трите възрастови групи. Най-голям процент могат да бъдат обединени в тематична група *Музика (44 %)*: *музика, сръбска музика, духовна музика, югофолк, турбофолк музика*, към тази група включваме и написаните собствени имена на певиците *Лена Брена, Драгана Миркович, Цеца*. Следващите по брой отговори са в групата *Гастрономия (38 %)*: *плескавица, дюлева ракия, сръбска скара, вкусна храна /ястия*. Една голяма част от отговорите за сърбите се отнася до особеностите на характера и поведението им, затова и тук се оформи тематична група *Характер и темперамент (43 %)*, в която включихме оценъчно натоварени думи (предимно съществителни и качествени прилагателни имена), които можем да разпределим в няколко подгрупи – *Добри (25 %)*: *добри, добронамерени, приятелски настроени, сърдечни, дружелюбни, гостоприемни, забавни, весели/веселящи*; *Лоши (8 %)*: *лоши, много лоши, измамници, зли*. Към групата за характера обособихме и подгрупа *Националисти (10 %)*, отговорите тук са противоречиви, защото могат да се тълкуват както като положителни, така и като отрицателни: *националисти, големи националисти, прекалени националисти, национална гордост, горди*. Като самостоятелна се обособява и група, която нарекохме *Близост (14 %)*, с две подгрупи *Географската близост (7 %)*: *съседни, западни съседни* и *Духовна и генерична близост (7 %)*: *братя /братски народ, близки сме, като нас, приличаме си, славяни*. В анкетата има и малък брой отговори, които е трудно да се класифицират или причислят към някоя от посочените групи и подгрупи. Това са например топоними, думи, назоваващи политическо-исторически факти, личности, някои езикови особености и др.: *Ниш, Белград, война, Милошевич, хвала, Сава, еби га, две азбуки, псувни*.

---

<sup>6</sup> Повече за тези въпроси може да се прочете у Б. Няголов (Няголов) и Р. Л. Станчева (Станчева).



### Диаграма СЪРБИ.

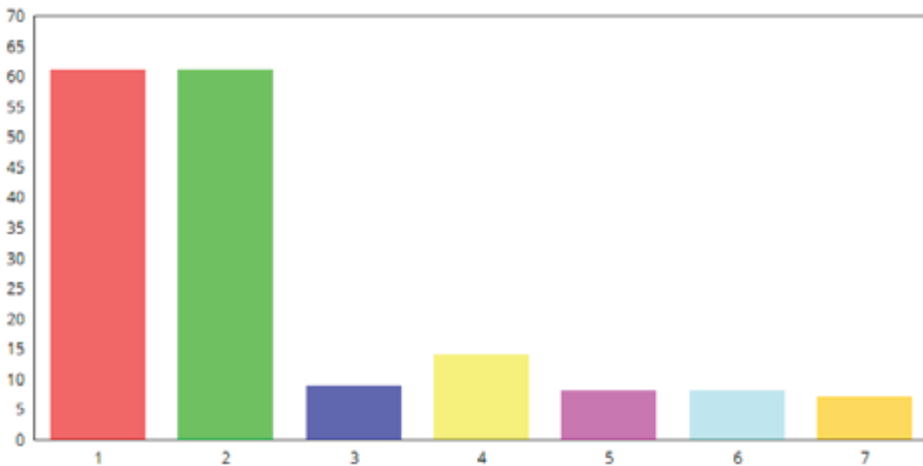
Тематични групи: 1. Музика 44 %, 2. Характер и темперамент 43 %, 3. Гастрономия 38 %, 4. Близост 14 %

За сърбите преобладаващи са *положителните представи* и *положителните стереотипи*. Повечето от отговорите на респондентите произтичат от възприятията за географска и генерична близост, наред с това „*кулинарно-увеселителните*“ асоциации, които имат *значителен превес над културно-историческите*.

### ТУРЦИ

За този народ са отговорили всички участници в анкетата и няма съществени разлики в отговорите в зависимост от възрастта. Най-много са асоциациите, изразени с думи (съществителни имена), назоваващи ястия и пиетета, затова не е изненадващо, че като най-голяма се оформя тематична група *Гастрономия (61 %)*. Тя се състои от следните отговори: *баклава, сладко / сладкиши, кафе, локум, кадаиф, добри куляри, вкусно, Yeni Rakı, чай, дюнер*. Не са малко и отговорите, отнасящи се до групата *Характер и темперамент – 61 %*: чертите (назовани със съществителни имена и качествени прилагателни имена) са повече положителни, отколкото отрицателни. Разпределихме ги в следните подгрупи: *Добри (39 %)* – *трудолюбиви, работяги, добри, приятелски, добронамерени, гостоприемство, гостоприемни* и *Лоши (13 %)* – *лоши, много лоши, зли*. Като самостоятелна във връзка с характера и нравите оформихме подгрупата *Консервативни (4 %)*: *много консервативни, консервативни, закостенели*. Оформя се и подгрупа, която нарекохме *Търговци (5 %)*, тук попадат неутрално, положително и отрицателно конотирани думи: *търговци, добри търговци, досадни продавачи, натрапници на стоки*.

Напълно закономерно при отговорите за турците се срещат и такива, които имат връзка с историческото минало – тях причислихме към тематична група **Робство (9%)**: *поробители, робство/турско робство, исторически конфликт*. Други тематични групи са: **Географски обекти/понятия (14%)** – *Босфор, Ориент, Истанбул*; **Култура и изкуство (8%)** – *забележителна архитектура, интересна музика, люлка на цивилизации, древност* (тук с известни условности причисляваме и отговорите *сериали, филми*) и **Туризм (8%)** – *туризъм, дестинация за почивка, плажове, море, хубави курорти*. Логично е формирането и на процент отговори, асоциирани с религията – тематична група **Ислям (7%)**: *мюсюлмани, ислям, джамии*. Срещат се и няколко отговора, които не можем да причислим към никоя от горепосочените групи или подгрупи, например: *комиши, мустаци, харем*.



### Диаграма ТУРЦИ

Тематични групи: 1. Гастрономия 61%, 2. Характер и темперамент 61%, 3. Робство 9%, 4. Географски обекти/понятия 14%, 5. Култура и изкуство 8%, 6. Туризм 8%, 7. Ислям 7%

За *турците* преобладават *положителните представи и стереотипи*, включително и по отношение на характера и темперамента, въпреки че (неизбежно) са налице и някои *негативни асоциации* и *противопоставяне, обусловени исторически* или произтичащи от *религиозните различия*. Очевидно е обаче, че някогашните стереотипи за турците като за жестоки поробители вече не са толкова актуални. Оказва се, че в съвременните представи на българите за този народ преобладаващи са „*кулинарните*“ *асоциации*, наред с които ясно се открояват и *много културно-туристически*. Във връзка с това споделяме схващането на Ал. Пампоров, че през последните десетина години стереотипите в мисленето на българите за турците рязко са се променили. Той

констатира: „От „поробител“ с чалма и ятаган, който сече глави и отвлеча деца, изведнъж турчинът стана добрият търговец, съседът-приятел, при когото можеш да отидеш на курорт. Много се промени образът на самата Турция в България“ (Пампоров).

**2. ВЪПРОС: Кои са първите думи, които ви идват наум, когато чу-ете за**

**– несъседни балкански народи (географски по-отдалечени)?**

### **АЛБАНЦИ**

Не са много респондентите, отговорили за албанците – около 28% от всички участници в анкетата (и от трите възрастови групи). Най-много отговори спадат към групата *Характер и темперамент (26%)*, преобладаващи са думи, означаващи негативни качества, ободобени в подгрупата *Лоши (20%)*: *мафия, бандити, наркопласъори, наемни убийци/убийци; подли, дивотия, мизерия, гадни шиптъри*. Изредените положителни качества, подгрупа *Добри (6%)*, са малко: *мили, гостоприемни, човечност, весели и темпераментни*. Има и процент отговори, свързани с религията, *Ислям (6%)*: *мюсюлмани*. Написани са и няколко думи, назоваващи исторически личности: *Енвер Ходжа, Скендербег, Али Паша*, както и думи, но и коментари за географски дадености, реалити и т.н. *природа; чукари; безлюдност; имат море и се стараят да правят туризъм; бункери; песента Von Von*.

Въз основа на отговорите на респондентите може да заключим, че **няма голям познавателен потенциал за албанците**. Въпреки някои положителни представи, отчетливо се налагат **негативните стереотипи**, най-вече свързани с **престъпност и изостаналост**.

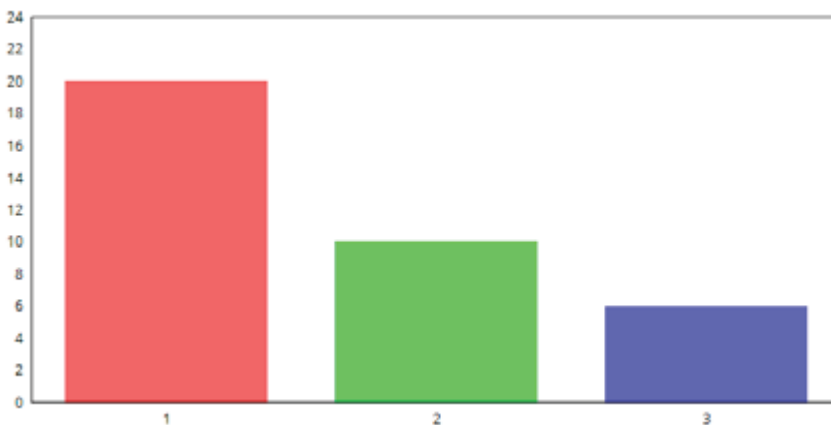
За **БОСНЕНЦИТЕ** са отговорили само 14% от анкетираните. Отговорите са разнообразни, но най-често свързани с **войната**, това би могла да бъде и единствената тематична група. Думата *война* са написали 10% от респондентите, а подобни представи са изразени с думите: *разрушения, болка, неправда, геноцид*. Останалите отговори са свързани с религията, природата, характера и темперамента, кулинарията, литературата: *мюсюлмани, хубава природа, каньони, гостоприемни, топли, вкусна храна, Иво Андрич*. Очевидно този балкански народ не е достатъчно познат на българите.

За **СЛОВЕНЦИТЕ** общият процент на отговорилите също е малък – 19% (предимно от втората и третата възрастова група). Поради това и тук е трудно да се обособят тематични групи. Преобладаващите отговори са свързани с държавата и **географски ѝ дадености** (*малка държава, страхотна природа, красива страна, планини*) и някои **обществено-икономически особености** (*добра икономика, западно влияние, цивилизация, желание за развитие, висок стандарт, Gorenje*), по-малко отговори (при това контрастни) има

за **характера и поведението на словенците**: *самобитни хора, симпатични, дружелюбни, безлични хора, дистанцирани, надменни.*

За **ХЪРВАТИТЕ** отговори са написали 31 % от респондентите (и от трите възрастови групи). Поради факта, че отговорите са малко, отново не беше лесно да се класифицират и обособят тематично. Въпреки това се оформят следните тематични групи: **Туризъм (20%)** – *туризъм, море, морски хора, морски гледки, Дубровник, езера, красоти, планини, водопади.* Към групата **Характер и темперамент (10%)** причислихме думи, назоваващи както положителни, така и отрицателни качества (трудно е да се прецени кои имат превес): *високомерие, надут, гордост, голямо самочувствие, дистанцирани, хладни, сърдечност, дружелюбни, гостоприемни, забавни.* Като отделна тематична група можем да обособим **Обществено-историческото развитие (6%)**, към която спадат не само отделни думи, но и изрази, дори изречения: *западноевропейци, европейци, част от Австро-Унгария; били са в Австро-Унгария; различни и не са съвсем балканци,* с известна условност можем да включим и следният коментар: *хърватите са католическото лице на Балканите.*

Срещат се и малко разнообразни отговори, които не спадат към нито една от горните групи: *Игра на тронове, футбол, малка държава.*



**Диаграма ХЪРВАТИ.**

**Тематични групи: 1. Туризъм 20%, 2. Характер и темперамент 10%, 3. Обществено-историческо развитие 6%**

Като обобщение за **хърватите** можем да кажем, че **липсват ясно очертани представи и стереотипи**, особено в сравнение с предходните балкански народи. Това вероятно произтича от факта, че този народ е **географски по-отдалечен** и с него българите **не са имали чести исторически съприкосновения**. Повечето отговори са формирани на базата на туристически преживявания.

За **ЧЕРНОГОРЦИТЕ** са отговорили само 16% от респондентите. Преобладаващите отговори са свързани с *географски представи (10%)*, най-вече *планини и гори*, но също *море*. Има и такива, сравняващи черногорците със *сърбите*, съответно *Сърбия: като сърбите; близки нравствени ценности като тези на сърбите, по-добрите сърби, близо са до Сърбия*. Написани са и два отговора, отнасящи се до характера: *упоритост, свойски хора*.

\* \* \*

На **ВЪПРОС 2**, от анкетата **Сещате ли се за фразеологизми, пословици и поговорки, с които свързвате гореспоменатите народи?** отговори са дали предимно респондентите от II и III възрастова група. Това не е изненадващо, тъй като според наши наблюдения голяма част от младите хора по-рядко употребяват фразеологизми в речта си, включително и фразеологизми, които имат в състава си етноними. Ще направим много кратко обобщение на отговорите на този въпрос не само защото са малко, а и защото темата за отношението на българите към другите народи и за етническите стереотипи, отразени във фразеологията и паремиологията на българския език (включително и в компаративен аспект) е разглеждана в много научни публикации (Дроснева 1995; Димова 2004, Константинова 2011; Братанова 2013 и др.).

Респондентите са написали най-много фразеологизми и паремии за **ТУРЦИТЕ**, например: *минавам като през турски гробища; гледам като турчин; побеснял като турчин през рамазан; ревнив като турчин; ако ще турско да стане; голям турчин е; зъл като турчин* и др. Всички те имат силно изразена негативна конотация и в тях етнонимът 'турчин' служи за изграждане на негативна образност и негативна семантика. Въпреки че отношението между българи и турци през XXI век са добросъседски и безконфликтни, във фразеологията и паремиологията е отразен един силно негативен образ на този съседен балкански народ. Това има своето обяснение и сме напълно съгласни със становището на З. Барболова: „Устойчивите словосъчетания обаче съдържат и съхраняват елементи от народната памет, фиксират онези най-ярки моменти, чрез които ние можем да изведем ретроспективния образ на турчина от гледна точка на българина от епохата на Османската империя и нашите взаимоотношения с него по това време“ (Барболова 2013).

За **ГЪРЦИТЕ** респондентите са написали по-малко изрази, предимно сравнения, например: *инат като грък; свидлив като грък; мързелив като грък; кани се като грък на сране; лукав като византиец / византийски номера*. Негативната образност и семантика на тези сравнения е мотивирана от историческите взаимоотношения на българите с гърците (като се започне от Византийското робство и се премине през периода на Възраждането и господството на гръцкото духовенство по българските земи).

За останалите балкански народи има малко фразеологизми и паремии, някои са съпроводени от обяснения и тълкувания. Например:

За **СЪРБИТЕ**: *що е сръбско, све е лепо* – ‘израз на задоволство’, *паркирал като сърбин* – ‘паркирал неправилно или накриво’, *лош като сръбска свиня*;

За **АЛБАНЦИТЕ**: *албански реотан*

За **РУМЪНЦИТЕ**: *някой е румънец* – т.е. стиснат, крив човек

За **МАКЕДОНЦИТЕ**: *Що е маке все е юнак; Не чепкай, ке пукнеш.*

Устойчивите изрази, сравнения и фразеологизми, цитирани от респондентите, са с **негативна семантика** и **негативна конотация**. Това е обяснимо както с оглед на експресивния характер и функцията на фразеологизмите, така и с факта, че те са проекция на опозицията **свое** – **чуждо**, при което чуждото е възприемано като отрицателно, за разлика от своето, което в повечето случаи се оценява положително. Това с пълна сила важи не само за българските устойчиви изрази, фразеологизми и паремии, съдържащи етноними. В. Петров констатира, че чертите в образа на българина, които могат да се открият въз основа на анализа на устойчивите словосъчетания на съседните народи, са по-често отрицателни, понякога твърде неодобрителни. Напълно споделяме и неговото становище, че „[...] семантиката на устойчивите словосъчетания, в които влизат етноними, назоваващи другия, е почти винаги отрицателна, иронична, критикуваща или осъдителна особено ако става дума за съседни народи, които имат взаимосвързана историческа съдба и прекалено сложни отношения в политически, културен, икономически и всякакъв друг аспект, който е в най-пряк допир с живота на малкия човек. Това е по-скоро общочовешка черта и всеобщ подход, но в никакъв случай не и балкански или още по-малко български, сръбски, гръцки и пр.“ (Петров 2018: 156).

От всички направени тук разсъждения може да направим **следните заключения**.

Участниците в анкетата са дали най-многобройни отговори за **тези балкански народи**, които са в **непосредствена географска близост до българите** (т.е. **съседни народи**) и с които **е налице пряко взаимодействие** (в миналото обществено-политическо, в днешни дни по-скоро туристическо, културно, икономическо): **сърби, турци, гърци** и **македонци**. Колкото географски по-отдалечен е даден балкански народ, толкова по-малко са отговорите и изразените мнения за него (например за **босненци, черногорци, словенци, хървати**).

За **сърбите, турците, гърците, румънците** и **хърватите** няма съществени разлики в отговорите на респондентите от три възрастовите групи. Но прави впечатление, че за **македонците, словенците, черногорците** и **босненците** има повече отговори от респондентите от II и III възрастова група. Очевидно младите респонденти (I възрастова група) нямат отчетливо формирани представи за тези народи, което се дължи на много фактори, сред които отбелязаните от самите тях липса на впечатления, отсъствие на преки контакти, бегли познания.

**Географското местоположение (непосредствено съседство или отдалеченост) и общественно-историческите и политическите взаимоотношения** между народите са важни предпоставки за създаването на стереотипи в мисленето (но и предразсъдъци).

При формирането на стереотипите на българите за останалите балкански народи роля играят редица фактори, сред които най-значими са два. Първият е **историческият и политическият контекст на миналите времена**, а вторият – **преките контакти и взаимодействия (туристически и културни) на настоящето**. Заради първия много често балканските народи си изграждат трайни негативни представи и стереотипи един за друг. Споделяме позицията на Ц. Иванова, според която „балканците“ знаят малко едни за други извън историческия ракурс и извън политическия контекст. „Както е известно, геополитически, идеологически и психологически фактори като военни конфликти и многократното прекрояване на граници, воденето на политика, преобладаващо противоположна на съседската, синдромът на малките етнокултурни (в определени региони – и езикови) разлики са формирали първо трайно общо отношение на подозрителност, недоверие, неразбиране и конкуренция, второ – налагат определени стереотипи в поведението на отделната личност по отношение на взаимната търпимост и взаимното харесване, както и спрямо самоопределеността на *другия*.“ (Иванова 2013: 375). Вторите фактори в повечето случаи стават причина за това хората да изграждат позитивни възприятия и позитивни стереотипи, които често се формират въз основа на лични преживявания (понякога емоционални и незадълбочени). Част от тях са например ясно очерталите се в анкетата „кулинарни“ стереотипи. Споделяме становището на К. Рот, че стереотипите, свързани с храната и кулинарната култура, играят важна роля в комуникацията между народите. Той дава пример с това, че неслучайно във всекидневния език, пословиците, литературата и образния свят на народите много често етнически, регионални, национални и религиозни групи се асоциират именно с ястията, например гулаша, който винаги се свързва с Унгария, пицата – с Италия, ростбифа – с Англия и др. (Рот 2007).

Налице е голямо разнообразие и нерядко противоречивост на възприятията и стереотипите в мисленето на българите за балканските народи. Балканите винаги са били особена територия, отличаваща се със специфична динамика, включително и във възприятията и в познавателния потенциал на народите един за друг. Вероятно именно поради това балканските народи винаги ще могат да добавят нови штрихи към стереотипизацията си.



## ЛИТЕРАТУРА

- Барболова 2013:** Барболова, З. Другите народи през погледа на българите според устойчивите словосъчетания в българския език. // *Електронно списание LiterNet*, 12.02.2013, №2 (159). **Barbolova 2013:** Barbolova, Z. Drugite narodi prez pogleda na balgarite spored ustoychivite slovosachetaniya v balgarskiya ezik. Elektronno spisanie LiterNet, 12.02.2013, №2 (159) <https://litenet.bg/publish28/zoia-barbolova/ustojchivi.htm> [22.2.2019]
- Бартмински 2014:** Бартмински, Й. Седем ключови понятия на когнитивната етнолингвистика. // *Български фолклор*, XL, 2014/4, София: Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей, БАН, 399 – 407. **Bartmiński 2014:** Bartmiński, J. Sedem klyuchovi ponyatiya na kognitivnata etnolingvistika. Balgarski folklor, XL, 2014 /4, Sofiya: Institut za etnologiya i folkloristika s Etnografski muzey, BAN, 399 – 407.
- Братанова 2013:** Братанова, Б. Между изтока и запада – национални стереотипи в българската фразеология. // *Славянските етноси, езици и култури в съвременния свят*. Велико Търново, Уфа: Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“, 509 – 517. **Bratanova 2013:** Bratanova, B. Mezhdou iztoka i zapada – natsionalni stereotipi v balgarskata frazeologiya. // *Slavyanskite etnosi, ezitsi i kulturi v savremenniya svyat*. Veliko Tarnovo, Ufa: Universitetsko izdatelstvo „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 509 – 517.
- Василева 2018:** Василева, М. Културни стереотипи. Образът на японците // *Проглас*, XXVIII, 1/2018 Велико Търново: Университетско издателство: „Св. св. Кирил и Методий“ 23 – 31. **Vasileva 2018:** Vasileva, M. Kulturni stereotipi. Obrazat na yaponsite // *Proglas*, XXVIII, 1/2018 Veliko Tarnovo: Univ. Izdatelstvo: „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 23 – 31.
- Денчева 2015:** Денчева, Д. Време и пространство в метафоричен континуум. // *Движение и пространство в славянските езици, литератури и култури*. София: Университетско издателство “Св. Климент Охридски”, 130 – 138. **Dencheva 2015:** Dencheva, D. Vreme i prostranstvo v metaforichen kontinuum. // *Dvizhenie i prostranstvo v slavyanskite ezitsi, literaturi i kulturi*. Sofiya: Universitetsko izdatelstvo “Sv. Kliment Ohridski”, 130 – 138.
- Димова 2004:** Димова, А. Ние и другите във фразеологията: балканско-европейски измерения. *Електронно списание LiterNet*, 19.09.2004, №9 (58). **Dimova 2004:** Dimova, A. Nie i drugite vav frazeologiyata: balkansko-evropeyski izmereniya. Elektronno spisanie LiterNet, 19.09.2004, №9 (58) [https://litenet.bg/publish9/ana\\_dimova/nie.htm](https://litenet.bg/publish9/ana_dimova/nie.htm) [22.2.2019]
- Дроснева 1995:** Дроснева, Е. Българинът и „другите“ в българските поговорки // *Представата за другия на Балканите* (ред. Н. Данова, М. Калицин и В. Димова), София: АИ „Проф. Марин Дринов“, 288 – 306. **Drosneva 1995:** Drosneva, E. Balgarinat i „drugite“ v balgarskite pogovorki // *Predstavata za drugiya na Balkanite* (red. N. Danova, M. Kalitsin i V. Dimova), Sofiya: AI „Prof. Marin Drinov“, 288 – 306.
- Иванова 2013:** Иванова, Ц. Езикът и културата на „другия“ в училищата и университетите на Балканите. // *Балканите – език, история, култура*, 3, Велико

- Търново: ИВИС, ВТУ, 2013, 375–383. **Ivanova 2013:** Ivanova, Ts. Ezikat i kulturata na „drugiya“ v uchilishtata i universitetite na Balkanite // Balkanite – ezik, istoriya, kultura, 3, Veliko Tarnovo: IVIS, VTU, 2013, 375–383.
- Константинова 2011:** Константинова, Д. *Иронията като начин за възприемане на света (върху материал от българската и словашката фразеология)*. Велико Търново, 2011: Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“. **Konstantinova 2011:** Konstantinova, D. Ironiyata kato nachin za vazpriemane na sveta (varhu material ot balgarskata i slovashkata frazeologiya). Veliko Tarnovo, 2011: Universitetsko izdatelstvo „Sv. sv. Kiril i Metodiy“.
- Липман 2001:** Липман, У. *Общественото мнение*. София: Лик. **Lippmann 2001:** Lippmann, W. Obshtestvenoto mnenie. Sofiya: Lik.
- Михайлова 1999:** Михайлова, К. Етническият стереотип за българина сред поляците, живеещи в България. // *Български фолклор*, XXV, 1–2/ 1999, София: Институт за етнология и фолклористика с Етнографски музей, БАН, 58 – 70. **Mihaylova 1999:** Mihaylova, K. Etnicheskiyat stereotip za balgarina sred polyatsite, zhiveeshti v Bulgariya. / *Balgarski folklor*, 1–2 /1999, Sofiya: Institut za etnologiya i folkloristika s Etnografski muzey, BAN, 58 – 70.
- Няголов 2019:** Няголов, Бл. Румъните и Румъния в българската книжнина 1878 – 1889. // *Балкански идентичности*. **Nyagolov 2019:** Nyagolov, Bl. Rumantsite i Rumaniya v balgarskata knizhnina 1878 – 1889 // *Balkanski identichnosti*. <https://balkansbg.eu/bg/content/b-identichnosti/492-rumantzite.html> [6.3.2019]
- Петров 2018:** Петров, В. Българинът в устойчивите словосъчетания на съседните народи. // *Studia Philologica Universitatis Velikotarnovensis*. Vol. 36/1. Велико Търново: Университетско издателство „Св. св. Кирил и Методий“, 145 – 158. **Petrov 2018:** Petrov, V. Balgarinat v ustoychivite slovosachetaniya na sasednite narodi. *Studia Philologica Universitatis Velikotarnovensis*. Vol. 36/1. Veliko Tarnovo: Universitetsko izdatelstvo „Sv. sv. Kiril i Metodiy“, 145 – 158.
- Пампоров 2019:** Пампоров, А. *Под бремето на стереотипите*. **Pamporov 2019:** Pamporov, A. Pod bremeto na stereotipite. <https://www.dw.com/bg/%D0%BF%D0%BE%D0%B4-%D0%B1%D1%80%D0%B5%D0%BC%D0%B5%D1%82%D0%BE-%D0%BD%D0%B0-%D1%81%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%BE%D1%82%D0%B8%D0%BF%D0%B8%D1%82%D0%B5/a-16335180> [25.1.2019]
- Рот 2007:** Рот, К. *Турско кафе, гулаш, дюнер: стереотипи в европейската кулинарна култура*. // Рот, Ю., К. Рот. *Студии по интеркултурна комуникация*. София: АИ „Проф. Марин Дринов“, 168–178. **Roth 2007:** Roth, K. *Tursko kafe, gulash, dyuner: stereotipi v evropeyskata kulinarna kultura*. // Roth, J., K. Roth. *Studii po interkulturna komunikatsiya*. Sofiya: AI „Prof. Marin Drinov“, 168–178.
- Русева 2006:** Русева, М. Отношението към себе си и към другия като част от съвременната културна идентичност на Балканите. // *Projekat 1310 Kulturni i etnički odnosi na Balkanu – mogućnosti regionalne i evropske integracije: (izveštaj o radu 2002–2004)*. Ur. Dragan Todorović. Niš: Sven, Institut za sociologiju Filozofskog fakulteta u Nišu. 2004. 199–216.

- Станчева 2003:** Станчева, Р. Л. Балканите в културологичната перспектива на Лучиан Блага. // *Българско общество за проучване на XVIII век*. Научна конференция „Пари, думи, памет“, 3–4 април 2003 г. **Stancheva 2003:** Stancheva, R. L. Balkanite v kulturlogichnata perspektiva na Luchian Blaga. // *Balgarsko obshtestvo za prouchvane na XVIII vek*. Nauchna konferentsiya „Pari, dumi, pamet“, 3–4 april 2003 g. [http://www.bulgcl8.com/pari/stancheva.htm?fbclid=IwAR0b7eX0NZvQ\\_CTSueWya9GpM1PapKHJPDiR4\\_186r71WcnDf\\_fQNdctCWQ](http://www.bulgcl8.com/pari/stancheva.htm?fbclid=IwAR0b7eX0NZvQ_CTSueWya9GpM1PapKHJPDiR4_186r71WcnDf_fQNdctCWQ) [26.2.2019]
- Šoltés 2004:** Šoltés, P.: Stereotypy o uhorských Slovanoch v uhorských a nemeckých cestopisoch a tzv. štatistikách na konci 18. a v prvej polovici 19. stor. // *Slovanství ve středoevropském prostoru. Iluze, deziluze a realita*. Ed. Domik Hrodek et al. Praha: Libri, STRED – Středoevropský dialog 2005, 73 – 91.