

---

*Aleksandar Milanović*

## Novi identitet Balkana – Analiza okcidentalizovane slike Balkana u reklami za promociju proširenja Evropske unije

Ovaj rad se bavi analizom sadržaja reklame čiji je cilj prikazivanje drugačijeg identiteta Balkana. U reklami se taj identitet prikazuje kao sličan identitetu Evrope, a ta sličnost se stvara odbacivanjem stereotipnih slika Balkana kao drugog u odnosu na Evropu i kao industrijski i kulturno zaostalog. Ono što rad pokazuje jeste da se prikazivanjem ovakvog novog identiteta Balkana, budući da i njega, kao i prethodne, oblikuje Zapad, zapravo samo stvara novija verzija balkanizma.

## A New Balkan Identity – The Analysis of an Occidentalized Image of the Balkans in an Image-Building Commercial for the Expansion of the European Union

This paper gives a content analysis of a commercial aimed at presenting a different identity of the Balkans. In the commercial, this identity is shown as being similar to that of Europe, and this similarity is created by denouncing the stereotypical images of the Balkans as Europe's Other, or an industrially and culturally backward region. The paper shows that by presenting this new identity of the Balkans, seeing as it is – just like the previous ones – shaped by the West, a new version of Balkanism is actually created.

---

*Aleksandar Milanović (1997), Lebane, Cara Dušana 37, učenik 2. razreda Gimnazije u Lebanu*

*MENTORI:*

*Dejana Kostić, student Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu*

*Sanja Srećković, student Filozofskog fakulteta Univerziteta u Beogradu*